



Examining the Impact of Entrepreneurial Orientation on Innovation Performance with the Mediating Role of Learning Orientation and Strategic Alignment in Small and Medium-Sized Enterprises in Ahvaz

Sajad Soleimani

Master of Business Administration (MBA), Marketing, Islamic Azad University, Ahvaz Branch, Ahvaz, Iran
sajadsoleimani1988@gmail.com

Mahta Joodzadeh

Assistant professor, Department of management, Institute for Higher education, ACECR, Khouzeestan, Iran
Mahta_joodzadeh@yahoo.com

ARTICLE INFO

Article type:

Research Full Paper

Article history:

Received: 2026-06-21

Revised: 2026-09-07

Accepted: 2026-09-23

Keywords:

Entrepreneurial orientation;
Innovation performance;
Learning orientation;
Strategic alignment;
SMEs in Ahvaz.

EXTENDED ABSTRACT

Background and Objectives: Innovation capability plays a significant role in corporate performance by enhancing the products and services offered. The primary objective of this study is to examine the impact of entrepreneurial orientation on innovation performance, considering the mediating roles of learning orientation and strategic alignment within small and medium-sized enterprises (SMEs) in Ahvaz.

Materials and Methods: This is an applied study utilizing a survey-based methodology. The statistical population comprises managers from 676 SMEs in Ahvaz, with a determined sample size of 245 individuals. Data analysis was conducted using structural equation modeling (SEM), with SPSS and AMOS software employed to assess the model's fit.

Results: The findings indicate that entrepreneurial orientation influences innovation performance, learning orientation, and strategic alignment. Furthermore, learning orientation and strategic alignment were found to impact innovation performance. Additionally, learning orientation and strategic alignment act as mediators in the relationship between entrepreneurial orientation and innovation performance.

Conclusion: The analysis results indicate that entrepreneurial orientation has a positive and significant impact on the innovation performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Ahvaz. This orientation plays a crucial role in identifying potential market opportunities, expanding into new activities, and enhancing competitive advantage—all of which drive the rapid growth of these enterprises. Consequently, managers can utilize the findings of this study in their strategic planning.

Cite this article: Soleimani, S & Joodzadeh, M. (2026). Examining the Impact of Entrepreneurial Orientation on Innovation Performance with the Mediating Role of Learning Orientation and Strategic Alignment in Small and Medium-Sized Enterprises in Ahvaz. *Managerial Modelling in Sustainable Development*, 2(1), 149-165. DOI: [10.22075/mmsd.2026.41710.1038](https://doi.org/10.22075/mmsd.2026.41710.1038)

© 2025 authors retain the copyright and full publishing rights. Journal of Managerial Modelling in Sustainable Development Published by Semnan University Press. This is an open access article under the CC-BY-4.0 license. (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).



بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی گرایش به یادگیری و همسویی استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز^۱

سجاد سلیمانی 

کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار (MBA)، گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اهواز، اهواز، ایران

sajadsoleimani1988@gmail.com

مهتا جودزاده 

استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی خوزستان، ایران (نویسنده مسئول)

mahta_joodzadeh@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله کامل علمی-پژوهشی	سابقه و هدف: توانایی نوآوری نقش مؤثری در عملکرد شرکت‌ها از طریق بهبود محصولات و خدمات ارائه شده دارد. هدف اساسی پژوهش حاضر، بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی گرایش به یادگیری و همسویی استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۳/۳۱ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۶/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۷/۰۱	روش: پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش اجرا، پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه مدیران ۶۷۶ شرکت کوچک و متوسط شهر اهواز است. حجم نمونه ۲۴۵ نفر تعیین شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادله ساختاری و نرم‌افزارهای SPSS و AMOS به منظور بررسی برازش الگوی معادله ساختاری استفاده شد.
واژه‌های کلیدی: گرایش به کارآفرینی؛ عملکرد نوآوری؛ گرایش به یادگیری؛ همسویی استراتژیک؛ شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز	یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان داد گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری، گرایش به یادگیری و همسویی استراتژیک اثرگذار است. همچنین گرایش به یادگیری و همسویی استراتژیک بر عملکرد نوآوری مؤثر است. همچنین گرایش به یادگیری و همسویی استراتژیک نقش میانجی در تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری دارند.
	نتیجه‌گیری: نتایج تجزیه و تحلیل‌ها نشان داد که گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد که این امر نقش مهمی در کشف فرصت‌های بالقوه بازار، گسترش فعالیت جدید و افزایش مزیت رقابتی ایفا می‌کند که همگی باعث رشد سریع شرکت‌های کوچک و متوسط می‌شوند. لذا مدیران می‌توانند از نتایج پژوهش حاضر در برنامه ریزی استراتژیک خود استفاده نمایند.
استناد: سلیمانی، سجاد، و جودزاده، مهتا. (۱۴۰۵). بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی گرایش به یادگیری و همسویی استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز. <i>مدل‌سازی مدیریتی در توسعه پایدار</i> ، ۲(۱)، ۱۶۵-۱۴۹.	
DOI: https://doi.org/10.22075/mmsd.2026.41710.1038	
ناشر: دانشگاه سمنان	

^۱ مقاله حاضر برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دانشگاه آزاد اهواز می باشد.

1. مقدمه

(امروزه شرکت‌های کوچک و متوسط در اقتصادهای در حال توسعه تا 40 درصد از تولید ناخالص داخلی (یو و همکاران، 2021) را تشکیل می‌دهند و 80 درصد مشاغل را ایجاد می‌کنند (فنگ¹ و همکاران، 2022). بسیاری از این شرکت‌ها جهت ماندگاری در محیط رقابتی نیاز به نوآوری دارند (رضوی، 1398). توانایی نوآوری نقش مؤثری در عملکرد شرکت‌ها ایجاد می‌کند (آروندل² و همکاران، 2019). مدیران شرکت‌ها می‌کوشند تا با بهره‌گیری از تکنیک‌های مختلف به عملکرد برتر دست یابند. بهبود عملکرد نوآوری می‌تواند عملکرد کسب و کار را افزایش دهد. بنابراین مطالعه عملکرد نوآوری یک مسأله پژوهشی باز است که توجه بسیاری از مدیران و محققان را به خود جلب کرده است (ژای³ و همکاران، 2018).

از نظر پژوهشگران گرایش به کارآفرینی متغیری اثرگذار بر عملکرد نوآوری است و نقش مهمی در کشف فرصت‌های بالقوه بازار، گسترش فعالیت جدید و افزایش مزیت رقابتی ایفا می‌کند که همگی باعث رشد سریع شرکت می‌شوند (ژای و همکاران، 2018). به گفته منتیر⁴ و همکاران (2019)، گرایش به کارآفرینی استعدادی پویای و خاص جهت شناسایی احتمالات سرمایه‌گذاری و به کارگیری منابع است. گرایش به کارآفرینی در سطح شرکت، رویه‌های ساخت استراتژی کارآفرینانه، فلسفه‌های مدیریت و رفتارهای شرکت را در بر می‌گیرد و توسعه استراتژی نوآوری، فعال بودن و ریسک‌پذیری شرکت‌ها، شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های بازار را تسهیل می‌کند (هو⁵ و همکاران، 2019). هدف از یادگیری‌ها در یک شرکت، کمک به منظور سازگاری، بقا و شکوفایی است. به عقیده بالاسوبرامینین⁶ همه یادگیری‌ها و خلاقیت‌ها در جهان اگر در عمل پیاده نشوند، بی‌ارزش خواهند بود. به این معنی که هدف نهایی از یادگیری «به کارگیری آموخته‌ها در عمل» به منظور افزایش مزیت رقابتی، کارایی و اثربخشی شرکت است. لاندی⁷ نیز معتقد است که گرایش به یادگیری برای ابداع و خلاقیت عامل بنیادی محسوب می‌شود (کوهی و پورامینی، 1394). مطالعات گذشته به اثرات همسویی استراتژیک یا تناسب استراتژیک در زمینه‌های مختلف مانند حسابداری، پشتیبانی عملیاتی، بازاریابی، سیستم‌های بین سازمانی و پشتیبانی تصمیم‌گیری استراتژیک، مدیریت زنجیره تأمین و تجارت الکترونیک اشاره نموده‌اند (ماجی⁸ و همکاران، 2021). به گفته میتیج⁹ و همکاران (2017)، همسویی یک موضوع در سطح شرکت است که بر عملکرد کلی یک سازمان تأثیر می‌گذارد. اسلام¹⁰ و همکاران (2020) نیز همسویی استراتژیک را به عنوان یکی از عناصر و ویژگی‌های مهم، کلیدی و اصلی مزیت رقابتی قلمداد می‌کنند. شرکت‌های کوچک و متوسط نقش حیاتی در اقتصاد دارند. آنها به طور قابل توجهی به تولید ناخالص داخلی کشور کمک می‌کنند. شرکت‌های کوچک و متوسط به تنوع بخشیدن به اقتصاد کمک می‌کنند و وابستگی کشور به چند صنعت بزرگ را کاهش می‌دهند و به دلیل انعطاف‌پذیری و توانایی خود برای انطباق با شرایط متغیر بازار بسیار مهم هستند (البشیر¹¹ و همکاران، 2023). در ایران نیز دلایل زیادی برای

