

تأثیر گرایش کارآفرینی بر عملکرد صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط با نقش میانجی قابلیت یادگیری

دکتر اژدر کریمی^۱، دکتر ناصر صنوبر^{۲*}، هادی کریمی^۳ و زهرا یونس پور^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۳/۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۵/۱۳

چکیده

محیط‌های رقابتی و متغیر امروزی، ناپایداری، رقابت دانش‌محور و همچنین چرخه‌ی عمر کوتاه محصولات و کسب‌وکارها لزوم بهره‌گیری از رویکرد کارآفرینانه و قابلیت یادگیری سازمانی را هر چه بیشتر آشکار می‌کند. پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر مستقیم گرایش کارآفرینی بر عملکرد صادراتی و همچنین تأثیر غیرمستقیم آن از طریق قابلیت یادگیری بر عملکرد صادراتی، به مطالعه ۱۵۴ شرکت کوچک و متوسط در ایران و انگلستان پرداخته است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی بوده و از حیث روش از نوع توصیفی همبستگی است. جهت تحلیل داده‌ها از روش دومرحله‌ای تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل ساختاری استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داده است که گرایش کارآفرینی به‌طور مستقیم و همچنین غیر مستقیم از طریق قابلیت یادگیری بر عملکرد صادراتی تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین قابلیت یادگیری به‌عنوان متغیر میانجی رابطه گرایش کارآفرینی و عملکرد صادراتی را تقویت می‌کند.

واژه‌های کلیدی: گرایش کارآفرینی، عملکرد صادراتی، قابلیت یادگیری

طبقه بندی JEL: L26, L25, M16, M14

۱. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت و بازرگانی دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

۲. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت و بازرگانی دانشگاه تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول - Email: sanoubar@tabrizu.ac.ir)

۳. دانشجوی دکتری مدیریت استراتژیک تکنولوژی، دانشکده مدیریت، دانشگاه منچستر، منچستر، انگلستان.

۴. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد MBA، گرایش استراتژی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و بازرگانی دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

مقدمه

با توجه به تغییرات سریع محیطی و تشدید فضای رقابتی، نیاز به کسب مزیت رقابتی، تجدید منابع ارزشمند سازمان در جهت تداوم حیات سازمان و تأثیر بر این تغییرات امری ضروری است. تئوری رشد جدید با تأکید آن بر دانش به‌عنوان یک عامل عمده‌ی تأثیرگذار بر رشد اقتصادی نقش کارآفرینی را در سال‌های اخیر برجسته نموده است. بر این اساس هم دانش و هم تأثیر فزاینده‌ی آن بر رشد اقتصادی در اقتصادهای دانش‌محور امروزی حیاتی است. با توجه به تغییرات اساسی در ساختارهای اقتصادی و اهمیت روزافزون ابداع، نوآوری و خلق محصولات جدید لزوم برخورداری از نگرش کارآفرینانه هر چه بیشتر نمایان شده است. تضمین و تداوم حیات و بقای سازمان‌ها، نیازمند یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات هست که به نوآوری و ابداع، خلق محصولات جدید، فرآیندها و روش‌های جدید بستگی دارد. شرکت‌هایی با سطوح بالای گرایش کارآفرینی به‌طور پیوسته در حال پایش محیط جهت یافتن فرصت‌های جدید هستند. تئوری منبع-محور معتقد است شرکت‌هایی با منابع ارزشمند، کمیاب و غیر قابل کپی پتانسیل دستیابی به عملکرد عالی را دارند. همچنین این تحولات لزوم بهره‌گیری از قابلیت‌های پویا، فرآیندهایی که نقش آن‌ها تغییر منابع اساسی سازمان است را هر چه بیشتر نمایان می‌کند. بر اساس مفهوم قابلیت‌های پویا علاوه بر منابع سازمان، فرآیندهای سازمانی نیز از اهمیت زیادی برخوردارند زیرا کنترل منابع جهت استراتژی‌های خلق ارزش را تسهیل می‌کنند. در این میان نباید از اهمیت منابع دانش‌محور غافل بود. فرآیندهای یادگیری به‌منظور تحول و پالایش منابع دانش سازمان در جهت هماهنگی با شرایط محیطی ضروری به نظر می‌رسد. در این راستا قابلیت یادگیری به‌عنوان فرآیندی پویا سازگاری سریع با تغییرات را تسهیل می‌کند و با ایجاد مکانیزم‌های یادگیری باعث ایجاد مزیت رقابتی می‌شود. نقش حیاتی شرکت‌های کوچک و متوسط به علت توانایی آن‌ها در پاسخ سریع به شوک‌های سیستماتیک و پتانسیل این شرکت‌ها در جهت اشتغال‌زایی و درآمدزایی به هنگام رکود شرکت‌های بزرگ، در حال افزایش هست. عوامل متعددی بر رشد و توسعه‌ی شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیرگذارند مانند ویژگی‌های کارآفرینی، ویژگی‌های خود سازمان یا محیط کسب‌وکار. پژوهش حاضر به بررسی تأثیر مستقیم گرایش کارآفرینی و تأثیر غیر مستقیم آن از طریق قابلیت یادگیری بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط می‌پردازد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

