

The Effect of Knowledge Absorptive Capacity and Relationship Quality on Knowledge Sharing by Small Business Owners

Ali Biranvand¹✉, Ali Akbar Aghajani Afrouzi², and Sareh Rahmanian³

1. Corresponding author, Department of Knowledge and Information Science, Payame Noor University, Tehran, Iran. Email: biranvand@pnu.ac.ir
2. Department of Business Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran. Email: aghajaniali@pnu.ac.ir
3. Department of Management, Payame Noor University, Iran. Email: sarehrahmanian@pnu.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:

Received 25 March 2024
Received in revised form 20
May 2024
Accepted 22 June 2025
Available online 25 June 2025

Keywords:

absorption capacity,
relationship quality,
knowledge sharing,
small businesses

ABSTRACT

Purpose: The present study aims to examine the effect of absorptive capacity and relationship quality on knowledge sharing among small business owners.

Method: This study is an applied research project that employs a quantitative approach and a descriptive-survey design to examine small business owners' perceptions regarding the influence of absorptive capacity and relationship quality on knowledge sharing. The statistical population comprises small business owners operating in Alborz Province of Iran in 2025. Sample size was determined using Cohen's (1992) power analysis guidelines and *G*Power* software. Given that the questionnaire includes three main constructs and 21 items, a minimum sample size of 78 participants was estimated to achieve a statistical power of 80% at a 95% confidence level and an effect size of 0.15. To ensure robustness, 80 completed questionnaires were collected. The data collection instrument is a researcher-developed questionnaire, informed by a prior qualitative study conducted by the authors on the same topic. Data analysis was performed using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in SmartPLS software.

Results: Based on the findings of the study's structural model, absorptive capacity exhibits a statistically significant relationship with knowledge sharing. The effect size for this relationship is 0.289, indicating a strong association between the two constructs. Additionally, absorptive capacity demonstrates a significant and very strong relationship with the quality of relationships among small business owners, with an effect size of 0.788. Furthermore, the quality of relationships among small business owners is significantly associated with knowledge sharing, with an effect size of 0.233, reflecting a strong relationship. The coefficients of determination (R^2) for the endogenous constructs are 0.786 for knowledge sharing and 0.736 for relationship quality among business owners, suggesting that the model explains 78.6% and 73.6% of the variance in these constructs, respectively.

Conclusions: The strong interrelationships observed among absorptive capacity, relationship quality, and knowledge sharing among small business owners suggest that Iran's small business community, given its potential to significantly influence the national economy, warrants greater attention in fostering a culture of knowledge exchange, strengthening social infrastructure, and enhancing trade union support. As the first study of its kind conducted in Iran, these findings offer valuable insights for managers and policymakers engaged in the development and support of small enterprises.

Cite this article: Biranvand, A., Aghajani Afrouzi, A.A., & Rahmanian, R. (2025). The effect of knowledge absorptive capacity and relationship quality on knowledge sharing by small business owners. *Academic Librarianship and Information Research*, 59 (2), 1-20. <http://doi.org/10.22059/jlib.2025.401372.1791>



Introduction

Knowledge has become one of the most vital organizational resources and a key factor in growth and innovation in the global economy in recent decades. Especially in small businesses with limited financial and human resources, the efficient use of knowledge can be a factor for survival and development. Due to their high flexibility and ability to create new opportunities, small businesses play a key role in job creation, market dynamics and regional development. However, these enterprises often face serious limitations in access to knowledge, technology and human capital. One effective solution to overcome these limitations is knowledge sharing within business networks and among business owners.

In the meantime, two fundamental factors affect the amount and quality of knowledge sharing: the capacity to absorb knowledge and the quality of relationships between business owners. Knowledge absorptive capacity is a concept first introduced by Cohen and Leventhal (1990) and refers to the ability of an organization to recognize the value of new knowledge, absorb it, and apply it to organizational goals. In contrast, relationship quality is rooted in social exchange theory and includes components such as trust, mutual respect, and a desire for sustainable cooperation. The existence of quality relationships can strengthen the motivation of business owners to transfer tacit and explicit knowledge and pave the way for greater synergy.

Considering the importance of the position of small businesses in the Iranian economy and the lack of domestic studies in this field, the present study was conducted to investigate the effect of knowledge absorptive capacity and relationship quality on knowledge sharing by small business owners. The present study aims to examine the effect of absorptive capacity and relationship quality on knowledge sharing among small business owners.

Method

This study is an applied research project that employs a quantitative approach and a descriptive-survey design to examine small business owners' perceptions regarding the influence of absorptive capacity and relationship quality on knowledge sharing. The statistical population comprises small business owners operating in Alborz Province of Iran in 2025. Sample size was determined using Cohen's (1992) power analysis guidelines and G*Power software. Given that the questionnaire includes three main constructs and 21 items, a minimum sample size of 78 participants was estimated to achieve a statistical power of 80% at a 95% confidence level and an effect size of 0.15. To ensure robustness, 80 completed questionnaires were collected. The data collection instrument is a researcher-developed questionnaire, informed by a prior qualitative study conducted by the authors on the same topic. Data analysis was performed using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in SmartPLS software.

Results

Descriptive results showed that 61% of the respondents were male and 39% were female. In terms of education, 35% had a bachelor's degree, 46% had a master's degree, and 19% had a doctorate. In terms of age, 48% were over 45 years old, 41% were between 35 and 45 years old,

and 11% were under 35 years old. The conceptual model of the study was tested with three main hypotheses:

Knowledge absorption capacity has a significant effect on the quality of relationships of small business owners. Knowledge absorption capacity has a significant effect on the knowledge sharing of small business owners. The quality of relationships has a significant effect on knowledge sharing.

The results of the structural model showed that all hypotheses were confirmed. The path coefficients were obtained for the effect of knowledge absorption capacity on knowledge sharing (0.484), the effect of knowledge absorption capacity on the quality of relationships (0.858), and the effect of relationship quality on knowledge sharing (0.435), respectively. All coefficients had t-values above 1.96, indicating the significance of the relationships at the 95% confidence level. In addition, the effect size (f^2) values for the aforementioned relationships were calculated as 0.289, 0.788, and 0.233, respectively, indicating a strong to very strong effect of the variables on each other. Also, the coefficients of determination (R^2) for knowledge sharing and relationship quality were obtained as 0.786 and 0.736, respectively, indicating a very favorable fit of the model. Overall fit indices such as GOF, SRMR, and NFI also confirmed the good fit of the model.

Conclusions

The research findings indicate that knowledge absorptive capacity has a significant impact on knowledge sharing, both directly and indirectly, through improved relationship quality. This result is consistent with previous research literature, especially studies that have emphasized the role of absorptive capacity in enhancing innovation and improving the performance of small businesses (Ai, 2022; Makhoulfi et al., 2024). On the other hand, relationship quality plays a key role in creating a trust-based environment in which business owners are more willing to exchange knowledge. This not only leads to improved individual and organizational learning, but can also provide the necessary platform for identifying new opportunities and increasing innovation.

Accordingly, it can be concluded that the combination of knowledge absorptive capacity and relationship quality creates a synergistic effect that leads to increased effectiveness of knowledge sharing processes in small businesses. In Iran's economic conditions, where a significant portion of industrial and service units are small businesses, paying attention to these factors can also be helpful in macro-policymaking.

At the practical level, strengthening management training for business owners, creating technological platforms for knowledge exchange, and developing trade associations can help improve the capacity for knowledge absorption and the quality of relationships between economic actors. It is also necessary to overcome cultural and structural barriers related to distrust or individualism through supportive policies and cultural programs.

In summary, this study, for the first time in Iran, simultaneously examined the impact of knowledge absorption capacity and relationship quality on knowledge sharing of small business

owners, and its results can be a valuable basis for managers, decision-makers, and researchers in the field of knowledge management and small business development.

Ethical considerations

Following the principles of research ethics

The authors have observed the principles of ethics in conducting and publishing this scientific research, and this is confirmed by all of them.

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

First author: Preparation of samples, conducting experiments and collecting data, performing calculations, statistical analysis of data, analysis and interpretation of information and results, preparing a draft of the article

Second author: Collaboration in research design, supervising the stages of research, reviewing and controlling the results, correcting, revising and finalizing the article.

Third author: Collaboration in research design, supervising the stages of research, reviewing and controlling the results, correcting, revising and finalizing the article.

Ethical Considerations

The authors affirm that they have adhered to ethical research practices, avoiding plagiarism, misconduct, data fabrication or falsification, and have provided their consent for this article's publication.

Funding

This research was conducted without any financial support from Payam Noor University.

Conflict of Interest

The authors declare no conflict of interest.

تأثیر ظرفیت جذب دانش و کیفیت روابط بر اشتراک‌گذاری دانش توسط صاحبان کسب‌وکارهای کوچک

علی بیرانوند^۱، علی اکبر آقاجانی افروزی^۲ و ساره رحمانیان^۳

۱. نویسنده مسئول، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: biranvand@pnu.ac.ir

۲. گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: aghajani@pnu.ac.ir

۳. گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: sarehrahmanian@pnu.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی، **هدف:** پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر ظرفیت جذب دانش و کیفیت روابط بر اشتراک‌گذاری دانش در میان صاحبان کسب‌وکارهای کوچک انجام شده است.

