

تحلیل اثر سرمایه اطلاعاتی در بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا با نقش میانجی‌گری فرصت‌شناسی منابع انسانی

رضا سپهوند*، عبدالله ساعدی**

چکیده

هدف و مقدمه: در دنیای پیچیده کنونی یکی از عناصر اصلی جهت مصون ماندن از رقابت‌های سهمگین و تغییرات گسترده این است که سازمان بدانند چگونه و چه موقع از اطلاعات استفاده کند. نیاز به اطلاعات به هنگام، موثق و ساختار اطلاعاتی قدرتمند، واقعیتی انکارناپذیر برای هر سازمان و نهادی محسوب می‌شود و اهمی ارزشمند برای اخذ راهبردهای دقیق و صحیح است. قرن اخیر که هر روز آن، شاهد حوادث و تحولات جدیدی هستیم و اندیشمندان لقب «عصر آشوب» را برای آن در نظر گرفته‌اند؛ خود گواه محکمی است از نیاز بشر و سازمان‌ها برای پیشگیری یا مقابله با آشوب است. امروزه از سرمایه اطلاعاتی به عنوان اطلاعات استراتژیک یاد می‌کنند چرا که می‌تواند یک سازمان را به سمت نوآوری، افزایش بهره‌وری و تولید ارزش برای مشتریان هدایت کند و یک مزیت رقابتی مطرح گردد. پژوهش حاضر با هدف تحلیل اثر سرمایه اطلاعاتی در بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا با نقش میانجی‌گری فرصت‌شناسی منابع انسانی انجام پذیرفت.

روش شناسی: این مطالعه از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش و ماهیت جزء تحقیقات توصیفی-پیمایشی است. در این پژوهش برای سنجش متغیرها از پرسشنامه استاندارد بهره گرفته شد. بدین شکل که برای سنجش متغیر سرمایه اطلاعاتی از پرسشنامه وو و هو (۲۰۱۲)، از پرسشنامه هرسی و همکاران (۲۰۰۸) برای سنجش متغیر بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا استفاده شده است. به علاوه برای سنجش متغیر فرصت‌شناسی منابع انسانی از پرسشنامه هیلز و همکاران (۱۹۹۷) و لی و همکاران (۲۰۱۵) بهره گرفته شد. برای سنجش روایی ابزار گردآوری اطلاعات از روش روایی صوری با استفاده از نظر اساتید آشنا با موضوع و ارزیابی از طریق روایی سازه پرسشنامه با دو معیار روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد که براساس آنها روایی پرسشنامه تایید گردید. برای پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ که همبستگی درونی گوینه را نشان می‌دهد و همچنین معیار دیگری که پایایی ترکیبی (برای تعیین پایایی سازه‌ها) گفته می‌شود؛ برای سنجش بهتر پایایی استفاده گردید. برای پایایی هر دوی این معیارها میزان بالای ۰/۷ مناسب ذکر شده است. همچنین جهت بررسی اعتبار درونی متغیرهای تحقیق از شاخص (AVE) به عنوان شاخص روایی همگرا استفاده شد. لازم به ذکر است که اگر $AVE \geq 0/5$ باشد، میزان مطلوب بودن آن را گزارش می‌کند. در ارتباط با جامعه آماری باید گفت که جامعه آماری پژوهش حاضر کسب و کارهای نوپا در شهر تهران هستند که با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس اعضای نمونه آن انتخاب شده‌اند. در خصوص برآورد حجم نمونه نیز لازم به ذکر است که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۲/۰۹ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۹/۲۱

* استاد، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران.

** دانشجوی دکتری، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران (نویسنده مسئول)

در سطح اطمینان ۹۵٪ برابر ۱۸۶ نفر تعیین شد. در نهایت داده‌ها با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم افزارهای Amos و SPSS تحلیل گردید.

یافته‌ها: در این تحقیق از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری برای آزمون مدل پژوهش و همچنین برای آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد که در سطح اطمینان ۰/۹۵ سرمایه اطلاعاتی تأثیر مثبت و معنی داری بر عملکرد سازمانی و فرصت‌شناسی منابع انسانی دارد. به علاوه تحلیل مسیر غیر مستقیم گویای نقش میانجی فرصت‌شناسی سرمایه‌های انسانی در تأثیر سرمایه اطلاعاتی بر عملکرد سازمانی می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری: سرمایه اطلاعاتی می‌تواند یک سازمان را به سمت نوآوری، افزایش بهره‌وری و تولید ارزش برای مشتریان هدایت کند و به عنوان یک مزیت رقابتی مطرح گردد. با توجه به اهمیت بی‌بدیل سرمایه اطلاعاتی، بدیهی است که بکارگیری مؤثر آن نویدبخش این است که بتوان داده‌های ارزشمندی را برای اخذ تصمیمات مهم و اثربخشی فعالیت‌های سازمان ارایه نمود. سرمایه اطلاعاتی تأثیر مثبتی بر بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا دارد. این بدان معناست که پیاده‌سازی سرمایه اطلاعاتی و دسترسی هرچه بیشتر و بهتر مدیران و کارکنان به اطلاعات مربوطه به افزایش کیفیت کالا و خدمات، ارتقاء عملکرد سازمانی و رضایت مندی مشتریان منجر خواهد شد. سرمایه اطلاعاتی تأثیر مثبتی بر فرصت‌شناسی منابع انسانی دارد. اطلاعات نقش و ارزش متفاوتی نسبت به سایر منابع در سازمان ایفا می‌کند و این به خاطر ویژگی منحصر به فرد آن است. بدون شک در اختیار قرار دادن اطلاعات به منابع انسانی و توزیع مناسب آن در سازمان باعث می‌شود به منابع انسانی در شناخت فرصت‌ها و درک بهتر مسائل کمک کند. فرصت‌شناسی منابع انسانی تأثیر مثبتی بر بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا دارد. اساساً ذهن خلاقانه افراد می‌تواند تغییر و تحولات محیطی را به خوبی رصد و با شناخت فرصت‌ها و ارائه راه‌حل‌های درست عملکرد سازمان در این محیط متلاطم را بهبود بخشند. پر واضح است که پیشتازی در صنعت و محیط رقابتی به مدد درک و کشف بهنگام موقعیت‌ها و فرصت‌ها رقم می‌خورد.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اطلاعاتی؛ بهبود عملکرد؛ فرصت‌شناسی منابع انسانی؛ کسب و کارهای نوپا

۱. مقدمه

امروزه موفقیت در بازی قدرت و رقابت برای همه سازمان‌ها و به‌طور کلی بنگاه‌های اقتصادی در این است که بدانند چگونه و چه موقع از اطلاعات استفاده نمایند. نیاز به اطلاعات به‌هنگام و ساختار اطلاعاتی قدرتمند واقعیتی انکارناپذیر برای بقا و تداوم فعالیت سازمان‌ها محسوب می‌شود. چرا که بدون بهره‌مندی از این منبع ارزشمند نه تنها امکان استفاده از روش‌های نوین فراهم نمی‌شود، بلکه امکان رقابت و ترسیم آینده‌ای روشن نیز از میان خواهد رفت [۳۱]. شاید بتوان اظهار داشت، کسب و به‌کارگیری صحیح اطلاعات ضمن بهبود زندگی سازمانی و کمک به اتخاذ استراتژی‌های مناسب می‌تواند علاوه بر اصلاح خرابی‌های ناشی از کمبود اطلاعات گذشته؛ با جهت‌گیری‌های راهبردی انطباق‌پذیری با محیط متغیر و دستیابی به اهداف را برای سازمان به ارمغان آورد [۵]. بدیهی است عصر کنونی نیز مانند هر عصر دیگری الزامات خاص خود را دارد که برای پویای موفق در عصر حاضر باید الگوها و راه‌کارهایی را برگزینیم که با شرایط و اقتضائات آن از جمله پویایی و سرعت تغییر و تحولات هم‌ساز باشد. از این‌رو، سرمایه اطلاعاتی^۱ از رویکردهای مناسب برای پاسخ به چنین چالش‌ها و تغییرات پیش‌رو است [۴۹].

سرمایه اطلاعاتی به زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و برنامه‌های کاربردی اشاره دارد که از استراتژی سازمان پشتیبانی کند و به‌طور موفقیت‌آمیزی با توانمندسازی فرآیندهای داخلی سازمان، این قابلیت را در آن ایجاد خواهد کرد که با حساسیت و توان کافی در جهت تحقق اهداف، ارتقای کیفیت، افزایش رضایت‌مندی مشتریان و نهایتاً بهبود عملکرد^۲ گام بردارد [۲۱]. از طرفی آنچه که بیش از هر چیزی روند موفقیت سازمان را تعیین می‌کند، منابع انسانی آن است نه سرمایه یا منابع مادی دیگر. سرمایه‌های انسانی با فرصت‌شناسی^۳ خود یک گام کلیدی می‌توانند با خلق و تشخیص ایده‌ها و همچنین تبدیل آن‌ها به یک مفهوم تجاری، ارزش و بازده اقتصادی ایجاد کنند. در واقع، با ارائه راه‌کارها و راه‌حل‌های جدید تلاش می‌کنند تا سازمان به‌صورت کارا تر و پربازده‌تر فعالیت نماید [۹].

