

## تأثیر راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی سازمانی: با میانجی قابلیت‌های یادگیری سازمان (مطالعه موردی: شهرک‌های صنعتی استان لرستان)

علی شریعت‌نژاد<sup>۱\*</sup>، فیروز امرایی<sup>۲</sup>، عبدالله ساعدی<sup>۳</sup>

۱. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه لرستان

۲. کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبایی

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه لرستان

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۱/۰۵

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۶/۰۹

### چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی مؤثرترین راهبرد نوآوری در توسعه کارآفرینی و بررسی تأثیر راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی با میانجی قابلیت‌های یادگیری سازمان است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و برحسب گردآوری اطلاعات از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش ۲۲۰ واحد اقتصادی فعال در شهرک‌های صنعتی استان لرستان است که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۱۴۰ واحد اقتصادی برای نمونه انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد بود که روایی آن با استفاده از روش اعتبار محتوا و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ تأیید شد. در این پژوهش، برای تحلیل داده‌ها از رویکرد معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای ۱۸Amos و ۱۹SPSS استفاده شد. نتایج پژوهش بیانگر آن است که راهبرد پیشرو بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی سازمانی دارد. به علاوه، نتایج مبین آن است که راهبردهای نوآوری در سطح اطمینان ۹۵ درصد به میزان ۰/۴۸ و ۰/۰۹ به ترتیب بر توسعه کارآفرینی و قابلیت یادگیری سازمان تأثیر می‌گذارد. همچنین، نتایج پژوهش بیانگر آن است که راهبردهای نوآوری از طریق قابلیت یادگیری سازمان به میزان ۰/۴۸ بر توسعه کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.

**واژه‌های کلیدی:** استان لرستان، توسعه کارآفرینی، راهبردهای نوآوری، قابلیت‌های یادگیری سازمان.

### مقدمه

در عصر حاضر، سازمان‌ها به شکلی فزاینده با محیط‌های پویا و در حال تغییر مواجه‌اند و به منظور بقا و پویایی خود مجبورند با تغییرات محیطی سازگار شوند؛ به بیان دیگر، اکنون با توجه به سرعت تغییر و تحولات، سازمان‌هایی موفق و کارآمد محسوب می‌شوند که بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونی‌ها را در آینده پیش‌بینی کنند و با استفاده از اتخاذ راهبرد نوآوری مناسب در راستای ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده‌ای بهتر اقدام کنند (ملک اخلاق، ۱۳۹۲ به نقل از Gilbert, 1994: 19). در واقع، راهبردهای نوآوری، الگوهایی هستند که ضمن ایجاد مزیت رقابتی، می‌توانند سازوکارهای لازم را برای توسعه دانش و پیش‌جدید در راستای ارتقای قابلیت‌های یادگیری سازمان و فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان به وجود آورند (Harry, 2007: 198).

شهرک‌های صنعتی، به‌عنوان نیروی محرکه اقتصاد و بخش تولید، به دلیل نقش بسیار ارزنده و مهم در راستای ایجاد اشتغال، تعادل اقتصادی و استفاده از توانمندی‌ها و پتانسیل‌های واحدهای اقتصادی‌شان، اهمیت بسیاری دارند. با توجه به نقش انکارناپذیر شهرک‌های صنعتی در اشتغال‌زایی، توجه به مفاهیم مرتبط با نوآوری و کارآفرینی برای واحدهای فعال در این شهرک‌ها بسیار حائز اهمیت است. با وجود این، مشاهدات و مطالعات نشان می‌دهد که بسیاری از واحدهای فعال در شهرک‌های صنعتی نه تنها نوآور و خلاق نیستند، بلکه با شیوه‌های ناکارآمد سنتی اداره می‌شوند (اسکندری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۴). از این‌رو، شهرک‌ها و واحدهای صنعتی به‌عنوان نیروی محرکه اقتصاد، باید به نوآوری توجه داشته باشند، زیرا نوآوری عاملی تعیین‌کننده برای رقابتی‌بودن و از عوامل اصلی زیربنایی توسعه کارآفرینی است. با توجه به آنچه گفته شد، یکی از پرسش‌های اصلی پژوهش این است که با توجه به قابلیت‌های یادگیری سازمان، راهبردهای نوآوری چه تأثیری بر توسعه کارآفرینی در شهرک‌های صنعتی استان لرستان دارد. همچنین، پرسش دیگر پژوهش این است که در توسعه کارآفرینی کدام راهبرد نوآوری تأثیر بیشتری دارد. از این‌رو، پژوهش حاضر بر آن است که تأثیر راهبردهای نوآوری را در توسعه کارآفرینی با توجه به میانجی‌گری قابلیت‌های یادگیری سازمان بسنجد.

## مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق راهبردهای نوآوری

نوآوری محور رشد خروجی و بهره‌وری و محرک کلیدی رشد بهره‌وری نیروی کار، منبع اصلی شکوفایی اجتماعی (The Council of Canadian Academies, 2009)، عامل کلیدی پویایی‌های صنعت - هم از لحاظ ترکیب و هم سازماندهی (Malerba, 2005: 128) - و جزئی حیاتی برای تقویت بهره‌وری و عاملی تعیین‌کننده برای موفقیت اقتصادی (Foxell, 1984: 37) تعریف شده است. نوآوری به سازمان‌ها کمک می‌کند تا در محیط نامطمئن، مزیت رقابتی کسب کنند و بر رقبا پیروز شوند. نوآوری در بلندمدت بر عملکرد سازمان تأثیرگذار است و عامل اصلی رشد و توسعه کسب‌وکارهاست (ناهید و زالی، ۱۳۹۲: ۵۱). در معروف‌ترین تقسیم‌بندی که مایلز و اسنو در سال ۱۹۷۸ انجام دادند، راهبردهای نوآوری به چهار دسته راهبردهای پیشرو، محافظه‌کارانه، تحلیلی و واکنشی تقسیم شده است؛ بنابراین، با توجه به آنچه گفته شد، شرح راهبردهای نوآوری در زیر می‌آید:

راهبرد پیشرو<sup>۱</sup>، به شرکت‌هایی که همواره به دنبال فرصت‌های بازار و همچنین در جست‌وجوی یافتن پاسخ‌های بالقوه به روندهای محیطی نوظهور هستند کمک می‌کند. این راهبرد موجب می‌شود سازمان‌ها، ایجادکننده تغییر باشند و اهمیت بسیاری برای نوآوری در بازار و محصول قائل شوند (Miles & Snow, 1978: 28). راهبرد تدافعی نیز سبب تمرکز بر حوزه یا گستره محدودی از بازار و محصولات می‌شود، به گونه‌ای که مدیران ارشد در منطقه محدودی از عملیاتشان متخصص و با تجربه می‌شوند و تمایلی به جست‌وجوی فرصت‌های جدید ندارند (Miles & Snow, 1978: 27). همچنین، راهبرد مقلدانه<sup>۲</sup>، نوعی سوءاستفاده از تلاش‌های نوآوران و پیشگامان از طریق کپی کردن محصولات آنان برای توسعه محصول و افزایش سهم بازار خود است (Zhou, 2006: 397). منظور از راهبرد واردکننده فناوری<sup>۳</sup>، واردات فناوری‌های نوین از کشورهای پیشرفته و توسعه یافته است (Guan et al., 2009: 807). واردات فناوری سبب دسترسی آسان شرکت‌ها به فناوری‌های نوین می‌شود؛ به گونه‌ای که با توجه به فناوری جدید، شرکت می‌تواند محصولات جدیدی با مزایای

1. Offensive strategy
2. Duplicative strategy
3. Importer strategy

منحصربه‌فردی تولید کند. راهبرد واردات فناوری از خارج، برای شرکت‌هایی مناسب است که در یک صنعت تغییرات فناورانه‌ای زیادی دارند و به‌دنبال راه‌هایی برای افزایش بهبود سطح نوآوری محصول شرکت هستند (Tisai et al., 2011: 191).

### توسعه کارآفرینی

کارآفرینی فرایند پویای رویاپردازی و عمل برای ایجاد کسب‌وکار است که ماهیتی غیرساختارمند دارد (محمدی الیاسی و همکاران، ۱۳۹۱). از این‌رو، پس از تعریف کارآفرینی در جدول زیر تعاریف توسعه کارآفرینی آورده شده است.

جدول ۱. تعاریف توسعه کارآفرینی

تعریف	نویسنده (سال)
افزایش مهارت‌ها و دانش کارآفرینی	اسمک (۲۰۱۲)
افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه	زهره و ساینزا (۲۰۰۶)
میزان افزایش کارآفرینی و تمایل به افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه	زالی (۱۳۹۱)

مأخذ: کردنائیچ و همکاران (۱۳۹۲: ۹۸)

براساس مدل دیدبان جهانی کارآفرینی، توسعه کارآفرینی سه مؤلفه کلیدی دارد که عبارت‌اند از: نگرش‌ها<sup>۱</sup>، فعالیت‌های کارآفرینانه<sup>۲</sup> و روحیه توسعه کارآفرینانه<sup>۳</sup>. نگرش‌ها به‌طورعمده به ادراکات کارآفرینانه مانند درک قابلیت کارآفرینانه، درک فرصت‌های کارآفرینانه، ترس از شکست و قصد کارآفرینانه مربوط می‌شود. فعالیت‌های کارآفرینانه نیز از جمله فعالیت‌های کارآفرینانه نوپا و اجباری است که در اصطلاح به آن فرصت‌گرایی نیز گفته می‌شود. همچنین، روحیه توسعه کارآفرینانه شامل رشد کسب‌وکار، انتظار رشد مورد انتظار کسب‌وکار (اشتغال‌زایی) و فعالیت‌های کارآفرینانه بین‌المللی است (زالی، ۱۳۹۱: ۲۸).

1. Attitude
2. Entrepreneurial actions
3. Entrepreneurial expansion morale

## قابلیت‌های یادگیری سازمان

یادگیری سازمانی را می‌توان به‌عنوان فرایندی در نظر گرفت که از طریق آن سازمان‌ها، مدل‌ها، قواعد و دانش ذهنی خود را در راستای بهبود عملکرد سازمان تغییر می‌دهند یا اصلاح می‌کنند (خورشید و پاشزاده، ۱۳۹۱ به نقل از Jerez & Gomez, 2005: 718). همچنین، قابلیت یادگیری سازمانی، ویژگی‌ها و عوامل مدیریتی و سازمانی تعریف شده است که فرایند یادگیری سازمانی را تسهیل می‌کنند و امکان یادگیری را به وجود می‌آورند (Dibella et al., 1996: 39; Goh & Richard, 1997: 557; Hult & frell, 1997). گومز و همکاران (۲۰۰۵) با توجه به مطالعات و پژوهش‌های پیشین، عوامل شکل‌دهنده قابلیت یادگیری سازمانی را شناسایی و در چهار عامل دسته‌بندی کردند و بر این اساس مدلی برای اندازه‌گیری قابلیت یادگیری سازمانی ارائه دادند. نتایج تجربی پژوهش گومز و همکاران در ۱۱۱ شرکت، تأییدی بر مدل پیشنهادی آنهاست. چهار قابلیت یادگیری سازمانی بر اساس مدل گومز و همکاران (۲۰۰۵) به شرح زیر است:

تعهد مدیریت<sup>۱</sup>: ایجاد قابلیت یادگیری سازمانی در درجه اول مبتنی بر تعهد قوی مدیریت به یادگیری است (Goh & Richard, 1997: 578). مدیریت سازمان باید اهمیت و ضرورت یادگیری را درک کند و فرهنگی را ایجاد کند که کسب، خلق و انتقال دانش را به‌عنوان ارزشی زیربنایی ارتقا دهد (اعرابی و همکاران، ۱۳۹۰ به نقل از Nonaka & Takeuchi, 1995: 69). به‌علاوه، دید نظام‌مند<sup>۲</sup>، وجود هویتی مشترک برای همه اعضای سازمان است (Sinkula, 1994: 38; Senge, 1990: 11). به‌عبارت دیگر، قابلیت یادگیری بر اساس وجود ضمیری جمعی است که موجب نگاه نظام‌مند به سازمان می‌شود و به همکاری اعضای سازمان برای نیل به اهداف منجر می‌شود (Gomez et al., 2004: 238).

فضای باز و آزمایشگری<sup>۳</sup> نیز بیانگر یادگیری مولد (دو حلقه‌ای) است که مستلزم وجود فضای باز و آزمایشگری است که ایده‌ها و نظریات جدید را از داخل و خارج سازمان پذیرا باشد. فضای باز و آزمایشگری موجب می‌شود دانش فردی به‌صورت مستمر به‌روز شود، گسترش و بهبود یابد (McGill et al., 1992: 10; Nevis & DiBella 1995: 76; Slocum et al., 1994: 36).

1. Management commitment
2. Systematic vision
3. Open space and experiment

انتقال و یکپارچه‌سازی دانش<sup>۱</sup>: این قابلیت به دو فرایند انتقال و یکپارچه‌سازی داخلی دانش اشاره دارد که کاملاً مرتبط با هم هستند و همزمان با هم اتفاق می‌افتند (اعرابی و همکاران، ۱۳۹۰ به نقل از Nevis & DiBella, 1995:77).