روش پژوهش: این پژوهش از نوع کاربردی است که با رویکرد کمی و به شیوه توصیفی-پیمایشی به بررسی دیدگاه صاحبان کسب‌وکارهای کوچک در مورد تأثیر ظرفیت جذب و کیفیت روابط بر اشتراک‌گذاری دانش پرداخته است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۰۵

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۲/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۰۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۴/۰۹

حجم نمونه از قاعده تحلیل توان کوهن (۱۹۹۲) و نرم‌افزار جیپاور استفاده شد. چون پرسشنامه مورد کاربرد در این پژوهش دارای ۳ عامل اصلی و ۲۱ گویه است، با استفاده از قاعده تحلیل توان در سطح اطمینان ۹۵ درصد با اندازه اثر ۰/۱۵ و قدرت آماری ۸۰ درصد حداقل حجم نمونه ۷۸ نفر برآورد گردید که برای اطمینان بیشتر ۸۰ پرسشنامه گردآوری شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق‌ساخته و برگرفته از مطالعه کیفی در همین رابطه است که توسط پژوهشگر صورت گرفته است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش حداقل مربعات جزئی در نرم افزار SmartPLS استفاده شده است.

کلیدواژه‌ها:

ظرفیت جذب،

کیفیت روابط،

اشتراک‌گذاری دانش،

کسب‌وکارهای کوچک.

یافته‌ها: بر اساس نتایج حاصل از بررسی مدل ساختاری پژوهش، ظرفیت جذب دانش رابطه معناداری با اشتراک‌گذاری دانش دارد. اندازه اثر به دست آمده برای این رابطه ۰/۲۸۹ است که این مقدار نشان دهنده رابطه قوی این دو سازه است. بین ظرفیت جذب دانش و کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک نیز رابطه معناداری وجود دارد. اندازه اثر به دست آمده برای این رابطه ۰/۷۸۸ است که این مقدار نشان دهنده رابطه خیلی قوی این دو سازه است. بین کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک و اشتراک‌گذاری دانش نیز رابطه معناداری وجود دارد. اندازه اثر به دست آمده (۰/۲۳۳) نشان دهنده رابطه قوی بین این دو سازه است. ضریب تعیین سازه‌های درون‌زا نشان به ترتیب برای اشتراک‌گذاری دانش و کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار، ۰/۷۸۶ و ۰/۷۳۶ به دست آمد. بنابراین، متغیرهای وابسته می‌توانند ۷۴٪ تغییرات متغیر مستقل ظرفیت جذب دانش را پیش‌بینی نمایند.

نتیجه‌گیری: وجود رابطه قوی بین متغیرهای ظرفیت جذب دانش، کیفیت روابط و اشتراک‌گذاری دانش در میان صاحبان کسب‌وکارهای کوچک نشان دهنده این واقعیت است جامعه کسب‌وکارهای کوچک در ایران با داشتن پتانسیل لازم جهت تأثیرگذاری در اقتصاد کشور نیازمند توجه بیشتری در حوزه فرهنگ‌سازی تبادل دانش، زیرساخت‌های اجتماعی و حمایت‌های صنفی هستند. این مطالعه برای نخستین‌بار در ایران صورت گرفته است. بنابراین، نتایج به دست آمده می‌تواند مورد توجه مدیران و تصمیم‌گیران در حوزه کسب و کارهای کوچک قرار گیرد.

استاد: بیرانوند، علی؛ آقاجانی افروزی، علی اکبر؛ و رحمانیان، ساره (۱۴۰۴). تأثیر ظرفیت جذب دانش و کیفیت روابط بر اشتراک‌گذاری دانش توسط صاحبان

کسب‌وکارهای کوچک. *تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی*، ۵۹ (۲)، ۱-۲۰. <http://doi.org/10.22059/jlib.2025.401372.1791>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تهران.

مقدمه

وقتی بازارها تغییر می‌کنند، فناوری‌ها تکثیر می‌شوند؛ رقبا زیاد می‌شوند؛ شرکت‌های موفق آنهایی هستند که به صورت مداوم دانش جدید خلق می‌کنند. دانش تولید شده را به طور گسترده در سراسر سازمان منتشر می‌کنند و به سرعت آن را در فناوری‌ها و محصولات جدید تجسم می‌دهند (Biranvand et al., 2025). بنابراین، توانایی به دست آوردن، توسعه، اشتراک‌گذاری و به‌کارگیری دانش می‌تواند منجر به کسب مزیت رقابتی پایدار شود (Huie et al., 2020). یکی از حوزه‌های متأثر از اشتراک‌گذاری دانش، کسب‌وکارهای کوچک است.

کسب‌وکارهای کوچک جزء حیاتی نظام اقتصادی هستند. ابتدایی‌ترین تعریف یک کسب‌وکار کوچک توسط کوکرتز و مندل (Kuckertz & Mandl, 2016) ارائه شده است. در این تعریف، منظور از کسب‌وکار کوچک داشتن یک مالک یا شرکا در یک سازمان خصوصی با تعداد کمی کارمند عنوان شده است. در سال ۲۰۲۳، طبق داده‌های اداره کسب‌وکارهای کوچک ایالات متحده، نزدیک به ۸۲ درصد از کسب‌وکارهای کوچک در ایالات متحده یک نفره بودند و هیچ کارمندی به غیر از مالک آن وجود نداشت (U.S. Small Business Administration, 2024).

کسب‌وکارهای کوچک نقش مهمی در اقتصاد ایران دارند. این بنگاه‌ها نقش کلیدی در اشتغال‌زایی، توزیع درآمد، و توسعه منطقه‌ای ایفا می‌کنند. بنابر گزارش وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۴۰۰)، حدود ۹۰ درصد از کل واحدهای صنعتی کشور را واحدهای کوچک تشکیل می‌دهند که بیش از ۴۵ درصد اشتغال صنعتی کشور را به خود اختصاص داده‌اند. این بنگاه‌ها به واسطه پراکندگی جغرافیایی، در توسعه متوازن مناطق مختلف کشور نقش دارند و موجب پویایی اقتصادی در نواحی کمتر برخوردار می‌شوند. تلاش برای داشتن یک کسب‌وکار کوچک نه تنها برای صاحب کسب‌وکار کوچک، بلکه برای رشد اقتصادی نیز مهم است (Khraishi et al., 2023). کسب‌وکارهای کوچک باعث تحریک رقابت در بازار و ایجاد مشاغل جدید می‌شوند (Memili et al., 2015). یکی از عوامل مؤثر در موفقیت کسب‌وکارهای کوچک، اشتراک دانش است (Boamah et al., 2023).

تأثیر ظرفیت جذب و کیفیت روابط بر فرایند اشتراک‌گذاری دانش توسط صاحبان کسب‌وکار کوچک کم‌تجربه می‌تواند موجب توسعه و رونق استراتژی‌هایی کسب‌وکار شود. اولین بار نظریه ظرفیت جذب^۱ دانش توسط کهن و لوینتهال (Cohen & Levinthal, 1990) بسط داده شد. این تئوری، ظرفیت جذب را به عنوان توانایی جذب دانش شناسایی کرد. ظرفیت جذب دانش به توانایی یک سازمان در تشخیص ارزش دانش جدید، جذب آن و به‌کارگیری مؤثر آن در سازمان اشاره دارد (Stawasz, 2021). ظرفیت جذب دانش یک فرایند مداوم است که در آن سازمان‌ها توانایی جذب، تبدیل و بهره‌برداری از منابع دانش خارجی را توسعه می‌دهند (Khan & Tao, 2022a; Stewart, 2021). این ظرفیت به شدت تحت تأثیر دانش مرتبط قبلی است که می‌تواند اثربخشی تلاش‌های کسب دانش را تقویت کند. از طرفی، نظریه تبادل اجتماعی^۲ تشخیص می‌دهد که روابط با کیفیت به میزان اعتماد مشارکت‌کنندگان به یکدیگر و تمایل آنها برای مشارکت مؤثر در فرایند اشتراک دانش متکی است (Blau, 2017). مزایای اشتراک‌گذاری دانش مؤثر، ایده‌های نوآورانه را از طریق روابط مشارکتی تشویق می‌کند (Cohen & Levinthal, 1990).

تعامل بین ظرفیت جذب دانش و کیفیت روابط نقش مهمی در افزایش رفتارهای اشتراک دانش در شرکت‌های کوچک و متوسط ایفا می‌کند. تحقیقات نشان می‌دهد که ظرفیت جذب دانش به طور قابل توجهی بر توانایی یک شرکت در جذب و استفاده از دانش خارجی تأثیر می‌گذارد، که برای تقویت نوآوری و بهبود عملکرد ضروری است (Khan & Tao, 2022b). علاوه بر این، کیفیت رابطه به عنوان یک تعدیل‌کننده مثبت در فرایند اشتراک دانش عمل می‌کند، زیرا تأثیر شایستگی شبکه را بر اشتراک دانش و نتایج عملکرد سازمانی بعدی افزایش می‌دهد (Sancho-Zamora et al., 2021).

تحقیقات نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای کوچکی که روابط با کیفیت بالا را پرورش می‌دهند و ظرفیت جذب دانش خود را افزایش می‌دهند، در موقعیت بهتری برای بهره‌برداری از دانش خارجی قرار دارند. این موقعیت به آنها فرصت لازم جهت بهبود

1. Absorptive capacity theory (ACT)

2. Social exchange theory (SET)

عملکرد را می‌دهد و نوآوری را تقویت می‌کند (Zhang et al., 2021). تعامل بین این دو عنصر، یک اثر هم‌افزایی ایجاد می‌کند که مزایای اشتراک‌گذاری دانش را تقویت می‌کند و آن را به یک عامل کلیدی برای صاحبان کسب‌وکارهای کوچکی تبدیل می‌کند که به دنبال پیشرفت در یک چشم‌انداز رقابتی هستند. با توجه به اهمیت و جایگاه کسب‌وکارهای کوچک در اقتصاد ایران، مسئله پژوهش حاضر این است که ظرفیت جذب و کیفیت روابط چه تأثیری بر اشتراک‌گذاری دانش توسط صاحبان کسب‌وکارهای کوچک فعال در جامعه ایران دارد؟

با توجه به هدف پژوهش حاضر مبنی بر بررسی ظرفیت جذب و کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکارهای کوچک بر اشتراک‌گذاری دانش در شبکه‌های کسب‌وکار کوچک، فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر تبیین می‌گردد:

فرضیه ۱: ظرفیت جذب دانش بر کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک کوچک تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۲: ظرفیت جذب دانش بر اشتراک‌گذاری دانش توسط صاحبان کسب‌وکار کوچک تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۳: کیفیت روابط بر اشتراک‌گذاری دانش توسط صاحبان کسب‌وکار کوچک تأثیر معناداری دارد.