¹ Fang

² Arundel

³ Zhai

⁴ Monteiro

⁵ Hou

⁶ Balasubraminin

⁷ Laundry

⁸ Majhi

⁹ Mitić

¹⁰ Islam

¹¹ Elshaer

پرداختن به این شرکت‌ها وجود دارد که برخی از مهمترین آنها عبارتند از شرکت‌های کوچک و متوسط که ۹۴٪ از شرکت‌های موجود در ایران را تشکیل می‌دهند و منبع اصلی استخدام می‌باشند و حدود ۲۵٪ اشتغال ایجادشده در کشور توسط این شرکت‌ها صورت گرفته است (بابایی فارسانی و همکاران، ۱۴۰۱). بنابراین سؤال اصلی این پژوهش اینگونه بیان می‌شود: گرایش به کارآفرینی چه تاثیری بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی یادگیری و همسویی استراتژیک در شرکت‌های فعال در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز دارد؟

۲. پیشینه پژوهش

۱.۲. گرایش به کارآفرینی

گرایش به کارآفرینی پدیده‌ای پیچیده است که به عنوان یک فرآیند مستمر اجتماعی تلقی می‌شود و فرایندی تعاملی، آموزشی، تلفیقی، ابتکاری، در حال ظهور و منطقی یا شبکه‌ای از روابط، تعاملات و تأثیرات چند وجهی میان افراد، فرصت‌ها و کسب و کارها محسوب می‌شود (رضایی و مرزوقی، ۱۳۹۷). گرایش به کارآفرینی به عنوان یک استراتژی کارآفرینی، فرآیندهایی را ایجاد می‌کند که رهبران کلیدی برای ایجاد اهداف سازمانی خود، حمایت از چشم‌انداز و ایجاد مزیت رقابتی از آنها استفاده می‌کنند. اصطلاح گرایش به کارآفرینی قابلیت‌های کارآفرینی را توصیف می‌کند، از جمله توانایی سازمان برای نوآوری، ریسک‌پذیری و پیگیری فعالانه فرصت‌های بازار جهت تمایز سازمان نسبت به رقبا، تغییرات در عملکرد شرکت و رشد برتر را توضیح می‌دهد. همچنین به عنوان یک موقعیت استراتژیک سازمان به فرآیندها، شیوه‌ها، سبک‌های تصمیم‌گیری و استراتژی‌سازی، فعالیت‌ها و فرآیندهای سازمانی که درگیر فعالیت‌های کارآفرینانه است و کارآفرینانه عمل می‌کند، تعریف می‌شود (خورشید^۱ و همکاران، ۲۰۲۳، رستمی و همکاران، ۱۴۰۱، بوگورا^۲ و همکاران، ۲۰۲۳). این رویکرد در پی آن است که نسبت به رقبا برتری داشته باشد و راهبر مشتریان شود (یاراحمدی و همکاران، ۱۴۰۲) و با تشویق و ترویج روحیه کارآفرینانه و بهره‌گیری از دانش خلق شده در دیگر رهیافت‌ها، عملکرد کارآفرینانه را در سازمان‌های بزرگ توسعه می‌دهد (فاضلی و حیدری، ۱۴۰۱).

۲.۲. خلاقیت، نوآوری و گرایش به کارآفرینی

خلاقیت به عنوان تولید ایده‌ها یا راه‌حل‌های جدید و مفید تعریف می‌شود (لی و کیم^۳، ۲۰۲۱). خلاقیت عبارت است از به کارگیری توانایی‌های ذهنی، برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید (گل‌محمدی و همکاران، ۱۴۰۰). کارآفرینی نیز عملی خلاقانه و نوعی نوآوری است. کارآفرینان باید به نگرشی خلاقانه مجهز شوند تا کسب و کاری که می‌سازند پتانسیل عالی شدن داشته باشد (دیواتی^۴ و همکاران، ۲۰۲۳). در سال ۱۹۳۴، شومپتر برای نخستین بار الگویی برای رابطه‌ای میان کارآفرینان و نوآوران ارائه کرد و کارآفرین را به عنوان نوآور مطرح نمود. وی معتقد بود کارآفرینان مولد نوآوری هستند. بر اساس این الگو، تنها فردی که یک شرکت جدید را بر مبنای یک ایده جدید بنا می‌کند، می‌تواند کارآفرین نامیده شود. در این الگو عوامل سه گانه نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی مجموعاً باعث بالا بردن موفقیت تحصیلی و شغلی می‌شود. خلاقیت، زیربنای نوآوری و کارآفرینی است (هیبت‌اله‌پور و همکاران، ۱۳۹۹).

¹ Khorshid

² Bouguerra

³ Lee & Kim

⁴ Diawati

3.2. نوآوری و عملکرد نوآوری

تعریف نوآوری در اواخر دهه 1920 توسط شومپتر ابداع شد (ظهور و ال-تبا¹، 2020). نوآوری برگرفته از یک مفهوم یا ایده جدید فناوری است و منعکس کننده راهی مهم برای پاسخگویی شرکت‌ها به چالش‌های تکنولوژیکی یا بازار است (وانگ و چین²، 2020). پیچیدگی فزاینده و محیط کسب و کار با سرعت بالا، بر نوآوری به عنوان محرک‌های اصلی موفقیت بلند مدت، تمرکز کرده است (درویش³ و همکاران، 2020). به عنوان یک ابزار مهم برای دستیابی به توسعه پایدار، نوآوری در مطالعات تجاری مورد توجه روزافزونی قرار گرفته است. نقش عوامل نوآوری را می‌توان با تئوری مبتنی بر منابع نیز توضیح داد، که بیان می‌کند شرکت‌ها زمانی می‌توانند مزیت رقابتی را حفظ کنند که منابع «ناهمگن» داشته باشند. زیرا در این صورت، آنها توانایی نوآوری پایدار را به دست می‌آورند (چن و کیم⁴، 2023). عملکرد نوآوری به ارزیابی جامع فعالیت‌های نوآورانه شرکت‌ها و نتایج مرتبط با نوآوری محصولات یا خدمات، فرآیندها یا مدیریت اشاره دارد (زی⁵ و همکاران، 2023). فشار روزافزون رقبای داخلی و خارجی به شرکت‌ها، عملکرد نوآورانه را به شرکت‌ها موکدا منعکس می‌کند. بنابراین، آنها باید به دنبال راه‌های جدید، خاص و مؤثر برای کشف و ارتقای ظرفیت‌های نوآوری شرکت‌های خود باشند (یوان⁶ و همکاران، 2023).