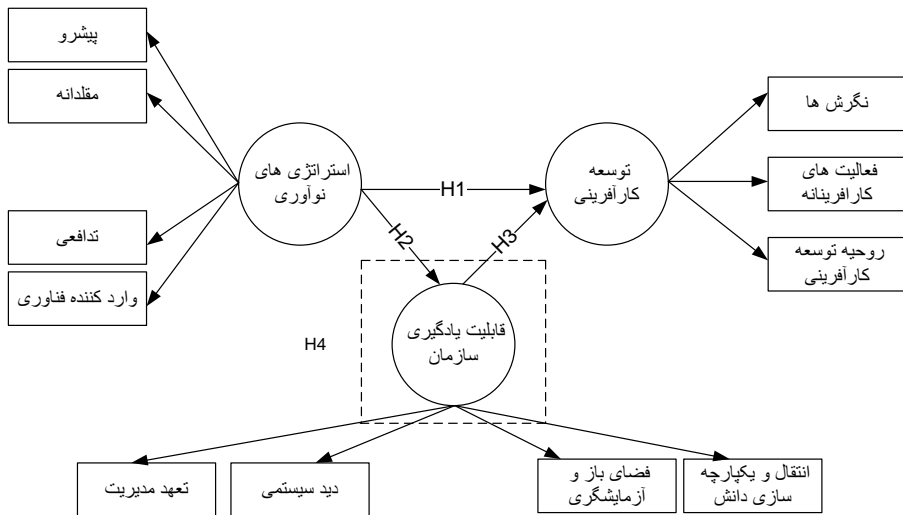
### پیشینه پژوهش

در پژوهش‌های داخلی، پیشینه شبیه به پژوهش حاضر یافت نشد که تأثیر راهبردهای نوآوری را بر توسعه کارآفرینی با میانجی قابلیت‌های یادگیری سازمان مطالعه کرده باشد، اما در پژوهش‌های خارجی موارد مشابهی دیده می‌شود. جیکوبز و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) با انجام مطالعه‌ای راهبردهای نوآوری را الگوهایی از گذشته و برنامه‌هایی برای آینده در نظر می‌گیرند که ضمن ایجاد مزیت رقابتی، می‌تواند سازوکارهای لازم را برای توسعه دانش و بینش جدید در راستای ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان به‌وجود آورد. همچنین، انتیوکو و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) در تحقیقی میان هفده شرکت، رابطه میان راهبردهای نوآوری و توسعه کارآفرینی را بررسی کردند. آن‌ها در جمع‌بندی مقاله خود به وجود رابطه مثبت و معنادار بین راهبردهای نوآوری و توسعه کارآفرینی اشاره داشتند و بیان کردند که عامل کلیدی در رشد و بهبود فعالیت‌های سازمان در عصر مدرن و رقابت بین‌الملل، فعالیت‌های کارآفرینانه است که برای تسهیل این فعالیت‌ها و دستیابی به مزیت رقابتی، به کارگیری راهبردهای نوآوری به‌ویژه راهبردهای فرصت‌طلبانه و آینده‌نگر در این شرکت‌ها، ضرورت تلقی می‌شود. گوویندراجان و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۰۴) در تحقیقی نشان دادند در سازمان‌های یادگیرنده که اعضای آن همیشه در حال یادگیری چیزهای جدید هستند و آنچه را آموخته‌اند در راستای بهبود کیفیت کالا و خدمات به کار می‌گیرند، در اجرای راهبردهای نوآورانه در سازمان عملکرد بهتری دارند.

به‌منظور روشن شدن ارتباط متغیرها با یکدیگر، مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ ارائه می‌شود. در تدوین مدل مفهومی پژوهش از چند مدل استفاده شد. برای سنجش و اندازه‌گیری متغیر راهبردهای نوآوری از مدل گوان و همکاران (۲۰۰۹)، که مدل پیشرفته مایلز و اسنو

1. Transformation and knowledge integration
2. Jacobs
3. Antioco
4. Govindarajan

است، استفاده شد. در زمینه مدل توسعه کارآفرینی از مدل دیدبان جهانی کارآفرینی (GEM) با توجه به نتایج آن در سال ۲۰۱۰ در ایران استفاده شد. همچنین، برای متغیر قابلیت‌های یادگیری سازمان از مدل گومز و همکاران (۲۰۰۵) استفاده شد که با توجه به مطالعه‌ها و پژوهش‌های پیشین، عوامل شکل‌دهنده قابلیت یادگیری سازمانی را شناسایی می‌کند؛ بنابراین، با توجه به آنچه گفته شد و نیز ادبیات پژوهش، چارچوب مفهومی پژوهش به شکل زیر است.



شکل ۱. چارچوب مفهومی پژوهش

## فرضیه اصلی

۱. راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

## فرضیه‌های فرعی

۲. راهبردهای نوآوری بر قابلیت یادگیری سازمان تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

۳. قابلیت یادگیری سازمان بر توسعه کارآفرینی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

۴. قابلیت یادگیری سازمان نقش میانجی در تأثیر راهبرد نوآوری بر توسعه کارآفرینی

دارد.

## روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ روش گردآوری اطلاعات، توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل تمام شرکت‌ها، کارگاه‌ها و کارخانه‌های فعال در شهرک‌های صنعتی استان لرستان است (که شرح کامل آن در جدول ۲ می‌آید) استان لرستان به تعداد ۲۲۰ واحد اقتصادی فعال است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر ۱۴۰ واحد صنعتی تعیین شد و نمونه با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شد. بنابراین، برای سنجش متغیر راهبردهای نوآوری از پرسشنامه‌های خیمنز و (۲۰۰۸)، پنیادز<sup>۲</sup> (۲۰۰۶)، پراجگو و سوהל<sup>۳</sup> (۲۰۰۶)، به نقل از چوپانی (۱۳۹۰) استفاده شد. همچنین، برای سنجش توسعه کارآفرینی از پرسشنامه براون و همکاران که برای ارزیابی مفاهیم و فعالیت‌های کارآفرینانه، به نقل از مقیمی و همکاران (۱۳۷۹) و همچنین پرسشنامه توسعه کارآفرینی مارگاریت هیل<sup>۴</sup> (۲۰۰۳) استفاده شد. شایان ذکر است برای سنجش و اندازه‌گیری متغیر قابلیت یادگیری سازمانی از پرسشنامه نیفه<sup>۵</sup> (۲۰۰۱) استفاده شد. روایی پرسشنامه از طریق روش اعتبار محتوا و پایایی و همبستگی درونی داده‌های آن با استفاده از نرم‌افزار SPSS ۱۹ و AMOS ۱۸ با روش آلفای کرونباخ تأیید شد. جدول ۲ نشانگر پایایی مؤلفه‌های پرسشنامه پژوهش است.