پیشینه پژوهش

محمودیان راوی‌نژاد (۱۴۰۲) به بررسی تأثیر سرمایه کارآفرینی بر کمک به اشتراک‌گذاری دانش، مجموعه اشتراک دانش، ظرفیت جذب و نوآوری در بین شرکت‌های دارویی در شهرک صنعتی بهارستان پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، که اشتراک دانش بر ظرفیت جذب تأثیر می‌گذارد؛ مجموعه اشتراک‌گذاری دانش تأثیر جزئی بین سرمایه کارآفرینی و ظرفیت جذب دارد (محمودیان راوی‌نژاد، ۱۴۰۲).

سعدآبادی و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی تأثیر هم‌سوئی انگیزشی و اشتراک اطلاعات بر عملکرد عملیاتی زنجیره تأمین، با تأکید بر نقش میانجی‌گری ظرفیت جذب در شرکت‌های کوچک و متوسط، پرداخته است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که میان هم‌سوئی انگیزشی بر ظرفیت جذب، اشتراک‌گذاری اطلاعات بر عملکرد عملیاتی زنجیره تأمین، اشتراک‌گذاری اطلاعات بر ظرفیت جذب و ظرفیت جذب بر عملکرد عملیاتی زنجیره تأمین، اثر مثبت معناداری دارد. همچنین یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که ظرفیت جذب بر رابطه هم‌سوئی انگیزشی و عملکرد عملیاتی زنجیره تأمین، اشتراک‌گذاری اطلاعات و عملکرد عملیاتی زنجیره تأمین اثر مثبت معناداری دارد؛ با این حال مشخص شد هم‌سوئی انگیزشی بر عملکرد عملیاتی اثر مثبت معنادار ندارد (سعدآبادی و دیگران، ۱۴۰۰).

اقبال و همکاران (۲۰۲۵) به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر ترویج فرهنگ اشتراک‌گذاری دانش جهت بالا بردن توانایی سازمان برای جذب و استفاده از دانش جدید پرداختند. یافته‌ها این تحقیق نشان می‌دهد که اشتراک‌گذاری دانش، واسطه رابطه بین فرهنگ سازمانی و ظرفیت جذب دانش جدید است. این تأثیر در جوامع بزرگ‌تر بارزتر است، در حالی که جوامع کوچک‌تر چابکی بیشتری در سازگاری با دانش جدید نشان می‌دهند (Iqbal et al., 2025).

الح سینی (۲۰۲۴) با تکیه بر دیدگاه مبتنی بر دانش و نظریه تبادل اجتماعی به بررسی این مهم می‌پردازد که چگونه حمایت مدیریت ارشد از طریق فرایندهای مدیریت دانش (کسب و اشتراک‌گذاری) و ظرفیت جذب، به طور مستقیم و غیرمستقیم با خلاقیت کارکنان مرتبط است. نتایج این تحقیق روابط مثبتی بین حمایت مدیریت ارشد، فرایندهای مدیریت دانش، ظرفیت جذب و خلاقیت کارکنان را شناسایی نمود. یافته‌های این مطالعه بر نقش محوری حمایت مدیریت ارشد در ایجاد محیطی که کسب و اشتراک‌گذاری دانش و افزایش ظرفیت جذب را تقویت می‌کند، تأکید دارد و به نوبه خود، خلاقیت کارکنان را تقویت می‌کند (Al-Husseini, 2024).

مخلوفی و دیگران (۲۰۲۴) به بررسی رابطه بین اشتراک‌گذاری دانش و ظرفیت جذب بر جهت‌گیری کارآفرینی پرداخته‌اند. همچنین اثر تعدیل‌کننده تشخیص فرصت و اثر واسطه‌ای ظرفیت جذب در این مطالعه مورد بررسی قرار گرفته است. این مطالعه با کمک یک طرح تحقیق کمی مقطعی بر روی داده‌های مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط الجزایری در سمت‌های مدیریت میانی تا ارشد اعمال شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که اشتراک‌گذاری دانش به طور مثبت بر جهت‌گیری کارآفرینی و ظرفیت جذب تأثیر گذاشت. علاوه بر این، یافته‌ها نشان می‌دهد که جهت‌گیری کارآفرینی به طور مثبت بر عملکرد کارآفرینی

تأثیر می‌گذارد و تشخیص فرصت، رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد کارآفرینی را تقویت می‌کند. جهت‌گیری کارآفرینی و ظرفیت جذب اثرات واسطه‌ای جزئی دارند (Makhloufi et al., 2024).

آی (۲۰۲۲) تأثیر کیفیت ارتباط بر ظرفیت جذب را در زمینه همکاری تحقیقاتی دانشگاه و صنعت بررسی نموده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که سه بعد کیفیت ارتباط به طور قابل توجهی ظرفیت جذب بالقوه را بهبود می‌بخشد، ظرفیت جذب بالقوه منجر به ظرفیت جذب واقعی می‌شود، یادگیری سازمانی نقش تنظیمی بین ظرفیت جذب بالقوه و ظرفیت جذب واقعی ایفا می‌کند، ظرفیت جذب واقعی منجر به بهبود عملکرد نوآوری می‌شود، ظرفیت جذب نقش واسطه‌ای بین کیفیت ارتباط و عملکرد نوآوری ایفا می‌کند. می‌توان مشاهده کرد که ظرفیت جذب نقش کلیدی در همکاری تحقیقاتی دانشگاه و صنعت ایفا می‌کند و شرکت‌های تعاونی باید به پرورش ظرفیت جذب خود اهمیت دهند (Ai, 2022).

روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کمی و به شیوه توصیفی-پیمایشی به بررسی دیدگاه صاحبان کسب‌وکارهای کوچک در مورد تأثیر ظرفیت جذب و کیفیت روابط بر اشتراک‌گذار دانش پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش صاحبان مشاغل کوچک فعال در استان البرز در سال ۱۴۰۴ هستند. استان البرز به عنوان قطب فناوری ایران شاهد حضور صنایع و شرکت‌های بسیاری است که زمینه مناسبی برای حضور کسب‌وکارهای کوچک فراهم نموده است. به دلیل این که آمار دقیقی از تعداد صاحبان کسب‌وکار کوچک فعال در این استان در دسترس نبود، برای محاسبه حجم نمونه از قاعده تحلیل توان^۱ کوهن (۱۹۹۲) و نرم‌افزار جی‌پاور^۲ استفاده شد. چون پرسشنامه مورد کاربرد در این پژوهش دارای ۳ عامل اصلی و ۲۱ گویه است، با استفاده از قاعده تحلیل توان در سطح اطمینان ۹۵ درصد با اندازه اثر^۳ ۰/۱۵ و قدرت آماری ۸۰ درصد حداقل حجم نمونه ۷۸ نفر برآورد گردید، که برای اطمینان بیشتر ۸۰ پرسشنامه گردآوری شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق‌ساخته و برگرفته از بخش کیفی است. اطلاعات مربوط به مضامین شناسایی شده در بخش کیفی در جدول ۱ ارائه شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش حداقل مربعات جزئی در نرم‌افزار Smart PLS استفاده گردید.

جدول ۱. مضامین اصلی و فرعی مستخرج از بخش تحلیل مضمون

مضمون اصلی	مضامین فرعی
ظرفیت جذب دانش	ایجاد ساختارهای یادگیری سازمانی
	تقویت مشارکت در شبکه‌های دانشی
	توسعه قابلیت‌های تحقیق و توسعه
	نهادینه‌سازی مدیریت دانش در فرایندهای سازمانی
	تشویق به اشتراک‌گذاری دانش بین کارکنان
	استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی برای تسهیل جذب دانش
کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک	ایجاد فرهنگ سازمانی مبتنی بر نوآوری و یادگیری مستمر
	مشارکت در اکوسیستم‌های کسب‌وکاری محلی و بین‌المللی
	استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای گسترش شبکه‌های حرفه‌ای
	برگزاری جلسات تبادل نظر و همکاری‌های پروژه‌محور
	تقویت ارتباطات غیررسمی از طریق رویدادهای اجتماعی و صنعتی
اشتراک‌گذاری دانش	بهره‌گیری از مربی‌گری برای انتقال تجربه و دانش
	انعطاف‌پذیری رابطه در مواجهه با عدم قطعیت‌ها
	تمایل رفتاری به انتقال دانش ضمنی و دانش صریح
	پشتیبانی رهبری ارشد از فعالیتهای دانشی

¹. Power analysis

². G*Power

³. Effect size

مضمون اصلی	مضامین فرعی
	ادراک از عدالت سازمانی در فرایندهای اشتراک‌گذاری دانش
	حاکمیت فرهنگ سازمانی دانش‌محور و یادگیرنده
	زیرساخت‌های فناورانه برای تسهیل ذخیره‌سازی و اشتراک دانش
	نیات رفتاری کارکنان در تسهیم دانش سازمانی
	شدت و کیفیت تعاملات دانشی میان واحدهای کاری
	میزان یکپارچگی سامانه‌های اطلاعاتی برای اشتراک‌گذاری مؤثر

یافته‌های پژوهش

۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

آمار توصیفی و فراوانی صاحبان کسب‌وکارهای کوچک بر اساس جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه خدمت بررسی گردید. اطلاعات این بخش در جدول ۱ ارائه شده است. کسب‌وکارهای مورد بررسی شامل تولید و تکثیر گیاهان دارویی، مجتمع نان فانتزی، آموزشگاه رانندگی، معاینه فنی خودروهای سبک و سنگین، بسته بندی و توزیع محصولات غذایی، و آشپزخانه بوده است.