گرایش کارآفرینی

کارآفرینی گسترده‌ی وسیعی از فعالیت‌ها و فرآیندها را شامل می‌شود، مانند نوآوری و خلاقیت سازمانی (گارتنر^۱، ۱۹۸۸)، ایجاد دیدگاه‌های جدید (تیمونز^۲، ۱۹۹۰) کشف فرصت‌ها (کیرزرنر^۳، ۱۹۷۹؛ استیونسن و جاریلو^۴، ۱۹۹۰) و ریسک‌پذیری (استیونسن و جاریلو، ۱۹۹۰). رفتار کارآفرینانه نیز از طرق مختلفی تعریف شده است، به‌عنوان مثال از دیدگاه میلر^۵ (۱۹۸۳) هنگامی که رفتار افراد دارای ویژگی‌های خلاقیت و نوآوری نسبت به محصول-بازار، ریسک‌پذیری و یا پیشگامی باشد، در این صورت رفتار آنان کارآفرینانه است. کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان فرآیند افزایش ثروت از طریق نوآوری و استفاده از فرصت‌ها نیز تعریف کرد که مستلزم داشتن ویژگی‌های کارآفرینی مانند ریسک‌پذیری، استقلال و پیشگامی است (ناسوشن^۶، ۲۰۱۱).

در تعریفی از اجزای کارآفرینی که شامل استقلال (کوراتکو و هاتجتز^۷، ۲۰۰۱)، نوآوری و پیشگامی و تمایل به ریسک‌پذیری است می‌توان گفت (استیونسن و جاریلو، ۱۹۹۰؛ لاشسینگر و باگی^۸، ۱۹۸۷) که پیشگامی به‌آغازگر بودن، پیش‌بینی کردن و استفاده از فرصت‌های جدید و به‌مشارکت در بازارهای نوظهور اشاره دارد (پنروز^۹، ۱۹۵۹). ریسک‌پذیری به تمایل مدیریت در استفاده از منابع برای بهره‌گیری از فرصت‌ها در شرایط عدم اطمینان اشاره می‌کند (چنگ^{۱۰}، ۱۹۹۸). نوآوری نیز به‌عنوان ایجاد ایده، انطباق دادن آن و درنهایت اجرای آن یا پیشنهادی که منجر به تغییر در داخل سازمان شود و همچنین نهادینه کردن این ایده‌ها در الگوهای رفتاری پایدار و مشخص در رفتار سازمانی تعریف می‌شود (جرار و اسمیت^{۱۱}، ۲۰۱۴) و در تعریف استقلال نیز می‌توان گفت: به‌میزانی که کارکنان می‌توانند در مورد اثربخشی عملکرد کارشان به‌صورت مستقل و بدون توجه به نظرات دیگران تصمیم‌گیری کنند (هورنزی و همکاران^{۱۲}، ۱۹۹۳). نگرش کارآفرینانه از قابلیت‌های داخلی شرکت‌ها محسوب می‌شود که می‌تواند باعث بهبود عملکرد شود (کانو و همکاران^{۱۳}، ۲۰۰۴). به‌صورت کلی گرایش کارآفرینی به

^۱. Gartner

^۲. Timmons

^۳. Kirzner

^۴. Stevenson & Jarillo

^۵. Miller

^۶. Nasution et al

^۷. Kuratko & Hodgetts

^۸. Luchsinger and Bagby

^۹. Penrose

^{۱۰}. Chang

^{۱۱}. Jarrar and Smith

^{۱۲}. Hornsby et al

^{۱۳}. Hornsby et al

تمایل شرکت‌ها برای کشف فرصت‌های جدید بازار اشاره دارد و از طریق تمایل شرکت‌ها به قبول نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی، رقابت تهاجمی و استقلال ظهور می‌کند (لامپکین و دس^۱، ۱۹۹۶) نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری که مؤلفه‌های نگرش کارآفرینانه هستند به‌عنوان محرک‌های مهم عملکرد در نظر گرفته می‌شوند (راش و همکاران^۲، ۲۰۰۹). گرایش کارآفرینی به‌منظور تجدید پیشنهادها، بازار، ریسک‌پذیری برای آزمون محصولات جدید، خدمات، بازارها و پیشگامی نسبت به رقبا در جهت بهره‌گیری از فرصت‌های جدید بازار، به‌عنوان مؤلفه‌ی وضعیت استراتژیک در نظر گرفته می‌شود (کاوین و اسلیون^۳، ۱۹۹۱؛ میلر، ۱۹۸۳؛ لامپکین و دس، ۱۹۹۶). همچنین سازمان‌هایی با این گرایش به محیط شکل داده و آن را تغییر می‌دهند و مایل هستند تا جهت بهره‌برداری از فرصت‌های نامطمئن از منابع سازمان استفاده کنند. این سازمان‌ها ایده‌های خلاق و جدید را که ممکن است منجر به تغییر در بازار شود کشف می‌کنند و در پیش‌بینی تقاضا نسبت به رقیبان پیشرو هستند (هاکالا^۴، ۲۰۱۱). این سازگاری بهتر و شکل‌دهی به محیط تأثیر مثبتی بر روی عملکرد دارد (هالت^۵ و همکاران، ۲۰۰۴).