موج تمدنی جدید و تحولات ناشی از انقلاب الکترونیک تمامی ابعاد زندگی بشر را تحت تأثیر قرار داده است. سازمان‌ها نیز از این قاعده مستثنی نیستند و در هزاره جدید بیش از هر زمان دیگری به شدت از اطلاعات تأثیر پذیرفته‌اند؛ به‌گونه‌ای که تصور سازمان امروزی بدون فناوری و اطلاعات غیرممکن به‌نظر می‌رسد. در واقع سازمان‌ها به ناچار برای ادامه حیات خود باید به سرمایه اطلاعاتی روی بیاورند و این بدان معناست که جهت نیل به بهره‌وری، انعطاف‌پذیری، کسب مزیت رقابتی و عملکردی بهتر از رقبا نیازمند زیرساخت‌های مناسب فناوری اطلاعات خواهند بود [۳۵]. در محیط کسب‌وکار امروزی، شاید بتوان اذعان داشت که اطلاعات از اساسی‌ترین متغیرهای کلیدی برای کاهش فشارهای ناشی از سرعت تغییرات تلقی می‌شود زیرا تصمیم‌گیری در محیط‌های متلاطم بدون دستیابی مستمر به اطلاعات مرتبط عملاً سردرگمی زیادی را به بار خواهد آورد. در حقیقت جمع‌آوری از دانشمندان سرمایه اطلاعاتی را نوشداروی بسیاری از مسائل سازمان می‌دانند، از این‌رو، اشتیاق برای داشتن و پیاده‌سازی این رویکرد امری بدیهی است.

کسب‌وکارهای نوپا که نقش بی‌بدیلی در رشد و توسعه جوامع در دنیای کنونی ایفا می‌کنند. زیرا این‌گونه صنایع با خلق اندیشه، کارآفرینی، رشد صنعت گردشگری، کسب‌وکارهای متنوع جدید، فناوری‌های نوآورانه و ظهور اقتصاد جدید مبتنی بر آن، نقطه عطفی در عرصه اقتصادی هر جامعه‌ای به‌شمار می‌رود که می‌توانند پنجره

^۱Information Capital

^۲Performance

^۳opportunity Recognition

جدیدی برای کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه باز کرده تا بهره‌مندی بیشتری از توسعه در حوزه اقتصاد دانش‌بنیان به دست آورند.

از طرفی از دلایل تبدیل شدن کشورهای توسعه یافته از جمله آمریکا و چین به ابرقدرت‌های اقتصادی، نظامی و سیاسی در دنیا، توجه کافی و لازم به رشد و تعالی کسب‌وکارهای نوپاست. در این راستا، برای موفقیت در عرصه ملی و بین‌المللی ضروری است که حمایت دولت و همچنین شناخت و آگاهی کافی مدیران کسب‌وکارهای نوپا از پدیده سرمایه اطلاعاتی در کنار فرصت‌شناسی منابع انسانی می‌توانند با توانمندسازی فرآیندهای درونی و زیرساخت‌های فناوری و اطلاعات؛ فرصت‌هایی را که دیگران نمی‌بینند، شناسایی و برای نیل به بصیرت و رسالت سازمان خویش تلاش نماید. بنابراین، با توجه به اینکه بر خلاف سایر کشورها، متأسفانه در ایران اهمیت سرمایه اطلاعاتی در حوزه‌های مختلف به‌خصوص در کسب‌وکارهای نوپا به‌طور شایسته و آن‌طور که باید روشن و محرز نگردیده است. از این‌رو، در این پژوهش درصدد هستیم به این سؤال اصلی پاسخ دهیم که آیا سرمایه اطلاعاتی بر بهبود عملکرد کسب‌وکارهای نوپا تأثیرگذار است؟ و آیا فرصت‌شناسی منابع انسانی به‌مثابه متغیر میانجی می‌تواند این رابطه را تحت تأثیر قرار دهد؟

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مبانی نظری

سرمایه اطلاعاتی. سرمایه اطلاعاتی، مفهومی است که ادعا می‌کند اطلاعات، ارزش ذاتی دارند و می‌توان آن را در داخل و یا حتی بین سازمان‌ها به اشتراک گذاشته و مورد استفاده قرار داد. این اصطلاح نشان می‌دهد که به اشتراک‌گذاری دانش وسیله‌ای برای به اشتراک گذاشتن قدرت، پشتیبانی از پرسنل و بهینه‌سازی فرآیندهای کاری است [۴۴]. رابرت و همکاران^۱ [۳۹] سرمایه اطلاعاتی مجموعه‌ای از داده‌های اطلاعاتی است که برای سازمان ارزشمند است و سازمان می‌تواند از طریق سیستم‌های مختلف ذخیره‌سازی همچون پایگاه داده‌ها، کتابخانه‌ها، شبکه‌های به اشتراک‌گذاری اطلاعات به آن دست یابد. به عبارتی از سرمایه اطلاعاتی به‌منزله اطلاعات استراتژیک یاد می‌کنند که با در دسترس قرار دادن سیستم‌های اطلاعاتی، برنامه‌های کاربردی و زیرساخت‌های مورد نیاز استراتژی‌های سازمان را مورد حمایت قرار می‌دهد [۳۹]. قوش و اسکات^۲ [۱۳] معتقدند که سرمایه اطلاعاتی نه تنها سازمان‌ها، بلکه توسط افراد نیز می‌تواند به‌کار گرفته شود به‌طور مثال؛ در صورت استفاده از سرمایه اطلاعاتی فرد قادر به تجزیه و تحلیل هزینه‌های کالا و خدمات و تعیین این‌که چطور و چگونه هزینه‌های خود را محصولات دیگر یا هزینه‌های دیگر افراد مقایسه کند؛ خواهد بود [۱۳]. بنابراین، در جدول ۱ برخی از تعاریف مربوط به سرمایه ارتباطی ارائه شده است.

جدول ۱. تعاریف سرمایه اطلاعاتی

ردیف	تعاریف	منبع
۱	پایه‌ریزی سایر فعالیت‌های سازمان	[۴۸]
۲	ارتقاء دهنده کارایی و اثربخشی سازمانی	[۲۲]
۳	جزء اطلاعاتی برای امکان‌پذیر کردن مبادله سرمایه دانش	[۴]
۴	دارایی حیاتی و ضروری برای بقا و کسب مزیت رقابتی	[۲۷]
۵	توانایی سازمان در پیش‌بینی نیازهای بازار و تقویت حس رقابت	[۴۵]

^۱Robert et al

^۲Ghosh & Scott

بنابراین، سرمایه اطلاعاتی به زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و برنامه‌های کاربردی اشاره دارد که از استراتژی سازمان پشتیبانی کند و به‌طور موفقیت‌آمیزی با توانمندسازی فرآیندهای داخلی سازمان، این قابلیت را در آن ایجاد خواهد کرد که با حساسیت و توان کافی در جهت تحقق اهداف، ارتقای کیفیت، افزایش رضایت‌مندی مشتریان و نهایتاً بهبود عملکرد گام بردارد. در حقیقت سرمایه اطلاعاتی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا آینده خود را بهتر درک و شکل دهند و با تجزیه و تحلیل جهان پیرامون خود و همچنین نوآوری‌ها و استراتژی‌های رقبا خدمت‌رسانی ارزنده‌تری به مشتریان عرضه نمایند [۲۱]. به ترتیب با توجه به مطالعات ویلسون و استنسون^۱ [۴۸] و وو و هو^۲ [۴۹] شاخص‌ها و مؤلفه‌های سرمایه اطلاعاتی در ادامه به‌طور مختصر تشریح می‌شود.

زیرساخت‌های فناوری اطلاعات^۳. زیرساخت، مجموعه‌ای به‌هم پیوسته و متشکل است و با نیروی همساز عمل می‌کند که بر سازمان و جامعه انسانی تأثیر ویژه‌ای بر جای می‌گذارد. لاگشمی^۴ به نقل از [۴۹] عناصر زیرساخت اطلاعات را شامل سخت‌افزارها، نرم‌افزارها، شبکه‌های ارتباطی ثابت و سیار، مهارت‌ها و تخصص‌های مدیریت آن‌ها در ارائه خدمات و عملیات می‌داند [۴۹].

سیستم‌های اطلاعاتی عملیاتی^۵. این بدان معناست که عملیات روزمره و امور اجرایی کارکنان سازمان با استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی عملیاتی صورت می‌گیرد. در واقع به کمک این سیستم‌ها اطلاعات مربوط به فعالیت‌ها و وظایف روزانه کارکنان تدوین و جمع‌آوری می‌شود [۴۸].

سیستم‌های پشتیبان تصمیم‌گیری^۶. سیستمی که با استفاده از منابع انسانی و قابلیت‌های رایانه‌ای، مدیریت را در حل مسائل پیچیده سازمان یاری می‌رساند و کیفیت تصمیم را بهبود می‌بخشد. این‌گونه سیستم‌ها با خلاصه‌سازی، ادغام و به تصویر کشیدن اطلاعات مربوطه به تصمیم‌گیرندگان در خصوص موضوعات مربوط کمک می‌کنند [۱۷].

بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا. زهیر و همکاران^۷ به نقل از [۱۰] عملکرد کسب و کارهای نوپا نتایج یا خروجی‌های واقعی سازمان است که با اهداف و مقاصدش مورد سنجش قرار می‌گیرد [۱۰]. ریچارد و همکاران^۸ به نقل از [۳۷] معتقدند که بهبود عملکرد عاملی است که تعیین می‌کند سازمان چگونه و چه‌طور به اهداف و رسالت خود دست می‌یابد. این شاخص جایگاه سازمان در عرصه رقابت را مشخص و مسیر حرکت به سمت آینده را جهت می‌دهد [۳۷]. نیلی و همکاران^۹ به نقل از [۳۴] در تعریفی عملکرد کسب و کارها را فرآیند تبیین کیفیت اثربخشی و کارایی اقدامات گذشته اظهار می‌کنند. طبق دیدگاه آن‌ها کارایی توصیف‌کننده چگونگی استفاده از منابع در تولید کالا و خدمات است و اثربخشی توصیف‌کننده درجه نیل به اهداف سازمانی است [۳۴].