جدول ۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی صاحبان کسب‌وکارهای کوچک

متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۴۹
	زن	۳۹
تحصیلات	کارشناسی	۲۸
	کارشناسی ارشد	۳۷
	دکتری	۱۵
سن	کمتر از ۳۵ سال	۹
	۳۵ تا ۴۵ سال	۳۳
	۴۵ سال و بیشتر	۳۸
تحصیلات	کمتر از ۱۰ سال	۲۲
	۱۰ تا ۱۵ سال	۱۷
	۱۵ تا ۲۰ سال	۲۱
	بیش از ۲۰ سال	۲۵
	کل	۸۰

بر اساس اطلاعات جدول ۱، از نظر جنسیت ۴۹ نفر (۶۱٪) مرد و ۳۹ نفر (۳۸٪) زن بودند. از منظر تحصیلات ۲۸ نفر (۳۵٪) کارشناسی، ۳۷ نفر (۴۶٪) کارشناسی ارشد و ۱۵ نفر (۱۹٪) دکتری داشتند. از منظر سن ۹ نفر (۱۱٪) کمتر از ۳۵ سال، ۳۳ نفر (۴۱٪) ۳۵ تا ۴۵ سال و ۳۸ نفر (۴۸٪) ۴۵ سال و بیشتر سن داشتند. از منظر سابقه کاری ۲۲ نفر (۲۸٪) کمتر از ۱۰ سال، ۱۷ نفر (۲۱٪) ۱۰ تا ۱۵ سال، ۲۱ نفر (۲۶٪) ۱۵ تا ۲۰ سال و ۲۰ نفر (۲۵٪) بیش از ۲۰ سال سابقه کاری داشتند.

۲. تحلیل توصیفی سازه‌های پژوهش

مدل مفهومی پژوهش شامل ۳ سازه اصلی و ۲۱ گویه با طیف لیکرت پنج درجه است. آمار توصیفی مربوط به پاسخ صاحبان کسب‌وکارهای کوچک به هر یک از سازه‌های پژوهش در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. آمار توصیفی سازه‌های پژوهش

سازه‌های پژوهش	تعداد	میانگین	میانه	مد	انحراف معیار	دامنه تغییرات	کمینه	بیشینه
ظرفیت جذب دانش	۸۰	۳/۱۷۵	۳/۱۴۳	۳/۰۰۰	۰/۷۵۷	۳/۵۷۱	۱/۲۸۶	۴/۸۵۷
کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار	۸۰	۳/۳۹۶	۳/۳۳۳	۳/۳۳۳	۰/۷۲۴	۳/۳۳۳	۱/۶۶۷	۵/۰۰۰
اشتراک‌گذاری دانش	۸۰	۳/۳۵۰	۳/۳۷۵	۲/۸۷۵	۰/۶۸۷	۳/۰۰۰	۱/۶۲۵	۴/۶۲۵

بر اساس داده‌های مندرج در جدول مذکور مشخص است ۳۴۵ داده صحیح پیرامون متغیرهای پژوهش گردآوری شده است. همچنین میانه و مد نشان می‌دهد اکثر افراد گزینه ۳ و ۴ یعنی «متوسط» و «زیاد» طیف لیکرت را در پرسشنامه انتخاب کرده‌اند. میزان پراکندگی از لحاظ شاخص دامنه تغییرات زیاد است و بین ۱ تا ۵ را دربر گرفته است. بطوریکه دامنه تغییرات بیشتر متغیرهای پژوهش ۴ است. میانگین سازه ظرفیت جذب دانش ۳/۱۷۵ و انحراف معیار آن ۰/۷۵۷ برآورد گردید. میانگین سازه کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار ۳/۳۹۶ و انحراف معیار آن ۰/۷۲۴ برآورد گردید. میانگین سازه اشتراک‌گذاری دانش ۳/۳۵۰ و انحراف معیار آن ۰/۶۸۷ برآورد گردید.

۴. آزمون نرمال بودن داده‌ها

به منظور انتخاب روش مناسب آماری نخست نرمال بودن داده‌ها بررسی گردید. برای این منظور از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف در سطح خطای ۵ درصد استفاده شد. نتایج در جدول ۴ قابل مشاهده است.

جدول ۴. آزمون نرمال بودن داده‌ها

سازه‌های پژوهش	تعداد	چولگی	کشیدگی	آماره KS	مقدار معناداری
ظرفیت جذب دانش	۸۰	-۰/۱۵۷	-۰/۲۰۵	۰/۰۷۱	۰/۰۰۱
کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار	۸۰	-۰/۲۴۱	-۰/۲۸۴	۰/۰۷۶	۰/۰۲۵
اشتراک‌گذاری دانش	۸۰	-۰/۰۹۱	-۰/۴۰۲	۰/۰۸۰	۰/۰۰۲

بر اساس نتایج جدول ۴، در تمامی موارد مقدار معناداری از سطح خطای ۵ درصد کوچک‌تر است. بنابراین، توزیع داده‌ها نرمال نیست و نمی‌توان از روش‌های پارامتریک استفاده کرد. از نظر چولگی و کشیدگی داده‌ها خیلی از حالت نرمال دور نیستند و این قدرت پیش‌بینی مدل را افزایش می‌دهد.

۵. اعتبارسنجی مدل پژوهش

نتایج حاصل از اجرای مدل در حالت تخمین استاندارد، جهت و شدت رابطه میان متغیرها را نشان می‌دهد. بررسی معناداری روابط متغیرهای مدل از روش خودگردان‌سازی بوت‌استرپ^۱ صورت گرفت. در سطح خطای ۵ درصد اگر مقدار آماره بوت‌استرپ بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد همبستگی‌های مشاهده‌شده معنادار است. به طور کلی روابط بین متغیرها در روش حداقل مربعات جزئی دو دسته است:

۱. مدل بیرونی^۲ (اندازه‌گیری): روابط بین متغیرهای پنهان با متغیرهای آشکار را نشان می‌دهد.

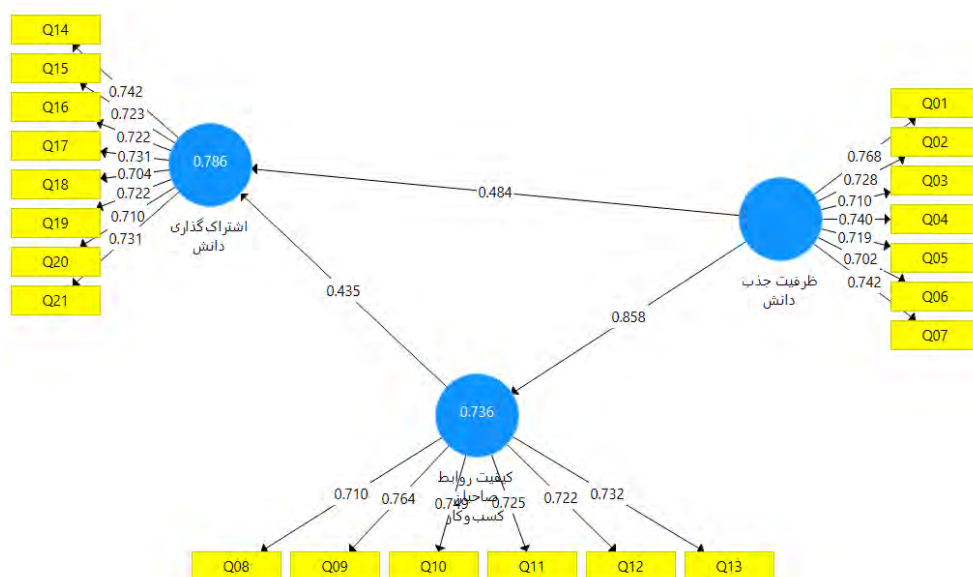
۲. مدل درونی^۳ (ساختاری): روابط بین متغیرهای پنهان با یکدیگر را بررسی می‌کند.

خروجی نرم افزار اسمارت پی‌ال‌اس برای تخمین استاندارد در شکل ۱ و آماره t و مقدار بوت‌استرپینگ برای سنجش معناداری روابط در شکل ۲ ارائه شده است.