4.2. گرایش به یادگیری و همسویی استراتژیک

گرایش به یادگیری عبارت است از به اشتراک گذاری دانش و تجارب فردی به منظور یادگیری کارکنان که چگونه یاد بگیرند و چگونه آموخته‌های خود را در محیط سازمانی به دیگران انتقال دهند (صالحی و سلیمان‌پور، 1401). یک سازمان باید از طریق کسب دانش و مهارت‌های جدید، یاد بگیرد که با محیط تجاری چالش برانگیز کنار بیاید و در نتیجه عملکرد خود را بهبود ببخشد. استراتژی‌ها و رفتارهای مؤثر گرایش به یادگیری می‌توانند به سازمان اجازه دهند تا قابلیت استراتژیک خود را برای حفظ مزیت رقابتی و توسعه عملکرد کلی خود بهبود بخشد (یزدان پناه و شفیعی نیک آبادی، 1401). همسویی یعنی سازمان‌ها باید برای حفظ حیات، منابع سازمانی خود را با محیط رقابتی پیرامونی سازگار، همسو و متناسب کرده و حتی در این مسیر تقلا کنند (آذر و معزز، 1393). امروزه موفقیت کسب و کار ناشی از عوامل متعددی از جمله اهدافی که تعریف می‌کند، نحوه رسیدن شرکت به آنها، بهترین راه برای کنترل آنها و تجزیه و تحلیل پیشرفت آن است که شرکت ارائه می‌دهد. این اقدامات از طریق همسویی استراتژیک امکان‌پذیر است، یعنی همه دست‌اندرکاران کسب و کار به دنبال اهداف یکسانی هستند و برای رسیدن به آن انگیزه دارند. این امر با کمک منابع انسانی که یک شرکت دارد امکان‌پذیر است. از این رو، برقراری ارتباط در تمام سطوح سازمانی و مهمتر از همه، استفاده از کارکنان خود برای به دست آوردن همسویی که منعکس کننده استراتژی شرکت است، مهم است. این امر به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا پتانسیل‌های خود را به حداکثر برسانند و نقش مهمی در موفقیت آنها ایفا می‌کند. همسویی را می‌توان با تعریف واضح اهداف سازمان، همراه با اجرای پاداش، مکانیسم‌هایی که قادر به ارتقای دستیابی به اهداف هستند، انجام داد (فریرا⁷، 2022).

¹ Zahoor & Al-Tabbaa

² Wang & Chen

³ Darwish

⁴ Chen & Kim

⁵ Xie

⁶ Yuan

⁷ Ferreira

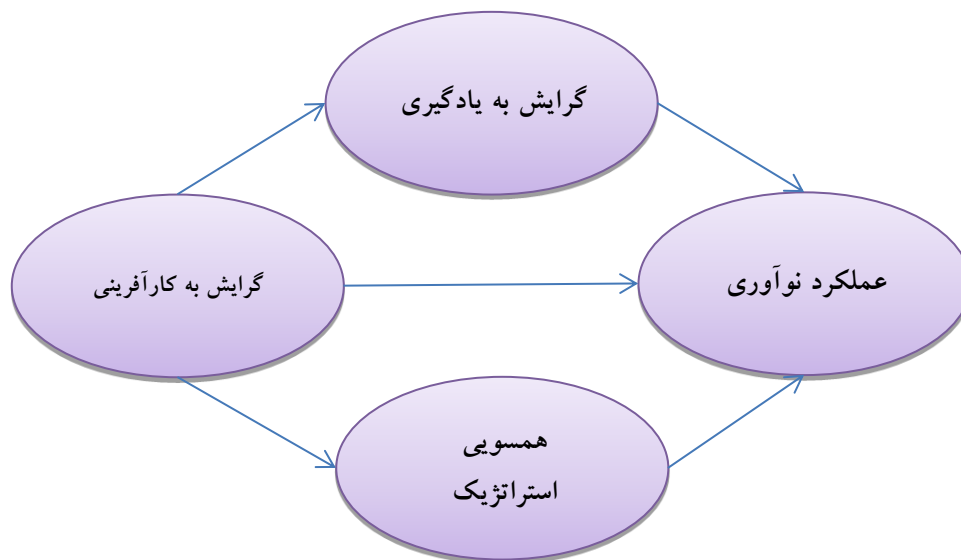
کارآفرینی ابزاری برای نوآوری استراتژیک، به ویژه در شرایط متغیر در محیط خارجی می‌باشد. گرایش به کارآفرینی سازمانی مفهومی چندبعدی است که ابعاد و مولفه‌های متعددی دارد. می‌توان این ابعاد را شامل نوآوری، پیشگامی، نوسازی و خطر پذیری در نظر گرفت (جباری مراغوش و همکاران، ۱۴۰۱). آرزویاگا^۱ و همکاران (۲۰۱۸) کشف کردند که گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری بر اساس داده‌های ۲۳۰ شرکت کوچک و متوسط اسپانیایی اثر مطلوبی دارد. یافته مشابهی توسط اقبال^۲ و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای شامل شرکت‌های کوچک و متوسط پاکستانی گزارش شده است. همه این مطالعات از مفهوم سنتی کارآفرینی حمایت می‌کنند. با این وجود، یافته‌های متناقض نیز مستند شد. با توجه به مدیسون^۳ و همکاران (۲۰۱۴)، هیچ ارتباطی بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد تجاری وجود ندارد. علیرغم این واقعیت که مقالات متعددی در زمینه گرایش کارآفرینی در مجلات پیشرو کارآفرینی و مرتبط منتشر شده است، کمبود موضوعات مطالعاتی با ارزش افزوده بالا در زمینه گرایش کارآفرینی در ادبیات وجود دارد (کیابو و ایساگا^۴، ۲۰۲۰). به گفته وانگ^۵ (۲۰۰۸)، کسب و کاری که به شدت کارآفرین می‌باشد، بسیار یادگیری محور و مستعد القای اصولی است که تلاش برای یادگیری، نگرش باز و دیدگاه مشترک را تقویت می‌کند. شرکت‌های کارآفرین اقدامات فعالانه بازار و همچنین حرکات جدی نسبت به رقبا را انجام می‌دهند. بنابراین، شرکت‌های کارآفرین، پویای محیطی فعال و گسترده‌ای را انجام می‌دهند و به طور مداوم با اطلاعات جدید و خارجی مواجه می‌شوند. رابطه یادگیری سازمانی و گرایش کارآفرینانه در شرکت‌های تولیدی اسپانیا (آلیگری و چیاو^۶، ۲۰۱۳) و یادگیری سازمانی و گرایش کارآفرینانه در بنگاه‌های کسب و کار در چین (ژائو^۷ و همکاران، ۲۰۱۱) مورد تأیید واقع شده است.

سازمان‌های که از یادگیری سازمانی استفاده می‌کنند بهتر و موثرتر می‌توانند زمینه‌های لازم را جهت خلاقیت و نوآوری خود فراهم آورند. سازمان‌های نوآور، بهره‌وری، سودآوری و درآمد بیشتری نسبت به سایرین خواهند داشت. سازمان‌هایی که موفق به نوآوری می‌شوند در مقایسه با رقبای ناتوان خود، پیشرفت بیشتری می‌کنند (نوشادی و همکاران، ۱۴۰۱). نظریه مبتنی بر دانش معتقد است که درجه فراوانی دانش در بین شرکت‌ها به طور مستقیم تفاوت شایستگی و گرایش به یادگیری را تعیین می‌کند که به شرکت‌ها در دستیابی به منابع دانش کمک می‌کند (ژو^۸ و همکاران، ۲۰۱۸). واقع، تعداد کمی از مطالعات این واقعیت را مورد مناقشه قرار می‌دهند که قابلیت‌های یادگیری سازمانی نه تنها ارتباط نزدیکی با نوآوری دارند (وانگ^۹ و همکاران، ۲۰۲۲). این نقل قول ارتباط نزدیک بین گرایش به یادگیری و نوآوری را نشان می‌دهد. این فرآیندها مستلزم مهارت‌های استفاده، ایجاد و تغییر دانش یک سازمان برای بهبود یا حفظ عملکرد آن است. با توجه به ارتباط بین یادگیری سازمانی و نوآوری، جیمز-جیمز و سانز-واله^{۱۰} (۲۰۱۱) نشان می‌دهند که نوآوری نتیجه فرآیندهای یادگیری در نظر گرفته می‌شود، آنها میانجی فرآیندهای نوآوری هستند و اثرات مثبتی بر عملکرد دارند.

¹ Arzubiaga² Iqbal³ Madison⁴ Kiyabo & Isaga⁵ Wang⁶ Alegre & Chiva⁷ Zhao⁸ Zhu⁹ Wang¹⁰ Jiménez-Jiménez & Sanz-Valle

پژوهشگران در زمینه مدیریت استراتژیک نگرانی‌های مهمی را در مورد دستیابی به همسویی کسب و کار و فناوری اطلاعات در پروژه‌های مقیاس بزرگ و سازمان‌های عمومی نشان دادند (الغازی^۱ و همکاران، 2017). به دلیل تأثیرات مطلوب آن بر نوآوری شرکت (هرو و فورتین^۲، 2018)، همسویی استراتژیک به یک نگرانی مدیریت ارشد تبدیل شده است (لابان و دیا^۳، 2019). تأکید زیادی بر روی تعریف، اندازه‌گیری، علل و پیامدهای همسویی بین استراتژی‌های کسب و کار و فناوری اطلاعات، همسویی استراتژیک فناوری اطلاعات، برای درک اینکه آیا همسویی استراتژیک منجر به عملکرد سازمانی بیشتر می‌شود، شده است (کیم^۴ و همکاران، 2020). ارزیابی اینکه چگونه شرکت‌ها با اتخاذ یک استراتژی مضاعف به نتایج عالی دست یافته‌اند و مزیت رقابتی خود را حفظ کرده‌اند (تمایز از طریق تعالی خدمات و نوآوری و رهبری هزینه در گروه همتایان خود) بسیار مهم است.