قابلیت یادگیری

به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های قابلیت‌های پویا، قابلیت یادگیری را می‌توان به‌صورت برنامه‌های هدفمند شرکت‌های تولیدی در جهت توسعه تمرکز شناختی تعریف کرد که در نهایت منجر به کشف و بهره‌برداری از منابع دانش در داخل یا خارج از مرزهای شرکت می‌شود (هانگ و همکاران^۶، ۲۰۱۳). قابلیت یادگیری عملیاتی از سازمان است که به‌منظور خلق مزیت رقابتی از طریق مکانیزم‌های یادگیری بر اساس تجربه‌های اجرایی و جذب اطلاعات خارجی و منابع انجام می‌گیرد (کوهن و لوینتال^۷، ۱۹۹۰) برای حمایت و تقویت قابلیت‌های یادگیری روش‌های مختلفی وجود دارد، از جمله ارتباطات باز که تعامل و اجتماعی سازی افراد را ممکن می‌سازد و منجر به سهولت در تولید دانش ضمنی و یادگیری می‌گردد (کار و پیرسن^۸، ۱۹۹۰؛ مودی و مابرت^۹، ۲۰۰۷) و یا استفاده و توسعه

^۱. Lumpkin Dess

^۲. Rauch et al

^۳. Covin and Slevin

^۴. Hakala

^۵. Halt et al

^۶. Huang et al

^۷. Cohen and Levinthal

^۸. Carr and Pearson

^۹. Modi and Mabert

سیستم‌های فناوری اطلاعات به منظور کمک به تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح و همچنین منابع مناسب، برنامه‌های آموزشی و طرح‌های تشویقی که مشوق یادگیری هستند برای حمایت از یادگیری در شرکت‌ها ضروری است (تیلور^۱، ۲۰۰۶) بنابراین اهمیت استراتژیک قابلیت‌های یادگیری به ظرفیت آن در خلق مکانیزم‌های شناختی که موجب پیکربندی و بهبود سایر انواع قابلیت‌ها می‌شود، بستگی دارد که در نهایت موجب ایجاد تغییر یا پاسخ به تغییرات بازار می‌شود. یادگیری زیربنای نوآوری در سازمان است و به توانایی سازمان در اجرای صحیح شیوه‌های مدیریت، ساختار، روندها و سیاست‌هایی که یادگیری را تسریع می‌کنند و بهبود می‌بخشند اشاره دارد (گو^۲، ۲۰۰۳).

تأثیر گرایش کارآفرینی بر عملکرد

مطالعات زیادی در مورد رابطه گرایش کارآفرینی و عملکرد صادراتی صورت گرفته است. ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که رابطه معنادار و مثبتی بین نگرش کارآفرینانه و عملکرد شرکت وجود دارد (موریس و سکتن^۳، ۱۹۹۶؛ ویکلاند و شپرد^۴، ۲۰۰۵؛ زهرا و کاوین^۵، ۱۹۹۵). مطالعات چندگانه انجام شده بر روی ۳۷ مقاله توسط راج و همکاران^۶ در سال ۲۰۰۴ و همچنین مطالعه دیگری بر روی ۵۱ مقاله در سال ۲۰۰۹ توسط وی و همکاران بیانگر رابطه مثبتی بین گرایش کارآفرینی و عملکرد صادراتی است (حسینی مقدم و حجازی، ۱۳۹۳) (رودریگ و راپوزو^۷، ۲۰۱۱) با این وجود لامپکین و دس (۱۹۹۶) بیان کرده‌اند رابطه‌ی بین گرایش کارآفرینی و عملکرد صادراتی به ویژگی‌های محیط خارجی و شرایط داخل سازمان بستگی دارد و همیشه یکنواخت نیست. برخی مطالعات نیز حاکی از رابطه غیرخطی گرایش کارآفرینی و عملکرد صادراتی است. پژوهشی که تانگ و همکاران^۸ در سال (۲۰۰۸) در چین انجام داده و همچنین ولز و همکاران^۹ در سال (۲۰۱۳) بر روی ۲۵۸ شرکت کوچک در سوئد انجام دادند، نشان داد که عملکرد صادراتی با افزایش گرایش کارآفرینی به صورت خطی افزایش نمی‌یابد بلکه تا مرحله‌ای افزایش یافته سپس کاهش می‌یابد. حسینی مقدم و حجازی (۱۳۹۳) نیز در پژوهشی که بر روی ۲۳۴ نفر از مدیران بانک‌های دولتی و خصوصی در سطح استان گیلان

^۱. Taylor

^۲. Goh

^۳. Morris and Sexton

^۴. Wiklund and Shepherd

^۵. Zahra and Covin

^۶. Rauch

^۷. Rodrigues and Raposo

^۸. Tang et al

^۹. Wales et al

انجام دادند، رابطه مثبت بین گرایش کارآفرینی و عملکرد صادراتی را تأیید کردند. نتایج پژوهش ویکلاند و شفرد (۲۰۰۵) نیز که بر روی شرکت‌های کوچک انجام شد مؤید این مطلب است. علاوه بر مطالعه اثر مستقیم گرایش کارآفرینی بر عملکرد صادراتی مطالعات دیگری نیز در مورد تأثیر غیرمستقیم گرایش کارآفرینی بر عملکرد صورت گرفته است. به‌عنوان مثال گرایش کارآفرینی به‌صورت غیرمستقیم واز طریق به‌کارگیری اطلاعات (که و همکاران^۱، ۲۰۰۷)، گرایش یادگیری (ونگ^۲، ۲۰۰۸)، و یا از طریق رفتارهای بازار محورانه (زهرا^۳، ۲۰۰۸) بر عملکرد تأثیر دارد. با توجه به موارد ذکر شده فرضیه اول تحقیق به‌صورت زیر مطرح می‌شود.

