



Designing a Model for Identifying Entrepreneurial Opportunities based on Organizational Intelligence and Knowledge Creation with a Mediating Role of Knowledge Sharing

Ali Abdi^{1*}, Nematollah Azizi², Mohsen Rahimifar³, Niloofar Rostami⁴

¹Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran.

²Professor, Department of Educational Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran,

³Master's Graduate, Department of Educational Sciences, Payame Noor University, Iran, Secretary of Education of Ilam, Ilam, Iran.

⁴MA in Curriculum Planning from Payame Noor University, Kermanshah, Iran.

ARTICLE INFO

Article Type:

Original Research

Received: 02.07.2022

Revised: 11.18.2022

Accepted: 02.19.2023

Keyword:

Opportunity Recognition
Entrepreneurship
Organizational Intelligence
Knowledge Creation
Knowledge Sharing

*Corresponding Author:

Ali Abdi

Email: ali.abdi@pnu.ac.ir

ABSTRACT

The purpose of this study was to design a model for identifying entrepreneurial opportunities based on organizational intelligence and knowledge creation with a mediating role of knowledge sharing. The present research method was correlational and part of applied research with a quantitative approach. The statistical population of the study included all the education workers of Ilam city, 200 of whom were selected based on Morgan's Table by simple random sampling. The tools used in the research were Albrecht's Organizational Intelligence Questionnaire (2003), Sankoska's Knowledge Creation Questionnaire (2013), Kim and Lee's Knowledge Sharing Questionnaire (2013), and Pohaka's Entrepreneurial Opportunities Questionnaire (2011). In order to analyze the data, PLS smart software was used. The results indicated that there was a positive and significant correlation between organizational intelligence and knowledge creation with knowledge entrepreneurial opportunities. In addition, there was a positive and significant correlation between organizational intelligence and knowledge creation with knowledge sharing. The results obtained from the indirect effects of organizational intelligence and knowledge creation with the mediating role of knowledge sharing was based on the recognition of entrepreneurial opportunities. In general, it was concluded that the conceptual model of the research fits with the experimental model and the path coefficient between the variables was significant. According to the results, it is recommended that the managers of the organization pay particular attention to supporting knowledge-based activities and organizational intelligence.



EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Recognizing entrepreneurial opportunities as one of the most important abilities of successful entrepreneurs is considered one of the basic elements of entrepreneurial behavior and is also one of the core concepts of the definition of entrepreneurship called the heart of entrepreneurship. According to the definition that researchers consider opportunity to lie at the heart of the entrepreneurial process, an entrepreneur is an individual who is able to identify, evaluate and exploit opportunities. Entrepreneurial opportunities are generally understood as "*situations in which new goods, services, raw materials, and organizing methods can be introduced and sold at greater than their cost of production*". The common point that can be seen in most studies related to opportunity recognition is the emphasis on the key role of knowledge, creativity and intelligence in recognizing opportunities by people. An entrepreneur must be able to somehow acquire knowledge and information related to specific industries, market, available technologies, and government policies, interpret them based on his ability and intelligence, and use them creatively to create and grow a business. Therefore, the purpose of the current research was to answer the following question: Is the conceptual model of entrepreneurial opportunities based on organizational intelligence and knowledge creation with the mediating role of knowledge sharing compatible with the experimental model?

Methodology

The present research method was correlational and part of applied research with a quantitative approach. The statistical population of the study included all the education workers of Ilam city, 200 of whom were selected based on Morgan's Table by simple random sampling. The tools used in the research were Albrecht's Organizational Intelligence Questionnaire (2003), Skanska's Knowledge Creation Questionnaire (2013), Kim and Lee's Knowledge Sharing Questionnaire (2013), and Pohaka's Entrepreneurial Opportunities Questionnaire (2011). Data analyses were undertaken at two levels of descriptive (frequency, percentage, mean and standard deviation) and inferential statistics (correlation test and structural equation modeling with partial least squares (PLS) approach) through statistical software such as SPSS version 26 and Smart PLS.

Results and discussion

The descriptive indicators of the main variables of the research dimensions, the mean and standard deviation of the organizational intelligence variable were equal to 161.65 and 38.16, and the mean and standard deviation of entrepreneurial opportunities were equal to 41.38 and 11.29, respectively. The variable standard of knowledge sharing were 33.08 and 5.99, while the mean and standard deviation of knowledge creation were 26.95 and 6.32, respectively. The results indicated that there was a positive and significant correlation between organizational intelligence and knowledge creation with knowledge entrepreneurial opportunities. There also was a positive and significant correlation between organizational intelligence and knowledge creation with knowledge sharing. The

results obtained from the indirect effects of organizational intelligence and knowledge creation with the mediating role of knowledge sharing was based on the recognition of entrepreneurial opportunities. In general, it was concluded that the conceptual model of the research fits with the experimental model and the path coefficient between the variables was significant.

Conclusion

In the context of the impact of organizational intelligence on the recognition of entrepreneurial opportunities, it can be stated that organizational intelligence is having and using skills and competencies that affect the success and sustainability of an organization. Since market conditions and competition change and diversify rapidly, the skills and competencies that affect the success and sustainability of organizations also have to change and diversify. It can be predicted that new skills and competencies required for the success and sustainability of an organization can be acquired more rapidly and comprehensively in organizations where the recognition of entrepreneurial opportunities of their employees are high. In explaining the results of the effect of knowledge creation and knowledge sharing on entrepreneurial opportunities, it can be stated that when new knowledge is created in the field of entrepreneurship, people will have greater opportunities. The process of creating knowledge depends on the conditions of knowledge management, which are created by opportunities, motivations and abilities to exchange knowledge. This requires organizations to align their processes to realize the entrepreneurial orientation in organizations with the operational context. Creating and managing the flow of knowledge creation causes the emergence of new and potential ideas in the organization. As a result, creating knowledge as a new opportunity in the organization can foster appropriate ideas by providing entrepreneurial needs and help the organization in its evolution and development. Knowledge sharing is also applied as one of the dimensions of knowledge management in the organization to increase innovation and help organizations achieve a competitive advantage. Furthermore, it helps many employees to gain knowledge to improve efficiency and innovation at work and helps organizations for sustainable development. Based on the findings of the present research, it managers are recommended to place greater emphasis on organizational intelligence because organizational intelligence is the organization's capacity to use mental power to create knowledge, which creates an opportunity to deal with new ideas and entrepreneurial opportunities. Managers should value the knowledge, learning and professional growth of employees in the organization and also make it possible to apply current knowledge in the organization. Senior managers of the organization should provide financial support for knowledge-based activities, organization officials should welcome the participation of employees in knowledge sharing activities, and managers should fully satisfy the needs of knowledge-seeking employees.

تدوین مدل تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه بر اساس هوش سازمانی و خلق دانش با نقش واسطه‌ای تسهیم دانش

علی عبدی^{۱*}، نعمت‌الله عزیزی^۲، محسن رحیمی‌فر^۳، نیلوفر رستمی^۴

- ۱- استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
- ۲- استاد، گروه علوم تربیتی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.
- ۳- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، گروه علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، ایران، دبیر آموزش و پرورش ایلام، ایلام، ایران.
- ۴- کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی درسی، دانشگاه پیام نور، دبیر آموزش و پرورش، کرمانشاه، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

هدف این پژوهش، تدوین مدل تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه بر اساس هوش سازمانی و خلق دانش با نقش واسطه‌ای تسهیم دانش بود. روش پژوهش حاضر از نوع همبستگی و از پژوهش‌های کاربردی با رویکرد کمی است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان آموزش و پرورش شهرستان ایلام بود که تعداد ۲۰۰ نفر بر اساس جدول مورگان به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزارهای مورد استفاده پژوهش، پرسش‌نامه هوش سازمانی آلبرخت (۲۰۰۳)، پرسش‌نامه خلق دانش سانکوسکا (۲۰۱۳)، پرسش‌نامه تسهیم دانش کیم و لی (۲۰۱۳) و پرسش‌نامه فرصت‌های کارآفرینانه پوهاکا (۲۰۱۱) بود. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار PLS smart استفاده گردید. نتایج حاکی از آن بود که بین هوش سازمانی و خلق دانش با فرصت‌های کارآفرینانه دانش، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. بین هوش سازمانی و خلق دانش با تسهیم دانش، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج حاصل از تأثیرات غیرمستقیم هوش سازمانی و خلق دانش با نقش واسطه‌ای تسهیم دانش بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه بود. در کل اثبات شد که مدل مفهومی پژوهش با مدل تجربی برازش دارد و ضریب مسیر بین متغیرها معنادار بود. با توجه به نتایج، پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان به حمایت از فعالیت‌های دانش‌محور و هوش سازمانی، توجه ویژه داشته باشند.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۱/۱۸