زمانی و گروسی مختارزاده (1394) در پژوهشی نشان می‌دادند یادگیری سازمانی تأثیر معناداری بر نوآوری و کارآفرینی شرکتی دارد. نتایج پژوهش آقایی و فرخیان (1395) نشان داد کارآفرینی بر یادگیری سازمانی تأثیر می‌گذارد و یادگیری سازمانی بر عملکرد صادراتی مؤثر می‌باشند. یوسفی و عابدی (1395) بیان کردند که ساختار صنعت بر عملکرد نوآورانه و یادگیری سازمانی و یادگیری سازمانی بر عملکرد نوآورانه تأثیر گذار است. ذبیحی (1396) نشان داد که مدیریت کیفیت جامع دارای اثر مثبت و معناداری روی یادگیری سازمانی دارد همچنین مدیریت کیفیت جامع و یادگیری سازمانی نیز اثری مثبت و معنادار روی عملکرد نوآورانه دارند. وو^۵ و همکاران (2015) در پژوهشی نشان دادند که تأثیر مکانیسم‌های حاکمیت فناوری اطلاعات بر عملکرد سازمانی به طور کامل توسط همسویی استراتژیک میانجی‌گری می‌شود. نتایج پژوهش میکائوکنچورن^۶ و همکاران (2022) نشان داد که نوآوری، فعال بودن و قابلیت ریسک‌پذیری شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر مثبت معناداری بر جهت‌گیری یادگیری و استراتژی تجاری شرکت‌ها دارد. همچنین جهت‌گیری یادگیری و استراتژی کسب و کار میان رابطه مثبت ابعاد گرایش کارآفرینانه و عملکرد شرکت است.



شکل 1- مدل مفهومی پژوه

¹ Alghazi

² Héroux & Fortin

³ Laban & Deya

⁴ Kim

⁵ Wu

⁶ Meekaewkunchorn

3. روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی است و به لحاظ شیوه جمع آوری داده ها یک پژوهش روش توصیفی- پیمایشی می باشد. جامعه آماری پژوهش را کلیه مدیران شرکت های کوچک و متوسط شهر اهواز به تعداد 676 شرکت تشکیل می دهند. به منظور محاسبه تعداد نمونه از فرمول کوکران استفاده شد و حجم نمونه 245 نفر. محاسبه شد که با روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای مورد بررسی قرار گرفتند. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه بود که به روش روایی صوری و محتوایی مورد بررسی قرار گرفت. همچنین به منظور بررسی پایایی ابزار از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد.

جدول 1: میزان آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش

نتیجه	حداقل قابل قبول	آلفای کرونباخ محاسبه شده	متغیرهای کلیدی
مطلوب	0/7	0/761	گرایش به کارآفرینی
مطلوب	0/7	0/737	عملکرد نوآوری
مطلوب	0/7	0/779	گرایش به یادگیری
مطلوب	0/7	0/742	همسویی استراتژیک

نتایج آمار توصیفی نمونه مورد بررسی نشان داد که پاسخ دهندگان 68 نفر زن و 177 نفر مرد بودند، بدین ترتیب 27/8 درصد زن و 72/2 درصد مشارکت داشتند. براساس سن مشارکت کنندگان، 12/2 درصد کمتر از 30 سال، 60/8 درصد 31-40 سال، 16/7 درصد 41 تا 50 سال و در نهایت 10/2 درصد بیشتر از 50 سال بودند. میزان تحصیلات 8/2 درصد دیپلم و پایین تر، 4/9 درصد فوق دیپلم، 49/8٪ لیسانس، 33/5 درصد فوق لیسانس و 3/7 درصد دکتری بود. براساس سابقه کار 26/1 درصد کمتر از 10 سال، 37/6 درصد 10 تا 15 سال، 16/3 درصد 16 تا 20 سال و 20 درصد بیشتر از 20 سال بودند.

به منظور بررسی فرضیه ها از آزمون معادلات ساختاری (رگرسیون همزمان) استفاده شد که این امر به کمک نرم افزار AMOS انجام گرفت.

جدول 2: شاخص های محاسبه شده برازش مدل اصلی پژوهش

شاخص	شاخص			مقدار محاسبه شده در پژوهش
	علامت اختصاصی	معادل فارسی	دامنه قابل قبول	
تطبیقی (نسبی)	NFI	شاخص نرم شده برازندگی	$>0/80$	0/894
	CFI	شاخص برازش تطبیقی	0/90 و بیشتر	0/909
	RFI	شاخص برازندگی فزاینده	0/90 و بیشتر	0/902
	χ^2/df	مجذور کای نسبی	کمتر از 3	2/401
مقتصد	RMSEA	ریشه میانگین مربعات تقریب	0-0/08	0/072
مطلق	GFI	شاخص نیکویی برازش	نزدیک 1	0/901
	AGFI	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	نزدیک 1	0/872
	Chi-Square	کای دو	وابسته به حجم نمونه	117/71

همان‌گونه که در جدول (2) آمده است، با توجه به شاخص‌های برازندگی به ویژه نسبت مجذور کای به درجه آزادی برابر 2/401 (ملاک کمتر از 3)، شاخص نیکویی برازش (GFI) برابر 0/901، شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته (AGFI) برابر 0/872، شاخص برازندگی مقایسه‌ای (RFI) برابر 0/902، شاخص برازندگی افزایشی (CFI) برابر 0/909 و ریشه خطای تقریب میانگین مجذورات (RMSEA) برابر 0/072 می‌باشد که نشان می‌دهد مدل نهایی بدون نیاز به اصلاح از برازندگی مناسبی برخوردار است. همچنین همه روابط موجود بین متغیرها در مدل در سطح $P < 0/05$ معنادار می‌باشد.

فرضیه اصلی اول: گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی گرایش به یادگیری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

به منظور بررسی نقش میانجی گرایش به یادگیری در تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری از تحلیل بوت استرپینگ استفاده کرده که نتایج حاصل از این تحلیل در جدول 3 آورده شده است:

جدول 3: بررسی نقش میانجی گرایش به یادگیری در تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری

نتیجه	اثر غیر مستقیم (نقش میانجی)		اثر کامل		مسیر (نقش میانجی گرایش به یادگیری)
	ضریب تأثیر (β)	سطح معناداری	ضریب تأثیر (β)	سطح معناداری	
تأیید فرضیه	0/294	<0/05p	0/514	<0/05p	گرایش به یادگیری عملکرد نوآوری گرایش به کارآفرینی

با توجه به جدول (3) نتایج حاصل از تحلیل بوت استرپینگ نشان می‌دهد که اثر کامل گرایش به کارآفرینی بر حفظ و عملکرد نوآوری برابر 0/514 و سطح معناداری آزمون کمتر از 0/05 شده است همچنین ضریب تأثیر غیر مستقیم گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی گرایش به یادگیری برابر $\beta = 0/294$ و مقدار سطح معناداری آزمون محاسبه شده برای تحلیل مسیر فوق کمتر از 0/05 می‌باشد. در نتیجه فرضیه فوق تأیید و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی گرایش به یادگیری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه اصلی دوم: گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی همسویی استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

به منظور بررسی نقش میانجی همسویی استراتژیک در تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری از تحلیل بوت استرپینگ استفاده کرده که نتایج حاصل از این تحلیل در جدول (4-25) آورده شده است:

جدول 4: بررسی نقش میانجی همسویی استراتژیک در تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری

نتیجه	اثر غیر مستقیم (نقش میانجی)		اثر کامل		مسیر (نقش میانجی گرایش به یادگیری)
	ضریب تأثیر (β)	سطح معناداری	ضریب تأثیر (β)	سطح معناداری	
تأیید فرضیه	0/341	<0/05p	0/561	<0/05p	همسویی استراتژیک گرایش به کارآفرینی عملکرد نوآوری

با توجه به جدول (4) نتایج حاصل از تحلیل بوت استرپینگ نشان می‌دهد که اثر کامل گرایش به کارآفرینی بر حفظ و عملکرد نوآوری برابر $0/561$ و سطح معناداری آزمون کمتر از $0/05$ شده است همچنین ضریب تأثیر غیر مستقیم گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی همسویی استراتژیک برابر $\beta=0/341$ و مقدار سطح معناداری آزمون محاسبه شده برای تحلیل مسیر فوق کمتر از $0/05$ می‌باشد. در نتیجه فرضیه فوق تأیید و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی همسویی استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه فرعی اول: گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول 5: تأثیر متغیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری

مسیر مستقیم	(β) ضریب تأثیر	عدد معناداری (t-value)	نتیجه
عملکرد نوآوری $\rightarrow$ گرایش به کارآفرینی	0/22	3/423	تأیید فرضیه

با توجه به نتایج بدست آمده در جدول (5) ضریب تأثیر متغیر پیش‌بین گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری برابر $\beta=0/22$ و مقدار بحرانی $3/423$ ضریب t گزارش شده که بزرگتر از $1/96$ می‌باشد، بنابراین فرض صفر آزمون را رد کرده و می‌توان نتیجه گرفت گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه فرعی دوم: گرایش به کارآفرینی بر گرایش به یادگیری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول 6: تأثیر متغیر گرایش به کارآفرینی بر گرایش به یادگیری

مسیر مستقیم	(β) ضریب تأثیر	عدد معناداری (t-value)	نتیجه
گرایش به یادگیری $\rightarrow$ گرایش به کارآفرینی	0/70	10/221	تأیید فرضیه

یافته‌های حاصل از تحلیل معادلات ساختاری در جدول (6) نشان داد که ضریب تأثیر متغیر پیش‌بین گرایش به کارآفرینی بر گرایش به یادگیری برابر $\beta=0/7$ و مقدار بحرانی $10/221$ ضریب t گزارش شده که بزرگتر از $1/96$ می‌باشد، بنابراین فرض صفر آزمون را رد کرده و می‌توان نتیجه گرفت گرایش به کارآفرینی بر گرایش به یادگیری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه فرعی سوم: گرایش به کارآفرینی بر همسویی استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول 7: تأثیر متغیر گرایش به کارآفرینی بر همسویی استراتژیک

مسیر مستقیم	(β) ضریب تأثیر	عدد معناداری (t-value)	نتیجه
گرایش به یادگیری $\rightarrow$ گرایش به کارآفرینی	0/74	10/912	تأیید فرضیه

با توجه به نتایج بدست آمده در جدول (7) ضریب تأثیر متغیر پیش‌بین گرایش به کارآفرینی بر همسویی استراتژیک برابر $\beta=0/74$ و مقدار بحرانی $10/912$ ضریب t گزارش شده که بزرگتر از $1/96$ می‌باشد، بنابراین فرض صفر آزمون را

رد کرده و می‌توان نتیجه گرفت گرایش به کارآفرینی بر همسویی استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه فرعی چهارم: گرایش به یادگیری بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول 8: تأثیر متغیر گرایش به یادگیری بر عملکرد نوآوری

مسیر مستقیم	(β) ضریب تأثیر	(t-value) عدد معناداری	نتیجه
عملکرد نوآوری $\rightarrow$ گرایش به یادگیری	0/42	10/450	تأیید فرضیه

با توجه به نتایج بدست آمده در جدول (7) ضریب تأثیر متغیر پیش‌بین گرایش به یادگیری بر عملکرد نوآوری برابر $\beta=0/42$ و مقدار بحرانی $t=8/450$ ضریب t گزارش شده که بزرگتر از $1/96$ می‌باشد، بنابراین فرض صفر آزمون را رد کرده و می‌توان نتیجه گرفت گرایش به یادگیری بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه فرعی پنجم: همسویی استراتژیک بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول 9: تأثیر متغیر همسویی استراتژیک بر عملکرد نوآوری

مسیر مستقیم	(β) ضریب تأثیر	(t-value) عدد معناداری	نتیجه
عملکرد نوآوری $\rightarrow$ همسویی استراتژیک	0/46	8/827	تأیید فرضیه

یافته‌های حاصل از تحلیل معادلات ساختاری در جدول (8) نشان داد که ضریب تأثیر متغیر پیش‌بین همسویی استراتژیک بر عملکرد نوآوری برابر $\beta=0/46$ و مقدار بحرانی $t=8/827$ ضریب t گزارش شده که بزرگتر از $1/96$ می‌باشد، بنابراین فرض صفر آزمون را رد کرده و می‌توان نتیجه گرفت همسویی استراتژیک بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

4. یافته‌ها

نتایج تجزیه و تحلیل‌ها نشان داد که گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد. این نتیجه همسو با نتیجه مطالعات آقایی و فرخیان (1395)، شفیعی (1398)، ملک اخلاق و همکاران (1401)، غلام‌پور و همکاران (1401)، کیاو و ایساگا (2020)، خان و بشیر (2020)، السویدی و همکاران (2021)، میکائو کنچورن و همکاران (2022) است. گرایش به کارآفرینی شروع کسب و کار نوین در پاسخ به یک فرصت شناخته شده برای دستیابی به سود و ایجاد (حداقل سازی) اثر جانبی محیطی مثبت (منفی) است. به عبارتی شرکت‌ها برای روی آوردن به نوآوری، بهبود عملکرد و پیشی گرفتن از رقبای خود باید اقدام به فعالیت‌های کارآفرینی نمایند. این امر می‌تواند مانند یک وجه دید در نظر مشتریان قرار گیرد و باعث جلو رفتن شرکت از رقبا شده و به صورت یک عملکرد نوآورانه نمایان شود. همچنین نتایج نشان داد که گرایش به کارآفرینی بر گرایش به یادگیری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد. این نتیجه همسو با نتیجه مطالعات آقایی و فرخیان (1395)، ملک اخلاق و همکاران (1401)، غلام‌پور و همکاران (1401)، خان و بشیر (2020)، السویدی و همکاران (2021)، میکائو کنچورن و همکاران (2022) است. امروزه شرکت‌های زیادی در مواجهه با افزایش رقابت حاصل از نوآوری‌های