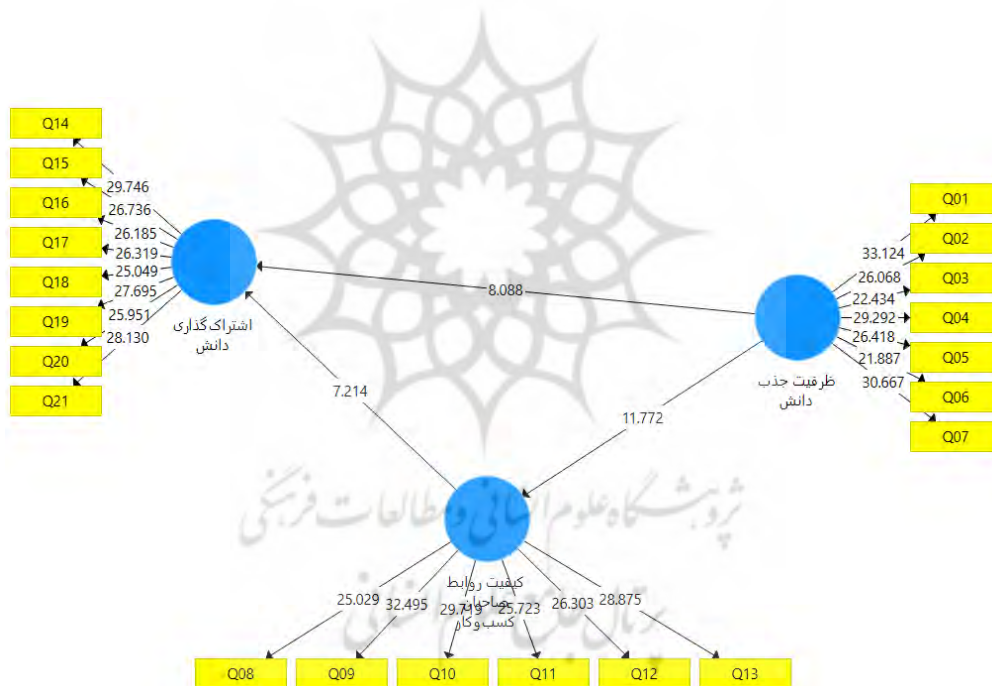
1. Bootstrap

2. Outer model

3. Inner model



شکل ۱. اعتبارسنجی مدل تأثیر ظرفیت جذب دانش و کیفیت روابط صاحبان کسب و کار کوچک بر اشتراک‌گذاری دانش



شکل ۲. معناداری مدل ظرفیت جذب دانش و کیفیت روابط صاحبان کسب و کار کوچک بر اشتراک‌گذاری دانش

۵. مدل بیرونی پژوهش

این بخش از مدل نشان می‌دهد گویه‌هایی که برای سنجش هر یک از عوامل اصلی در نظر گرفته شده است از اعتبار کافی برخوردار است. قدرت رابطه بین گویه‌ها با عوامل مربوط با بار عاملی و معناداری آنها با آماره t مورد سنجش قرار می‌گیرد. نتایج مدل بیرونی (مدل اندازه‌گیری) در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۵. آزمون نرمال بودن داده‌ها در مدل بیرونی پژوهش

آماره t	بار عاملی	گویه‌ها
۳۳/۱۲۴	۰/۷۶۸	ظرفیت جذب دانش → Q01
۲۶/۰۶۸	۰/۷۲۸	ظرفیت جذب دانش → Q02
۲۲/۴۳۴	۰/۷۱۰	ظرفیت جذب دانش → Q03
۲۹/۲۹۲	۰/۷۴۱	ظرفیت جذب دانش → Q04
۲۶/۴۱۸	۰/۷۱۹	ظرفیت جذب دانش → Q05
۲۱/۸۸۷	۰/۷۰۲	ظرفیت جذب دانش → Q06
۳۰/۶۶۷	۰/۷۴۲	ظرفیت جذب دانش → Q07
۲۵/۰۲۹	۰/۷۱۰	کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار → Q08
۳۲/۴۹۵	۰/۷۶۴	کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار → Q09
۲۹/۷۱۹	۰/۷۴۹	کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار → Q10
۲۵/۷۲۳	۰/۷۲۶	کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار → Q11
۲۶/۳۰۳	۰/۷۲۲	کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار → Q12
۲۸/۸۷۵	۰/۷۳۲	کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار → Q13
۲۹/۷۴۶	۰/۷۴۲	اشتراک‌گذاری دانش → Q14
۲۶/۷۳۶	۰/۷۲۳	اشتراک‌گذاری دانش → Q15
۲۶/۱۸۵	۰/۷۲۲	اشتراک‌گذاری دانش → Q16
۲۶/۳۱۹	۰/۷۳۱	اشتراک‌گذاری دانش → Q17
۲۵/۰۴۹	۰/۷۰۴	اشتراک‌گذاری دانش → Q18
۲۷/۶۹۵	۰/۷۲۲	اشتراک‌گذاری دانش → Q19
۲۵/۹۵۱	۰/۷۱۰	اشتراک‌گذاری دانش → Q20
۲۸/۱۳	۰/۷۳۱	اشتراک‌گذاری دانش → Q21

بر اساس اطلاعات جدول ۴، مقادیر بارهای عاملی مشاهده‌شده بزرگ‌تر از ۰/۵ به دست آمده است و آماره t نیز بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است. بنابراین، مدل بیرونی (اندازه‌گیری) مورد تأیید است و هیچ‌یک از متغیرها از مدل برآورد شده حذف نمی‌شوند.

۶. اعتبارسنجی مدل بیرونی پژوهش

به‌منظور بررسی پایایی مدل بیرونی پژوهش از شاخص‌های پایایی ترکیبی^۱ که مبتنی بر بتای مدل (بارهای عاملی)، آلفای کرونباخ^۲ که مبتنی بر فرض هم‌ارزی متغیرهای مشاهده است، و ضریب رو که مبتنی بر است استفاده گردید. همچنین برای بررسی روایی همگرا^۳ (میزان واریانس که یک متغیر پنهان از شاخص‌های خود می‌گیرد)، از واریانس استخراج‌شده^۴ استفاده شده است. مقادیر مربوط به آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، روایی همگرا و ضریب رو در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۶. آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرای مربوط به سازه‌های اصلی پژوهش

سازه‌های اصلی	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	ضریب رو	میانگین واریانس استخراج‌شده
اشتراک‌گذاری دانش	۰/۸۷۰	۰/۸۷۰	۰/۸۹۸	۰/۵۳۳
ظرفیت جذب دانش	۰/۸۵۴	۰/۸۵۴	۰/۸۸۹	۰/۵۳۳
کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار	۰/۸۲۹	۰/۸۲۹	۰/۸۷۵	۰/۵۳۹

1. Composite Reliability

2. Cronbach's alpha

3. Convergent validity

4. Average Variance Extracted

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، در مورد تمامی سازه‌ها میانگین واریانس استخراج‌شده بزرگ‌تر از $0/5$ است. بنابراین، روایی همگرا وجود دارد. آلفای کرونباخ، ضریب رو تمامی متغیرها بزرگ‌تر از $0/7$ بود؛ پس، پایایی مورد تأیید است. مقدار پایایی ترکیبی نیز بزرگ‌تر از میانگین واریانس استخراج‌شده و مقدار $0/7$ است. در نتیجه، پایایی مورد تأیید است.

روایی واگرا معیار دیگری است که نشان می‌دهد گویه‌های یک سازه با گویه‌های دیگر سازه‌های پژوهش همپوشانی ندارد. برای سنجش روایی واگرا از معیار فورنل و لارکر (۱۹۸۱) استفاده شد. معیار فورنل و لارکر به این مسئله اشاره دارد که ریشه دوم مقادیر واریانس شرح داده شده هر سازه، از مقادیر همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بزرگ‌تر باشد و مقادیر موجود در روی قطر اصلی ماتریس، بایستی از تمام مقادیر موجود در ستون مربوطه بزرگ‌تر باشد. ماتریس فورنل و لارکر در جدول ۷، ارائه شده است.

جدول ۷. ماتریس سنجش روایی واگرا (نرمال بودن داده‌ها)

سازه‌های پژوهش	۱	۲	۳
اشتراک‌گذاری دانش (۱)	$0/723$		
ظرفیت جذب دانش (۲)	$0/398$	$0/730$	
کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار (۳)	$0/424$	$0/478$	$0/734$

بر اساس جدول ۷ مقادیر قطر اصلی از همبستگی آن با سایر سازه‌های مدل بیشتر است. بنابراین، روایی واگرا برقرار است. پس از اطمینان از مدل‌های اندازه‌گیری از طریق آزمون پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا، می‌توان نتایج حاصل از مدل بیرونی را ارائه نمود.

۷. مدل درونی (ساختاری) پژوهش

رابطه متغیرهای مورد بررسی در هر یک از فرضیه‌های پژوهش بر اساس ساختار علی با روش حداقل مربعات جزئی پی‌ال‌اس آزمون شد. خلاصه نتایج روابط میان سازه‌های مدل درونی در جدول ۸ ارائه شده است.

جدول ۸. خلاصه نتایج روابط میان سازه‌های مدل درونی پژوهش

رابطه	ضریب مسیر	آماره t	معناداری	نتیجه
ظرفیت جذب دانش ← اشتراک‌گذاری دانش	$0/484$	$8/088$	$0/000$	تأیید
ظرفیت جذب دانش ← کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار	$0/858$	$11/772$	$0/000$	تأیید
کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار ← اشتراک‌گذاری دانش	$0/435$	$7/241$	$0/000$	تأیید

با توجه به نتایج حاصل از بررسی مقدار ضریب مسیر و آماره t بین سازه‌های پژوهش در جدول ۷، فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر قابل بحث است:

- مقدار ضریب مسیر ظرفیت جذب دانش بر اشتراک‌گذاری دانش $0/484$ به دست آمد. آماره t نیز $8/088$ محاسبه شد. بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا کرد که فرضیه اول پژوهش مبنی بر معناداری تأثیر ضریب مسیر ظرفیت جذب دانش بر اشتراک‌گذاری دانش تأیید می‌گردد.
- مقدار ضریب مسیر ظرفیت جذب دانش بر کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک $0/858$ به دست آمد. آماره t نیز $11/772$ محاسبه شد. بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا کرد که فرضیه دوم پژوهش مبنی بر معناداری تأثیر ظرفیت جذب دانش بر کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک تأیید می‌گردد.
- مقدار ضریب مسیر کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک بر اشتراک‌گذاری دانش $0/435$ به دست آمد. آماره t نیز $7/241$ محاسبه شد. بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا کرد که فرضیه سوم پژوهش مبنی بر معناداری تأثیر روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک بر اشتراک‌گذاری دانش تأیید می‌گردد.