بازنگری مقاله: ۱۴۰۱/۰۸/۲۷

پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۱۱/۳۰

کلید واژگان:

تشخیص فرصت
کارآفرینی
هوش سازمانی
خلق دانش
تسهیم دانش

*نویسنده مسئول: علی عبدی

پست الکترونیکی:

ali.abdi@pnu.ac.ir

مقدمه

دانشمندان، مدیریت و رفتار سازمانی، موفقیت سازمان‌های امروزی را تا حد زیادی متکی بر خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می‌دانند (پورحسن هریس و شیخعلی‌زاده، ۲۰۱۵). کارآفرینی نقش مهمی در رشد و شکوفایی اقتصادی، فرایند بازسازی اقتصاد و ایجاد اشتغال، نوآوری و توسعه فناوری دارد (حسینی و همکاران، ۲۰۲۱) و در نتیجه بسیاری از دولت‌ها به دنبال ارتقای کارآفرینی هستند (کاظمی و همکاران، ۲۰۱۷). به‌منظور تحقق این موضوع، باید فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان‌ها ترویج داده شود تا روحیه کارآفرینی در کارکنان شکل گیرد و در نهایت محیطی کارآفرینانه در سازمان ایجاد شود (پورحسن هریس و شیخعلی‌زاده، ۲۰۱۵). این امر مستلزم شناخت، تبیین و تشریح مفهوم فرصت‌های کارآفرینانه^۱ است. تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین توانایی‌های کارآفرینان موفق، جزء عناصر اساسی رفتار کارآفرینانه و همچنین یکی از مفاهیم محوری تعریف کارآفرینی است و از آن به‌عنوان قلب کارآفرینی نام برده می‌شود (عبدی‌جمیران و همکاران، ۲۰۱۷). در این زمینه (شان، ۲۰۰۳)^۲ معتقد است باید به مطالعه «سرچشمه‌ها، ماهیت و تکامل فرصت‌های کارآفرینی»، به‌منزله رکن اساسی تعریف حوزه علمی کارآفرینی توجه شود. (تیمونز و اسپینلی، ۲۰۰۸)^۳ نیز معتقدند کارآفرینی، شیوه تفکر و عمل مبتنی بر فرصت است و سبب خلق، ارتقا و بازآفرینی ارزش برای مالکان و ذی‌نفعان می‌شود و تشخیص فرصت، قلب و مهم‌ترین مسئله فرایند، کارآفرینی است. طبق تعریف دیده‌بان جهانی کارآفرینی، کارآفرینی فرصت‌گرا به کسب‌وکارهایی اشاره دارد که براساس تشخیص فرصت‌ها و بهره‌برداری از آنها ایجاد شده‌اند (زالی، ۲۰۱۴). به‌طور کلی فرصت کارآفرینی به هر موقعیتی اطلاق می‌شود که در آن موقعیت بتوان محصولات، خدمات، مواد خام، بازار و شیوه‌های سازماندهی جدیدی را ارائه کرد (شان و ونکاتارامن، ۲۰۰۰)^۴.

همچنین تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه مواردی همچون پویا شدن رقابتی که در رابطه با جمع‌آوری و تجزیه‌وتحلیل اطلاعات، جستجوی پیشگام فرصت از ارزش‌های آینده که در رابطه با تصویری خلاصه از آینده و ایجاد راهکار نوآورانه خلق فرصت که در ارتباط با فعالیت‌های مختلف اقتصادی است را شامل می‌شود (پوهاکا، ۲۰۱۰)^۵. کارآفرین با شناسایی این فرصت‌ها می‌تواند به تولید محصولی که ارزش بیشتری در بازار دارد، بپردازد و از این طریق به سود قابل توجهی در بازار دست پیدا کند (لوین، ۲۰۱۵)^۶.

در زمینه تشخیص فرصت کارآفرینانه به‌طور کلی می‌توان دو دیدگاه را مطرح کرد: دیدگاه اول کشف فرصت^۷ است که به شناسایی فرصت‌ها در محیط می‌پردازد و دیدگاه دوم خلق فرصت^۸ است که معتقد به ایجاد و تغییر یک پدیده است (میرواحدی و همکاران، ۲۰۱۷). از جمله طرفداران رویکرد خلق فرصت شومپیتر^۹ و رویکرد کشف فرصت کرزنر^{۱۰} را می‌توان نام برد. طبق گفته کرزنر، کشف فرصت، ماهیتی عینی است و منشأ آن، محیط بیرون و خارج از فرد کارآفرین یا شرکت است که فعالیت‌های کارآفرینانه را انجام می‌دهد اما شومپیتر، ماهیتی ذهنی برای فرصت قائل است که منشأ آن ذهن افراد کارآفرین است (دجونگ و مارسیلی، ۲۰۱۵)^{۱۱}. بنابراین، فرایند شناسایی فرصت، یک رفتار جستجوی فعال

¹ Entrepreneurial opportunities

² Shane

³ Timmons & Spinelli

⁴ Shane & Venkataraman

⁵ Puhakka

⁶ Lewin

⁷ Opportunity recognition

⁸ Opportunity creation

⁹ Schumpeter

¹⁰ Kirzner

¹¹ De Jong & Marsili

و هوشیارانه (کوکرتز و همکاران، ۲۰۱۷)^۱ برای محصولات یا خدمات نوآورانه است که به عدم تعادل بازار بین عرضه و تقاضا پاسخ می‌دهد. نکته مشترکی که در بیشتر مطالعات مربوط به تشخیص فرصت به چشم می‌خورد، تأکید بر نقش کلیدی دانش، خلاقیت و هوش در شناسایی فرصت توسط افراد است. فرد کارآفرین باید بتواند به طریقی دانش و اطلاعات مربوط به صنایع خاص، تکنولوژی‌های در دسترس، بازار و سیاست‌های دولت را به دست آورد، بر اساس توانایی و هوش خود تفسیر کند و با خلاقیت در جهت ایجاد و رشد کسب‌وکار از آن‌ها استفاده کند.

با این توصیف، یکی از عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، هوش سازمانی^۲ است. هوش سازمانی به مجموعه‌ای از سیستم‌ها و رویه‌هایی اشاره دارد که داده‌های خام را برای تصمیم‌گیری بهتر و دادن اطلاعات مفید در اختیار مدیران قرار می‌دهد (ویکسوم و واتسون، ۲۰۱۰)^۳. همچنین هوش سازمانی، ترکیبی از توانایی‌های سازمانی است که رفتارهای هوشمندانه را ارائه می‌دهد (وریارد، ۲۰۰۰)^۴. می‌توان گفت که هوش سازمانی، ظرفیت سازمان برای به کارگیری قدرت ذهنی و تمرکز بر قدرت ذهنی برای خلق دانش است که فرصتی را برای پرداختن به ایده‌های جدید و فرصت‌های کارآفرینی ایجاد می‌کند. نتایج پژوهش‌ها نیز در این زمینه حاکی از رابطه معنادار بین مؤلفه‌های هوش سازمانی با مؤلفه‌های کارآفرینی است (علیپور شیرسوار و مرزبان مقدم، ۲۰۱۳)^۵.