تکنولوژیک و محیط‌های متغیر بازار و تغییر در تقاضای مشتریان قرار گرفته‌اند، که به نظر می‌رسد با داشتن پیش‌آگاهی نسبت به تغییر، تصور آن و از آن فراتر پذیرش وقوع قطعی تغییر به جای هراس از آن، بهتر می‌تواند مسیر تغییر را تعیین کرده و حتی خود عامل تحقق آن باشند. زیرا بهترین راه پیش‌بینی آینده، خلق آن است. از آنجا که گرایش به کارآفرینی از عناصر مهم در اثربخشی شرکت‌های پویا و در حال تغییر محسوب می‌شوند، توجه به پیامدهای آن نظیر گرایش به یادگیری بسیار با اهمیت است. نخست شرکت‌ها بایست به عنوان یک ضرورت لازم برای بدست آوردن سطوح اجرایی بالا در اقدامات باید به گرایش به کارآفرینی روی آورند و اینکه درک و مدیریت فرایندهای کارآفرینی به یک قابلیت حیاتی تبدیل شده که همه شرکت‌ها باید آن را یاد بگیرند. دوم اینکه فرایندهای کارآفرینی باید با اجرای یک سری از مکانیزم‌ها، باعث نهادینه دانش آگاهی و یادگیری در شرکت‌ها تبدیل شوند و با حصول نتایج رقابت سخت، جهت تقلید و ایجاد عملکرد بالاتر منجر به توسعه سازمان‌ها شوند. از سوی دیگر نتایج موید فرضیه سوم بود یعنی گرایش به کارآفرینی بر همسویی استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد. این نتیجه همسو با نتیجه مطالعات ملکی و حاجی‌پور (1399)، السویدی و همکاران (2021)، و الشمسی و همکاران (2022) است. امروزه با توجه به تغییر و تحولات سریع محیط، شرکت‌ها باید خود را با شرایط جدید وفق داده و به دنبال راهکاری برای حفظ حیات خود در این محیط رقابتی باشند. بدین منظور، گرایش به کارآفرینی می‌تواند راهکار مناسبی باشد. گرایش به کارآفرینی در شرکت منبعی از مزایای استراتژیک مثبت در نظر گرفته می‌شود. گرایش به کارآفرینی کسب و کارها را قادر می‌سازد تا وضعیت اتخاذ استراتژی‌های نوآورانه را حفظ کنند و استراتژی‌ها را از طریق مکانیسم انطباق استراتژیک همسو کنند. فرضیه چهارم نیز تایید شد، گرایش به یادگیری بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد. این نتیجه همسو با نتیجه مطالعات آقایی و فرخیان (1395)، یوسفی و عابدی (1395)، ذبیحی (1396)، ملک محمدی و کردی (1400)، ملک اخلاق و همکاران (1401)، غلام‌پور و همکاران (1401)، خان و بشیر (2020)، السویدی و همکاران (2021)، میکائو کنچورن و همکاران (2022) است. این بدین معناست که گرایش به یادگیری به عنوان یک فرایند مبتنی بر تجربه که از طریق آن دانش مربوط به روابط اقدام پیامد توسعه می‌یابد، به تدریج عادی می‌شود و به حافظه سازمانی وارد شده و رفتار جمعی را تغییر می‌دهد بر نوآوری اثرگذار می‌باشد. گرایش به یادگیری فرایند کسب و توسعه دانش‌ها و قابلیت‌های جدی است و این فرایند می‌تواند به ارتقا فعالیت‌های شرکت منجر شود. توسعه دانش به تسهیل عملکرد و بهبود کارایی، اثربخشی سازمانی کمک می‌کند. تسهیم دانش به طور کارا و انتقال آن به اعضای شرکت، فرصت را برای یادگیری و مشارکت فراهم می‌کند و کارکنان را در خلق دانش نوین، کاربرد دانش و انتقال دانش به همکاران، برمی‌انگیزاند. در نتیجه باید گفت که اگر شرکت‌ها بخواهند به عملکرد نوآورانه دست بزنند، باید اولاً فرهنگ یادگیری خود را تقویت کنند و ثانیاً به استراتژی‌های گرایش به یادگیری توجه کامل داشته باشند، چرا که به واسطه آنها به عملکرد بهتر در زمینه نوآوری دست خواهند یافت. نتایج فرضیه پنج را نیز تایید کرد یعنی همسویی استراتژیک بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد. این نتیجه همسو با نتیجه مطالعات رعیت (1399)، سرطاوی و همکاران (1400)، مقدسی و همکاران (1401)، وو و همکاران (2015)، آکتر و همکاران (2016)، السویدی و همکاران (2021) است. موفقیت شرکت‌ها در آینده به توانایی آنها در نوآوری و بهبود مستمر کسب و کار بستگی دارد. همسویی استراتژیک کلیدی برای انجام این کار است. بنابراین کلیدی برای آینده موفق محسوب می‌شود. دستیابی به همراستایی استراتژیک یک نگرانی بزرگ برای مدیران کسب و کار است. از نظر پژوهشگران همراستایی استراتژی مثبت اقدامات شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهد و منجر به سودآوری بیشتر کسب

و کار می‌شود. با همراستا استراتژی‌ها می‌توان عملکرد و نوآوری و به طبع آن قدرت رقابت‌پذیری شرکت را افزایش داده و شرکت را از سایر شرکت‌ها متمایز نمود. این ساز و کار شرکت را قادر می‌سازد تا با بکارگیری اطلاعات غنی در عرصه رقابت، پیشرو و از شرایط محیط به‌ترین بهره را ببرد.

نتایج حاصل از تحلیل بوت استرپینگ نشان داد که اثر کامل گرایش به کارآفرینی بر حفظ و عملکرد نوآوری برابر 0/514 و سطح معناداری آزمون کمتر از 0/05 شده است همچنین ضریب تأثیر غیر مستقیم گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی گرایش به یادگیری برابر $\beta=0/294$ و مقدار سطح معناداری آزمون محاسبه شده برای تحلیل مسیر فوق کمتر از 0/05 می‌باشد. در نتیجه فرضیه فوق تأیید و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی گرایش به یادگیری در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد. این نتیجه همسو با نتیجه مطالعات آقایی و فرخیان (1395)، ملک اخلاق و همکاران (1401)، غلام‌پور و همکاران (1401)، خان و بشیر (2020)، السویدی و همکاران (2021)، میکائو کنچورن و همکاران (2022) است. همچنین، نتایج حاصل از تحلیل بوت استرپینگ نشان می‌دهد که اثر کامل گرایش به کارآفرینی بر حفظ و عملکرد نوآوری برابر 0/561 و سطح معناداری آزمون کمتر از 0/05 شده است همچنین ضریب تأثیر غیر مستقیم گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی همسویی استراتژیک برابر $\beta=0/341$ و مقدار سطح معناداری آزمون محاسبه شده برای تحلیل مسیر فوق کمتر از 0/05 می‌باشد. در نتیجه فرضیه فوق تأیید و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی همسویی استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد. این نتیجه همسو با نتیجه مطالعات السویدی و همکاران (2021) است. نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد که گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری به صورت مثبت و مستقیم و مثبت و غیرمستقیم تأثیر دارد. تأیید رابطه مستقیم، نشان می‌دهد که متغیر گرایش به کارآفرینی به صورت مستقیم می‌تواند بر عملکرد نوآوری تأثیرگذار باشد. همچنین تأیید رابطه غیرمستقیم، نشان دهنده آن است که متغیرهای گرایش به یادگیری و همسویی استراتژیک به عنوان یک متغیر میانجی می‌تواند بر رابطه گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآوری تأثیرگذار باشد. اگر گرایش به کارآفرینی در قالب زیادی بر تحقیق و توسعه، رهبری فناوری و نوآوری، عرضه محصولات یا خدمات جدید، تغییرات چشم‌گیر در خطوط تولید یا خدمات، آغاز اقداماتی جهت پاسخ به رقابت و ... به کار گرفته شود، ابزاری کاربردی برای ارتقا و بهبود عملکرد نوآوری است؛ همچنین می‌تواند عملکرد نوآوری را با واسطه گرایش به یادگیری و همسویی استراتژیک ارتقا ببخشد.

5. پیشنهادها

اجرای برنامه‌های توجیهی و آموزشی مناسب برای کارکنان جهت نهادینه کردن گرایش به کارآفرینی در بین کارکنان شرکت‌ها، ایجاد انعطاف‌پذیری در ساختار و استراتژی‌های کارآفرینی شرکت، تشکیل واحد کارآفرینی با طراحی ساختار نوین و بسیج منابع و امکانات مناسب برای آن، تلفیق و همسوسازی استراتژی‌های کارآفرینی با استراتژی‌های شرکت، تخصیص بخش و کارگروهی برای اقدامات محیطی. همچنین تأکید شرکت روی آموزش کارکنان در همه سطوح و به طور یکسان، بررسی و یادگیری شیوه‌های عملکرد نوآرانه شرکت‌های موفق، تأکید بر آموزش از طریق تیم‌های کار، آگاه سازی کارکنان از تأثیرگذاری نقششان در فرایندهای کلی شرکت، اعطای پاداش به ایده‌های نوآرانه برای کار، مشارکت کارکنان را در تصمیم‌گیری‌های مهم

اعمال نظرات و نیازهای مشتریان در زمینه محصولات و خدمات شرکت، ایجاد دیدگاه مشتری‌دوستانه در باره اطلاعات بازار موجود در شرکت، تلاش برای رفع نواقص موجود سیستم‌های رایانه‌ای که در صورت بی‌توجهی، دقت در ارائه محصولات

به مشتریان را دچار ضعف و اخلال می‌نمایند. مدیران این نکته را مد نظر داشته باشند که اصلاح اهداف استراتژیک شرکت برای انعطاف‌پذیری و گرایش‌های کارآفرینانه جهت تطابق بیشتر بازارهای جهانی، اجرای برنامه‌های تشویقی و انگیزشی مناسب برای کارکنان، جهت سوق دادن آنها به سمت کارآفرینی و یادگیری، توجه به شکست به عنوان بخشی از فرایند کارآفرینی و یادگیری و در پیگیری ایده‌های شخصی کارکنان از طریق اعطای آزادی نسبی به آنها

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

سپاسگزاری

مقاله حاضر مستخرج از پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی است و تحت حمایت معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز قرار گرفت.