جدول ۲. پایایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	آلفای کرونباخ
راهبردهای نوآوری	۰/۸۱
توسعه کارآفرینی	۰/۷۷
قابلیت یادگیری	۰/۷۹

در جدول ۳، شاخص‌های سنجش متغیرهای آشکار پژوهش در نمایی کلی نشان داده می‌شود.

1. Jimenz et al
2. Panayides
3. Prajogo & Sohal
4. Margaret Hill
5. Neefe



جدول ۳. شاخص‌های سنجش متغیرهای آشکار

منبع	شاخص سنجش	متغیر آشکار	متغیر پنهان
	روندهای محیطی نوظهور، ایجاد تغییر، پیشتازی در فناوری، پیشگامی بازار	راهبرد پیشرو	
جمینز و همکاران (۲۰۰۸)، پنیادز (۲۰۰۶)، پراجگو و سوهل (۲۰۰۶)، چوپانی (۱۳۹۰)	استفاده از تلاش نوآوران، تقلید فرایندهای جدید، کپی‌سازی محصولات	راهبرد مقلدانه	راهبردهای نوآورانه
	تمرکز بر بخشی از بازار، توجه به بهبود کارایی، تمرکز بر نیاز کنونی مشتری	راهبرد تدافعی	
	بهبود سطح نوآوری درونی	راهبرد واردکننده واردات فناوری نوین، تغییرات بالای فناوریانه، فناوری	
	ادراکات کارآفرینانه، قابلیت کارآفرینی، قصد کارآفرینی، درک فرصت انجام	نگرش به کارآفرینی	
مقیمی و همکاران (۱۳۷۹)، مارگارت هیل (۲۰۰۳)	فعالیت‌های کارآفرینانه نوپا، فرصت‌گرایی در کارآفرینی، حمایت کارآفرینانه	فعالیت کارآفرینانه	توسعه کارآفرینی
	رشد کسب و کار، انتظار معقول از توسعه کارآفرینی، اشتغال‌زایی مبتنی بر روحیه کارآفرینی	روحیه توسعه کارآفرینی	
	تعهد به یادگیری، درک ضرورت یادگیری، خلق و انتقال دانش به عنوان ارزش	تعهد مدیریت	
	هویت مشترک سازمانی، قابلیت یادگیری به عنوان ضمیر جمعی، دید واضح	دید نظام‌مند	قابلیت یادگیری
	فضای یادگیری مولد، ارائه نظرهای جدید، ایجاد فضای تقویت‌کننده یادگیری سازمانی	فضای باز و آزمایشگری	
	ظرفیت جذب دانش، درک استفاده از دانش، نبود موانع یادگیری سازمانی	انتقال و یکپارچه‌سازی	

به‌علاوه، شرح کامل روش نمونه‌گیری و تعداد اعضای نمونه انتخابی در جدول ۴ می‌آید.

جدول ۴. مشخصات تعداد اعضای انتخابی

ناحیه	شهر	حوزه فعالیت	پرسشنامه	مدیران عامل	مدیران بازاریابی	مدیران تولید
		صنایع چوبی	۷	۱	۳	۳
		صنایع قطعه‌سازی	۷	۲	۲	۳
شمال	بروجرد	صنایع داروسازی	۸	۱	۴	۳
		صنایع فوم	۶	۰	۲	۴
		صنایع پی‌وی‌سی	۷	۲	۲	۳

ادامه جدول ۴. مشخصات تعداد اعضای انتخابی

ناحیه	شهر	حوزه فعالیت	پرسشنامه	مدیران عامل	مدیران بازاریابی	مدیران تولید
		صنایع فولاد	۰	۰	۰	۰
جنوب	پلدختر	صنایع قطعه‌سازی	۱۷	۴	۶	۷
		صنایع داروسازی	۰	۰	۰	۰
		صنایع سنگ	۱۸	۵	۶	۷
		صنایع سنگ	۱۳	۲	۷	۴
شرق	الیگودرز	صنایع قطعه‌سازی	۹	۰	۳	۶
		صنایع چوبی	۱۳	۱	۴	۸
		صنایع فولاد	۸	۲	۳	۳
غرب و مرکز	خرم‌آباد	صنایع قطعه‌سازی	۶	۱	۱	۴
		صنایع چوبی	۷	۲	۱	۴
		صنایع فوم	۷	۰	۲	۵
		صنایع پی‌وی‌سی	۷	۱	۳	۳

## یافته‌ها

### توصیف جمعیت‌شناختی

با بررسی داده‌های مربوط به جنسیت مشخص می‌شود که ۱۲۰ نفر (۸۶ درصد) مرد و ۲۰ نفر (۱۴ درصد) زن هستند. همچنین، در بین نمونه انتخابی ۴۲ نفر کمتر از ۳۰ سال (۳۰ درصد) سن دارند. همچنین، ۵۵ نفر بین ۳۱ تا ۴۰ سال سن دارند که ۳۹ درصد حجم نمونه را تشکیل می‌دهند. سن ۴۳ نفر بیش از ۴۱ سال است که شامل ۳۰ درصد از حجم نمونه می‌شوند. در زمینه ضریب KMO نیز باید گفت که ارزش عددی KMO بالاتر از ۰/۷ است که بیانگر مطلوب بودن ضریب استفاده از تحلیل عاملی است.

### نتایج تحلیل عاملی

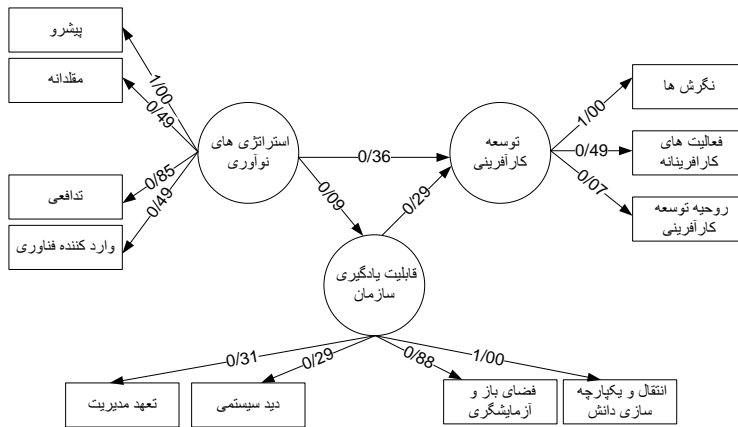
نتایج تحلیل عاملی تأییدی (جدول ۵) به همراه شاخص جزئی P برای آزمون قابل قبول بودن بار عاملی مربوط به هر پرسش بررسی شد و میزان بارهای عاملی مناسب و مقدار P جزئی کمتر از ۰/۰۵ بود. در نتیجه، می‌توان گفت پرسش‌ها متغیرهای مشاهده را به خوبی می‌سنجند.