از طرفی دیگر شاکله اصلی کارآفرینی، بر خورداری از دانش در حوزه‌های مربوط است و در این میان، مدیریت دانش با خلق، شناسایی، انتخاب، سازماندهی، نگهداری و تسهیم و کاربرد دانش، موجبات پیدایش ایده و افکار جدید را فراهم خواهد کرد (توربان و همکاران، ۲۰۰۱)^۶. تأثیر خلق دانش به‌عنوان یکی از حوزه‌های مدیریت دانش بر فرصت‌های کارآفرینانه به اندازه‌ای قابل اهمیت است که می‌توان به آن به‌عنوان زمینه اصلی بروز فرصت‌ها نگریست. بنابراین فرصت-های کارآفرینی در سازمان، با توانایی خلق دانش، ارتباط دارند (لوبین و کراس، ۲۰۰۴)^۷. خلق دانش، ابتکار و فعالیت خاصی است که توسط فرد برای تولید دانش جدید ایجاد می‌شود (میشل و بویل، ۲۰۱۰)^۸. فرایند خلق دانش به شرایط مدیریت دانش بستگی دارد که توسط فرصت‌ها، انگیزه‌ها و توانایی‌ها برای تبادل دانش تعریف شده است (راگانس و مک اویلی، ۲۰۰۳)^۹ و سازمان‌ها را ملزم می‌کند فرایندها را به‌منظور تحقق بخشیدن به گرایش کارآفرینی با زمینه عملیاتی همسو کنند (گوپتا و باترا، ۲۰۱۶)^{۱۰}. (اردلان و همکاران، ۲۰۲۰)، اثرگذاری معناداری را برای متغیر مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی نشان دادند.

تسهیم دانش نیز به‌عنوان یکی از ابعاد مدیریت دانش و عنصری حیاتی در کارآفرینی (سینگ و همکاران، ۲۰۲۱)^{۱۱} که موجب توسعه فرصت‌های کارآفرینی در بازار می‌شود و از این طریق کارآفرینی سازمانی را افزایش می‌دهد (دل گودینس و استروب، ۲۰۱۱)^{۱۲}. همچنین شیوه‌های تسهیم دانش در ایده‌پردازی اقدامات کارآفرینانه سازمانی و پاسخگویی به فرصت‌های در حال توسعه کسب و کار در بازار ضروری است (لوندوال و نیلسن، ۲۰۰۷)^{۱۳} و منجر به واکنش سریع،

¹ Kuckertz

² Organizational Intelligence

³ Wixom & Watson

⁴ Veryard

⁵ Turban

⁶ Levin & Cross

⁷ Mitchell & Boyle

⁸ Reagans & McEvily

⁹ Gupta & Batra

¹⁰ Singh

¹¹ Del Giudice & Straub

¹² Lundvall & Nielsen

به نیاز مشتری با حداقل هزینه می‌شود (شر و لی، ۲۰۰۴)^۱. (جاکوبسون، ۲۰۰۶)^۲، تسهیم دانش را تبادل دانش بین افراد، یعنی افرادی که دانش را انتقال می‌دهند و افرادی که آن را کسب می‌کنند، می‌داند و اظهار می‌کند که تسهیم دانش بر سرمایه انسانی و تعامل بین افراد تمرکز دارد.

(دی کلرک و همکاران، ۲۰۱۳)^۳ و (پیتینو و همکاران، ۲۰۱۸)^۴، تسهیم دانش را محرکی برای نگرش کارآفرینی می‌دانند. (رنزل، ۲۰۰۸)^۵ نشان داد که تسهیم دانش برای ایجاد مهارت و توانایی در یک تیم یا بین تیم‌ها برای سازمان‌ها مهم است و منجر به افزایش ارزش و حفظ مزیت رقابتی می‌شود. در نتیجه می‌توان گفت که تسهیم دانش، منجر به افزایش عملکرد فرصت‌های کارآفرینی می‌شود و به درک بهتر نیازهای سازمان کمک می‌کند (ماینلا و همکاران، ۲۰۱۴)^۶. در این زمینه (معینی‌کیا و همکاران، ۲۰۱۹)، در پژوهش خود نشان دادند بین متغیرهای فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی و تسهیم دانش، همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد.

از سویی، بین تسهیم دانش و خلق دانش، تعاملی متقابل وجود دارد. خلق دانش یکی از عوامل ضروری برای تسهیم دانش است زیرا دانش، زمانی انتشار خواهد یافت که ابتدا به‌وجود آمده باشد (علوی و لیدنر، ۲۰۰۱؛ دونات و سانچز دپابلو، ۲۰۱۵)^۷. همچنین (هالینگر و بریانت، ۲۰۱۳)^۸ به این نکته اشاره می‌کنند که هرچه سطح همکاری کارکنان در یک سازمان افزایش یابد، خلق دانش نیز آسان‌تر صورت می‌گیرد.

با توجه به مطالبی که پیش‌تر بیان گردید به‌نظر می‌رسد هوش سازمانی و خلق دانش زمانی می‌توانند دارای عملکرد بهتری در خلق فرصت‌های کارآفرینانه باشند که از طریق تسهیم دانش مورد حمایت قرار گیرند. هوش سازمانی برای بهبود کارآفرینی، مفید است (تسلیمی و همکاران، ۲۰۰۶) و موجب افزایش دانش، ایجاد آگاهی و ارتقای قابلیت‌های سازمانی می‌گردد. هوش سازمانی با تمرکز بر دانش و یادگیری اگر درست و مناسب به کار گرفته شود، می‌تواند ارزش‌های بی‌شماری را خلق کند و بر کارآفرینی سازمانی تأثیر بیشتری داشته باشند (طالبی نسب و فضل‌الهی، ۲۰۱۶). بنابراین عنصر اصلی موفقیت تأثیرگذاری هوش سازمانی بر فرصت‌های کارآفرینانه می‌تواند تسهیم دانش باشد.

خلق دانش نیز به‌تنهایی نمی‌تواند موجب ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه شود و باید در انتشار دانش کوشید که اطلاعات مهم و ضروری در راستای فرصت‌های کارآفرینانه به تمام سازمان منتشر شود. این امر به ضرورت نقش میانجی تسهیم دانش اشاره دارد. تسهیم دانش به‌عنوان یکی از متغیرهای میانجی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه، فرایندی است که در آن، افراد متقابلاً دانش خود را به‌صورت آشکار و نهان مبادله و به‌طور مشترک آن را خلق می‌کنند (کشاورزی و یکتایی، ۲۰۱۲).

با توجه به یافته‌های پیشین و وجود رابطه میان متغیرهای مورد مطالعه در این پژوهش، طرح فرضیه یا سؤالاتی در زمینه وجود چنین روابطی در این تحقیق، هوشمندانه به‌نظر می‌رسد که با هدف اعتباریابی بیشتر بررسی خواهد شد. بنابراین این پژوهش در صدد پاسخگویی به این سؤال است که: آیا مدل مفهومی فرصت‌های کارآفرینانه بر اساس هوش سازمانی و خلق دانش با نقش واسطه‌ای تسهیم دانش با مدل تجربی، برازش دارد؟

¹ Sher & Lee

² Jacobson

³ De Clercq

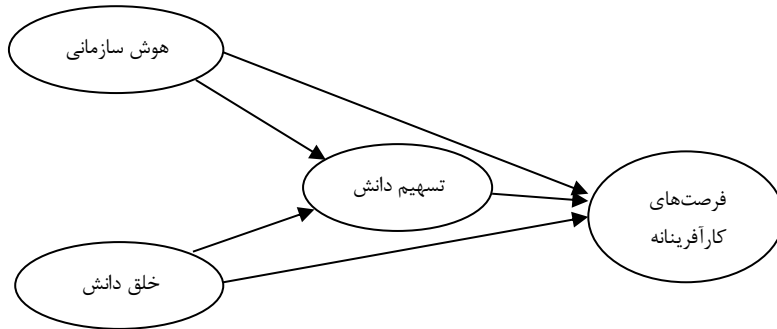
⁴ Pittino

⁵ Renzl

⁶ Mainela

⁷ Alavi & Leidner; Donate & Sánchez de Pablo

⁸ Hallinger & Bryant



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش.