^۱Wilson & Stenson

^۲Wu & Hu

^۳IT infrastructure

^۴Lakshmi

^۵Operational information systems

^۶Decision support systems

^۷Zehir et al

^۸Richard et al

^۹Neely et al

در تعریفی دیگر بالزاک^۱ به نقل از [۲۲] عملکرد کسب و کارها رویکردی برای افزایش کارایی افراد و سازمان از طریق فرآیند برنامه‌ریزی است.

همچنین خاندنکار و شارنا^۲ به نقل از [۲۲] عملکرد سازمانی را نتیجه رضایت‌مندی سازمان از لحاظ عملکرد مالی می‌دانند [۲۲]. عملکرد سازمان به توانایی یک سازمان برای دستیابی به اهداف تعیین شده جهت حفظ شود، داشتن مزیت رقابتی، افزایش سهم بازار و حفظ بقای طولانی مدت، مبتنی بر استفاده از استراتژی‌های سازمانی قابل اجرا اشاره دارد [۳۴]. همچنین ندا و ابراهیم^۳ به نقل از [۹] عملکرد سازمانی را مقایسه نتایج مورد انتظار با نتایج واقعی و یا بررسی انحرافات سازمان با چارچوب پیش‌بینی شده؛ تسو و همکاران^۴ به نقل از [۹] از عملکرد سازمانی به‌منزله منعکس‌کننده میزان تحقق اهداف یاد می‌کنند [۹]. با توجه به مطالب گفته شده و براساس پژوهش‌های هرسی و همکاران^۵ [۱۸] و سرفرازی و همکاران^۶ [۴۱] شاخص‌های بهبود عملکرد در کسب-وکارهای نوپا به‌طور مختصر تشریح می‌شود.

حمایت (کمک)^۷. کمک سازمانی که افراد برای تکمیل و اثربخش بودن در کار و فعالیت خود به آن نیاز دارند. میزانی که کارکنان حس می‌کنند که سازمان آن‌ها را مورد حمایت قرار می‌دهد و در ازای این کمک و یاری به اهداف و تحقق سازمان توجه می‌کنند. در واقع این حمایت و کمک سازمان شرایط افزایش بهره‌وری، عملکرد، پیشرفت و تعهد را فراهم می‌آورد [۴۱].

توانایی^۸. اشاره به دانش، توانایی و مهارت‌های کارکنان به‌منظور انجام موفقیت‌آمیز وظایف و مسئولیت‌های آن‌ها دارد [۱۸]. گلدمن و همکاران^۹ به نقل از [۳] توانایی یعنی میزان دانش، تخصص و قابلیت‌هایی که فرد را برای انجام کار یا وظایف در زمانی مشخص قادر می‌سازد [۳].

محیط^{۱۰}. عوامل محیطی همچون وجود امکانات و تسهیلات، سیستم پاداش‌دهی، وجود منابع مالی کافی، شرایط فیزیکی محیط کار که حتی با وجود داشتن تمامی توانایی، حمایت (کمک)، انگیزه لازم و کافی برای انجام شغل باز هم می‌توانند بر عملکرد سازمان تأثیرگذار باشند [۶].

ارزیابی^{۱۱}. به بازخورد روزانه عملکرد کارکنان و بررسی‌های گاه‌به‌گاه اطلاق می‌شود [۳۸]. کپس و دلاری^{۱۲} به نقل از [۳۲] معتقدند ارزیابی یا سنجش عملکرد، فرآیندی است که با هدف تعیین درجه کفایت و لیاقت کارکنان از لحاظ انجام وظایف محوله و قبول مسئولیت‌ها در سازمان، انجام می‌گیرد [۳۲].

مشوق^{۱۳}. به انگیزه و تمایل کارکنان به انجام وظایف و مسئولیت‌ها بدون هر گونه اکراه برمی‌گردد. در واقع به چیزی در خارج از فرد اشاره دارد. و گاه به پاداش‌هایی را در برمی‌گیرد که فرد به آن امید بسته است و انگیزه-هایش به سوی آن‌ها هدایت می‌شود [۴۰].

^۱Balzac

^۲Khanderkar & Sharna

^۳Ngah & Ibrahim

^۴Tsou et al

^۵Hersey et al

^۶Sarfarazi et al

^۷Support

^۸Ability

^۹Goldman et al

^{۱۰}Environment

^{۱۱}Evaluation

^{۱۲}Kepes & Delery

^{۱۳}Incentive

فرصت‌شناسی منابع انسانی. فرصتبه معنای عام یعنی زمان مناسب و مقتضی؛ زمان یا مکان مساعد و مطلوب برای اجرای یک هدف. اما اصطلاح فرصت‌شناسی که کلیدی‌ترین و بنیادی‌ترین مفهوم در کارآفرینی محسوب می‌شود دارای تعاریف متفاوتی است. به زعم گایلو به نقل از [۲۵] فرصت‌شناسی فرآیند درک امکان-پذیری یک محصول، خدمت یا کسب‌وکاری سودآور است و یا شناسی برای ترکیب منابعی که منجر به سودآوری شود [۲۵].

گاندری و کیکول به نقل از [۱۶] فرصت‌شناسی را رویکردی می‌دانند که به کمک آن افراد ایده‌های جدیدی را که منجر به فرصت‌های کسب‌وکار می‌شود را یافته و پالایش می‌کنند [۱۶]. همچنین اسپیندر و اسپیت^۱ به نقل از [۱۴] فرصت‌شناسی را تلاش‌هایی می‌دانند که افراد برای تشخیص و شناسایی کسب‌وکار جدید انجام داده به‌طوری که برای آن‌ها سودمندی‌های برتری به همراه داشته باشد. لی و ونکاترمن^۲ به نقل از [۱۴] ارزش جدیدی را که اغلب با معرفی کالا و خدمات جدید شکل می‌گیرد را فرصت‌شناسی قلمداد می‌کنند [۱۴].

دو دیدگاه رایج در خصوص فرصت‌شناسی وجود دارد که به دو اصل و چارچوب متفاوت می‌رسند. دیدگاه نخست: نظریه خلق فرصت که به ماهیت ذهنی فرصت‌ها می‌پردازد؛ اشاره دارد. به عقیده سارواتی^۳ به نقل از [۵۰] در این نظریه افراد ابتدا یک مشکل خاص را شناسایی و سپس برای چگونگی حل آن برنامه‌ریزی می‌کنند که در اینجا فرصت‌ها مفاهیم ذهنی در نظر گرفته می‌شوند (یعنی فرصت‌ها از طریق واکنش‌ها و اقدامات تکامل یافته شناسایی می‌شوند). به این ترتیب، فرصت‌ها تا زمانی که توسط افراد خلق می‌گردند؛ وجود ندارند. این بدان معناست که وجود فرصت‌ها وابسته به افراد است. نظریه دوم: کشف فرصت‌ها که بر عینیت فرصت‌ها تمرکز دارد. در این رویکرد افراد به لطف شوک‌های خارجی در بازار یا صنعت فرصت‌ها را تشخیص می‌دهند. منشاء فرصت محیط بیرونی و خارج از فرد است و در واقع نظریه کشف مستقل بودن فرصت‌ها را تداعی می‌کند [۵۰].

بنابراین، فرصت‌شناسی، توانایی منابع انسانی در تشخیص ایده‌ی خوب و تبدیل آن به یک مفهوم تجاری است که ارزش، ایجاد ثروت (پولی و غیر پولی) و بازده اقتصادی را برای فرد در بردارد [۲۶]. با توجه به مطالعات صورت گرفته شاخص‌های مختلف و متفاوتی برای فرصت‌شناسی مطرح شده است که در پژوهش حاضر بر مبنای پژوهش لی و همکاران [۲۸] و هانوهو و بالداکچینو^۴ [۱۶] شاخص‌های خلاقیت^۵، شبکه ارتباطات اجتماعی^۶، جریان‌های اطلاعاتی^۷، خودکارآمدی^۸ و سرمایه فکری^۹ در نظر گرفته شده که در ادامه به طور مختصر تشریح خواهند شد.

خلاقیت. این مفهوم به قدرت ایجاد اندیشه‌های نو و نظرات جدید اشاره دارد [۱۹]. خلاقیت یعنی توان سریع در شناخت مسائل و مشکلات و همچنین ارائه راه‌حل بدون تغییر شکل دادن منابع یا اصلاح آن‌ها. هر چه افراد از درجه خلاقیت بالاتری برخوردار باشند در شناسایی فرصت‌ها بهتر و موفق‌تر از دیگران عمل می‌کنند [۱۶].

شبکه ارتباطات اجتماعی. مجموعه‌ای از الگوهای ارتباطی میان افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها است که دسترسی افراد به منابع و فرصت‌ها آسان و یا محدود می‌سازد [۴۷]. در این شبکه‌ها دسترسی به اطلاعات

^۱Schneider & Spieth

^۲Lee & Venkataraman

^۳Sarasvathy

^۴Hanohov & Baldacchino

^۵Creativity

^۶Social communications network

^۷Information flows

^۸Efficacy

^۹Intellectual Capital

می‌تواند به افراد در شناخت فرصت کمک کند. در واقع در جریان ارتباطات رد و بدل شدن منابع و اطلاعات امکان‌پذیری. شناسایی فرصت‌ها را تسهیل می‌کند [۱].