۸. بررسی میزان تأثیر گذاری متغیر مستقل بر متغیرهای وابسته پژوهش

به منظور محاسبه میزان تأثیر متغیر مستقل بر متغیرهای وابسته پژوهش از معیار اندازه اثر استفاده شد. اندازه اثر میزان تغییراتی است که متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته می‌گذارند. در واقع این شاخص نشان می‌دهد اگر یک متغیر مستقل حذف شود چه

میزان تغییراتی در متغیر وابسته ایجاد می‌شود. این شاخص توسط (کوهن^۱، ۲۰۱۳) ارائه گردید. مقدار $0/02$ (ضعیف)، $0/15$ (متوسط) و $0/35$ (بزرگ) در نظر گرفته می‌شود. مقادیر اندازه اثر در جدول ۹ ارائه شده است.

جدول ۹. مقدار اندازه اثر بین سازه‌های پژوهش

رابطه	اندازه اثر	تفسیر
ظرفیت جذب دانش ← اشتراک‌گذاری دانش	$0/289$	قوی
ظرفیت جذب دانش ← کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک	$0/788$	خیلی قوی
کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک ← اشتراک‌گذاری دانش	$0/233$	قوی

- اندازه اثر ظرفیت جذب دانش بر اشتراک‌گذاری دانش $0/289$ برآورد شد که مقداری قوی است.
 - اندازه اثر ظرفیت جذب دانش بر کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک $0/788$ برآورد شد که مقداری خیلی قوی است.
 - اندازه اثر کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک بر اشتراک‌گذاری دانش $0/233$ برآورد شد که مقداری قوی است. بنابراین، اندازه اثر در هیچ‌یک از موارد کمتر از $0/02$ به دست نیامده است و در تمامی موارد بین متوسط تا قوی برآورد شد.

۹. بررسی میزان تأثیرپذیری متغیرهای وابسته پژوهش از متغیر مستقل

ضریب تعیین^۲ بیانگر میزان تغییرات متغیرهای وابسته توسط متغیرهای مستقل است. هرچه مقدار ضریب تعیین سازه‌های درون‌زای مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. سه مقدار $0/19$ ، $0/33$ و $0/67$ به عنوان مقدار ملاک برای ضعیف، متوسط و قوی بودن برازش بخش ساختاری مدل به وسیله معیار ضریب تعیین است (چین^۳، ۱۹۹۸). شاخص‌های ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل‌شده در جدول ۱۰ گزارش شده است.

جدول ۱۰. ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل‌شده

متغیرهای وابسته	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل‌شده	تفسیر
اشتراک‌گذاری دانش	$0/786$	$0/785$	خیلی قوی
کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار	$0/736$	$0/735$	خیلی قوی

بر اساس نتایج جدول ۹، ضریب تعیین سازه‌های درون‌زای مدل پژوهش مطلوب است. ضریب تعیین سازه اشتراک‌گذاری دانش $0/786$ برآورد گردید که مقداری خیلی قوی است. ضریب تعیین سازه کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک $0/736$ برآورد گردید که مقداری خیلی قوی است. این ضرایب نشان می‌دهد که متغیرهای مدل توانسته‌اند ۷۴ درصد از تغییرات در متغیر ظرفیت جذب دانش را تبیین کنند. مقدار ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل‌شده برای سازه‌های درون‌زا به هم بسیار نزدیک است که نشان می‌دهد مدل از قدرت پیش‌بینی مناسبی برخوردار است و می‌توان به ضریب تعیین اعتماد کرد.

۱۰. بررسی میزان قدرت پیش‌بینی مدل

به منظور بررسی میزان قدرت پیش‌بینی مدل از شاخص ارتباط پیش‌بین^۴ استفاده شد. این شاخص بوسیله استون و گیزر^۵ معرفی شد و با روش بلایند فولدینگ برآورد می‌شود. اگر مقدار شاخص ارتباط پیش‌بین مثبت باشد نشان می‌دهد که مدل از توان پیش‌بینی مناسبی برخوردار است. همچنین برای ارزیابی میزان تناسب از مقدار اثر نسبی شاخص ارتباط پیش‌بین استفاده می‌شود. در اینجا سه مقدار $0/02$ (ضعیف)، $0/15$ (متوسط) و $0/35$ (بزرگ) برای ارزیابی میزان تناسب معرفی می‌شود (Hair Jr et al., 2021). شاخص ارتباط پیش‌بین در جدول ۱۱ گزارش شده است.

1. Cohen

2. Coefficient of determination

3. Chin

4. Predictive relevance

5. Stone & Geisser

جدول ۱۱. شاخص ارتباط پیش‌بین و اثر نسبی شاخص ارتباط پیش‌بین

تفسیر	q2	Q2	سازه‌های اصلی
قوی	۰/۶۱۸	۰/۳۸۲	اشتراک‌گذاری دانش
قوی	۰/۵۹۲	۰/۳۷۲	کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار

بر اساس اطلاعات جدول ۱۱، شاخص ارتباط پیش‌بین در تمامی موارد مثبت به دست آمده است. بنابراین، مدل از قابلیت پیش‌بینی مناسبی برخوردار است.

۱۱. ارزیابی برازندگی مدل پژوهش

در این پژوهش جهت بررسی برازندگی مدل از شاخص نیکویی برازش (GOF)، تنای ریشه میانگین مربعات (RMS_theta)، شاخص ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد (SRMR)، شاخص تناسب به‌هنگار (NFI) و توزیع خی-دو (Chi-Square) استفاده شد. برای شاخص نیکویی برازش سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده است. برای شاخص تنای ریشه میانگین مربعات، مقادیر زیر ۰/۱۲ نشان‌دهنده تناسب مدل است. در حالی که مقادیر بالاتر نشان‌دهنده عدم تناسب است. شاخص ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد بهتر است کمتر از ۰/۱ و خیلی سخت‌گیرانه کمتر از ۰/۰۸ باشد. شاخص تناسب به‌هنگار نیز باید بزرگتر از ۰/۶ باشد (Habibi & Jalalnia, 2022). ارزیابی برازش مدل ظرفیت جذب دانش، کیفیت روابط و اشتراک‌گذاری دانش در جدول ۱۲ ارائه شده است.

جدول ۱۲. ارزیابی برازش مدل پژوهش

شاخص	GOF	RMS_theta	SRMR	NFI	X ²
مقدار قابل قبول	بزرگتر از ۰/۳۶	کوچکتر از ۰/۱۲	کوچکتر از ۰/۰۸	بزرگتر از ۰/۶	کوچکتر از ۵
مقدار برآورد شده	۰/۶۳۶	۰/۱۱۷	۰/۰۵۶	۰/۸۵۰	۳/۳۸۵

نتایج ارائه شده از بررسی شاخص‌های برازندگی مدل در جدول ۱۲ نشان می‌دهد که تمامی شاخص‌ها در وضعیت تأیید برازش مدل قرار دارند. بر اساس مقادیر مزبور، مدل از برازش مطلوبی برخوردار است.

بحث

مدل مفهومی پژوهش شامل ۳ سازه اصلی و ۲۱ گویه با طیف لیکرت پنج درجه‌ای مبنای گردآوری داده‌ها در بخش کمی است. در این مرحله، پس از گردآوری داده از ۸۰ نمونه آماری، به منظور انتخاب روش آماری مناسب، نرمال بودن داده‌ها مورد آزمون قرار گرفت. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف در سطح خطای ۵ درصد نشان داد که ظرفیت جذب دانش با ۰/۰۷۱، کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار با ۰/۰۷۶ و اشتراک‌گذاری دانش با ۰/۰۸۰ نرمال هستند.

در مرحله دوم تحلیل داده‌های کمی، آزمون فرضیه‌های پژوهش با کمک حداقل مربعات جزئی صورت گرفت. برای بررسی معناداری روابط متغیرهای مدل از روش خودگردان سازی (بوت استراپ) استفاده شد که آماره t را به دست می‌دهد. در سطح خطای ۵ درصد اگر مقدار آماره بوت استراپینگ بزرگتر از ۱/۹۶ باشد همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است.

به منظور بررسی فرضیه‌های پژوهش در روش حداقل مربعات جزئی، ابتدای مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی) و سپس مدل ساختاری (مدل درونی) حاصل از ارتباط سازه‌های پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این بخش از تحلیل داده‌ها در قالب مدل اندازه‌گیری نشان داد که مقدار بار عاملی تمامی گویه‌ها بزرگتر از ۰/۶ به دست آمده و آماره t نیز در تمامی گویه‌ها بزرگتر از ۱/۹۶ است. بنابراین، مدل اندازه‌گیری پژوهش مورد تأیید است. به منظور بررسی روایی و پایایی سازه‌های پژوهش از روایی همگرا و واگرا استفاده شد. میانگین واریانس استخراج شده برای هر یک از سازه‌ها بزرگتر از ۰/۵ است. بنابراین، روایی همگرا تأیید شد. نتایج آزمون آلفای کرونباخ، ضریب رو و پایایی ترکیبی تمامی سازه‌ها نیز بزرگتر از ۰/۷ است. در نتیجه، پایایی مدل اندازه‌گیری نیز تأیید شد. بررسی روایی همگرای مدل اندازه‌گیری به کمک آزمون‌های مزبور نشان داد که سازه‌های مدل همراستا هستند. بررسی روایی واگرا نشان‌دهنده همپوشانی گویه‌های یک سازه با گویه‌های دیگر سازه‌های پژوهش است. نتایج به دست

آمده از روایی واگرایی سازه‌های پژوهش تأیید کننده همپوشانی گویه‌های مدل است. با توجه به روایی همگرا و واگرا در مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی)، زمینه برای بررسی مدل ساختاری (مدل درونی) فراهم گردید.