روش‌شناسی

رویکرد پژوهش حاضر، کمی، از لحاظ هدف، از پژوهش‌های کاربردی و از نظر شیوه اجرا، توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان اداره آموزش و پرورش شهر ایلام در سال ۱۴۰۰ تشکیل دادند. در این پژوهش برای تعیین حجم نمونه، براساس حجم جامعه از طریق جدول مورگان، تعداد ۲۲۰ نفر از کارکنان اداره آموزش و پرورش شهرستان با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. پس از مشخص شدن نمونه آماری، با توجه به شرایط پاندومیک کرونا، پرسش‌نامه‌ها از طریق فضای مجازی در قالب برخط طراحی شد و پیوند آن در اختیار نمونه قرار گرفت و پس از پاسخ‌گویی، از ۲۲۰ پرسش‌نامه توزیع‌شده، تعداد ۲۰ پرسش‌نامه به دلیل ناقص بودن از پژوهش خارج و تعداد ۲۰۰ پرسش‌نامه به‌صورت کامل و بدون ایراد تجزیه و تحلیل شد. در این پژوهش به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های زیر استفاده شد:

- الف) پرسش‌نامه هوش سازمانی (آلبرخت، ۲۰۰۲)^۱: این پرسش‌نامه شامل ۴۹ گویه در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت و در هفت مؤلفه چشم‌انداز راهبردی، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، اتحاد و توافق، روحیه، کاربرد دانش و فشار عملکرد طراحی شده است. شیوه نمره‌گذاری هر آیتم، مستقیم و به‌صورت کاملاً موافقم = ۵ تا کاملاً مخالفم = ۱ می‌باشد. پایایی این پرسش‌نامه در مطالعه (بهشتی‌زاد و همکاران، ۲۰۱۶) با ضریب آلفای کرونباخ، ۰/۸۳ به‌دست آمده است.
- ب) پرسش‌نامه خلق دانش (نوناکا و تکیوچی، ۲۰۰۴)^۲: این پرسش‌نامه شامل ۲۶ سؤال و در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم، کاملاً مخالفم) می‌باشد که در مقیاس‌دهی به‌ترتیب نمرات ۱ الی ۵ به طیف مزبور تعلق گرفت. پایایی این پرسش‌نامه را (تقوایی‌یزدی و نیک‌روی، ۲۰۲۰)، ۰/۹۷۱ برآورد کرده‌اند.
- ج) پرسش‌نامه تسهیم دانش (کیم و لی، ۲۰۱۳)^۳: این پرسش‌نامه شامل ۹ سؤال در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) می‌باشد. در مقیاس‌دهی به پرسش‌نامه مذکور نمرات ۱ تا ۵ به طیف مزبور تعلق گرفت. ضریب پایایی پرسش‌نامه مذکور از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۵۲ اعلام شده است.

¹ Albrecht

² Nonaka & Takeuchi

³ Kim & Lee

د) پرسش‌نامه فرصت‌های کارآفرینانه (پوهاکا، ۲۰۱۰): این پرسش‌نامه شامل ۱۳ سؤال در سه بُعد پویش رقابتی فرصت‌ها، جستجوی پیشگام فرصت و راهکار نوآورانه خلق فرصت می‌باشد. (تقوایی‌یزدی و نیکروی، ۲۰۲۰) پایایی این پرسش‌نامه را ۰/۹۳۱ اعلام کرده‌اند. (پوهاکا، ۲۰۱۰)، روایی محتوایی پرسش‌نامه فرصت‌های کارآفرینانه را مناسب بیان کرده و پایایی پرسش‌نامه و مؤلفه‌های آن را به روش آلفای کرونباخ به شرح جدول ۱ به‌دست آورده است.

جدول ۱. مؤلفه‌های پرسش‌نامه فرصت‌های کارآفرینانه و ضرایب آلفای آن‌ها (پوهاکا، ۲۰۱۰).

| مؤلفه | شماره سؤالات | ضریب آلفای کرونباخ |
|--------------------------|--------------|--------------------|
| پویش رقابتی فرصت‌ها | ۵-۱ | ۰/۸۹ |
| پیشگام فرصت | ۹-۶ | ۰/۸۴ |
| راهکار نوآورانه خلق فرصت | ۱۳-۱۰ | ۰/۸۸ |
| فرصت‌های کارآفرینانه | ۱۳-۱ | ۰/۹۱ |

در این پژوهش نیز برای اندازه‌گیری پایایی پرسش‌نامه‌های پژوهش، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج آن در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲. نتایج آزمون آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی پرسش‌نامه‌های پژوهش.

| متغیر | زیرمقیاس | آلفای کرونباخ |
|----------------------|------------------------------|---------------|
| هوش سازمانی | چشم‌انداز راهبردی | ۰/۸۴۵ |
| | سرنوشت مشترک | ۰/۷۸۸ |
| | میل به تغییر | ۰/۷۹۶ |
| | روحیه | ۰/۸۰۷ |
| | توافق و اتحاد | ۰/۸۵۸ |
| | کاربرد دانش | ۰/۸۳۲ |
| | فشار عملکرد | ۰/۶۶۸ |
| | نمره کل هوش سازمانی | ۰/۹۱۱ |
| | پویش رقابتی فرصت‌ها | ۰/۸۱۱ |
| فرصت‌های کارآفرینانه | پیشگام فرصت | ۰/۷۶۲ |
| | راهکار نوآورانه خلق فرصت | ۰/۸۲۰ |
| | نمره کل فرصت‌های کارآفرینانه | ۰/۹۱۹ |
| تسهیم دانش | - | ۰/۷۷۳ |
| خلق دانش | - | ۰/۸۷۵ |

یافته‌ها

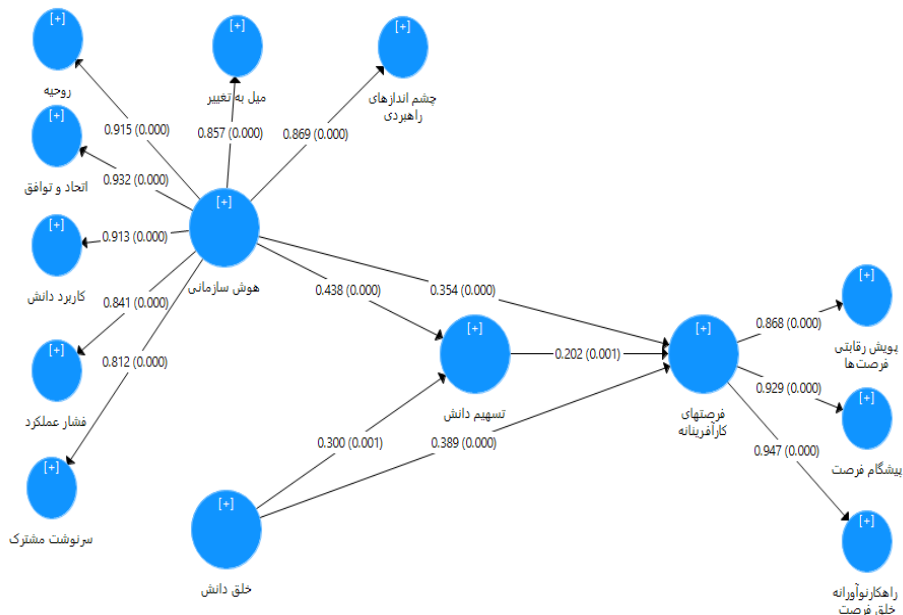
در این پژوهش، در زمینه جنسیت مردان ۱۴۴ نفر (۵۷٪ درصد) و زنان ۸۶ نفر (۴۳٪ درصد) بودند. در زمینه وضعیت تأهل، افراد مجرد ۸۳ نفر (۴۱٪ درصد) و افراد متأهل ۱۱۷ نفر (۵۸٪ درصد) بودند. در زمینه وضعیت سنی ۸۱ نفر (۴۰٪ درصد) کمتر از ۳۰ سال، ۵۲ نفر (۲۶٪ درصد) ۳۱ تا ۴۰ سال، ۴۸ نفر (۲۴٪ درصد) ۴۱ تا ۵۰ سال، ۱۹ نفر (۹٪ درصد) ۵۱ سال و بیشتر سن دارند. در زمینه سطح تحصیلات پاسخگویان، ۱۹ نفر (۹٪ درصد) دیپلم و کاردانی، ۹۶ نفر (۴۸٪ درصد) کارشناسی، ۶۱ نفر (۳۰٪ درصد) کارشناسی ارشد و ۲۴ نفر (۱۲٪ درصد) دکتری بودند. در زمینه سابقه خدمت پاسخگویان، ۵۹ نفر (۲۹٪ درصد) زیر ۵ سال، ۲۳ نفر (۱۱٪ درصد) ۶ تا ۱۰ سال، ۱۶ نفر (۸٪ درصد) ۱۱ تا ۱۵ سال، ۱۸ نفر (۹٪ درصد) ۱۶ تا ۲۰ سال، ۱۸ نفر (۹٪ درصد) ۲۱ تا ۲۵ سال و ۳۶ نفر (۱۸٪ درصد) بیشتر از ۲۵ سال داشتند. در قسمت شاخص‌های توصیفی ابعاد متغیرهای اصلی پژوهش نیز میانگین و انحراف استاندارد متغیر هوش سازمانی به ترتیب ۱۶۱/۶۵ و ۳۸/۱۶، میانگین و انحراف استاندارد فرصت‌های کارآفرینانه به ترتیب ۴۱/۳۸ و ۱۱/۲۹، میانگین و انحراف استاندارد متغیر تسهیم دانش به ترتیب برابر ۳۳/۰۸ و ۵/۹۹ بود و همچنین میانگین و انحراف استاندارد خلق دانش به ترتیب برابر ۲۶/۹۵ و ۶/۳۲ بوده است.