جریان‌های اطلاعاتی. رویز و همکاران^۱ به نقل از [۳۰] اظهار می‌کنند که افراد به‌طور یکسان اطلاعات مربوط به بازار، صنعت، سیاست‌های دولت و موارد دیگر را در اختیار ندارند و فقدان توزیع متقارن اطلاعات باعث می‌شود فقط تعدادی از افراد به خاطر اطلاعات فرصت‌ها را بشناسند [۳۰]. با این حال بعضی افراد هم اطلاعات را در اختیار دارند، اما تنها تعداد اندکی از آن‌ها فرصت‌ها را تشخیص می‌دهند. چرا که این افراد به نحو مطلوب-تری اطلاعات را تعبیر و تفسیر می‌کنند [۲۸].

خودکارآمدی. خودکارآمدی از عوامل انگیزشی است که به قضاوت فرد درباره توانایی خود به‌منظور رسیدن به موفقیت در حوزه‌ای معین اشاره دارد [۲۴]. افراد دارای خودباوری بالا یا خود اطمینانی بالا بیشتر در شبکه‌های اجتماعی حضور می‌یابند و باعث می‌شود به اطلاعات بیشتری دست یابند و فرصت‌ها را بهتر از دیگران درک نمایند [۱۶].

سرمایه فکری: سرمایه فکری از طریق شایستگی، نگرش و توانایی کارکنان ایجاد می‌شود. استوارات^۲ به نقل از [۲۹] سرمایه فکری را دانش، اطلاعات، مالکیت فکری و تجربه تعریف می‌کند که موجب ارزش آفرینی برای سازمان می‌شود [۲۹]. در واقع منابع انسانی موجود در سازمان اعم از مدیران، رهبران، سرپرستان و کارکنان با دانش و توانایی‌های خود با انجام اقداماتی همچون شناخت فرصت‌ها و ارائه راه‌حل‌های جدید، وضعیت رقابتی سازمان را بهبود می‌بخشند [۱۵].

سرمایه اطلاعاتی و بهبود عملکرد کسب‌وکارهای نوپا. سرمایه اطلاعاتی می‌تواند در بهبود عملکرد کسب‌وکارهای نوپا تأثیر مثبت و معناداری داشته باشد. هو و همکاران [۲۱] با انجام پژوهشی دریافتند که سرمایه اطلاعاتی به‌طور غیرمستقیم عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین آن‌ها نشان دادند که سرمایه اطلاعاتی به‌طور قابل توجهی افزایش رقابت‌پذیری سازمان را موجب می‌شود. پژوهش وو و هو [۴۹] حاکی از آن بود که سرمایه اطلاعاتی ضمن پشتیبانی از استراتژی‌های سازمان می‌تواند تسهیل‌گر بهبود عملکرد آن به‌منظور حرکتی اطمینان‌بخش به سوی آینده باشد. کروگر و جانسون [۲۷] در پژوهش خود از سرمایه اطلاعاتی عاملی مهم و ضروری برای ادامه حیات سازمان یاد می‌کنند که با ارتقاء عملکرد کسب‌وکارهای نوپا، مزیت رقابتی در عرصه داخلی و بین‌المللی را فراهم می‌آورد. همچنین آرال و ویل [۴] با انجام پژوهشی اذعان داشتند که سرمایه اطلاعاتی موجب ارزش‌آفرینی برای سازمان از طریق ارتقاء قابلیت‌های فرآیندهای داخلی می‌شود.

بر اساس نتایج پژوهش هوپسمان و ولف [۲۳] سازمان‌ها در صورت استفاده مناسب از سرمایه اطلاعاتی می‌توانند تا حد قابل توجهی کارایی و اثربخشی خود را افزایش دهند. آن‌ها اظهار داشتند سرمایه اطلاعاتی زمینه استفاده مطلوب از منابع و همچنین میزان دستیابی به اهداف را برای سازمان افزایش می‌دهد. بنابراین، شرایط متغیر محیطی نیاز به اطلاعات را بیش از پیش برای هر کسب‌وکاری نشان می‌دهد. سرمایه اطلاعاتی، کسب-وکارهای نوپا را به تجزیه و تحلیل هزینه‌های کالا و خدمات، درک مناسب از دنیای پیرامون خود، یکپارچه‌سازی فعالیت‌ها، آگاهی از اقدامات و استراتژی‌های رقبا قادر خواهد ساخت و همین امر باعث می‌شود با اخذ تصمیمات صحیح و اقدامات هوشمندانه عملکردی بهتر در مقایسه با رقبا برای ارائه خدمات ارزنده به مشتریان داشته باشد. از این‌رو، فرضیه اول پژوهش به شرح زیر تدوین می‌شود.

فرضیه ۱: سرمایه اطلاعاتی تأثیر مثبت و معناداری در بهبود عملکرد کسب‌وکارهای نوپا دارد.

^۱Ruiz et al

^۲Stewart

سرمایه اطلاعاتی و فرصت‌شناسی منابع انسانی. در محیط رقابتی امروز، دانش، تجربه، میزان آگاهی و مهارت‌های کارکنان از عناصر راهبردی در کسب مزیت رقابتی است. از طرفی اطلاعات نقش مهمی در فرصت‌شناسی منابع انسانی ایفا می‌کند. بدون شک افرادی که دسترسی بیشتری به اطلاعات دارند و یا سازمان این سرمایه عظیم و گران‌قدر (دانش و اطلاعات روز) را به‌طور مدام کسب و در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد، و یا اینکه کارکنان خود منبع دانش و اطلاعات مهم در قالب اندوخته‌ها و تجربه‌های کاری هستند؛ بهتر از دیگران فرصت‌های پیش‌رو را رصد و شناسایی می‌کنند.

تانریوردی^۱ [۴۵] در پژوهش خود اظهار کرد که به‌کارگیری سرمایه اطلاعاتی در سازمان باعث می‌شود که افراد دانش، توانایی‌ها و اطلاعات آن‌ها افزایش یابد که منجر به تشخیص و درک بهتر افراد از فرصت‌ها و موقعیت‌های پیش‌رو خواهد شد و همین امر به نوبه خود توان سازمان را در پیش‌بینی نیازهای بازار و تقویت حس رقابت بالا می‌برد. پوهاکا^۲ [۳۳] نیز در پژوهش خود بیان داشت که جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل مدام اطلاعات محیطی پیشگامی سازمان را در تشخیص فرصت‌های ارزش‌آفرینانه رقم خواهد زد. در واقع این فرصت‌شناسی به‌هنگام و تلاش برای استفاده مناسب از آن می‌طلبد سازمان سطح عملکرد خود را افزایش دهد. بر طبق آنچه گفته شد فرضیه دوم به شرح زیر ارائه می‌گردد.

فرضیه ۲: سرمایه اطلاعاتی تأثیر مثبت و معناداری بر فرصت‌شناسی منابع انسانی دارد.

فرصت‌شناسی منابع انسانی و بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا. فرصت‌شناسی و انتخاب فرصت‌های درست مهم‌ترین راه‌کار برای موفقیت کسب و کارهای نوپا تلقی می‌گردد. به این ترتیب، کسب و کارهایی می‌توانند فرصت‌ها را کشف کنند که منابع انسانی برتری داشته باشند که با ارائه ایده‌ها و پالایش آن‌ها تولید کالا و خدماتی را که در حال حاضر بازاری برای آن‌ها وجود ندارد، را امکان‌پذیر و زمینه‌ساز سودآوری برای سازمان خواهند شد و به تبع کسب سود عملکرد بهتری را می‌طلبند. اهلن و همکاران^۳ [۲] معتقدند که تشخیص و شناسایی به‌هنگام فرصت‌ها می‌تواند عملکرد سازمان را در ارائه کالا و خدمات مطابق با خواست و سلیقه مشتری یاری رساند.

مطالعات فورسگرن^۴ [۱۱]؛ بارون و انسلی^۵ [۷] و شان^۶ [۴۲] همگی نشان می‌دهند که ذهن خلاقانه افراد می‌تواند تغییر و تحولات محیطی را به خوبی رصد و با شناخت فرصت‌ها و ارائه راه‌حل‌های درست عملکرد سازمان در محیط متلاطم بهبود بخشد. اکباساران و همکاران^۷ [۴۶] نیز در پژوهشی اظهار داشتند که توجه و تشویق افراد به خلاقیت باعث می‌شود تا آن‌ها فرصت‌های بیشتری را شناسایی کنند و از این فرصت‌ها منافع زیادی را به‌دست آورند. البته آن‌ها اظهار داشتند که منتفع شدن از این فرصت نیازمند اجرای درست وظایف و مسئولیت‌ها است. نتایج پژوهش شرت و همکاران^۸ [۴۳] نیز حاکی از آن بود که فرصت‌شناسی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد. با توجه به مطالب فوق فرضیه سوم به شرح زیر پیشنهاد می‌گردد.

فرضیه ۳: فرصت‌شناسی منابع انسانی تأثیر مثبت و معناداری در بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا دارد.