جدول ۵. نتایج تحلیل عاملی تأییدی به همراه شاخص جزئی P برای هر پرسش

مؤلفه	پرسش	بار عاملی تأییدی	P	مؤلفه	پرسش	بار عاملی تأییدی	P
راهبرد پیشرو	Q1	۰/۷۳	۰/۰۱	Q26	۰/۷۳	۰/۰۰۲	
	Q2	۰/۸۰	۰/۰۰۰	Q27	۰/۸۲	۰/۰۰۵	
	Q3	۰/۶۸	۰/۰۳۴	Q28	۰/۶۳	۰/۰۰۰	
	Q4	۰/۷۱	۰/۰۰۰	Q29	۰/۷۳	۰/۰۳۴	
راهبرد مقلدانه	Q5	۰/۶۶	۰/۰۰۴	Q30	۰/۸۵	۰/۰۰۰	
	Q6	۰/۶۸	۰/۰۱۲	Q31	۰/۶۸	۰/۰۰۵	
	Q7	۰/۷۰	۰/۰۰۵	Q32	۰/۷۷	۰/۰۰۷	
	Q8	۰/۷۲	۰/۰۰۲	Q33	۰/۷۳	۰/۰۱۷	
راهبرد تدافعی	Q9	۰/۵۷	۰/۰۱۰	Q34	۰/۸۰	۰/۰۰۰	
	Q10	۰/۸۴	۰/۰۰۰	Q35	۰/۷۶	۰/۰۲۴	
راهبرد واردکننده فناوری	Q11	۰/۶۳	۰/۰۰۴	Q36	۰/۷۱	۰/۰۰۶	
	Q12	۰/۷۵	۰/۰۰۲	Q37	۰/۷۴	۰/۰۰۴	
	Q13	۰/۸۱	۰/۰۰۰	Q38	۰/۷۵	۰/۰۳۰	
	Q14	۰/۶۶	۰/۰۳۴	Q39	۰/۷۹	۰/۰۰۰	
	Q15	۰/۷۱	۰/۰۰۶	Q40	۰/۵۶	۰/۰۰۶	
	Q16	۰/۷۸	۰/۰۰۵				
نگرش به کارآفرینی	Q17	۰/۶۴	۰/۰۰۹	Q41	۰/۶۴	۰/۰۰۵	
	Q18	۰/۷۸	۰/۰۰۳	Q42	۰/۷۳	۰/۰۰۹	
	Q19	۰/۶۶	۰/۰۰۰	Q43	۰/۵۵	۰/۰۰۶	
	Q20	۰/۵۷	۰/۰۰۲	Q44	۰/۷۳	۰/۰۰۰	
	Q21	۰/۶۹	۰/۰۰۲	Q45	۰/۶۸	۰/۰۰۳	
فعالیت کارآفرینانه	Q22	۰/۶۳	۰/۰۰۹	Q46	۰/۸۲	۰/۰۰۰	
	Q23	۰/۶۹	۰/۰۱۲	Q47	۰/۷۵	۰/۰۰۳	
	Q24	۰/۷۳	۰/۰۰۶	Q48	۰/۷۲	۰/۰۰۴	
	Q25	۰/۵۱	۰/۰۱۵	Q49	۰/۷۹	۰/۰۰۲	

### آزمون فرضیه‌ها

در پژوهش حاضر، به منظور آزمون معناداری فرضیه‌ها از دو شاخص جزئی مقدار بحرانی CR و P استفاده شد. براساس سطح معناداری، ۰/۰۵ مقدار بحرانی باید بیشتر از ۱/۹۶ باشد، مقدار پارامتر کمتر از این در الگو مهم شمرده نمی‌شود. همچنین، مقادیر کوچک‌تر از ۰/۰۵ برای مقدار P بیانگر تفاوت معنادار مقدار محاسبه‌شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح ۰/۹۵ است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، از معادلات ساختاری و نرم‌افزار AMOS ۱۸ استفاده شد که خروجی نرم‌افزار در شکل ۲ دیده می‌شود.



شکل ۲. مدل ساختاری تحقیق با مقادیر ضریب رگرسیونی

برای برازش مدل بالا از نرم افزار AMOS استفاده شد که شاخص های کلی آن به شکل جدول ۶ است.

جدول ۶. برازش مدل مفهومی

RMSE	NFI	GFI	P	CIMN /DF	CIMN	DF
۰۰۵/۰	۸۹/۰	۹۰/۰	۰۰۱/۰	۶۱/۲	۶۸/۱۴۵	۷۵

با توجه به اطلاعات جدول بالا، می توان دریافت مدل برازش بسیار خوبی دارد. با در نظر گرفتن نتایج تجزیه و تحلیل مدل، فرضیه ها بررسی شد که نتایج آن در جدول ۷ ارائه می شود.

جدول ۷. ضریب رگرسیونی و مقادیر شاخص های جزئی مربوط به فرضیه ها

نتیجه	P	مقدار بحرانی	ضریب رگرسیونی	فرضیه ها
تأیید	۰/۰۰۰	۲/۵۸	۰/۳۶	H1: راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی تأثیر مثبت و معنی داری دارند.
تأیید	۰/۰۱۲	۲/۳۱	۰/۰۹	H2: راهبردهای نوآوری بر قابلیت یادگیری سازمان تأثیر مثبت و معنی داری دارند.
تأیید	۰/۰۰۱	۲/۴۷	۰/۲۹	H3: قابلیت یادگیری سازمان بر توسعه کارآفرینی تأثیر مثبت و معنی داری دارد.

با توجه به جدول ۵ و آزمون فرضیه‌های اصلی پژوهش، مشاهده می‌شود که فرضیه‌های اصلی پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شوند. بنابراین، با توجه به جدول ۵، می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد راهبردهای نوآوری تأثیر مثبت و معنی‌داری بر توسعه کارآفرینی و قابلیت یادگیری سازمان دارد. همچنین، با توجه به نقش قابلیت یادگیری سازمانی در پژوهش حاضر، می‌توان گفت قابلیت یادگیری سازمان نقش متغیر میانجی در تأثیر راهبرد نوآوری بر توسعه کارآفرینی دارد.