بر اساس نتایج حاصل از بررسی مدل ساختاری پژوهش، ظرفیت جذب دانش رابطه معناداری با اشتراک‌گذاری دانش دارد. بنابراین، فرضیه اول پژوهش تأیید می‌گردد. اندازه اثر به دست آمده برای این رابطه ۰/۲۸۹ است که این مقدار نشان دهنده رابطه قوی این دو سازه است. نتایج این بخش از پژوهش ما با نتایج تحقیقات (Al-Husseini, 2024; Y. Cohen, 2023; Kartiraharjo & Isfianadewi, 2022; Khraishi et al., 2022; Makhloufi et al., 2024; Nugraha & Hartono, 2022) هم‌راستاست. خلوفی و همکاران (Makhloufi et al., 2024b) اشتراک‌گذاری دانش را عامل جهت‌گیری کارآفرینی و افزایش ظرفیت جذب دانش جدید می‌دانند. کارتیراهارجو و ایسفیانددوی (Kartiraharjo & Isfianadewi, 2022) اشتراک‌گذاری دانش را عامل اساسی افزایش ظرفیت جذب و مزیت رقابتی معرفی می‌کنند. بر اساس نتایج پژوهش‌های نوگراها و هارتون (Nugraha & Hartono, 2022) و هیدایت (Hidayat, 2021)، اشتراک‌گذاری دانش با واسطه ظرفیت جذب دانش به طور مثبت و معناداری بر عملکرد نوآوری تأثیر می‌گذارد.

همان‌گونه که نتایج تحقیقات مزبور نشان می‌دهد، اشتراک‌گذاری مؤثر دانش می‌تواند با افزایش ظرفیت جذب، مزیت رقابتی ایجاد کند (Kartiraharjo & Isfianadewi, 2022). نوآوری را افزایش دهد (Hidayat, 2021; Nugraha & Hartono, 2022) و جهت‌گیری کارآفرینی را به نبال داشته باشد (Makhloufi et al., 2024b). هنگامی که دانش به طور مؤثر به اشتراک گذاشته می‌شود، سازمان‌ها می‌توانند فرصت‌های تجاری جدید را بهتر شناسایی و از آنها بهره‌برداری کنند، با شرایط متغیر بازار سازگار شوند و از رقبای خود پیشی بگیرند. از طرفی کسب‌وکارهای کوچک به دلیل منابع محدود و نیاز به حداکثر رساندن پتانسیل کارکنان خود، می‌توانند از اشتراک‌گذاری دانش سود قابل توجهی کسب کنند و با افزایش بهره‌وری نیروی کار و تضمین توسعه پایدار نقش ایفا کنند (Xuan, 2020). در چشم‌انداز کسب‌وکار امروزی که به سرعت در حال تحول است، دانش یک دارایی حیاتی است که می‌تواند برای کسب‌وکارهای کوچک مزیت رقابتی ایجاد کند. با ترویج اشتراک دانش در بین کارکنان، شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند توانایی خود را برای سازگاری با فناوری‌های جدید، بهبود بهره‌وری عملیاتی و توسعه محصولات یا خدمات نوآورانه که نیازهای در حال تغییر مشتریان را برآورده می‌کند، افزایش دهند. این امر به نوبه خود منجر به افزایش بهره‌وری نیروی کار، بهبود سودآوری و پایداری بلندمدت می‌شود.

بررسی رابطه بین ظرفیت جذب دانش و کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک نشان داد که رابطه معناداری بین این دو سازه وجود دارد. بنابراین، فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌گردد. اندازه اثر به دست آمده برای این رابطه ۰/۷۸۸ است که این مقدار نشان دهنده رابطه خیلی قوی این دو سازه است. نتایج این بخش از پژوهش با نتایج تحقیقات (Ai, 2022; Cohen, 2023; Norfarah et al., 2019).

نورفرح و دیگران (Norfarah et al., 2019) معتقدند که یک فرهنگ سازمانی حمایتی و کارکنان توانمند می‌توانند ظرفیت جذب و کیفیت روابط را افزایش دهند و منجر به بهبود شیوه‌های مدیریت دانش و مزیت رقابتی شوند. آی (۲۰۲۲) نیز ظرفیت جذب را عامل بهبود کیفیت ارتباط و عملکرد نوآوری در کسب‌وکارها معرفی می‌کند (Ai, 2022). آی (Ai, 2022) معتقد است که ظرفیت جذب نقش کلیدی در همکاری تحقیقاتی دانشگاه و صنعت ایفا می‌کند. براین اساس می‌توان گفت، کسب‌وکارهای کوچک با مدیریت مؤثر روابط خارجی می‌توانند از منابع دانش خارجی که برای توسعه قابلیت‌ها و ارتقای فرایندهای دانش ضروری است بهره‌برداری کنند. اگرچه تأثیرات مثبت ظرفیت جذب دانش و کیفیت روابط بر اشتراک‌گذاری دانش به خوبی مستند شده است، اما توجه به چالش‌هایی که صاحبان کسب‌وکارهای کوچک در اجرای این شیوه‌ها با آن مواجه هستند، مهم است. منابع و تخصص محدود می‌تواند مانع توسعه ظرفیت جذب و ایجاد روابط با کیفیت بالا شود، که نشان‌دهنده نیاز به پشتیبانی و آموزش هدفمند برای غلبه بر این موانع است.

بررسی کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار کوچک و اشتراک‌گذاری دانش نشان داد که رابطه معناداری بین این دو سازه وجود دارد. مقدار ضریب مسیر (۰/۴۳۵) و آماره t (۷/۲۴۱) حاصل از رابطه بین دو سازه بیان‌کننده تأیید کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار

کوچک و اشتراک‌گذاری دانش است. بنابراین، فرضیه سوم پژوهش تأیید می‌گردد. اندازه اثر به دست آمده (۰/۲۳۳) نشان دهنده رابطه قوی بین این دو سازه است. نتایج این بخش از پژوهش با نتایج تحقیق (Y. Cohen, 2023) هم‌راستا است. کهن (Y. Cohen, 2023) معتقد است که کسب‌وکارهایی که ظرفیت جذب دانش ناشی از همتایان خود را ندارند، به سختی می‌توانند از فرایند یادگیری رابطه‌ای خود، عملکرد مفیدی را استخراج کنند. در واقع، عدم ظرفیت جذب دانش موجب عدم عملکرد مؤثر خواهد شد.

نتیجه‌گیری

بررسی ضریب تعیین سازه‌های درون‌زا نشان داد که به ترتیب برای اشتراک‌گذاری دانش و کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار، ضرایب ۰/۷۸۶ و ۰/۷۳۶ به دست آمده است. بنابراین، متغیرهای وابسته می‌توانند ۷۴ درصد تغییرات متغیر مستقل ظرفیت جذب دانش را پیش‌بینی کند. همچنین از شاخص ارتباط پیش‌بین نیز برای سنجش قدرت پیش‌بینی مدل استفاده شد. مثبت بودن شاخص ارتباط پیش‌بین در مورد متغیرهای اشتراک‌گذاری دانش و کیفیت روابط صاحبان کسب‌وکار مؤید این مطلب است که مدل از توان پیش‌بینی مناسبی برخوردار است. نهایتاً ارزیابی برازش مدل به کمک شاخص‌های GOF و RMS و SRMR و NFI نشان داد که مدل از برازش مطلوبی برخوردار است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ظرفیت جذب دانش و کیفیت روابط میان صاحبان کسب‌وکارهای کوچک نقش تعیین‌کننده‌ای در ارتقای فرایند اشتراک‌گذاری دانش دارند. ظرفیت جذب دانش علاوه بر تأثیر مستقیم بر اشتراک‌گذاری دانش، از طریق تقویت کیفیت روابط نیز این فرایند را بهبود می‌بخشد. همچنین کیفیت روابط به‌عنوان عاملی میانجی، بستر اعتماد، تعامل و همکاری را میان فعالان کسب‌وکار فراهم می‌آورد و موجب افزایش تمایل آنان به تبادل دانش می‌شود. به طور کلی، این تحقیق نشان می‌دهد که توسعه ظرفیت جذب و ارتقای روابط میان صاحبان کسب‌وکارهای کوچک می‌تواند به شکل‌گیری فرهنگ دانش‌محور، افزایش نوآوری و تقویت مزیت رقابتی منجر شود و در نهایت سهم مهمی در پویایی و رشد اقتصادی ایفا کند.

پیشنهاد‌های کاربردی

- صاحبان کسب‌وکارهای کوچک اغلب با موانع فرهنگی و ساختاری مواجه هستند که مانع از اشتراک‌گذاری مؤثر دانش می‌شوند. براین اساس پیشنهاد می‌گردد تا با اجرای برنامه‌های حمایتی، مربی‌گری و سیاست‌های صنفی زمینه ایجاد روابط پایدار و باکیفیت میان صاحبان کسب‌وکار را فراهم گردد تا اشتراک‌گذاری دانش به‌عنوان یک ارزش سازمانی نهادینه شود.
- فقدان زیرساخت‌های فناورانه برای تسهیل اشتراک‌گذاری دانش موجب از بین رفتن دانش در نزد صاحبان کسب‌وکار می‌شود. به‌کارگیری پلتفرم‌های دیجیتال، سامانه‌های مدیریت دانش و ابزارهای ارتباطی برخط می‌تواند فرایند انتقال دانش صریح و ضمنی را ساده‌تر و کارآمدتر کند.
- فقدان شبکه‌های تعاملی و آموزشی برای صاحبان کسب‌وکارهای کوچک، از شکل‌گیری فرایند اشتراک‌گذاری دانش جلوگیری می‌کند. بنابراین، پیشنهاد می‌گردد با تشکیل انجمن‌ها، نشست‌های منظم و کارگاه‌های مشترک بستری برای تبادل تجربه و انتقال دانش فراهم شود و ظرفیت جذب دانش را در سطح فردی و سازمانی ارتقا یابد.