^۱Tanriverdi

^۲Puhakka

^۳Ahlin et al

^۴Forsgren

^۵Baron & Ensley

^۶Shane

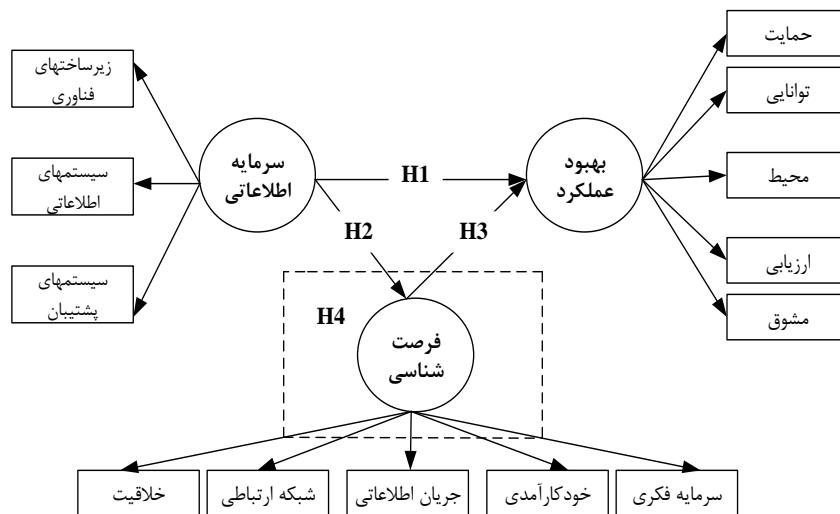
^۷Ucbasaran et al

^۸Short et al

نقش میانجی فرصت‌شناسی منابع انسانی. فرصت‌شناسی سرمایه انسانی برای کشف ایده‌ها تابعی از سرمایه اطلاعاتی و در دسترس بودن اطلاعات مورد نیاز منابع انسانی است که این امر منجر به ارائه ایده‌ها و نظرات جدید برای بهبود عملکرد سازمان می‌گردد. همچنین فرصت‌شناسی رویکردی قلمداد می‌شود که به کمک آن افراد ایده‌های جدید برخاسته از اطلاعات را به فرصت‌های کسب و کار بدل می‌کنند. هانوهو و بالداکچینو [۱۶] و اکباساران و همکاران [۴۶] نیز در پژوهش خود نشان دادند که فرصت‌شناسی منابع انسانی نقش میانجی در تأثیر سرمایه اطلاعاتی در بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا دارد. بنابراین، فرضیه چهارم پژوهش حاضر به صورت زیر اظهار می‌گردد.

فرضیه ۴: فرصت‌شناسی منابع انسانی نقش میانجی در تأثیر سرمایه اطلاعاتی در بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا دارد.

مدل مفهومی پژوهش. مدل مفهومی پژوهش حاضر، تلفیقی است که در تدوین آن از چند مدل استفاده شده است. بدین ترتیب که در مدل حاضر از مدل سرمایه اطلاعاتی ویلسون و استنسون [۴۸] و وو و هو [۴۹]، مدل بهبود عملکرد سازمانی هرسی و همکاران [۱۸] و سرفرازی و همکاران [۴۱] و مدل فرصت‌شناسی سرمایه‌های انسانی لی و همکاران [۲۸] و هانوهو و بالداکچینو [۱۶] استفاده شده است. بدین ترتیب، مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۳. روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه از نظر هدف، کاربردی از شاخه توسعه‌ای و از لحاظ روش و ماهیت جزء پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی است. در این پژوهش برای سنجش متغیر سرمایه اطلاعاتی از پرسشنامه وو و هو [۴۹]، از پرسشنامه هرسی و همکاران [۱۸] برای سنجش متغیر بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا استفاده شده است. به علاوه برای سنجش متغیر فرصت‌شناسی منابع انسانی از پرسشنامه هیلز و همکاران^۱ [۱۹] و لی و همکاران [۲۸] بهره گرفته شد. برای سنجش روایی ابزار گردآوری اطلاعات از روش روایی صوری با استفاده از نظر اساتید آشنا با موضوع و

^۱Hills et al

ارزیابی از طریق روایی سازه پرسشنامه با دو معیار روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد که براساس آن‌ها روایی پرسشنامه تأیید گردید. در ارتباط با جامعه آماری باید گفت که جامعه آماری پژوهش حاضر کسب و کارهای نوپا در شهر تهران هستند که با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس اعضای نمونه آن انتخاب شده‌اند. در خصوص برآورد حجم نمونه نیز لازم به ذکر است که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر ۱۸۶ نفر تعیین شد. برای پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ که همبستگی درونی گویه را نشان می‌دهد و همچنین معیار دیگری که پایایی ترکیبی (برای تعیین پایایی سازه‌ها) گفته می‌شود؛ برای سنجش بهتر پایایی استفاده گردید. برای پایایی هر دوی این معیارها میزان بالای ۰/۷ مناسب ذکر شده است. همچنین جهت بررسی اعتبار درونی متغیرهای تحقیق از شاخص (AVE) به عنوان شاخص روایی همگرا استفاده شد. لازم به ذکر است که اگر $AVE \geq 0.5$ باشد، میزان مطلوب بودن آن را گزارش می‌کند. به این ترتیب، در جدول شماره دو نتایج آلفای کرونباخ، ضریب پایایی ترکیبی و روایی همگرا ارائه شده است.

جدول ۲. گزارش معیارهای آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

ردیف	میانگین ضریب پایایی ترکیبی (CR)	میانگین آلفای کرونباخ	مؤلفه مورد سنجش	ردیف	میانگین ضریب پایایی ترکیبی (CR)	میانگین آلفای کرونباخ	مؤلفه مورد سنجش
۱	۰/۸۴	۰/۷۸	فرصت شناسی	۳	۰/۷۱	۰/۷۸	سرمایه اطلاعاتی
۲	۰/۸۰	۰/۷۳			۰/۶۵	۰/۷۳	بهبود عملکرد

۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

یافته‌های جمعیت‌شناختی. با بررسی داده‌های جنسیت مشخص می‌شود که تعداد ۱۱۳ نفر معادل ۶۱ درصد مرد و ۷۳ نفر معادل ۳۹ درصد زن هستند. همچنین در بین نمونه انتخابی ۶۱ نفر کمتر از ۳۰ سال و معادل ۳۳ درصد حجم نمونه انتخابی هستند. از طرف دیگر ۸۵ نفر بین ۳۱ تا ۴۰ سال سن دارند که ۴۶ درصد حجم نمونه را تشکیل می‌دهند. اعضای نمونه بالاتر از ۴۱ سال نیز ۴۰ نفر هستند که ۲۱ درصد حجم نمونه را به خود اختصاص داده‌اند. در این میان ۲۶ نفر دارای مدرک فوق دیپلم، ۱۰۹ نفر دارای مدرک کارشناسی، ۵۱ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر هستند. لازم به ذکر است که در جدول ۳ لیست کسب و کارهایی که پژوهش‌گران اعضای نمونه را از بین آن‌ها انتخاب نموده، ارائه شده است.

جدول ۳. لیست کسب و کارهای نوپا

ردیف	نام کسب و کار	تعداد اعضای نمونه	ردیف	نام کسب و کار	تعداد اعضای نمونه
۱	شرکت آوای همراه هوشمند	۱۴	۱۰	پاک چرخ ایرانیان	۱۲
۲	آپارات	۹	۱۱	الوپیک توی	۹
۳	زوپ	۱۰	۱۲	اسنپ فود	۱۱
۴	پتیا	۸	۱۳	تخفیفیان	۱۲
۵	دیجی کالا	۱۱	۱۴	نت برگ پیشرو	۱۰
۶	اسنپ	۹	۱۵	کافه بازار	۸
۷	دنگی پال	۸	۱۶	جیرینگ	۱۳
۸	زرین پال	۱۰	۱۷	بامیلو	۹
۹	تپسی	۱۳	۱۸	ریحون	۱۰

یافته‌های مدل تحقیق. بعد از حصول اطمینان از وجود روایی که با استفاده از روش اعتبار محتوا و پایایی که با استفاده از آزمون‌های آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی شاخص‌های گردآوری شده که در جدول ۲ به‌طور کامل تشریح شده است، به آزمون مدل پژوهش و فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود. در این پژوهش از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری برای آزمون مدل پژوهش و همچنین برای آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است. در مدل‌سازی معادلات ساختاری بین دو گروه متغیر پنهان و آشکار تمایز وجود دارد. متغیر پنهان، متغیری است که از چند متغیر آشکار به وجود می‌آید. باتوجه به مدل مفهومی، این پژوهش دارای ۱۳ متغیر آشکار است که سه مفهوم (متغیر پنهان) که شامل سرمایه اطلاعاتی، بهبود عملکرد و فرصت‌شناسی منابع انسانی را اندازه‌گیری می‌کنند. برای برازش مدل از معیارهای برازشی که در مدل‌سازی معادلات ساختاری وجود دارد استفاده شده است. معیارهای برازش نشان‌دهنده این است که آیا مدل بازنمایی داده‌ها، مدل اندازه‌گیری پژوهش را تأیید می‌کند یا خیر. در جدول ۴ شاخص‌های برازش و برازش قابل قبول آن‌ها که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته‌اند، ارائه شده است.

جدول ۴. شاخص‌های برازش و برازش قابل قبول /۹/.

نام شاخص	اختصار	برازش قابل قبول
شاخص نیکویی برازش	GFI	>90%GFI
شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	>90%AGFI
شاخص برازش هنجار شده	NFI	>90%NFI
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	<10%RMSEA
کای اسکور بهنجار شده به درجه آزادی	CMIN/ df	بین ۱ تا ۳

برآورد و آزمون الگوهای اندازه‌گیری (الگوهای عاملی تأییدی). پس از جمع‌آوری داده‌ها جهت مشخص کردن اینکه شاخص‌های اندازه‌گیری (متغیرهای مشاهده) تا چه اندازه‌ای برای سنجش متغیرهای پنهان قابل قبول هستند، لازم است ابتدا کلیه متغیرهای مشاهده که مربوط به متغیرهای پنهان است، به‌طور مجزا مورد آزمون قرار می‌گیرند. شاخص‌های کلی برازش برای الگوهای اندازه‌گیری (تحلیل عاملی-تأییدی) با استفاده از نرم‌افزار Amos مورد ارزیابی قرار گرفت که شاخص‌های برازش برای مدل‌های تحلیل عاملی-تأییدی برای کلیه متغیرهای پنهان پژوهش در سطح مطلوبی قرار داشتند و حاکی از این هستند که شاخص‌های اندازه‌گیری (متغیرهای آشکار) به خوبی می‌توانند متغیرهای پنهان را اندازه‌گیری کنند. همچنین نتایج تحلیل عاملی-تأییدی (جدول ۵) به همراه شاخص جزئی P برای آزمون قابل قبول بودن بار عاملی مربوط به هر سؤال بررسی شد و بارهای عاملی همه سؤالات بالاتر از ۰/۰۵ و مقدار P جزئی کمتر از ۰/۰۵ بودند در نتیجه می‌توان نتیجه گرفت که سؤالات به خوبی متغیرهای مشاهده را می‌سنجند.