جدول ۳. ضرایب همبستگی بین متغیرهای اصلی پژوهش.

| تسهیم دانش | خلق دانش | هوش سازمانی |
|------------|----------|-------------|
| ۰/۶۱۹** | | |
| ۰/۶۲۸** | ۰/۸۵۸** | |
| ۰/۵۴۵** | ۰/۸۱۳** | ۰/۸۲۹** |

** معنی‌داری در سطح ۰/۰۱

در جدول ۳ ضرایب همبستگی بین چهار متغیر اصلی پژوهش نشان داده شده است. می‌توان مشاهده کرد که ضریب همبستگی پیرسون بین خلق دانش با تسهیم دانش، بین هوش سازمانی با تسهیم دانش و بین تسهیم دانش و فرصت‌های کارآفرینانه به ترتیب برابر ۰/۶۱۹، ۰/۶۲۸ و ۰/۵۴۵ که در سطح $P < ۰/۰۱$ معنی‌دار می‌باشند. با توجه به اینکه مقدار ضریب بین ۰/۳۵ تا ۰/۶۵ است؛ شدت آن‌ها در سطح متوسط می‌باشد. همچنین ضریب همبستگی بین هوش سازمانی با خلق دانش، بین خلق دانش با فرصت‌های کارآفرینانه و بین هوش سازمانی با فرصت‌های کارآفرینانه به ترتیب برابر ۰/۸۱۳، ۰/۸۵۸ و ۰/۸۲۹ که در سطح $P < ۰/۰۱$ معنی‌دار می‌باشند. با توجه به اینکه مقدار ضریب، بیشتر از ۰/۶۵ است؛ شدت آن‌ها در سطح خوب می‌باشد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بین چهار متغیر اصلی پژوهش، رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد.



شکل ۲. مدل ساختاری نهایی پژوهش بر اساس مدل مفهوم با مقادیر سطح معنی‌داری و ضرایب مسیر.

شکل ۲ نمودار مدل ساختاری نهایی بر اساس مدل مفهومی با مقادیر سطح معنی‌داری ضرایب مسیر را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود مقادیر ضرایب مسیر استاندارد برای همه متغیرها کمتر از ۰/۰۵ و در سطح مطلوبی قرار دارند. بنابراین مدل مفهومی فرصت‌های کارآفرینانه بر اساس هوش سازمانی و خلق دانش با نقش واسطه‌ای تسهیم دانش با مدل تجربی برازش مطلوب دارد.

جدول ۴. شاخص‌های هم‌خطی، تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم و اندازه اثر مدل درونی پژوهش.

| اندازه F ²) | اثر مستقیم | | | هم‌خطی (VIF) | | | مسیر | |
|----------------------------|---------------|-------|-------|-----------------|-------|-------|----------------------|--------------|
| | فاصله اطمینان | | | مقادیر | | | مقصد | مبدأ |
| | %۹۷/۵ | %۲/۵ | Sig | T | B | | | |
| ۰/۰۳۹ | ۰/۲۴۴ | ۰/۰۴۳ | ۰/۰۰۷ | ۰/۷۷۲ | ۰/۰۰۳ | ۱/۹۰۵ | فرصت‌های کارآفرینانه | تسهیم دانش |
| ۰/۰۷۹ | ۰/۵۴۳ | ۰/۱۷۴ | ۰/۰۰۱ | ۳/۸۵۵ | ۰/۰۰۴ | ۳/۰۷۹ | تسهیم دانش | خلق دانش |
| ۰/۱۹۶ | ۰/۵۵۸ | ۰/۳۹۰ | ۰/۰۰۱ | ۵/۹۶۷ | ۰/۰۰۳ | ۳/۳۲۴ | فرصت‌های کارآفرینانه | خلق فرصت |
| ۲/۶۴۳ | ۰/۸۹۲ | ۰/۷۹۲ | ۰/۰۰۱ | ۳۲/۸۵۶ | ۰/۰۰۱ | ۱/۰۰ | توافق و اتحاد | روحیه |
| ۴/۳۱۵ | ۰/۹۲۹ | ۰/۸۶۹ | ۰/۰۰۱ | ۵۹/۵۴۵ | ۰/۰۰۱ | ۱/۰۰ | چشم‌انداز راهبردی | هوش سازمانی |
| ۳/۵۹۲ | ۰/۹۱۸ | ۰/۸۵۰ | ۰/۰۰۱ | ۵۱/۳۴۶ | ۰/۰۰۱ | ۱/۰۰ | میل به تغییر | میل به تغییر |
| ۰/۰۴۹ | ۰/۵۴۰ | ۰/۱۷۶ | ۰/۰۰۱ | ۳۵/۸۷۹ | ۰/۰۰۷ | ۳/۰۷۹ | تسهیم دانش | تسهیم دانش |

| اندازه f ²) | اثر مستقیم | | | | هم خطی (VIF) | مسیر | مبدأ | مقصد |
|----------------------------|---------------|--------|--------|---------|-----------------|-------|-----------------------------|---------------------------|
| | فاصله اطمینان | | مقادیر | | | | | |
| | ٪۰/۹۷/۵ | ٪۰/۲/۵ | Sig | T | | | | |
| ۲/۷۲۷ | ۰/۸۹۳ | ۰/۸۰۵ | ۰/۰۰۱ | ۳۹/۴۴۳ | ۰/۰۰۲ | ۱/۰۰ | کاربرد دانش | |
| ۴/۳۴۵ | ۰/۹۳۹ | ۰/۸۹۵ | ۰/۰۰۱ | ۷۹/۶۳۷ | ۰/۰۰۱ | ۱/۰۰ | روحیه | |
| ۱/۳۰۶ | ۰/۸۱۶ | ۰/۶۷۷ | ۰/۰۰۱ | ۲۰/۴۴۲ | ۰/۰۰۱ | ۱/۰۰ | فشار عملکرد | |
| ۰/۱۷۴ | ۰/۵۰۶ | ۰/۱۵۸ | ۰/۰۰۱ | ۳/۹۳۶ | ۰/۰۱۳ | ۳/۳۳۲ | فرصت‌های کارآفرینانه | |
| ۲/۳۹۱ | ۰/۸۸۶ | ۰/۷۷۵ | ۰/۰۰۱ | ۲۸/۳۸۲ | -۰/۰۰۱ | ۱/۰۰ | سرنوشت مشترک | |
| ۰/۴۳۹ | ۰/۹۳۱ | ۰/۸۷۵ | ۰/۰۰۱ | ۶۷/۹۱۸ | ۰/۰۰۱ | ۱/۰۰ | راهکار نوآورانه خلق دانش | فرصت‌های کارآفرینانه |
| ۳/۹۶۵ | ۰/۹۲۱ | ۰/۸۴۶ | ۰/۰۰۱ | ۴۷/۲۸۵ | ۰/۰۰۱ | ۱/۰۰ | پویای رقابتی فرصت‌ها | |
| ۵/۷۷۹ | ۰/۹۶۷ | ۰/۹۴۲ | ۰/۰۰۱ | ۱۴۸/۴۷۷ | ۰/۰۰۱ | ۱/۰۰ | پیشگام فرصت | |
| اثر غیرمستقیم | | | | | | | | |
| - | ۰/۱۱۶ | ۰/۰۱۶ | ۰/۰۴۰ | ۲/۰۶۱ | ۰/۰۰۱ | - | هوش سازمانی - کسب دانش | - فرصت‌های کارآفرینانه |
| - | ۰/۱۰۴ | ۰/۰۱۹ | ۰/۰۲۱ | ۲/۳۱۳ | ۰/۰۰۱ | - | خلق دانش - کسب دانش | - فرصت‌های کارآفرینانه |