پیشنهاد‌های پژوهشی

- پژوهش‌های آتی می‌توانند اثر عواملی مانند اعتماد سازمانی، سرمایه اجتماعی، یا فرهنگ سازمانی را به‌عنوان میانجی یا تعدیل‌کننده در رابطه میان ظرفیت جذب دانش، کیفیت روابط و اشتراک‌گذاری دانش تحلیل کنند.
- پژوهش‌های آینده می‌توانند با رویکرد طولی به ارزیابی تأثیر ظرفیت جذب و کیفیت روابط بر عملکرد نوآوری و پایداری کسب‌وکارهای کوچک در گذر زمان بپردازند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

مشارکت نویسندگان

مشارکت نویسندگان در مقاله تقریباً به شکل زیر باشد:

نویسنده اول: تهیه و آماده‌سازی نمونه‌ها، انجام آزمایش و گردآوری داده‌ها، انجام محاسبات، تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها، تحلیل و تفسیر اطلاعات و نتایج، تهیه پیشنهاد مقاله.

نویسنده دوم: همفکری در طراحی پژوهش، نظارت بر مراحل انجام پژوهش، بررسی و کنترل نتایج، اصلاح، بازبینی و نهایی‌سازی مقاله.

نویسنده سوم: همفکری در طراحی پژوهش، نظارت بر مراحل انجام پژوهش، بررسی و کنترل نتایج، اصلاح، بازبینی و نهایی‌سازی مقاله.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

حامی مالی

مقاله حاضر بدون دریافت حمایت مالی از جانب دانشگاه پیام نور انجام شد.

سپاسگزاری

از تیم مدیریت مجله تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی و داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.

منابع

- بیرانوند، علی؛ صحرایان، کیمیا و قبادی آزاد، الهام. (۱۴۰۴). تأثیر انگیزه تمرکز نظارتی بر فرآیند اشتراک‌گذاری دانش و پنهان‌سازی دانش. *پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی*. ۱۵(۱)، ۲۰۷-۲۲۸. <https://doi.org/10.22067/infosci.2024.87424.1200>
- حبیبی، آرش، و جلال‌نیا، راحله. (۲۰۲۲). کتاب حداقل مربعات جزئی (جلد ۱). نارون.
- سعدآبادی، علی اصغر؛ باوفا صفت، فاطمه و فرتاش، کیارش (۱۴۰۰). بررسی تأثیر هم‌سوایی انگیزشی و اشتراک اطلاعات بر عملکرد عملیاتی زنجیره تأمین: نقش میانجی‌گری ظرفیت جذب (شرکت‌های کوچک و متوسط). *پژوهش در مدیریت تولید و عملیات*، ۳(۱۲)، ۱۱۹-۱۳۴. <https://doi.org/10.22108/jpom.2021.128161.1363>
- محمودیان راوی‌نژاد، حسین و خادمی، علی اکبر (۱۴۰۲). بررسی اثر سرمایه کارآفرینی بر کمک به اشتراک‌گذاری دانش و مجموعه اشتراک دانش و تأثیر آن بر ظرفیت جذب و نوآوری. *پژوهش‌های علوم مدیریت*، ۵(۳)، ۲۰-۳۲. <https://jomsr.ir/showpaper/3019160>

References

- Ai, Z. (2022). Relationship quality, absorptive capacity and innovation performance of industry university research cooperative enterprises. *Journal of Computational Methods in Sciences and Engineering*, 22(2), 447–456. <https://doi.org/10.3233/JCM-215749>
- Al-Husseini, S. (2024). Examining the impact of top management support on employee creativity through the mediating role of knowledge management and absorptive capacity. *International Journal of Innovation Science*, 16(4), 658–682. <https://doi.org/10.1108/IJIS-01-2023-0017>
- Biranvand, A., Sahraian, K., & Ghobadi, E. (2025). The effect of the motivation of regulatory focus on the process of knowledge sharing and knowledge hiding. *Library and Information Science Research*, 14(1), 207–228. <https://doi.org/10.22067/infosci.2024.87424.1200> [In Persian]
- Blau, P. (2017). *Exchange and power in social life*. Routledge.
- Boamah, F. A., Zhang, J., Shehzad, M. U., & Ahmad, M. (2023). The mediating role of social dynamics in the influence of absorptive capacity and tacit knowledge sharing on project performance. *Business Process Management Journal*, 29(1), 240–261.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 128–152.
- Cohen, Y. (2023). *The role of absorptive capacity in outsourcing relationships: A knowledge management perspective* [PhD Thesis]. Queen Mary University of London.
- Habibi, A., & Jalalnia, R. (2022). *Book of Partial Least Squares* (Vol. 1). Naron [In Persian].
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.
- Hidayat, N. (2021). The effect of knowledge sharing and absorptive capacity on service innovation performance: A study of micro, small and medium enterprises in Tarakan City. *Jurnal METRIS*, 22(01), 1–9. <https://doi.org/10.25170/metris.v22i01.2667>
- Huie, C. P., Cassaberry, T., & Rivera, A. K. (2020). The impact of tacit knowledge sharing on job performance. *International Journal on Social and Education Sciences*, 2(1), 34–40.
- Iqbal, S., Ullah, S., Rizwan, A., Nazeer, N., Rasheed, M., & Siddiqi, A. F. I. (2025). The impact of organizational culture on knowledge sharing and absorptive capacity: A study of the microfinance institutions in Pakistan. *South Asian Journal of Business Studies*, 14(1), 72–89. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-01-2024-0038>
- Kartiraharjo, H., & Isfianadewi, D. (2022). Enhancing competitive advantage through knowledge sharing, absorptive capacity, and innovation capability. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 10(8), 83–93. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i8.1532>
- Khan, A., & Tao, M. (2022a). Knowledge absorption capacity's efficacy to enhance innovation performance through big data analytics and digital platform capability. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(3), 100201. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100201>
- Khan, A., & Tao, M. (2022b). Knowledge absorption capacity's efficacy to enhance innovation performance through big data analytics and digital platform capability. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(3), 100201. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100201>
- Khraishi, A., Paulraj, A., Huq, F., & Seepana, C. (2022). Knowledge management in offshoring innovation by SMEs: Role of internal knowledge creation capability, absorptive capacity and formal knowledge-sharing routines. *Supply Chain Management: An International Journal*, 28(2), 405–422. <https://doi.org/10.1108/SCM-05-2021-0256>
- Khraishi, A., Paulraj, A., Huq, F., & Seepana, C. (2023). Knowledge management in offshoring innovation by SMEs: Role of internal knowledge creation capability, absorptive capacity and

- formal knowledge-sharing routines. *Supply Chain Management: An International Journal*, 28(2), 405–422.
- Kuckertz, A., & Mandl, C. (2016). *Capturing the complexity and ambiguity of academic fields: Determining consensual definitions for small business research, entrepreneurship and their shared interface*. Springer.
- Makhloufi, L., Laghouag, A. A., & Ali Sahli, A. (2024). Mediating effect of absorptive capacity on the relationship between knowledge sharing and entrepreneurial orientation and the moderating role of opportunity recognition. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 26(2), 415–439. <https://doi.org/10.1108/JRME-07-2023-0123>
- Mahmoudian Ravinejad, H., & Khademi, A. A. (2023). Investigating the effect of entrepreneurial capital on knowledge sharing assistance and knowledge sharing complex and its impact on absorptive capacity and innovation. *Journal of Management Science Research*, 5(3), 20-32. <https://jomsr.ir/showpaper/3019160> [In Persian]
- Memili, E., Fang, H., Chrisman, J. J., & De Massis, A. (2015). The impact of small-and medium-sized family firms on economic growth. *Small Business Economics*, 45, 771–785.
- Norfarah, N., Muhammad-Qutham-‘Akif, M.S., & Siti-Nabiha, A. K. (2019). Knowledge accumulation absorption mediation on relationship between e-business adoption to business performance. In C. Tze Haw, C. Richardson, & F. Johara (Eds.), *Business Sustainability and Innovation, vol 65. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences* (pp. 400-409). Future Academy. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.08.40>
- Nugraha, O. R., & Hartono, A. (2022). Peran knowledge sharing dan absorptive capacity dalam Meningkatkan Kinerja Inovasi UKM. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1844>
- Sadabadi, A.A., Bavafa sefat, F., & Fartash, K. (2021). The effects of information sharing and incentive alignment on the operational performance of supply chain: the mediation role of technology absorption capacity the case of small and medium enterprises. *Research in Production and Operations Management*, 12(3), 119-134. <https://doi.org/10.22108/jpom.2021.128161.1363> [In Persian]
- Sancho-Zamora, R., Gutiérrez-Broncano, S., Hernández-Perlines, F., & Peña-García, I. (2021). A multidimensional study of absorptive capacity and innovation capacity and their impact on business performance. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.751997>
- Stawasz, E. (2021). Business knowledge absorptive capacity in micro and small innovative enterprises. *Optimum Economic Studies*, 2(104), 3–14. <https://doi.org/10.15290/oes.2021.02.104.01>
- Stewart, B. (2021). *Using knowledge management practices in small business organizations* [PhD Thesis]. Walden University.
- U.S. Small Business Administration. (2024). *What is a small business? Definition, characteristics, and challenges*. investopedia. <https://www.investopedia.com/small-business-8611031>
- Xuan, V. N. (2020). Factors affecting knowledge sharing in enterprises: Evidence from small and medium enterprises in Vietnam. *Management Science Letters*, 10(2), 469-478. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.023>
- Zhang, J., Qi, S., & Lyu, B. (2021). A receiver perspective on knowledge sharing impact on consumer–brand relationship in virtual communities. *Frontiers in Psychology*, 12, 685959. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.685959>