ORCID

 sajad Soleimani <https://orcid.org/0009-0006-1148-5500>

 mahta Joodzadeh <https://orcid.org/0000-0001-5406-5684>

منابع

- آذر، عادل؛ معزز، هاشم. (1393). اندازه‌گیری همسویی راهبردی سازمانی: رویکرد پویایی سیستم. *نشریه مدیریت صنعتی*، 6(2)، 197-218.
- آقای، علی؛ فرخیان، ساحل. (1395). بررسی تأثیر کارآفرینی بر عملکرد صادراتی و نقش میانجی عوامل نوآوری و یادگیری سازمانی (مطالعه موردی: سیمان بجنورد). *سومین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه ریزی پایدار ایران، تهران، 1-8*.
- بابایی فارسانی، میثم؛ فتح الهی چالشتی، سهیلا؛ مرادی، مینا. (1401). تحلیل رابطه رهبری دانش محور، رفتار مدیریت دانش و عملکرد نوآوری (نمونه پژوهش: شرکت‌های کوچک و متوسط استان چهارمحال و بختیاری). *مدیریت دانش سازمانی*، 5(16)، 135-163.
- جباری مراغوش، غلامرضا؛ یاری حاج عطالو، جهانگیر؛ ملکی اوارسین، صادق. (1401). کارآفرینی و بالندگی اعضای هیات علمی در پرتو رهبری معنوی با میانجی‌گری یادگیری سازمانی. *نشریه مدیریت برآموزش سازمان‌ها*. 11(2)، ۱۸۷-۲۰۶.
- ذبیحی، مصطفی. (1396). بررسی نقش میانجی یادگیری سازمانی در رابطه با مدیریت کیفیت جامع و عملکرد نوآورانه (مورد مطالعه: استارت آپ‌های فعال در شهرستان دماوند). *سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و مهندسی صنایع، تهران، 1-19*.
- رستمی، کورش؛ رحمانی، بیژن؛ منشی‌زاده، رحمت اله. (1401). تحلیل عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی نواحی روستایی مورد مطالعه: روستاهای بخش چندار شهرستان ساوجبلاغ. *فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه‌ای)*، 12(46)، 1-17.
- رضایی، مصطفی؛ مرزوقی، رحمت اله. (1397). ارزیابی مؤلفه‌های کارآفرینی در برنامه درسی تجربه شده دانشجویان دانشگاه کابل. *پژوهش در برنامه ریزی درسی (دانش و پژوهش در علوم تربیتی - برنامه ریزی درسی)*، 15(31)، 50-61.
- رضوی، سیده هنگامه. (1398). بررسی تأثیر بین‌المللی سازی شرکت‌های کوچک و متوسط بر نوآوری. *فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، 3(8)، 1-19.

- رعیت، علی. (1399). تأثیر جهت‌گیری استراتژیک کسب و کار، فناوری اطلاعات و بازاریابی بر عملکرد شرکت با نقش میانجی - گری همسویی استراتژیک (مورد: شرکت تولیدی کاشی و سرامیک تهران). دومین کنفرانس ملی علوم انسانی و توسعه، شیراز، 1-16.
- زمانی، محمود؛ گروسی مختارزاده، نیما. (1394). کارآفرینی شرکتی فناورانه، یادگیری سازمانی، نوآوری و عملکرد بنگاه: آزمون یک مدل در شرکت‌های دارویی. فصلنامه فرآیند مدیریت و توسعه، 28(4)، 91-108.
- سرطاوی، نرگس؛ سرطاوی، امین؛ بدری، سعید. (1400). رابطه هم‌ترازی بین عناصر سازمانی و همراستایی استراتژیک با عملکرد سازمانی. همایش ملی پژوهش‌های حرفه‌ای در روانشناسی و مشاوره با رویکرد از نگاه معلم، میناب، 1-7.
- شفیعی، پژمان. (1398). نقش واسطه‌ای مدیریت کیفیت جامع بر رابطه بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد نوآورانه شرکت‌های تولیدی کوچک و متوسط در شهرک صنعتی شیراز. کنفرانس بین‌المللی راهکارها و چالش‌های مدیریت و مهندسی صنایع، تهران، 1-10.
- صالحی، پژمان؛ سلیمان‌پور، بیژن. (1401). ارائه الگوی برای مدیریت دانش کارکنان با رویکرد یادگیری سازمانی (مطالعه موردی: شهرداری تهران). دانش‌شناسی، 15(59)، 74-100.
- غلام‌پور، هادی؛ داغبندان، الهیار؛ سبک‌آرا، مجید. (1401). بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد صادراتی با توجه به نقش دو میانجی نوآوری و قابلیت یادگیری سازمانی (مورد مطالعه، شرکت‌های صادراتی استان گیلان). ششمین کنفرانس بین‌المللی مطالعات بین‌رشته‌ای در مدیریت و مهندسی، تهران، 1-15.
- فاضلی، سیده سکینه؛ حیدری، مریم. (1401). بررسی رابطه سواد اطلاعاتی و مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی کارکنان در دوران همه‌گیری اپیدمی کوید-19. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و علوم انسانی، 3(7)، 244-254.
- کوهی، سعید؛ پورامینی، زهرا. (1394). یادگیری سازمانی. کنفرانس ملی آموزش و توسعه منابع انسانی، 15 آذرماه، 1-11.
- گل‌محمدی، پیمان؛ بهرامی، شهاب؛ فروغی‌پور، حمید. (1400). ارتباط اثربخشی مربیان با خلاقیت فردی ورزشکاران. مجله علوم پزشکی رازی، 28(3)، 185-194.
- مقدسی، علیرضا؛ باقری، ساناز؛ نیساری، حامد. (1401). بررسی تأثیر ابعاد مدیریت استراتژیک فناوری اطلاعات بر عملکرد کسب و کار: تحلیل نقش میانجی همراستایی استراتژیک. ششمین کنفرانس بین‌المللی مطالعات جهانی در علوم انسانی، مدیریت و کارآفرین، تهران، 1-9.
- ملک‌اخلاق، اسماعیل؛ وشکائی‌نژاد، سیده صدف؛ حاتمی‌نژاد، محمد. (1401). تأثیر گرایش به کارآفرینی و چابکی استراتژیک با نوآوری مدل کسب و کار و قابلیت یادگیری بر عملکرد شرکت‌ها. دوفصلنامه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، 14(28)، 31-74.
- ملک‌محمدی، مسعود؛ کردی، مراد. (1400). نقش یادگیری سازمانی در برند سازی داخلی و بهبود عملکرد نوآورانه با نقش واسطه‌ای قابلیت عاطفی کارکنان در شعب بانک صادرات استان قم. هفتمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین حسابداری، مدیریت و علوم انسانی در هزاره سوم، تهران، 1-16.
- ملکی، محمد مهدی؛ حاجی‌پور، بهمن. (1399). طراحی و تبیین مدل زمینه‌های سازمانی تداوم گرایش کارآفرینانه: رویکرد پژوهش آمیخته. چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، 19(42)، 13-38.
- نوشادی، سهیلا؛ امیرسادات، زهره؛ عالیشوندی، فاطمه؛ محمدنیا، مریم. (1401). بررسی تأثیر ظرفیت یادگیری سازمانی بر اثربخشی و خلاقیت سازمانی معلمان و مدیران مقطع ابتدایی آموزش و پرورش شهرستان فراشبند. فصلنامه انگاره‌های نو در تحقیقات آموزشی، 1(2)، 98-110.