در بخش مدل درونی، ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش تحلیل شد. اولین معیار برای بررسی مدل درونی، بررسی هم خطی نبودن متغیرهاست که به این منظور از شاخص تحمل و عامل تورم واریانس (VIF) استفاده شد. سطح تحمل کمتر از ۰/۲ (VIF بالاتر از ۵)، نشان دهنده هم خطی بودن بین متغیرها می‌باشد که با توجه به جدول ۴ مشاهده می‌شود شرط هم خطی نبودن برای هر متغیر رعایت شده است.

دومین معیار ارزیابی مدل درونی، ضرایب مسیر می‌باشد که به منظور بررسی معنی داری آن‌ها از رویه خودگردان سازی استفاده شد که این ضرایب به همراه مقدار آماره T متناظر خود، سطح معنی داری و همچنین فاصله اطمینان برای اثرات مستقیم و غیرمستقیم در جدول ۴ آورده شده است.

سومین معیار ارزیابی مدل درونی، اندازه اثر (f²) می‌باشد که نشان دهنده تغییر در مقدار (R²) پس از حذف یک متغیر مکنون برون زای معین از مدل می‌باشد. (کوهن، ۲۰۱۳)^۱ مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به ترتیب اثرات کوچک، متوسط و بزرگ معرفی کرده است. بر اساس نتایج جدول ۴ مشاهده می‌شود که اثر خلق دانش بر تسهیم دانش (f²=۰/۰۷۹)، اثر هوش سازمانی بر تسهیم دانش (f²=۰/۰۴۹) و اثر تسهیم دانش بر فرصت‌های کارآفرینانه (f²=۰/۰۳۹) اندازه اثر کوچک و اثر هوش سازمانی بر فرصت‌های کارآفرینانه (f²=۰/۱۷۴)، اثر خلق دانش بر فرصت‌های کارآفرینانه (f²=۰/۱۹۶) اندازه اثر متوسط می‌باشد.

¹ Cohen

جدول ۵. شاخص‌های R2، Q2 و ماتریس اهمیت-عملکرد مدل درونی پژوهش.

| ماتریس اهمیت-عملکرد (IPMA) | | Q ² | R ² | متغیر |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|-------------|
| عملکرد | اثر کل (اهمیت) | | | |
| ۵۷/۸۶۵ | ۰/۱۴۵ | ۰/۲۹۹ | ۰/۴۷۰ | تسهیم دانش |
| ۵۸/۷۸۹ | ۰/۴۸۲ | - | - | خلق دانش |
| ۵۷/۵۴۶ | ۰/۳۹۷ | - | - | هوش سازمانی |

آخرین معیار ارزیابی درونی، معیاری است که به‌منظور بسط یافته‌های اساسی مدل‌سازی معادلات ساختاری و واریانس محور مورد استفاده قرار می‌گیرد که تحلیل ماتریس اهمیت-عملکرد (IPMA) می‌باشد. این ماتریس اثرات کل مدل درونی (اهمیت) و مقادیر متوسط متغیرهای مکنون (عملکرد) را مقابله می‌دهد تا حوزه‌ای پراهمیت برای بهبود را مشخص کند. مقیاس عملکرد از صفر تا ۱۰۰ می‌باشد و نمره بالاتر به معنی عملکرد بهتر و بیشتر است. همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود خلق دانش با اهمیت (۰/۴۸۲) بیشتر نسبت به تسهیم دانش (۰/۱۴۵) و هوش سازمانی (۰/۳۹۷)، عملکرد (۵۸/۸۶۵) بالاتری نسبت به آنها (۵۷/۸۶۵ و ۵۷/۵۴۶) دارد.

جدول ۶. آزمون فرضیه‌های فرعی پژوهش.

| نتیجه فرضیه | β | P | فرضیه |
|-------------|---------|-------|---|
| تأیید شد. | ۰/۰۱۳ | ۰/۰۰۱ | H1: هوش سازمانی بر فرصت‌های کارآفرینانه تأثیر مستقیم دارد. |
| تأیید شد. | ۰/۰۰۳ | ۰/۰۰۱ | H2: خلق دانش بر فرصت‌های کارآفرینانه تأثیر مستقیم دارد. |
| تأیید شد. | ۰/۰۰۷ | ۰/۰۰۱ | H3: هوش سازمانی بر تسهیم دانش تأثیر مستقیم دارد. |
| تأیید شد. | ۰/۰۰۴ | ۰/۰۰۱ | H4: خلق دانش بر تسهیم دانش تأثیر مستقیم دارد. |
| تأیید شد. | ۰/۰۰۳ | ۰/۰۰۷ | H5: تسهیم دانش بر فرصت‌های کارآفرینانه تأثیر مستقیم دارد. |
| تأیید شد. | ۰/۰۰۱ | ۰/۰۴۰ | H6: هوش سازمانی بر فرصت‌های کارآفرینانه با نقش میانجیگری تسهیم دانش تأثیر غیرمستقیم دارد. |
| تأیید شد. | ۰/۰۰۱ | ۰/۰۲۱ | H7: خلق دانش بر فرصت‌های کارآفرینانه با نقش میانجیگری تسهیم دانش تأثیر غیرمستقیم دارد. |

نتیجه‌گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر، برآزش مدل مفهومی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه بر اساس هوش سازمانی و خلق دانش با نقش واسطه‌ای تسهیم دانش بود. نتایج پژوهش نشان داد که همه ضرایب مسیر بین متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است. همچنین سایر معیارها و مدل‌های اندازه‌گیری، دلالت بر برآزش مدل مفهومی با مدل تجربی داشتند.

در تبیین نتیجه این فرضیه که هوش سازمانی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تأثیر دارد می‌توان گفت که هوش سازمانی با امکان ایجاد بینش استراتژیک، تغییرگرایی، کاربرد دانش و ایجاد روحیه و فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان این امکان را فراهم می‌کند تا نوآوری و ریسک و پیشگامی در سازمان به‌وجود بیاید و در نتیجه، سازمان بهتر

بتواند خودش را با تغییرات محیط هماهنگ کند. به بیان بهتر این کارکنان با ضریب هوشی بالا هستند که خلاقیت و نوآوری را در سازمان افزایش می‌دهند. در این زمینه، (بخشیان و همکاران، ۲۰۱۱) نشان دادند که هوش سازمانی، تأثیر مستقیم بر کارآفرینی دارد. همچنین (علیپور شیرسوار و مرزبان مقدم، ۲۰۱۳) گزارش دادند که بین مؤلفه‌های هوش سازمانی با مؤلفه‌های کارآفرینی، رابطه معنادار وجود دارد.