فرضیه اول: گرایش کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد صادراتی دارد.

تأثیر گرایش کارآفرینی بر قابلیت یادگیری

جهت بهره‌برداری از تلاش‌های کارآفرینانه، شرکت باید به یادگیری، ذهن باز نسبت به اطلاعات و راه‌های جدید برای انجام کارها و درگیر شدن در تفسیر و تسهیم اطلاعات متعهد باشد (ونگ، ۲۰۰۸). شرکت‌هایی با سطوح بالاتر یادگیری، نوآوری بهتری نیز دارند (هارلی و هالت^۴، ۱۹۹۸). با توجه به این‌که مطالعات تجربی کمی در این رابطه انجام شده است، با پژوهشی که اندرسون و همکاران^۵ (۲۰۰۹) بر روی ۱۱۱ شرکت انجام دادند، رابطه‌ی مستقیم گرایش کارآفرینانه و قابلیت استراتژیک یادگیری را تأیید کردند. قابلیت یادگیری دو بعد مهم دارد. یکی خلق دانش استراتژیک و دیگری ایجاد تغییر بر اساس دانش کسب شده. گرایش کارآفرینی یک محرک مطلوب برای هر دو بعد ذکر شده است. به علت وجود رابطه‌ی قوی بین رفتارهای اکتشافی و آزمایشی، این گرایش محرک قابل قبولی برای خلق دانش استراتژیک بوده همچنین از این جهت که ابتکارات شرکت‌های با گرایش بالای کارآفرینی جهت تعدیل نوآوری‌های دیگر شرکت‌های مولد منجر به تعاملات رقابتی می‌شود، بعد تغییر را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۹) با توجه به تفاسیر ذکر شده و پیشینه پژوهش فرضیه زیر را در رابطه گرایش کارآفرینی و قابلیت یادگیری می‌توان مطرح کرد.

فرضیه دوم: گرایش کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت یادگیری دارد.

^۱. Keh et al

^۲. Wang

^۳. Zahra

^۴. Hurley and Hult

^۵. Anderson et al

تأثیر قابلیت یادگیری بر عملکرد صادراتی و مدل مفهومی پژوهش

بسیاری از مطالعات نقش یادگیری سازمانی را به عنوان عامل کلیدی در موفقیت سازمان‌ها برجسته کرده‌اند. یادگیری سریع‌تر از رقبای می‌تواند به عنوان مزیت رقابتی برای سازمان باشد (دیکسون^۱، ۱۹۹۲). خصم‌افکن نظام و همکاران (۱۳۹۳) نیز در پژوهشی که بر روی مدیران، کارشناسان و کارشناسان ارشد صنعت خودرو در ایران انجام دادند، بر تأثیر قابلیت یادگیری بر بهبود عملکرد و مزیت رقابتی تأکید کرده‌اند. سوک و همکاران^۲ (۲۰۱۳) با بررسی ۱۷۱ شرکت کوچک و متوسط در کامبوج تأثیر قابلیت یادگیری به عنوان متغیر پیش‌بین بر عملکرد صادراتی را تأیید کردند. ملاحسینی و همکاران (۱۳۸۹) نیز در پژوهشی که بر روی ۱۷۱ شرکت کوچک و متوسط در شهرستان کرمان انجام دادند به نتایج مشابهی دست یافتند. در همین راستا پرییتو و رویلا^۳ (۲۰۰۶) پژوهشی را در اسپانیا بر روی ۱۱۱ شرکت انجام دادند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که قابلیت یادگیری تأثیر مثبتی بر هر دو بعد عملکرد مالی و غیرمالی دارد. با توجه به موارد ذکر شده فرضیات زیر در مورد رابطه قابلیت یادگیری و عملکرد صادراتی و همچنین تأثیر غیرمستقیم گرایش کارآفرینی بر عملکرد صادراتی از طریق قابلیت یادگیری مطرح می‌شود.

فرضیه سوم: قابلیت یادگیری تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد صادراتی دارد.

فرضیه چهارم: قابلیت یادگیری در رابطه بین گرایش کارآفرینی و عملکرد صادراتی نقش میانجی دارد.

رابطه بین گرایش کارآفرینی و عملکرد صادراتی به‌وفور در ادبیات تحقیق بررسی شده است. پژوهش حاضر قصد دارد تا علاوه بر بررسی تأثیر مستقیم گرایش کارآفرینی بر عملکرد صادراتی، اثر غیرمستقیم آن را از طریق قابلیت یادگیری به عنوان یکی از ابعاد مهم قابلیت‌های پویا بر عملکرد صادراتی در شرکت‌های کوچک و متوسط بسنجد. با توجه به ادبیات پژوهش و همچنین فرضیات مطرح شده، مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ نشان داده شده است. در این مدل متغیر عملکرد صادراتی به عنوان متغیر وابسته، قابلیت یادگیری به عنوان متغیر میانجی و گرایش کارآفرینی به عنوان متغیر مستقل مطرح شده است.