### نتایج آزمون بازنمونه‌گیری

در پژوهش حاضر برای آزمون فرضیه چهارم و اثر میانجی قابلیت‌های یادگیری سازمان در اثر راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی از روش بازنمونه‌گیری استفاده شد. هدف آزمون فرضیه چهارم مشخص شدن این نکته است که آیا راهبردهای نوآوری از طریق قابلیت یادگیری سازمان موجب توسعه کارآفرینی می‌شود. نتایج تحلیل فرضیه چهارم پژوهش با استفاده از روش بازنمونه‌گیری در جدول ۸ نشان داده می‌شود.

جدول ۸. نتایج بازنمونه‌گیری برای مسیر واسطه‌ای الگوی پیشنهادی پژوهش

فرضیه	مسیر	بوت	جهت‌گیری	خطای استاندارد	حد پایین	حد بالا
قابلیت یادگیری سازمان	راهبردهای نوآوری/					
نقش متغیر میانجی در تأثیر	قابلیت یادگیری	۰/۰۴۸	۰/۰۰۰۶	۰/۰۱۲۵	-۰/۱۱۳۴	-۰/۲۳۵۴
راهبرد نوآوری بر توسعه	سازمان/ توسعه					
کارآفرینی دارد.	کارآفرینی					

مندرجات جدول ۸ برای مسیر راهبردهای نوآوری، قابلیت یادگیری سازمان و توسعه کارآفرینی نشان می‌دهد که حد پایین مقدار ۰/۱۱۳- و حد بالای آن مقدار ۰/۲۳۵- را دارد. نتایج آزمون بازنمونه‌گیری و قرارنگرفتن صفر در این فاصله اطمینان، بیانگر معنی‌داری این مسیر غیرمستقیم و در نتیجه تأیید فرضیه مربوط به آن است. از این رو، با توجه به نتایج جدول بالا می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد قابلیت یادگیری سازمان نقش متغیر میانجی در تأثیر راهبرد نوآوری بر توسعه کارآفرینی دارد. پس از اینکه تأثیر مثبت و معنی‌دار راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی با میانجی‌گری قابلیت یادگیری سازمان مشخص شد، باید به پرسش اصلی پژوهش نیز

پاسخ داده شود. با توجه به تحلیل داده‌ها مشخص می‌شود که تمام راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی مؤثرند. به‌علاوه، نتایج آزمون رگرسیون بیانگر آن است که راهبرد پیشرو بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی دارد؛ بنابراین، واحدهای صنعتی به‌منظور بهبود وضعیت کارآفرینی خود، با به‌کارگیری راهبرد پیشرو می‌توانند در محیط فعالیت خود تغییراتی ایجاد کنند و براساس میزان آمادگی خود به‌منظور پیشتازی در فناوری و پیشگامی بازار اقدام کنند.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی مؤثرترین راهبرد نوآوری به‌منظور توسعه کارآفرینی صورت گرفت که تأثیر راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی با تأکید بر قابلیت‌های یادگیری سازمان بررسی شد. در این بخش، نتایج پژوهش به تفکیک فرضیه‌ها مطرح می‌شود. نتایج بیانگر آن است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد راهبردهای نوآوری تأثیر مثبت و معنی‌داری بر توسعه کارآفرینی و قابلیت یادگیری سازمان دارد. نتایج فرضیه‌های مذکور با پژوهش جزاکوبس و همکاران (۲۰۰۵) همخوانی دارد. وجه تشابه هر دو پژوهش در آن است که راهبردهای نوآوری می‌توانند سازوکارهای لازم را برای توسعه دانش و بینش جدید در راستای ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان به‌وجود آورند. همچنین، با توجه به نتایج پژوهش، می‌توان گفت قابلیت یادگیری سازمان نقش متغیر میانجی را در تأثیر راهبرد نوآوری بر توسعه کارآفرینی دارد. نتایج این فرضیه با پژوهش گوویندراجان و همکاران (۲۰۰۴) همخوانی دارد. وجه اشتراک هر دو پژوهش در آن است که با توجه به قابلیت‌های یادگیری سازمان، اعضای سازمان همیشه در حال یادگیری هستند و آنچه را می‌آموزند در راستای بهبود کیفیت کالا و خدمات به کار می‌گیرند. از این‌رو، می‌توان گفت راهبردهای نوآوری از طریق قابلیت یادگیری سازمان به میزان ۰/۰۴۸ بر توسعه کارآفرینی تأثیر مثبت دارد. به‌علاوه، در زمینه نتایج پرسش پژوهش باید گفت که راهبرد پیشرو بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی دارد؛ بنابراین، واحدهای صنعتی به‌منظور بهبود وضعیت کارآفرینی خود با به‌کارگیری راهبرد پیشرو، می‌توانند در محیط فعالیت خود تغییراتی ایجاد و براساس میزان آمادگی خود به‌منظور پیشتازی در فناوری و پیشگامی بازار اقدام کنند. همچنین، در پژوهش حاضر به‌ترتیب، راهبردهای تدافعی و مقلدانه بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی دارند. درنهایت، راهبرد واردکننده فناوری کمترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی دارد. در زمینه نوآوری پژوهش حاضر باید عنوان کرد با توجه به مرور ادبیات، پژوهشی یافت نشد که تأثیر

راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی را با توجه به قابلیت یادگیری سازمان بررسی کرده باشد. از این رو، بینش نظری جدید این پژوهش را می توان به این صورت بیان کرد که شرکت ها و سازمان ها می توانند با استفاده از اتخاذ راهبرد نوآوری مناسب موجب ارتقای سطح قابلیت یادگیری سازمان شوند و از این طریق بر توسعه کارآفرینی سازمانی اثر بگذارند.

### پیشنهادها

با توجه به موارد مذکور در بخش قبل و همچنین تأیید فرضیه ها و نتایج پژوهش، پیشنهادهای کاربردی به شرح زیر مطرح می شود:

- با توجه به تأیید فرضیه ها و نتایج تحقیق، واحدها و بنگاه های اقتصادی در پی یافتن راه هایی برای راهبرد نوآوری مناسب با محیط فعالیت خود باشند تا زمینه توسعه کارآفرینی را فراهم کنند.
- با توجه به پیشنهاد کاربردی اول، نوآوران محیط فعالیت خود را تجزیه و تحلیل کنند و با توجه به این نتایج راهبرد خود را برگزینند. واحدهای اقتصادی می توانند برای تجزیه و تحلیل محیط خود و برای به کارگیری راهبرد پیشرو، از روندهای محیطی نوظهور و توانایی واحد خود برای ایجاد تغییر در محیط آگاهی یابند و براساس میزان آمادگی خود به منظور پیشتازی در فناوری و پیشگامی بازار اقدام کنند.
- شرکت هایی که تمایل به وارد کردن فناوری و اتخاذ راهبرد واردکننده فناوری دارند، با توجه به خاصیت انحصاری واردات فناوری، به تولید محصولات جدید با مزایای منحصر به فرد مبادرت ورزند و به تغییرات سریع فناوری برای واردشدن فناوری منسوخ و ناکارآمد توجه کنند.
- با توجه به نقش میانجی گری قابلیت یادگیری، واحدهای اقتصادی با زمینه سازی مناسب، نگرش کارکنان را به کارآفرینی و عدم مقاومت در برابر تغییر، با استفاده از بهبود قابلیت کارآفرینی، قصد کارآفرینی و درک فرصت انجام کار بهتر توسط کارکنان به نحو مساعد تغییر دهند تا زمینه فعالیت های کارآفرینانه و روحیه کارآفرینی را در واحد خود تقویت کنند.
- در زمینه تحقیقات آینده، محققان، عوامل بازدارنده کارآفرینی را با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی مشخص کنند و پس از آن به اولویت بندی این عوامل با استفاده از روش های تاپسیس، ای اچ پی فازی و الکترون پیردازند و نیز، تأثیر راهبردهای نوآوری را بر دیگر متغیرهای مرتبط بررسی و دیگر مؤلفه های مؤثر بر قابلیت یادگیری را شناسایی کنند.

## منابع

- اعرابی، سید محمد، کوچکسرای، علی علی اصغر، رسته مقدم، آرش، (۱۳۹۰). مقیاس پیشنهادی اندازه گیری قابلیت یادگیری سازمانی، فصلنامه مدیریت برآموزش انتظامی ۳(۴)، صص ۸۵-۱۱۷
- ایزاکسن، جفری ای، لاینه، کریستوفر، آرگوئیللا، جان، (۱۳۸۵). الگوی پیش بینی نوآوری نظامی، ترجمه مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- چوپانی، حیدر (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین با گرایش به نوآوری سازمانی در شرکت های سهامی بیمه البرز. پایان نامه دوره کارشناسی ارشد، مدیریت آموزشی، دانشگاه تهران.
- حسینی اقدم، سید سجاد، (۱۳۹۰). مقایسه میزان کارآفرینی سازمانی در دانشگاه های دولتی و آزاد اسلامی شهر تبریز و رابطه با ویژگی های شخصیتی کارکنان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- خورشید، صدیقه، پاشازاده، عاطفه (۱۳۹۱). تأثیر هوش سازمانی بر قابلیت های عاطفی و یادگیری سازمانی، مطالعات مدیریت، ۲۰(۶۹)، صص ۲۵-۵۸.
- دانایی فرد، حسن، (۱۳۸۴). نقش دولت در توسعه کارآفرینی، پروژه تحقیقاتی، مرکز مطالعات مدیریت و بهره وری ایران، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
- رحمان سرشت، حجت، هاشمی، سید کاظم، (۱۳۸۷). فرایند و استراتژی نوآوری در شرکت های عمرانی ایران، چشم انداز مدیریت، سال هشتم، صص ۲۹-۲۷۵.
- زالی، محمدرضا (۱۳۹۱). ارزیابی شاخص های کارآفرینی در ایران بر اساس مدل دیده بان جهانی کارآفرینی GEM گزارش ۲۰۱۲ دیده بان جهانی کارآفرینی ایران، تهران، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران و مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- کردنائیج، اسداله، زالی محمدرضا، بهامین ماجد (۱۳۹۲). راهکارهای ساختاری توسعه کارآفرینی در ایران، توسعه کارآفرینی، ۶(۲)، صص ۹۵-۱۱۴.
- محمدی الیاسی، قنبر، فراستخواه، مقصود، فرخ، شیما، (۱۳۹۱). مهارت های استادان و مربیان کارآفرینی برای پرورش کارآفرینان نوپا، توسعه کارآفرینی، ۱۴(۱۵)، صص ۱۸۵-۲۰۱.
- مقیم، سید محمد و رمضان، مجید (۱۳۹۰). پژوهشنامه مدیریت، جلد یازدهم، انتشارات راه دان، تهران. ص ۸۷
- مقیم، سید محمد، کردنائیج، اسدالله، زالی، محمدرضا، فیض، داود (۱۳۷۹). بررسی موانع کارآفرینی در صنعت کشور و ارائه راهکارهای اساسی جهت توسعه کارآفرینی، پروژه تحقیقاتی، تهران، جهاد دانشگاهی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.



ملک اخلاق، اسماعیل، مرادی، محمود، مهدی‌زاده، مهران، درستکار ناهید، (۱۳۹۲). گزینش استراتژی‌های نوآوری با استفاده از رویکرد ترکیبی دلفی فرایند تحلیل شبکه، مدیریت بازرگانی، ۵ (۳)، صص ۱۴۵-۱۷۲.

ناهید، مجتبی، زالی محمدرضا (۱۳۹۲). بررسی تأثیر جوکارآفرینی سازمانی بر نوآوری، توسعه کارآفرینی، ۶ (۳)، صص ۴۷-۶۶.

وکیلی، یوسف، الوانی، سید مهدی، محمدی الیاسی، قنبر (۱۳۹۳). تبیین نقش عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی در بخش عمومی، توسعه کارآفرینی، ۷ (۲)، صص ۱۹۱-۲۱۰.

Akman, G. and Yilmaz, C. (2008). Innovative capability, innovation strategy and market orientation: An empirical analysis in Turkish software industry. *International Journal of Innovation Management*, 12(1), pp. 69–111.

Antico, M., De Schampelaere, V., Moenaert, R. K., Robben, H., and Roks, E. (2010). Strategic Innovation Decisions: What You Foresee Is Not What You Get. *Journal of Product Innovation Management*, pp. 840-855.

DiBella, A.J., Nevis, E.C. and Gould, J.M. (1996). Understanding organizational learning capability, *Journal of Management Studies*, Vol. 33, No. 3, pp. 361-379.

Drucker, Peter. (1991). *the discipline of innovation*, selected Articles: HBR innovation.

Fineman, S. (1997). Emotion and management learning, *Management Learning*, 28 (1), pp. 13-25.

Foxall, G, R. (1984). *Corporate Innovation: Marketing and Strategy*. London, Croom Helm.

Gilbert, J, T. (1994). choosing an innovation strategy: theory and practice, *Business Horizons*, 33(6), pp. 16-21.

Goh S, Richards G. (1997). Benchmarking the learning capacity of organizations. *European Management Journal*, 15(5), pp. 575–593.

Gomez P, J., Lorente J, and Cabrera R, (2005). Organizational learning capability, a proposal of measurement, *Journal of Business Research*, 58(3), pp. 715–725.