در تبیین نتایج حاصل از اثر خلق دانش و تسهیم دانش به عنوان ابعاد مدیریت دانش بر فرصت‌های کارآفرینانه می‌توان گفت زمانی که دانش جدیدی در حوزه کارآفرینی ایجاد شود، بالطبع فرصت‌های بیشتری نصیب افراد خواهد شد. از این‌رو، خلق دانش را می‌توان عنصر مهمی در پیشبرد اهداف کارآفرینی دانست. فرایند خلق دانش به شرایط مدیریت دانش بستگی دارد که توسط فرصت‌ها، انگیزه‌ها و توانایی‌ها برای تبادل دانش ایجاد می‌شود. از این‌رو می‌تواند سازمان‌ها را ملزم کند تا فرایندها را به‌منظور تحقق بخشیدن به گرایش کارآفرینی در سازمان‌ها با زمینه عملیاتی، همسو سازند. خلق ایده جدید، مستلزم داشتن نگرشی جدید و دریافت دانشی جدید است. بنابراین، ایجاد و مدیریت جریان خلق دانش، موجب ظهور ایده‌های جدید و بالقوه در سازمان می‌شود. در نتیجه، خلق دانش به‌عنوان یک فرصت جدید در سازمان می‌تواند با تأمین نیاز کارآفرینانه، ایده‌های مناسب را پرورش دهد و سازمان را در تکامل و توسعه یاری کند (لوین و کراس، ۲۰۰۴). تسهیم دانش نیز به‌عنوان یکی از ابعاد مدیریت دانش در سازمان برای افزایش نوآوری و کمک به سازمان‌ها برای دستیابی به مزیت رقابتی اعمال می‌شود (رودز و همکاران، ۲۰۰۸)^۱ و به بسیاری از کارمندان کمک می‌کند تا دانش را در راستای بهبود کارایی و نوآوری در کار به‌دست آورند و به سازمان‌ها برای توسعه پایدار کمک می‌کند. علاوه بر این، بسیاری از مطالعات نشان داده‌اند که تسهیم دانش، عاملی اساسی است که بر نوآوری در شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد و شرکت‌ها را به سمت افزایش مزیت رقابتی خود در دوران دانش سوق می‌دهد (اسکاربروف، ۲۰۰۳)^۲. ارتقای شاخص‌های توسعه آموزش و پرورش و موفقیت در اجرای شبکه‌های گروه‌های آموزشی، به توانایی تسهیم دانش در این بخش بستگی دارد (ون دن هوف و هویسمن، ۲۰۰۹)^۳ که از یک طرف این امر بر میزان خلاقیت، نوآوری، تعهد و توانایی کارکنان تأثیر خواهد گذاشت و از سوی دیگر باعث افزایش کیفیت و اثربخشی فعالیت‌های گروه‌های آموزشی خواهد شد (وانگ و وانگ، ۲۰۱۲)^۴.

در زمینه نتایج تأثیرات غیرمستقیم هوش سازمانی و خلق دانش با نقش واسطه‌ای تسهیم دانش می‌توان استدلال کرد که هوش سازمانی با تمرکز بر دانش و یادگیری اگر به‌طور درست و مناسب به کار گرفته شود می‌تواند ارزش‌های بی‌شماری را خلق کند و دانش را در سازمان به اشتراک بگذارد و بر کارآفرینی سازمانی تأثیر بیشتری داشته باشد. بنابراین عنصر اصلی موفقیت تأثیرگذاری هوش سازمانی بر فرصت‌های کارآفرینانه ممکن است تسهیم دانش باشد. افزایش هوش سازمانی موجب می‌شود که سازمان‌ها اطلاعات محیط اطراف خود را سریع‌تر و با دقت بیشتری تجزیه و تحلیل کنند و نتایج حاصل را به طریق سودمند، ذخیره و در مواقع مقتضی در دسترس تصمیم‌گیرندگان قرار دهند. این امر جریان تبادل اطلاعات و دانش را در بستر سازمان تسریع می‌کند و کارایی را افزایش می‌دهد و سبب آشکار شدن فرصت‌های ناشناخته به‌ویژه فرصت‌های کارآفرینانه در سازمان می‌گردد. با توجه به مؤلفه‌های اشاره‌شده، هوش سازمانی می‌تواند با تأثیر مستقیم بر کارآفرینی، زمینه‌های موردنیاز را برای تسهیم دانش فراهم کند تا از این طریق موجب افزایش فرصت‌های کارآفرینی در سازمان‌ها شود. خلق دانش نیز به تنهایی نمی‌تواند موجب ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه شود و باید در انتشار دانش کوشید که اطلاعات مهم و ضروری در راستای فرصت‌های کارآفرینانه به تمام سازمان منتشر شود. این امر به ضرورت نقش میانجی تسهیم دانش اشاره دارد.

¹ Rhodes

² Scarbrough

³ Van Den Hooff & Huysman

⁴ Wang & Wang

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش، پیشنهاد می‌شود که مدیران بر هوش سازمانی تأکید بیشتری داشته باشند زیرا هوش سازمانی، ظرفیت سازمان برای به‌کارگیری قدرت ذهنی برای خلق دانش است که فرصتی را برای پرداختن به ایده‌های جدید و فرصت‌های کارآفرینی ایجاد می‌کند. مدیران برای دانش، یادگیری و رشد حرفه‌ای کارکنان در سازمان ارزش قائل شوند و همچنین در سازمان امکان به‌کارگیری دانش روز را به‌وجود آورند. همچنین مدیران ارشد سازمان از فعالیت‌های دانش‌محور حمایت مالی کنند، مسئولان سازمان از مشارکت کارکنان در فعالیت‌های تسهیم و اشتراک دانش استقبال بیشتری کنند و همچنین مدیران نیازهای کارکنان جوایای دانش را به‌طور کامل تأمین کنند.

تشکر و قدردانی

این پژوهش برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشگاه پیام نور مرکز کرمانشاه (با کد رهگیری ۲۷۳۷۱۳۵ ثبت شده در سایت ایراندک) است. نویسندگان مقاله از همکاری و مساعدت دانشگاه پیام نور مرکز کرمانشاه و همه عزیزانی که در این پژوهش ما را یاری کردند، سپاسگزارند.

References

- Abdi Jamayran, A., Hoseini, E., & Ravaei, S. (2017). Investigation of opportunity diagnostic models as in the entrepreneurial process. *Journal of Shebak*, 3(2), 63-72. <https://www.sid.ir/paper/514956/en>
- Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota*, 25(1), 107-136. <https://doi.org/10.2307/3250961>
- Albrecht, K. (2002). *The power of minds at work: Organizational intelligence in action*. American Management Association Books. <https://www.amazon.com/-/es/Karl-Albrecht/dp/0814407374>
- Alipour ShirSavar, H., & Marzban Moghadam, E. (2013). A survey of Relationship between Organizational Intelligence and Entrepreneurship in Manufacturing Companies of Gilan Province. *Roshd -e- Fanavari*, 36(9), 1-10. <http://www.roshdefanavari.ir/en/Article/20045>
- Ardalan, M. R., Afzali, A., Majouni, H., & Abdolmaleki, J. (2020). The Role of knowledge management in Organizational Entrepreneurship Through organizational intelligence mediation. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 11(43), 235-260. https://jedu.marvdasht.iau.ir/article_4292.html
- Bakhshian, A., Hamidi, F., & Ezati, M. (2011). Relationship between organizational intelligence and entrepreneurship among university educational managers. *The Journal of Mathematics and Computer Science*, 3(4), 413-421. <https://doi.org/10.22436/jmcs.03.04.07>
- Beheshtizad, M., Kurdi, M., Beheshtizad, R., & Mohammadi, N. (2016). The effectiveness of organizational intelligence in social empowerment and the promotion of individual and collective intelligence based on presenting a pattern based on the Albrecht model. *Quarterly of Applied Psychology*, 10(3), 209-224. https://apsy.sbu.ac.ir/article_96597.html?lang=en
- Cohen, J. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2 ed.). Academic press. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203771587/statistical-power-analysis-behavioral-sciences-jacob-cohen>
- De Clercq, D., Dimov, D., & Thongpapanl, N. (2013). Organizational Social Capital, Formalization, and Internal Knowledge Sharing in Entrepreneurial Orientation Formation.

- Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 505-537. <https://doi.org/10.1111/eta.p.12021>
- De Jong, J. P. J., & Marsili, O. (2015). The distribution of Schumpeterian and Kirznerian opportunities. *Small Business Economics*, 44(1), 19-35. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9585-1>
- Del Giudice, M., & Straub, D. (2011). Editor's comments: IT and entrepreneurship: an on-again, off-again love affair or a marriage? *The Management Information Systems Research Center quarterly*, 35(4), iii-viii. <https://dl.acm.org/doi/10.5555/2208940.2208941>
- Donate, M. J., & Sánchez De Pablo, J. D. (2015). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation. *Journal of Business Research*, 68(2), 360-370. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.022>
- Gupta, V. K., & Batra, S. (2016). Entrepreneurial orientation and firm performance in Indian SMEs: Universal and contingency perspectives. *International Small Business Journal*, 34(5), 660-682. <https://doi.org/10.1177/0266242615577708>
- Hallinger, P., & Bryant, D. A. (2013). Accelerating knowledge production on educational leadership and management in East Asia: a strategic analysis. *School Leadership & Management*, 33(3), 202-223. <https://doi.org/10.1080/13632434.2013.773884>
- Hosseini, S. A., Badizadeh, A., Hosseini, S. R., & Ghahremani, A. A. (2021). Identifying and Explaining the Dimensions of the Entrepreneurial University Affecting Students' Entrepreneurial Behaviour - A Case Study of Alborz Comprehensive University of Applied Sciences. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 17(5), 129-150. <https://doi.org/10.48301/kssa.2021.128455>
- Jacobson, C. M. (2006). Knowledge sharing between individuals. In D. Schwartz (Ed.), *Encyclopedia of Knowledge Management*. Idea Group Inc. <http://dx.doi.org/10.4018/9781591405733.ch066>
- Kazemi, M., Pour Saeed, M. M., & Tavasoli, A. (2017). Designing a model for identifying entrepreneurial opportunities in port areas. *Journal of Shebak*, 3(2), 117-123. <https://www.sid.ir/paper/523503/en>
- Keshavarzi, A. H., & Yektaei, M. R. (2012). Removing barriers to knowledge sharing in the organization based on Islamic teachings. *Journal of management in the Islamic university*, 1(2), 123-142. http://miu.nahad.ir/article_61.html
- Kim, T. T., & Lee, G. (2013). Hospitality employee knowledge-sharing behaviors in the relationship between goal orientations and service innovative behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 324-337. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.04.009>
- Kuckertz, A., Kollmann, T., Krell, P., & Stöckmann, C. (2017). Understanding, differentiating, and measuring opportunity recognition and opportunity exploitation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(1), 78-97. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2015-0290>
- Levin, D. Z., & Cross, R. (2004). The Strength of Weak Ties You Can Trust: The Mediating Role of Trust in Effective Knowledge Transfer. *Management Science*, 50(11), 1477-1490. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1030.0136>
- Lewin, P. (2015). Entrepreneurial opportunity as the potential to create value. *The Review of Austrian Economics*, 28(1), 1-15. <https://doi.org/10.1007/s11138-013-0245-5>
- Lundvall, B. A., & Nielsen, P. (2007). Knowledge management and innovation performance. *International Journal of Manpower*, 28(3/4), 207-223. <https://doi.org/10.1108/0143-7720710755218>

- Mainela, T., Puhakka, V., & Servais, P. (2014). The Concept of International Opportunity in International Entrepreneurship: A Review and a Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 16(1), 105-129. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12011>
- Mir Vahedi, S. S., Toghraei, M. T., & Sanjarian, Z. (2017). Investigating the effective factors on identifying entrepreneurial opportunities. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 4(1), 53-74. <https://doi.org/10.22069/jead.2017.11906.1214>
- Mitchell, R., & Boyle, B. (2010). Knowledge creation measurement methods. *Journal of Knowledge Management*, 14(1), 67-82. <https://doi.org/10.1108/13673271011015570>
- Moayenikiya, M., Gharibzadeh, R., Aghaei, A., & Porghasem, A. (2019). The Relationship between Organizational Culture and Organizational Entrepreneurship Considering the Mediating Role of Knowledge Sharing Among Elementary Teachers. *The Journal of Modern Thoughts in Education*, 14(2), 49-60. https://jmte.roudehen.iau.ir/article_1529.html?lang=en
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2004). The Essence of Innovation (with A. Katsumi). Tokyo: Nikkei BP.
- Pittino, D., Barroso Martínez, A., Chirico, F., & Sanguino Galván, R. (2018). Psychological ownership, knowledge sharing and entrepreneurial orientation in family firms: The moderating role of governance heterogeneity. *Journal of Business Research*, 84, 312-326. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.08.014>
- PourHassan Heris, S., & Sheikhalizadeh, M. (2015). The Influence of Leadership Styles on Organizational Entrepreneurship in Tehran Physical Education Administration. *Sport Management Studies*, 7(28), 219-231. https://smrj.ssrc.ac.ir/article_405.html
- Puhakka, V. (2010). Versatile and flexible use of intellectual capital in entrepreneurial opportunity discovery. *Journal of Management Research*, 2(1), 1-26. <https://doi.org/10.5296/jmr.v2i1.144>
- Reagans, R., & McEvily, B. (2003). Network Structure and Knowledge Transfer: The Effects of Cohesion and Range. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 240-267. <https://doi.org/10.2307/3556658>
- Renzl, B. (2008). Trust in management and knowledge sharing: The mediating effects of fear and knowledge documentation. *Omega*, 36(2), 206-220. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2006.06.005>
- Rhodes, J., Hung, R., Lok, P., Ya-Hui Lien, B., & Wu, C. M. (2008). Factors influencing organizational knowledge transfer: implication for corporate performance. *Journal of Knowledge Management*, 12(3), 84-100. <https://doi.org/10.1108/13673270810875886>
- Scarbrough, H. (2003). Knowledge management, HRM and the innovation process. *International Journal of Manpower*, 24(5), 501-516. <https://doi.org/10.1108/01437720310491053>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Shane, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing. https://books.google.com/books/about/A_General_Theory_of_Entrepreneurship.html?id=0Fxo_Wsh30kC
- Sher, P. J., & Lee, V. C. (2004). Information technology as a facilitator for enhancing dynamic capabilities through knowledge management. *Information & Management*, 41(8), 933-945. <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.06.004>

- Singh, S. K., Gupta, S., Busso, D., & Kamboj, S. (2021). Top management knowledge value, knowledge sharing practices, open innovation and organizational performance. *Journal of Business Research*, 128, 788-798. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.04.040>
- Taghvaeeyazdi, M., & Nikroy, Z. (2020). The Impact of IoT Usage on Entrepreneurial Opportunities with the Mediating Role of Knowledge Creation for Model Presentation. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 11(44), 121-136. https://jedu.marvdasht.iau.ir/article_4338.html?lang=en
- Talebi Nasab, F., & Fazlolahi, S. (2016, June 1). *The relationship between knowledge management infrastructures and organizational intelligence of Qom campus Tehran of University International Conference on Management of Elites*, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/528897/>
- Taslimi, M. S., Monavarian, A., & Ashna, M. (2006). Survey of the relationship between social capital and inter-organizational entrepreneurship. *Organizational Culture Management*, 4(4), 27-55. https://jomc.ut.ac.ir/article_19351.html?lang=en
- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2008). *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century* (8 ed.). McGraw-Hill/Irwin. <https://www.amazon.com/New-Venture-Creation-Entrepreneurship-Century/dp/0073381551>
- Turban, E., McLean, E., & Wetherbe, J. (2001). *Information technology for management* (2 ed.). John Wiley & Sons. <https://www.amazon.com/Information-Technology-Management-Connections-Strategic/dp/0471178985>
- Van Den Hooff, B., & Huysman, M. (2009). Managing knowledge sharing: Emergent and engineering approaches. *Information & Management*, 46(1), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.im.2008.09.002>
- Veryard, R. (2000). *Component – Based Business Background Material: On Intelligence*. <http://www.veryard.com>
- Wang, Z., & Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert Systems with Applications*, 39(10), 8899-8908. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2012.02.017>
- Wixom, B., & Watson, H. (2010). The BI-based organization. *International Journal of Business Intelligence Research*, 1(1), 13-28. <https://doi.org/10.4018/jbir.2010071702>
- Zali, M. R. (2014). *Report of the 7th research program to evaluate entrepreneurship indicators in Iran based on the Global Entrepreneurship Watch model (GEM2014 program results)*. Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran. <https://ent.ut.ac.ir/documents/5247861/102059260/1394.pdf>