^۱.Dikson

^۲. Sok et al

^۳.Prieto and Revilla



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از حیث هدف در دسته پژوهش‌های کاربردی بوده و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، توصیفی همبستگی مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری است. در این مقاله جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار لیزرل ۸٫۸ استفاده شده است. با توجه به رویکرد دومرحله‌ای ابتدا تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه‌گیری) جهت روایی پرسش‌های پژوهش و سپس تحلیل مدل ساختاری جهت تبیین رابطه بین متغیرهای پنهان انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر متشکل از ۱۵۴ شرکت کوچک و متوسط در ایران و انگلستان است. جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه با مقیاس لیکرت پنج گزینه‌ای استفاده شده است. پرسشنامه این پژوهش شامل ۲۴ پرسش است که ۶ سؤال جهت بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی، ۵ سؤال جهت اندازه‌گیری قابلیت یادگیری (لین و وو^۱، ۲۰۱۴)، ۵ سؤال جهت اندازه‌گیری گرایش کارآفرینی (مارکس و فریرا^۲، ۲۰۰۹) بوده و همچنین برای اندازه‌گیری عملکرد صادراتی از رویکرد کارت امتیازی متوازن با ۸ سؤال استفاده شده است (اسپیلان و پارنل^۳، ۲۰۰۶).

یافته‌های پژوهش

توصیف جمعیت شناختی

با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده توسط پرسشنامه‌های پژوهش، ۱۴۰ نفر از پاسخ‌دهندگان (۹۰/۹ درصد) مرد و ۱۴ نفر از آنان (۹/۱ درصد) زن بودند. ۶۴ نفر از پاسخ‌دهندگان (۴۱/۶ درصد) را مدیران عامل، ۵۳ نفر (۳۴/۴ درصد) را مدیران میانی و ۳۱ نفر (۲۰/۱ درصد) را سرپرستان و ۶ نفر (۳/۹ درصد) را سایر پست‌ها تشکیل داده‌اند. ۳۶ نفر از پاسخ‌دهندگان (۲۳/۴ درصد) دارای تحصیلات مدیریتی و ۱۱۸ نفر (۷۶/۶ درصد) دارای تحصیلات غیر مدیریتی بوده‌اند. از میان

^۱. Lin & Wu

^۲. Marques and Ferreira

^۳. Spillan and Parnell

پاسخ‌دهندگان نیز ۵۵ نفر (۳۵/۷ درصد) تحصیلات کارشناسی ارشد و ۲۲ نفر (۱۴/۳ درصد) تحصیلات دکتری داشته‌اند. از لحاظ تعداد کارکنان شرکت‌ها نیز ۴۹ شرکت (۳۱/۸ درصد) مابین ۱ تا ۱۰ کارمند، ۹۳ شرکت (۶۰/۴ درصد) مابین ۱۱ تا ۴۹ کارمند و ۱۲ شرکت (۷/۸ درصد) مابین ۵۰ تا ۱۰۰ کارمند داشته‌اند.

آزمون فرضیه‌ها

جدول ۱ نتایج تحلیل عاملی تأییدی را نشان می‌دهد که شامل بارهای عاملی استاندارد و مقادیر آماره t است که ضرایب استاندارد برآورد شده برای همه‌ی سؤالات معنادار است (اندرسون و گرینگ^۱، ۱۹۹۸) و همه‌ی مقادیر بارهای عاملی استاندارد بزرگ‌تر از ۰/۴ هستند که در حد مطلوبی قرار دارد. همچنین برای بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. طبق برآورد ضریب آلفای کرونباخ برای تمامی سازه‌ها بیشتر از ۰/۷ است که در گستره‌ی قابل قبولی قرار دارد (نانالی و برنستین^۲، ۱۹۹۴). همچنین شاخص‌های نیکوئی برازش مدل اندازه‌گیری در جدول ۲ نشان داده شده‌است که از مقدار مطلوبی برخوردار است.

جدول ۱: نتایج تحلیل عاملی تأییدی و پایایی

سازه‌ها	نشانگر سؤالات	بارهای عاملی استاندارد	مقادیر t	ضریب آلفای کرونباخ
گرایش کارآفرینی	EO1	۰/۸۰	۱۱/۵۹	۰/۸۸
	EO2	۰/۷۲	۹/۹۸	
	EO3	۰/۸۴	۱۲/۵۴	
	EO4	۰/۷۵	۱۰/۴۷	
	EO5	۰/۸۰	۱۱/۵۳	
قابلیت یادگیری	LC1	۰/۷۱	۹/۷۶	۰/۸۵
	LC2	۰/۷۳	۱۰/۰۷	
	LC3	۰/۷۳	۱۰/۰۷	
	LC4	۰/۷۰	۹/۵۳	
	LC5	۰/۷۹	۱۱/۲۴	
عملکرد سازمانی	P1	۰/۵۳	۶/۸۳	۰/۸۸
	P2	۰/۶۸	۹/۲۵	
	P3	۰/۶۱	۸/۱۳	