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

مؤلفه	سؤال	بار عاملی - تأییدی	P	مؤلفه	سؤال	بار عاملی - تأییدی	P
زیرساخت‌های فناوری اطلاعات سیستم‌های اطلاعاتی	Q ₁	۰/۵۳	۰/۰۰۰	مشوق	Q ₃₀	۰/۷۱	۰/۰۰۲
	Q ₂	۰/۶۱	۰/۰۰۰		Q ₃₁	۰/۶۳	۰/۰۰۰
	Q ₃	۰/۵۷	۰/۰۰۱		Q ₃₂	۰/۵۷	۰/۰۰۸
	Q ₄	۰/۶۳	۰/۰۰۵		Q ₃₃	۰/۶۹	۰/۰۰۱

مؤلفه	سؤال	بار عاملی - تأییدی	P	مؤلفه	سؤال	بار عاملی - تأییدی	P
عملیاتی	Q ₅	۰/۵۳	۰/۰۰۰	خلایقیت	Q _{۳۳}	۰/۷۱	۰/۰۰۰
	Q ₆	۰/۶۹	۰/۰۰۱		Q _{۳۵}	۰/۶۴	۰/۰۰۳
سیستم‌های پشتیبان تصمیم‌گیری	Q ₇	۰/۶۱	۰/۰۰۶	شبکه‌های ارتباطات اجتماعی	Q ₃₆	۰/۵۷	۰/۰۰۵
	Q ₈	۰/۷۳	۰/۰۰۱		Q ₃₇	۰/۵۶	۰/۰۰۲
	Q ₉	۰/۷۱	۰/۰۰۰		Q ₃₈	۰/۶۳	۰/۰۰۵
	Q ₁₀	۰/۸۴	۰/۰۰۰		Q ₃₉	۰/۵۸	۰/۰۰۰
حمایت	Q ₁₁	۰/۷۸	۰/۰۰۳	جریان‌های اطلاعاتی	Q ₄₀	۰/۶۸	۰/۰۰۶
	Q ₁₂	۰/۶۷	۰/۰۰۸		Q ₄₁	۰/۷۹	۰/۰۰۹
توانایی	Q ₁₃	۰/۵۶	۰/۰۰۰	خودکارآمدی	Q ₄₂	۰/۸۱	۰/۰۰۰
	Q ₁₄	۰/۷۱	۰/۰۰۷		Q ₄₃	۰/۵۳	۰/۰۰۲
	Q ₁₅	۰/۶۱	۰/۰۰۶		Q ₄₄	۰/۷۴	۰/۰۰۰
	Q ₁₆	۰/۷۳	۰/۰۰۰		Q ₄₅	۰/۶۹	۰/۰۰۶
محیط	Q ₁₇	۰/۷۳	۰/۰۰۵	سرمایه فکری	Q ₄₆	۰/۷۱	۰/۰۰۴
	Q ₁₈	۰/۶۹	۰/۰۰۰		Q ₄₇	۰/۷۶	۰/۰۰۲
	Q ₁₉	۰/۶۴	۰/۰۰۱		Q ₄₈	۰/۸۶	۰/۰۰۵
	Q ₂₀	۰/۷۵	۰/۰۰۰		Q ₄₉	۰/۶۷	۰/۰۰۰
ارزیابی	Q ₂₁	۰/۸۳	۰/۰۰۴	سرمایه فکری	Q ₅₀	۰/۷۱	۰/۰۰۱
	Q ₂₂	۰/۸۱	۰/۰۰۰		Q ₅₁	۰/۷۷	۰/۰۰۰
	Q ₂₃	۰/۷۷	۰/۰۰۱		Q ₅₂	۰/۵۸	۰/۰۰۹
	Q ₂₄	۰/۶۳	۰/۰۰۱		Q ₅₃	۰/۶۲	۰/۰۱۱
	Q ₂₅	۰/۵۹	۰/۰۰۳				

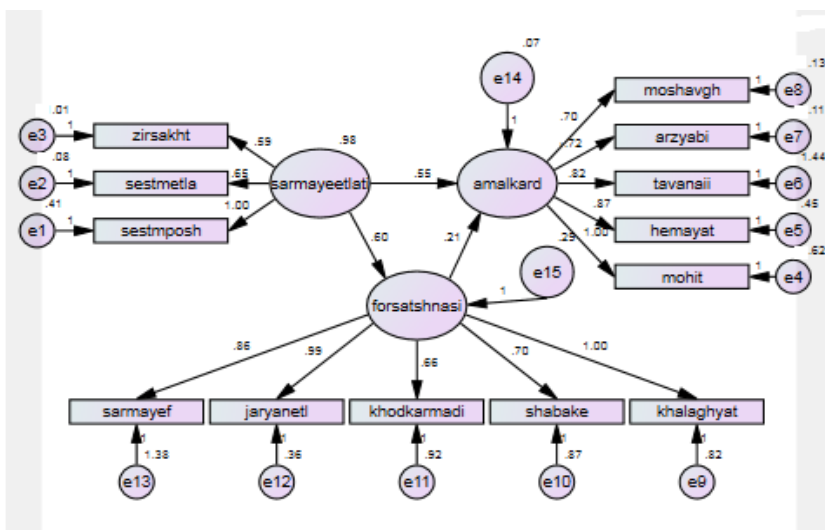
مقایسه ریشه دوم میانگین واریانس (روایی واگرا) سازه‌ها با مقادیر ضرایب همبستگی. روایی تشخیصی یا واگرا توانایی یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی را در میزان افتراق مشاهده‌پذیرهای متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده‌پذیرهای موجود در مدل را مورد سنجش قرار می‌دهد. در پژوهش حاضر برای بررسی روایی واگرا از روش فورنل-لاکر استفاده شده است. طبق این معیار یک متغیر پنهان در مقایسه با سایر متغیرهای پنهان باید پراکندگی بیشتری را در بین مشاهده‌پذیرهای خودش داشته باشد، تا بتوان گفت متغیر پنهان مد نظر، روایی تشخیصی بالایی دارد (جدول ۶).

جدول ۶. شاخص فورنل - لاکر جهت بررسی روایی افتراقی یا روایی واگرا

سازه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
زیرساخت‌های فناوری اطلاعات	۰/۷۳۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
سیستم‌های اطلاعاتی عملیاتی	۰/۵۲	۰/۷۷	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
سیستم‌های پشتیبان تصمیم‌گیری	۰/۴۳	۰/۴۹	۰/۸۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
حمایت	۰/۳۶	۰/۵۰	۰/۴۴	۰/۷۹	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
توانایی	۰/۴۱	۰/۳۳	۰/۳۷	۰/۴۵	۰/۸۴	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
محیط	۰/۳۴	۰/۴۶	۰/۵۳	۰/۳۹	۰/۴۰	۰/۷۳	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
ارزیابی	۰/۴۹	۰/۵۱	۰/۳۸	۰/۴۲	۰/۴۷	۰/۳۶	۰/۸۶	۰	۰	۰	۰	۰	۰
مشوق	۰/۳۲	۰/۵۵	۰/۲۹	۰/۳۵	۰/۳۱	۰/۴۳	۰/۴۸	۰/۷۵	۰	۰	۰	۰	۰

۰	۰	۰	۰	۰/۸۷	۰/۴۶	۰/۵۰	۰/۳۷	۰/۴۱	۰/۴۴	۰/۲۲	۰/۳۰	۰/۲۷	خلاقیت
۰	۰	۰	۰/۷۶	۰/۴۷	۰/۲۵	۰/۳۲	۰/۴۱	۰/۳۵	۰/۲۲	۰/۴۹	۰/۲۰	۰/۳۹	شبکه‌های ارتباطات اجتماعی
۰	۰	۰/۷۹	۰/۴۴	۰/۳۸	۰/۲۱	۰/۱۹	۰/۳۴	۰/۴۳	۰/۲۸	۰/۴۶	۰/۳۶	۰/۲۴	جریان‌های اطلاعاتی
۰	۰/۸۵	۰/۵۲	۰/۴۷	۰/۲۹	۰/۳۹	۰/۳۶	۰/۴۴	۰/۲۸	۰/۱۸	۰/۲۳	۰/۴۳	۰/۳۰	خودکارآمدی
۰/۷۲	۰/۴۳	۰/۳۲	۰/۴۲	۰/۳۷	۰/۳۳	۰/۵۰	۰/۴۳	۰/۱۷	۰/۳۹	۰/۳۲	۰/۴۶	۰/۵۶	سرمایه فکری

همان‌گونه که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، مقادیر جذر میانگین واریانس استخراج شده در سطر و ستونی که قرار دارند بیشترین مقدار را نشان می‌دهند که بیانگر وجود روایی و اگر در بین متغیرهای پژوهش است. **آزمون فرضیه‌های پژوهش.** پس از بررسی و تأیید الگو برای آزمون معناداری فرضیه‌ها از دو شاخص جزئی مقدار بحرانی CR و P استفاده شده است. بر اساس 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 حاکی از تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح ۰/۹۵ دارد. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش معادلات ساختاری و نرم‌افزار Amos استفاده شده است که خروجی نرم‌افزار به صورت شکل ۲ است. در خصوص خروجی نرم‌افزار لازم به ذکر است که برای متغیر سرمایه اطلاعاتی به ترتیب سیستم‌های اطلاعاتی عملیاتی، زیرساخت‌های فناوری و سیستم‌های پشتیبان تصمیم‌گیری دارای بیشترین بارهای عاملی هستند. از طرفی در متغیر عملکرد کسب‌وکارهای نوپا حمایت و توانایی بیشترین بارهای عاملی را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین در متغیر فرصت‌شناسی منابع انسانی، جریان‌های اطلاعاتی و سرمایه فکری دارای بیشترین بارهای عاملی هستند.