- هیبت‌اله‌پور، زهرا؛ مهرعلی‌زاده، یدالله. برکت، غلامحسین؛ نصیری، ماریا. (1399). ارائه الگویی برای تدوین استراتژی‌های یاددهی و یادگیری سازمانی (آموزش) و نوآوری کارآفرینانه در عصر انقلاب صنعتی چهارم در شرکت‌های صنعتی شهر اهواز. *پایان‌نامه دکتری رشته مدیریت آموزشی گرایش مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز*.
- یاراحمدی، لیلا؛ عارف‌نژاد، محسن؛ وحدتی، حجت. (1402). بررسی تأثیر ویژگی‌های درون‌سازمانی بر مزیت رقابتی با نقش میانجی بازاریابی کارآفرینی در سازمان‌های دانش‌بنیان فعال در پارک علم و فناوری استان لرستان. *مدیریت بهره‌وری*، 17(1)، 64-92.
- یزدان‌پناه، سوسن؛ شفیع‌نیک‌آبادی، محسن. (1401). تأثیر قابلیت‌های مدیریت دانش بر چابکی سازمانی با تأکید بر نقش انعطاف‌پذیری استراتژیک و یادگیری سازمانی. *مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، 31(106)، 155-190.
- یوسفی، امیرحسین؛ عابدی، صادق. (1395). شناسایی رابطه بین ساختار صنعت با عملکرد نوآورانه با در نظر گرفتن نقش میانجی یادگیری سازمانی در صنعت مواد غذایی استان قزوین. *اولین کنفرانس ملی مدیریت و اقتصاد جهانی، تهران*، 1-19.

References

- Akter, S., Wamba, S. F., Gunasekaran, A., Dubey, R., & Childe, S. J. (2016). How to improve firm performance using big data analytics capability and business strategy alignment?. *International Journal of Production Economics*, 182, 113-131.
- Alegre, J., & Chiva, R. (2013). Linking entrepreneurial orientation and firm performance: The role of organizational learning capability and innovation performance. *Journal of small business management*, 51(4), 491-507.
- Alghazi, A., Li, M., Shen, J., & Fosso Wamba, S. (2017). Aligning business strategy with IT strategy from business model to enterprise in Saudi Arabia public sector.
- Al-Surmi, A., Cao, G., & Duan, Y. (2020). The impact of aligning business, IT, and marketing strategies on firm performance. *Industrial marketing management*, 84, 39-49.
- Arundel, A., Bloch, C., & Ferguson, B. (2019). Advancing innovation in the public sector: Aligning innovation measurement with policy goals. *Research policy*, 48(3), 789-798.
- Arzubiaga, U., Kotlar, J., De Massis, A., Maseda, A., & Iturralde, T. (2018). Entrepreneurial orientation and innovation in family SMEs: Unveiling the (actual) impact of the Board of Directors. *Journal of Business Venturing*, 33(4), 455-469.
- Bouguerra, A., Hughes, M., Cakir, M. S., & Tatoglu, E. (2023). Linking entrepreneurial orientation to environmental collaboration: a stakeholder theory and evidence from multinational companies in an emerging market. *British journal of management*, 34(1), 487-511.
- Chen, P., & Kim, S. (2023). The impact of digital transformation on innovation performance-The mediating role of innovation factors. *Heliyon*, 9(3).
- Darwish, T. K., Zeng, J., Rezaei Zadeh, M., & Haak-Saheem, W. (2020). Organizational learning of absorptive capacity and innovation: does leadership matter?. *European Management Review*, 17(1), 83-100.
- Diawati, P., Ausat, A. M. A., & Augustin, J. (2023). Creativity: How to Develop an Entrepreneurial Attitude of Creativity. *Journal on Education*, 5(4), 11116-11122.
- Elshaer, I. A., Azazz, A. M., & Fayyad, S. (2023). Green human resources and innovative performance in small- and medium-sized tourism enterprises: a mediation model using PLS-SEM data analysis. *Mathematics*, 11(3), 711.
- Fang, G. G., Qalati, S. A., Ostic, D., Shah, S. M. M., & Mirani, M. A. (2022). Effects of entrepreneurial orientation, social media, and innovation capabilities on SME performance in emerging countries: a mediated-moderated model. *Technology Analysis & Strategic Management*, 34(11), 1326-1338.
- Ferreira, M. C. R. (2022). *Balanced scorecard as a strategic alignment tool for employees* (Doctoral dissertation). Universidade Católica Portuguesa, Católica Porto Business School, 1-88.
- Héroux, S., & Fortin, A. (2018). The moderating role of IT-business alignment in the relationship between IT governance, IT competence, and innovation. *Information Systems Management*, 35(2), 98-123.
- Hou, B., Hong, J., & Zhu, R. (2019). Exploration/exploitation innovation and firm performance: the mediation of entrepreneurial orientation and moderation of competitive intensity. *Journal of Asia business studies*. <https://www.merriam-webster.com/>
- Iqbal, S., Moleiro Martins, J., Nuno Mata, M., Naz, S., Akhtar, S., & Abreu, A. (2021). Linking entrepreneurial orientation with innovation performance in SMEs; the role of organizational commitment and transformational leadership using smart PLS-SEM. *Sustainability*, 13(8), 4361.

- Khan, I., & Bashir, T. (2020). Market Orientation, Social Entrepreneurial Orientation, and Organizational Performance: The Mediating Role of Learning Orientation. *Iranian Journal of Management Studies*, 13(4), 673-703.
- Khorshid, S., Mehdiabadi, A., Spulbar, C., Birau, R., & Mitroi, A. T. (2023). Modelling the effect of transformational leadership on entrepreneurial orientation in academic department: the mediating role of faculty members' speaking up. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(2), 2167731.
- Kim, J., Kim, H., & Kwon, H. (2020). The impact of employees' perceptions of strategic alignment on sustainability: an empirical investigation of Korean firms. *Sustainability*, 12(10), 4180.
- Kiyabo, K., & Isaga, N. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(12), 1-15.
- Laban, O. M., & Deya, J. (2019). Strategic innovations and the performance of information communication technology firms in Nairobi Kenya. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 8(2), 1-24.
- Lee, Y., & Kim, J. (2021). Cultivating employee creativity through strategic internal communication: The role of leadership, symmetry, and feedback seeking behaviors. *Public Relations Review*, 47(1), 101998.
- Madison, K., Runyan, R. C., & Swinney, J. L. (2014). Strategic posture and performance: Revealing differences between family and nonfamily firms. *Journal of Family Business Strategy*, 5(3), 239-251.
- Majhi, S. G., Anand, A., Mukherjee, A., & Rana, N. P. (2021). The optimal configuration of IT-enabled dynamic capabilities in a firm's capabilities portfolio: A strategic alignment perspective. *Information Systems Frontiers*, 1-16.
- Meekaewkunchorn, N., Szczepańska-Woszczyna, K., Muangmee, C., Kassakorn, N., & Khalid, B. (2021). Entrepreneurial orientation and SME performance: The mediating role of learning orientation. *Economics & Sociology*, 14(2), 294-312.
- Monteiro, A. P., Soares, A. M., & Rua, O. L. (2019). Linking intangible resources and entrepreneurial orientation to export performance: The mediating effect of dynamic capabilities. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(3), 179-187.
- Wang, F., & Chen, K. (2020). Do product imitation and innovation require different patterns of organizational innovation? Evidence from Chinese firms. *Journal of Business Research*, 106, 60-74.
- Wang, N., Zhang, J., Zhang, X., & Wang, W. (2022). How to improve green innovation performance: A conditional process analysis. *Sustainability*, 14(5), 2938.
- Wu, S. P. J., Straub, D. W., & Liang, T. P. (2015). How information technology governance mechanisms and strategic alignment influence organizational performance. *MIS quarterly*, 39(2), 497-518.
- www.oxforddictionaries.com
- Xie, X., Liu, X., & Chen, J. (2023). A meta-analysis of the relationship between collaborative innovation and innovation performance: The role of formal and informal institutions. *Technovation*, 124, 102740.
- Yuan, H., Su, M., Zywolek, J., Rosak-Szyrocka, J., Javed, A., & Yousaf, Z. (2023). Towards Innovation Performance of the Hospitality and Tourism Industry: Interplay among Business Ethics Diffusion, Service Innovation, and Knowledge-Sharing. *Sustainability*, 15(1), 886.
- Zahoor, N., & Al-Tabbaa, O. (2020). Inter-organizational collaboration and SMEs' innovation: A systematic review and future research directions. *Scandinavian Journal of Management*, 36(2), 101109.
- Zhai, Y. M., Sun, W. Q., Tsai, S. B., Wang, Z., Zhao, Y., & Chen, Q. (2018). An empirical study on entrepreneurial orientation, absorptive capacity, and SMEs' innovation performance: A sustainable perspective. *Sustainability*, 10(2), 314.
- Zhao, Y., Li, Y., Lee, S. H., & Bo Chen, L. (2011). Entrepreneurial orientation, organizational learning, and performance: Evidence from China. *Entrepreneurship theory and practice*, 35(2), 293-317.