^۱. Anderson and Gerbing

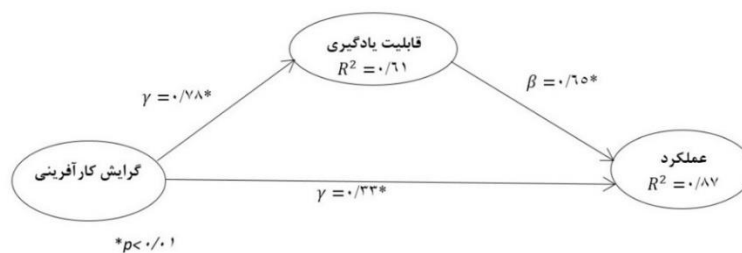
^۲. Nunnally and Bernstein

	۸/۶۳	۰/۶۴	P4	
	۱۲/۰۸	۰/۸۲	P5	
	۱۱/۹۶	۰/۸۱	P6	
	۱۰/۶۹	۰/۷۵	P7	
	۱۱/۰۳	۰/۷۷	P8	

جدول ۲: شاخص‌های نیکویی برازش

شاخص‌ها	مدل اندازه‌گیری و ساختاری
Chi-square	۲۷۴/۳۲
Chi-square/df	۲/۰۷
RMSEA	۰/۰۸۴
p-value	۰/۰۰۰۰۰
NFI	۰/۹۵
NNFI	۰/۹۷
CFI	۰/۹۸
GFI	۰/۸۳
RFI	۰/۹۵
IFI	۰/۹۸

برای تحلیل مدل از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج تحلیل مدل ساختاری در شکل ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲: نتایج تحلیل ساختاری

شکل ۲ نتایج تحلیل مدل ساختاری را نشان می‌دهد. با توجه به این نتایج گرایش کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد صادراتی دارد (ضریب مسیر ۰/۳۳ و مقدار t برابر با ۳/۲۰ که در سطح

خطای ۱ درصد معنی‌دار است)، گرایش کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت یادگیری دارد (ضریب مسیر $0/78$ و مقدار t برابر با $7/86$ که در سطح خطای ۱ درصد معنی‌دار است)، همچنین قابلیت یادگیری تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد دارد (ضریب مسیر $0/65$ و مقدار t برابر با $4/71$ که در سطح خطای ۱ درصد معنی‌دار است). همچنین با توجه به مقادیر R^2 در شکل شماره ۲، بیش از ۵۰ درصد از واریانس موجود در متغیرهای وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین شده است که در حد مطلوبی قرار دارد. با توجه به نتایج به دست آمده هر سه فرضیه اول، دوم و سوم پژوهش تأیید می‌شوند. همچنین تأثیر غیرمستقیم رابطه گرایش کارآفرینی و عملکرد صادراتی برابر با $0/78 \times 0/65 = 0/507$ که بیشتر از مقدار ضریب مسیر در رابطه مستقیم گرایش کارآفرینی و عملکرد است؛ بنابراین قابلیت یادگیری رابطه بین گرایش کارآفرینی و عملکرد را تقویت می‌کند و اثر میانجی کامل دارد. بر این اساس فرضیه‌ی چهارم پژوهش نیز تأیید می‌شود.

همچنین جهت مقایسه عملکرد صادراتی در بین سازمان‌های با قابلیت یادگیری بالا و پایین از آزمون مقایسه میانگین استفاده شده است. در این راستا سازمان‌ها بر اساس قابلیت یادگیری آن‌ها به دو گروه با قابلیت یادگیری بالا و پایین تقسیم شدند و سپس عملکرد صادراتی آن‌ها باهم مقایسه شد که نتایج این مقایسه در جدول ۳ نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود اختلاف معناداری بین عملکرد صادراتی سازمان‌های با قابلیت یادگیری بالا و پایین وجود دارد؛ و سازمان‌هایی با قابلیت یادگیری بیشتر از عملکرد صادراتی بهتری نیز برخوردار هستند.

جدول ۳: نتایج مقایسه میانگین

اختلاف میانگین	میانگین	Sig	t	Sig	F	گروه
۲/۴۵	۴/۳۳	۰/۰۰۰	۱۵/۳۷	۰/۰۰۰	۱۲/۷۱	قابلیت یادگیری بالا
	۱/۸۷	۰/۰۰۰	۸/۲۷			قابلیت یادگیری پایین

مورد مقایسه: عملکرد صادراتی

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از مزیت‌های شرکت‌های کوچک و متوسط در مقایسه با شرکت‌های بزرگ در زمان‌های بحران خود را نشان می‌دهد. در حالی که شرکت‌های بزرگ در تطبیق خود با محیط پیرامون سازمانشان کند عمل می‌کنند، شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند با استفاده مؤثر از قابلیت‌های یادگیری، مکانیزم‌هایی جهت تسهیل فرآیند یادگیری، جذب اطلاعات و همچنین تبدیل دانش ضمنی

به صریح به مزیت رقابتی و عملکرد برتر دست یابند. شرکت‌ها در راستای پیگیری سیاست‌های کارآفرینانه و پیشگامی در محیط رقابتی نیازمند بهره‌گیری از فرصت‌های جدید بازار و یادگیری از آن‌ها هستند. در این مقاله تأثیر مستقیم گرایش کارآفرینی بر عملکرد صادراتی و همچنین تأثیر غیرمستقیم آن از طریق قابلیت یادگیری بررسی شد. آزمون مقایسه میانگین سازمان‌هایی با قابلیت یادگیری بالا و پایین نیز نشان داد که اختلاف معناداری بین عملکرد صادراتی این سازمان‌ها وجود داشته و سازمان‌هایی با قابلیت یادگیری بیشتر از عملکرد صادراتی بهتری نیز برخوردار هستند. با توجه به تحلیل ساختاری متغیرها تمامی فرضیه‌ها تأیید شدند. نتایج به دست آمده از پژوهش با نتایج مطالعه رئال و همکاران^۱ (۲۰۱۴) که به بررسی ۱۴۰ شرکت صنعتی در اسپانیا پرداختند همسو است. همچنین آلرگ و همکاران^۲ (۲۰۱۳) نیز با مطالعه‌ای که در صنعت سرمایه‌های ایتالیا و اسپانیا انجام دادند، به نتایج مشابهی دست یافتند.