Gomez P, J., Lorente J, J, C., and Cabrera R. (2004). Training practices and organizational learning capability, relationship and implications, *Journal of European industrial training*, 19(4), pp. 234-256.

Govindarajan R., Vijayakumar M., Rao CV., Shir waikar A., Mehrotra S., and Pushpangadan P. (2004). Healing potential of *Anogeissus latifolia* for dermal wounds in rats. *Acta Pharmaceutica*, Vol. 54, pp. 331–338.

- Guan, J. C., Yam, R. C. M., Tang, E. P. Y., and Lau, K. W. A. (2009). Innovation strategy and performance during economic transition: Evidences in Beijing, China. *Research Policy*, 38 (5), pp. 802-812.
- Harry, Jacson (2007). the relationship between innovation and organizational performance, *Journal of Management Studies*, 31(2), pp.193-224.
- Hill, M. E. (2003). *The Development of an Instrument to Measure Intrapreneurship: Entrepreneurship within the Corporate Setting*. Full thesis submitted in fulfillment of the requirements for the degree Master of Arts (MA) in Industrial Psychology. Department of Psychology Rhodes University. Grahams town.
- Hisrich, R. and Shepherd, D. (2005). *Entrepreneurship*, Boston: McGraw-Hill Publisher.
- Hult GT, and Ferrell OC. (1997). A global learning organization structure and market information processing. *Journal of Business Research*;40(2), pp. 55-66
- Jacob, K., Beise, M., Blazejczak, J. Edler, D., Edler, R., Haum, M., Jänicke, T., Loew, U., Petschow and Rennings K. (2005). 'LeaMarkets of Environmental Innovations', iPhysica,ed.,ZEW Economic Studies, Heidelberg and New York.
- Jerez, P, and Gomez, J. (2005). Entrepreneurship, *Journal of Business Research*, 58(2),pp. 715-725.
- Jimenz-Jimenez., Daniel, Sanz-Valle., Raquel and Hernandez-Espallardo, Miguel (2008). Fostering Innovation:The role of market orientation and organizational learnig. *European Journal of In novation Management*, 11(3), pp. 389-412.
- Kelley, D., Singer, S., and Herrington, M. (2012). The global entrepreneurship monitor, 2011 global report, *Global Entrepreneurship Research Association (GERA)*, United States, 23(4), pp.1- 39.
- Ketels, P. (2003). UK Competitiveness, Moving to the next stage, *Research Policy*, 12(1), pp. 234-249.
- Klofsten, M., and Jones-Evans, D. (2000). Comparing Academic Entrepreneurship in Europe –The Case of Sweden and Ireland. *Small Business Economics*, 14(4), pp. 299-309.
- Lawson, B. and Samson, D. (2001). Developing innovation capability in organization; A Dynamic Capabilities approach International, *Journal of Innovation Management*, 5(1), pp. 1- 23.
- Lendel, V, and Varmus, M. (2012). innovation strategy In Slovak Businesses World Academy of Science, *Engineering and Technology*,64(3), pp. 1137-1147.
- Malerba, F. (2005). Industrial dynamics and innovation, progress and challenges, In Presidential Address delivered at the 32 nd Conference of the European Association for Research in Industrial Economics (EARIE), 32(1), pp. 125-139.

- Massini, S., Lewin, A.Y., and Greve, H. R. (2005). Innovators and imitators, Organizational reference groups and adoption of organizational routines, *Research Policy*, 34(10), pp. 1550-1569.
- McGill ME., Slocum J.W., and Lei D. (1992). Management practices in learning organizations, *Organ Dyn, Journal of Management*, 21(1), pp.5– 17
- Michie, J. (1998). Introduction, The International of the innovation process. *International Journal of the Economics of Business* 5 (3),pp, 261–277.
- Miles, R. E. and Snow, C. C. (1978). *Organizational Strategy, Structure, and Process*, New York: McGraw-Hill.
- Neefe, Diane Osterhaus. (2001). Comparing Levels of Organizational Learning Maturity of Colleges And Universities Participating Traditional & Non-traditional (Academic Quality Improvement Project) Accreditation Processes. [online] URL <http://www.uwstout.edu/lib/thesis/2001/2001neefed.pdf>.
- Noeis EC, and DiBella, A, J. (1995). Gould JM, Understanding organizations as learning systems, *Sloan Management Review*, 27(3), pp. 73– 85.
- Nonaka I, and Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company*, Oxford University Press, New York.
- Osemeke, M. (2012). Entrepreneurial Development and Interventionist Agencies in Nigeria, *International Journal of Business and Social Science*, 8(3), pp. 14-25.
- Panayides, P. (2006). Enhancing innovation capability through relationship management and implications for performance. *European Journal of Innovation Management*, 9(4), pp. 466-483.
- Prajogo, D. and Sohal, A. S. (2006). The relationship between organization strategy, total quality management (TQM), and organization performance — the mediating role of TQM. *European Journal of Operational Research*, 168, pp.35–50.
- Sarfaraz, L. and Faghieh, N. (2011). Women's Entrepreneurship in Iran, GEM Based-Data Evidence, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, (1)1, pp. 45-58.
- Senge, P, M. (1990). *The fifth discipline, art and practice of the learning organization*, New York: Doubleday.
- Sinkula J, M. (1994). Market information processing and organizational learning, *J Mark*, 58(4), pp.35- 45.
- Slocum, J.W. and McGill, M. (1994). The new learning strategy: anytime, anything, anywhere. *Organ* 5(2), pp. 33– 47.
- Tambunan, T. (2006). *Development of Small – and Medium Scale Industry Clusters In Indonesia*, Indonesia: Kadin Indonesia.
- The Council of Canadian Academies, (2009). *INNOVATION AND BUSINESS STRATEGY: WHY CANADA FALLS SHORT*, Report of the Expert Panel

- on Business Innovation, Council of Canadian Academies, Printed in Ottawa, Canada June.
- Tisai, K, H., Hsieh, M, H., and Hultink, E, J. (2011). External technology acquisition and product innovativeness, The moderating roles of R&D investment and configurational context, *Journal of Engineering and Technology Management*, 28(3), pp. 184-200.
- Vince, R. (2001). Power and emotion in organizational learning, *Human Relations*, 54(10), pp. 1325-1351.
- Wang, W., Lu, W, and Kent Millington, J. (2011). Determinants of Entrepreneurial Intention among College Students in China and US, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1(1), pp. 35-44.
- Zahra, S. and Sapienza, H. (2006). Entrepreneurship and Dynamic Capabilities, A Review, Model and Research Agenda, *Journal of Management Studies*, 43(4), pp. 917-955.
- Zhou, K, Z. (2006). Innovation, imitation, and new product performance, The case of China, *Industrial Marketing Management*, 35 (3), pp. 394-402.