شکل ۲. خروجی نرم‌افزار

برای برازش مدل شکل ۲ از نرم‌افزار AMOS استفاده شده است که شاخص‌های کلی آن به شکل جدول ۷ است.

جدول ۷. برازش مدل مفهومی

RMSE	NFI	GFI	P	CIMN/ DF	CIMN	DF
۰/۰۰۶	۰/۹۴	۰/۹۱	۰/۰۰۱	۲/۷۴	۱۵۲/۲۴	۱۲

با توجه جدول ۷ مدل از برازش بسیار خوبی برخوردار است. آزمون فرضیه‌ها در جدول ۸ ارائه شده است.

جدول ۸. ضریب رگرسیونی و مقادیر شاخص‌های جزئی مربوط به فرضیه‌ها

نتیجه	P	مقدار بحرانی	ضریب رگرسیونی	فرضیه‌ها
تایید	۰/۰۰۰	۲/۵۱	۰/۵۵	H ₁ : سرمایه اطلاعاتی تأثیر مثبت و معناداری در بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا دارد.
تایید	۰/۰۰۰	۲/۷۸	۰/۶۰	H ₂ : سرمایه اطلاعاتی تأثیر مثبت و معناداری بر فرصت‌شناسی منابع انسانی دارد.
تایید	۰/۰۰۳	۲/۰۳	۰/۲۱	H ₃ : فرصت‌شناسی منابع انسانی تأثیر مثبت و معناداری در بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا دارد.

با توجه به جدول ۸ و آزمون فرضیه‌ها اصلی پژوهش، مشاهده می‌شود که فرضیه‌ها اصلی پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌گردند. در توضیح آزمون فرضیه‌ها اصلی باید گفت که با توجه به مقدار بحرانی (CR) که برای هر دو فرضیه دارای مقدار بیش از ۱/۹۶ است و مقدار (P) که کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرضیه‌های اصلی پژوهش تأیید می‌گردند. لذا با توجه به جدول ۶ می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد سرمایه اطلاعاتی تأثیر مثبت و معناداری در بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا و فرصت‌شناسی منابع انسانی دارد. به علاوه نتایج مبین آن است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرصت‌شناسی منابع انسانی تأثیر مثبت و معناداری در بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا دارد. پس از آن که تحلیل مسیر مستقیم انجام شد، نوبت به آن است که مسیر غیرمستقیم و متغیر میانجی پژوهش نیز مورد آزمون قرار گیرد.

نتایج آزمون بوت استراپ. در پژوهش حاضر برای آزمون فرضیه میانجی از روش بوت استراپ^۱ استفاده می‌شود. نتایج تحلیل فرضیه چهارم پژوهش با استفاده از روش Bootstrapping در جدول ۹ نشان داده شده است.

جدول ۹. نتایج بوت استراپ برای مسیر واسطه‌ای الگوی پیشنهادی پژوهش

فرضیه	مسیر	بوت	سوگیری	خطای استاندارد	حد پایین	حد بالا
H ₄ : فرصت‌شناسی منابع انسانی نقش میانجی در تأثیر سرمایه اطلاعاتی در بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا دارد.	سرمایه اطلاعاتی / فرصت‌شناسی سرمایه‌های انسانی / بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا	۰/۲۷	۰/۰۰۱۱	۰/۰۱۵۷	-۰/۱۲۴۹	-۰/۰۵۴۱

مندرجات جدول ۹ برای مسیر سرمایه اطلاعاتی / فرصت‌شناسی منابع انسانی / بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا نشان می‌دهد که حد پایین با مقدار -۰/۱۲۴۹ و حد بالای آن دارای مقدار -۰/۰۵۴۱ است. با توجه به نتایج آزمون بوت استراپ و قرارنگرفتن صفر در این فاصله، نتیجه حاکی از معناداری این مسیر غیرمستقیم و در نتیجه تأیید فرضیه مربوط به آن است. از این رو با توجه به نتایج جدول فوق می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرصت‌شناسی سرمایه‌های نقش میانجی در تأثیر سرمایه اطلاعاتی در بهبود عملکرد کسب و کارهای نوپا دارد.

^۱Bootstrap

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

از آنجا که از سرمایه اطلاعاتی به‌منزله اطلاعات استراتژیک یاد می‌کنند چرا که می‌تواند یک سازمان را به سمت نوآوری، افزایش بهره‌وری و تولید ارزش برای مشتریان هدایت کند و یک مزیت رقابتی مطرح گردد. با توجه به اهمیت بی‌بدیل سرمایه اطلاعاتی، بدیهی است که به‌کارگیری مؤثر آن نویدبخش این است که بتوان داده‌های ارزشمندی را برای اخذ تصمیمات مهم و اثربخشی فعالیت‌های سازمان ارائه نمود. به‌این ترتیب، سرمایه اطلاعاتی به سازمان‌ها کمک خواهد کرد تا به سرعت خود را با نیازهای جدید تطبیق و متعاقب آن تغییر بدون درنگ داشته باشد.

از این رو پژوهش حاضر با هدف بررسی اثرات سرمایه اطلاعاتی در بهبود عملکرد کسب‌وکارهای نوپا با نقش میانجی فرصت‌شناسی منابع انسانی انجام پذیرفت. نتایج پژوهش به تفکیک هر فرضیه مبین آن است که در سطح اطمینان ۰/۹۵ سرمایه اطلاعاتی تأثیر مثبت و معناداری بر بهبود عملکرد کسب‌وکارهای نوپا دارد. برقراری و حفظ رابطه مناسب با عرضه‌کنندگان و توزیع‌کنندگان، ارائه کالاها و خدمات مناسب در محیط‌های ملی و بین‌المللی صرفاً با استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی و پشتیبانی به‌عنوان عاملی استراتژیک جهت بقا، ایجاد مزیت رقابتی و بهبود عملکرد سازمانی تبدیل شده است. از این رو، پیاده‌سازی سرمایه اطلاعاتی و دسترسی هرچه بیشتر و بهتر مدیران و کارکنان به اطلاعات مربوطه به افزایش کیفیت کالا و خدمات، ارتقاء عملکرد سازمانی و رضایت مندی مشتریان منجر خواهد شد. در خصوص وجوه افتراق و اشتراک این فرضیه با دیگر پژوهش‌های صورت گرفته باید گفت که نتایج این پژوهش با پژوهش‌های هو و همکاران [۲۱]؛ وو و هو [۴۹] و کروگر و جانسون [۲۷] همخوانی دارد. آن‌ها نیز در پژوهش خود دریافتند که سرمایه اطلاعاتی باعث افزایش و بهبود عملکرد کسب‌وکارهای نوپا می‌شود.

به‌علاوه نتایج پژوهش حاکی از آن است که در سطح اطمینان ۰/۹۵ سرمایه اطلاعاتی تأثیر مثبت و معناداری بر فرصت‌شناسی منابع انسانی دارد. فرصت‌شناسی یا تشخیص فرصت علل یا ریشه‌های متفاوتی در سازمان دارد که براساس نتایج این پژوهش سرمایه اطلاعاتی از عوامل زمینه‌ساز برای شناخت فرصت‌ها است. اطلاعات نقش و ارزش متفاوتی نسبت به سایر منابع در سازمان ایفا می‌کند و این به‌خاطر ویژگی منحصر به فرد آن است. بدون شک در اختیار قرار دادن اطلاعات به منابع انسانی و توزیع مناسب آن در سازمان باعث می‌شود به منابع انسانی در شناخت فرصت‌ها و درک بهتر مسائل کمک کند. نتایج این فرضیه با یافته‌های پوهاکا [۳۳]؛ تانریوردی [۴۵] و هویسمان و ولف [۲۳] مطابقت و همخوانی دارد. به این ترتیب در پژوهش آن‌ها نیز تأثیر مثبت سرمایه اطلاعاتی بر فرصت‌شناسی منابع انسانی مورد تأیید قرار گرفت. از طرف دیگر نتایج پژوهش حاکی از آن است که در سطح اطمینان ۰/۹۵ فرصت‌شناسی منابع انسانی تأثیر مثبت و معناداری بر بهبود عملکرد کسب‌وکارهای نوپا دارد. اساساً ذهن خلاقانه افراد می‌تواند تغییر و تحولات محیطی را به‌خوبی رصد و با شناخت فرصت‌ها و ارائه راه‌حل‌های درست عملکرد سازمان در این محیط متلاطم را بهبود بخشد.