پیشنهادها

با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر پیشنهادهای یادگیری به‌عنوان زیربنای نوآوری، سازمان‌ها را در اجرای صحیح روندها و سیاست‌های یادگیری توانمند می‌سازد. با توجه به اهمیت توسعه و استفاده از قابلیت یادگیری و رویکرد کارآفرینانه در محیط‌های متغیر جهت حفظ مزیت رقابتی و بقای سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود، شرکت‌های کوچک و متوسط به پیاده‌سازی و توسعه فناوری اطلاعات، برنامه‌های آموزشی و حمایت از طرح‌های مشوق یادگیری توجه بیشتری داشته باشند. همچنین هنگامی که مدیران رویکرد کارآفرینانه را اتخاذ می‌کنند به یادگیری سازمانی نیز توجه کنند و با مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها زمینه خلاقیت و نوآوری را در سازمان فراهم کنند. با توجه به اینکه متغیرهای زیادی در رابطه گرایش کارآفرینی و عملکرد صادراتی مؤثر هستند، پژوهشگران می‌توانند در مطالعات آتی به بررسی سایر ابعاد قابلیت‌های پویا در رابطه گرایش کارآفرینی و عملکرد صادراتی بپردازند. همچنین با توجه به این که مطالعات کمی زیادی در این زمینه صورت گرفته، نباید از اهمیت مطالعات کیفی نیز غافل شد. تأثیر خطی گرایش کارآفرینی بر عملکرد صادراتی به‌وفور در مطالعات انجام شده است. پژوهشگران می‌توانند با بررسی متغیرهایی که بر شدت این رابطه تأثیر دارند، اثرات غیرخطی را نیز بررسی کنند.

منابع

- ۱) حسینی مقدم، سید محمدرضا و حجازی، سید رضا (۱۳۹۳)، تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد بانک‌ها با متغیر میانجی بازار گرایی، توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۲، صفحه ۲۲۹-۲۱۱.
- ۲) خصم‌افکن نظام، محمدحسین؛ عطاfer، علی؛ نصراصفهان‌ی، علی؛ شاهین، آرش (۱۳۹۳)، سرمایه فکری، قابلیت یادگیری سازمانی و کارایی عملکرد توسعه محصول جدید در صنعت خودرو، پژوهش‌های مدیریت عمومی، سال ۷، شماره ۲۵، صفحه ۷۴-۵۷.
- ۳) داورزنی، هدی و برادران کاظم‌زاده، رضا و دگرودی، سید حسام‌الدین (۱۳۸۹)، ارائه مدلی برای بررسی میزان تأثیرات قابلیت یادگیری سازمانی بر نوآوری، مهندسی صنایع و مدیریت شریف، دوره ۱-۲۸، شماره ۲، صفحه ۱۴-۳.
- ۴) ملاحسینی، علی و فرقانی، محمدعلی و مرادخانی، بریار (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر قابلیت یادگیری سازمانی بر عملکرد SME های شهرستان کرمان با استفاده از روش AHP، نشریه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، سال ۲، شماره ۳، صفحه ۹۵-۷۸.
- 5) Alegre, Joaquín, and Ricardo Chiva. "Linking entrepreneurial orientation and firm performance: the role of organizational learning capability and innovation performance." *Journal of Small Business Management* 51.4 (2013): 491-507.
- 6) Anderson, B. S., Covin, J. G., & Slevin, D. P. (2009). Understanding the relationship between entrepreneurial orientation and strategic learning capability: an empirical investigation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(3), 218-240.
- 7) Anderson, J.C., Gerbing, D.W., 1988. Structural equation modelling in practice: a review and recommended two step approach. *Psychological Bulletin* 103 (3), 411-423.
- 8) Cano, R.C., Carrillat, F.A., Jaramillo, F., (2004). A meta-analysis of the relationship between market orientation and business performance: evidence from five continents. *International Journal of Research in Marketing* 21, 179-200.
- 9) Carr, A. S., Pearson, J. N., (1999). Strategically managed buyer-supplier relationships and performance outcomes. *Journal of Operations Management* 17, (5), 497-519.

- 10) Chang, J. (1998). Model of corporate entrepreneurship: Intrapreneurship and entrepreneurship. *Borneo Review*, 9, (2), 187-213.
- 11) Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capability: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152.
- 12) Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firmbehavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (1), 7-25.
- 13) Dickson, P.R. (1992). Toward a general theory of competitive rationality. *Journal of Marketing*, 56 (1), 69-83.
- 14) Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur" is the wrong question. *American Small Business Journal*, 11-31.
- 15) Goh, S. C. (2003). Improving organizational learning capability: Lessons from two case studies. *The Learning Organization*, 10(4), 216-227.
- 16) Hakala, H. (2011). Strategic orientations in management literature: three approaches to understanding the interaction between market, technology, entrepreneurial and learning orientations. *International Journal of Management Reviews*, 13 (2), 199-217.
- 17) Hornsby, J. S., Naffziger, D. W., Kuratko, D. F., & Montagno, R. V. (1993). An interactive model of the corporate entrepreneurship Process. *Theory and Practice*, 17 29-37.
- 18) Huang, T.-T., Chen, L., Stewart, R. A., & Panuwatwanich, K. (2013). Leveraging power of learning capability upon manufacturing operations. *International Journal of Production Economics*, 145(1), 233-252.
- 19) Hult, G. T. M., R. F. Hurley, and G. A. Knight (2004). "Innovativeness: Its Antecedents and Impact on Business Performance," *Industrial Marketing Management* 33(5), 429- 442.
- 20) Hurley, R.F. & Hult, G.T.M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62, 42-54.
- 21) Jarrar, N. S., & Smith, M. (2014). Innovation in entrepreneurial organisations: A platform for contemporary management change and a value creator. *The British Accounting Review*, 46(1), 60-76.
- 22) Keh, H.K., Nguyen, T.T.M. and Ng, H.P. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 22, pp. 592-611.
- 23) Kirzner, I. M. (1979). Perception, opportunity and profit: Studies in the theory of entrepreneurship. Chicago: University of Chicago Press.
- 24) Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2001). *Entrepreneurship: A contemporary approach*, Third Editioned. Fort Worth: Dryden Press.
- 25) Lin, Y., & Wu, L. Y. (2014). Exploring the role of dynamic capabilities in firm performance under the resource-based view framework. *Journal of Business Research*, 67(3), 407-413.
- 26) Luchsinger, V., & Bagby, D. R. (1987). Entrepreneurship and intrapreneurship: Behaviors, comparisons, and contrasts. *S.A.M. Advanced Management Journal*, 10-13.

- 27) Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21 (1), 135–172
- 28) Marques, C. S., and Ferreira, J. (2009) SME innovation capacity, competitive advantage and performance in a traditional industrial region of Portugal, *Journal of Technology Management and Innovation*, Vol. 4, No 4, pp. 53-67.
- 29) Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29 (7), 770–791.
- 30) Modi, S. B., & Mabert, V. A. (2007). Supplier development: Improving supplier performance through knowledge transfer. *Journal of Operations Management*, 25 (1), 42-64.
- 31) Morris, M.H., Sexton, D.L., 1996. The concept of entrepreneurial intensity: Implications for company performance. *Journal of Business Research* 36 (1), 5–13.
- 32) Nasution, H. N., Mavondo, F. T., Matanda, M. J., & Ndubisi, N. O. (2011). Entrepreneurship: Its relationship with market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value. *Industrial Marketing Management*, 40 (3), 336-345.
- 33) Nunnally, J. C. and I. H. Bernstein: 1994, *Psychometric Theory*, 3rd Edition (McGraw-Hill, New York).
- 34) Penrose, E.T., 1959. *The Theory of the Growth of the Firm*. Basil Blackwell, Oxford.
- 35) Prieto, I. M., & Revilla, E. (2006). Learning capability and business performance: a non-financial and financial assessment. *The Learning Organization*, 13 (2), 166-185.
- 36) Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial Orientation and business performance: Cumulative empirical evidence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761–788.
- 37) Real, J. C., Roldán, J. L., & Leal, A. (2014). From entrepreneurial orientation and learning orientation to business performance: analysing the mediating role of organizational learning and the moderating effects of organizational size. *British Journal of Management*, 25 (2), 186-208.
- 38) Rodrigues, R. G., & Raposo, M. (2011). Entrepreneurial orientation, human resources information management, and firm performance in SMEs. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 28 (2), 143-153.
- 39) Sok, P., O’Cass, A., & Sok, K. M. (2013). Achieving superior SME performance: Overarching role of marketing, innovation, and learning capabilities. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 21 (3), 161-167.
- 40) Spillan, J., and Parnell, J. (2006) Marketing resources and firm performance among SMEs, *European Management Journal*, Vol 26, No. 2-3, pp. 236-245.
- 41) Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11 (summer), 17-27.
- 42) Tang, J., Tang, Z., Marino, L. D., Zhang, Y., & Li, Q. (2008). Exploring an inverted U- shape relationship between entrepreneurial orientation and

- performance in Chinese ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32 (1), 219-239.
- 43) Taylor, E. Z., 2006. The effect of incentives on knowledge sharing in computer-Mediated communication: an experimental investigation. *Journal of Information Systems* 20 (1), 103-116.
- 44) Timmons, J. A. (1990). *New venture creation: Entrepreneurship in the 1990s*. Homewood, Illinois: Irwin.
- 45) Wales, W. J., Patel, P. C., Parida, V., & Kreiser, P. M. (2013). Nonlinear effects of entrepreneurial orientation on small firm performance: the moderating role of resource orchestration capabilities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7 (2), 93-121.
- 46) Wang, C. L. (2008). Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 635-657.
- 47) Wiklund, J. & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20, 71-91.
- 48) Zahra, S. A. (2008). Being entrepreneurial and market driven: Implications for company performance. *Journal of Strategy and Management*, 1(2), 125-142.
- 49) Zahra, S.A., Covin, J.G., 1995. Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing* 10 (1), 43-58.