پیشسازی در صنعت و محیط رقابتی به مدد درک و کشف به‌هنگام موقعیت‌ها و فرصت‌ها رقم می‌خورد. مطالعات فورسگرن [۱۱]؛ بارون و انسلی [۶] و شان [۴۲] با نتایج این فرضیه همخوانی دارد. آن‌ها نیز در یافته‌های خود به این مهم که فرصت‌شناسی منابع انسانی تأثیر مثبت و معناداری بر بهبود عملکرد کسب‌وکارهای نوپا دارد؛ اشاره نمودند. در نهایت تحلیل مسیر غیرمستقیم نشان داد که در سطح اطمینان ۰/۹۵ فرصت‌شناسی منابع انسانی نقش میانجی در تأثیر سرمایه اطلاعاتی بر عملکرد سازمانی دارد. بنابراین به‌مثابه یک نتیجه کلی می‌توان اظهار داشت که زمانی اطلاعات در زمان مناسب در اختیار منابع انسانی قرار گیرد؛ افراد با تعبیر و تفسیر اطلاعات می‌توانند در خلق کالا و خدمات جدید، شناخت فرصت‌ها و تبدیل آن‌ها به دستاوردها به سازمان خود کمک کنند.

به تبع برای عملی کردن ایده‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌های شناسایی شده سازمان باید هر روز عملکردی بهتر از دیروز داشته باشد. نتایج این فرضیه با یافته‌های هانهو و بالداکچینو، [۱۶] و اکباساران و همکاران [۴۶] همخوانی دارد. بنابراین، با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر و همچنین فرضیات پیشنهادی در قالب موارد زیر ارائه می‌گردد.

- پژوهش حاضر به کسب و کارهای نوپا پیشنهاد می‌کند که به سرمایه اطلاعاتی عنایت ویژه‌ای داشته باشند، چرا که براساس یافته‌های پژوهش، سرمایه اطلاعاتی موجب بهبود عملکرد سازمان و همچنین تسهیل گر شناخت فرصت‌ها می‌گردد.
- از آن‌جاکه از عوامل بهبود وضعیت اشتغال در شرایط کنونی، استفاده از ظرفیت کسب و کارهای نوپا است. از این رو، با استناد به یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود که دسترسی به اطلاعات به روز از زوایای مختلف، می‌تواند کیفیت و اثربخشی فرآیند تصمیم‌گیری مدیران و کارکنان را در راستای رشد و تعالی کسب و کارها رقم زند.
- پژوهش حاضر پیشنهاد می‌کند که توجه به زیرساخت‌های فناوری کسب اطلاعات مورد نیاز را از محیط‌های داخلی و خارجی امکان‌پذیر می‌سازد. بدیهی است کسب آگاهی از محیط پیرامون خود باعث می‌شود کسب و کار با اطمینان خاطر بیشتر به سوی موفقیت گام بردارد.
- بدون شک کسب و کارهای نوپا برای آن‌که بتوانند فاصله خود را نسبت به رقبا حفظ کنند مجبورند در مقاطع زمانی مختلف خدمات جدیدی را به بازار عرضه کرده که لازمه این امر وجود منابع انسانی، خلاق و نوآور است. بنابراین کشف فرصت و خلاقیت در جهت نوآوری در کسب و کارهای امروزی یک امر کوچک و پیش‌پا افتاده نیست، بلکه ضرورتی برای حفظ پویایی و توان سازمان در برخورد با تهدیدها و مخاطرات محیطی است.
- با توجه به تنوع نیازها و خواسته‌های مشتریان، میل کلی به بالا بردن بازدهی و بهره‌وری و همچنین رشد سریع رقبای جدیدبر مبنای یافته‌ها به کسب و کارهای نوپا پیشنهاد می‌شود که با ترویج خلاقیت و خودکارآمدی کارکنان و نیز ایجاد شبکه ارتباطات اجتماعی علاوه بر نوآور بودن و کارآفرین شدن، نسبت به رقبای خود در شناسایی فرصت‌ها پیشگام‌تر عمل کنند.
- پژوهش حاضر و دارای محدودیت‌هایی از جمله فقدان توجه کافی به برخی متغیرهای پژوهش (سرمایه اطلاعاتی) در داخل کشور و همچنین نبود پژوهشی که به‌طور همزمان متغیرهای پژوهش را مورد بررسی قرار دهد. یافته‌های پژوهش مختص به دوره و مقطع زمانی خاصی است که با تغییر شرایط و زمان، نتایج نیز تغییر خواهد کرد. علاوه بر این فقدان همکاری برخی از کسب و کارها را می‌توان از دیگر محدودیت‌های پژوهش ذکر کرد. در نهایت به پژوهش‌گران آتی پیشنهاد می‌شود که عوامل اثرگذار در ایجاد سرمایه اطلاعاتی را بسنجند و یا این که با استفاده از روش‌های مدل‌سازی، مبادرت به ارائه مدلی در جهت چگونگی ایجاد سرمایه اطلاعاتی نمایند. همچنین پیشنهاد می‌شود تأثیر متغیرهای دیگر را در کنار سرمایه اطلاعاتی بر عملکرد کسب و کارهای نوپا مورد تحلیل و ارزیابی قرار دهند.

منابع

1. Adali, S., Escriva, R., & Goldberg, M.K. (2010). Measuring behavioral trust in social networks. *IEEE International Conference*, 1-14.
2. Ahlin, B., Drnovsek, M., & Hisrich, R. (2014). Entrepreneurs' creativity and firm innovation: The moderating role of entrepreneurial self-efficacy, *Small Business Economics*, 43(1), 101-117
3. Alatailat, M., Elrehail, H., & Emeagwali, O. (2018). High performance work practices, organizational performance and strategic thinking a moderation perspective, *International Journal of Organizational Analysis*, 1-28.
4. Aral, S., & Weill, P. (2007). IT assets, organizational capabilities, and firm performance: how resource allocations and organizational differences explain performance variation. *Organization Science*, 18(5), 763-780.
5. Aydiner, A., Tatoglu, E., Bayraktar, E., & Zaim, S. (2019). Information system capabilities and firm performance: Opening the black box through decision-making performance and business-process performance, *International Journal of Information Management*, 47(1), 168- 182.
6. Azizpour, M., Abdi, S., & Khodabakhshi, N. (2013). Personality traits and human resource productivity at cultural organizations. *International Journal of Management Research and Review*, 3(4), 2703-2706.
7. Baron, R., & Ensley, M., (2006). Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs, *Management Science*, 52(9), 1331-1344.
8. Chen, K., Wang, J., Lin, M., & Chang, W. (2018). The influence of learning organization on organizational innovation and organizational performance relationship: the case of ecology industry, *Foundation Environmental Protection & Research*, 27(106), 329- 325.
9. Chen, M., Tseng, M., & Teng, M. (2019). Creative entrepreneurs' well being, opportunity recognition and absorptive capacity: self-determination theory perspective, *Entrepreneurship Research Journal*, 1-15.
10. Dawabsheh, M., Hussein, A., & Jermsittiparsert, K. (2019). The triangular relationship between TQM, organizational excellence and organizational performance: A case of Arab American University Palestine, *Management Science Letters*, 9, 921-932.
11. Forsgren, M. (2016). A note on the revisited Uppsala internationalization process model – the implication of business networks and entrepreneurship, *Journal of International Business Studies*, doi: <http://dx.doi.org/10.1057/s41267-016-0014-3>
12. Ghasemi, V. (2013). Structural equation modeling in social research using amos graphics. Publisher: Sociologists. (In Persian).
13. Ghosh, B., & Scott, J. E. (2005). Comparing knowledge management in healthcare and technical support organizations. *IEEE Transactions on Information Technology in Biomedicine*, 9(2), 62-168.
14. Guo, H., Tang, J., Su, Z., & Katz, J. (2016). Opportunity recognition and SME performance: the mediating effect of business model innovation, *R & D Management*, 14(6), 1-12.
15. Han, Y., & Li, D. (2015). Effects of intellectual capital on innovative performance: The role of knowledge-based dynamic capability. *Management decision*, 53(1), 40-56
16. Hanohov, R., & Baldacchino, B. (2017). Opportunity recognition in sustainable entrepreneurship: an exploratory study, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 1-27.
17. Hassanzadeh, A., & Akbari, R. (2015). Designing a decision support system for resource allocation with a genetic algorithm approach (Case study: Tarbiat Modares

- University Central Library), Information Processing and Management, 29 (3), 783-801. (In Persian)
18. Hersey, P., Blanchard, K., & Johnson, D. (2008). Management of organizational behavior: leading human resources. Retrieved from <http://www.amazon.com/Management-Organizational-Behavior-Leading-Resources/dp/0130175986>.
 19. Hills, G.E., Hansen, D.J., & Hultman, C. (2004). Opportunity recognition processes: a value creation context, working papers of institute for entrepreneurial studies, University of Illinois at Chicago, 1-13.
 20. Hosseini, S.Y., Pozesh, A., & Yadollahi, Sh. (2013). Behavioral approach of strategic intelligence of the leader of the organization, Strategic Management Studies, 4(16), 17-38. (In Persian)
 21. Hu, Y., Chang, C., & Hsu, W. (2017). Mediating effects of business process for international trade industry on the relationship between information capital and company performance, International Journal of Information Management, 37(5), 473-483.
 22. Humayon, A., Ansari, N., Khan, T., & Iqbal, M. (2018). Factors influencing Organizational Performance in Public Hospitals of Pakistan, Journal of Applied Environmental and Biological Sciences, 8(3), 123-128.
 23. Huysman, M., & Wulf, V. (2005). The role of information technology in building and sustaining the relational base of communities, The Information Society: An International Journal, 21, 81-89.
 24. Keshavarzee Behrghani, M., Seif, D., & Bashash, L. (2014). Predicting cognitive processes of information processing based on self-efficacy in experimental sciences in high school intelligence students, Quarterly Journal of Exceptional Children, 14(1), 35-47. (In Persian)
 25. Khalid, S., & Sekiguchi, T. (2018). The role of empathy in entrepreneurial opportunity recognition: An experimental study in Japan and Pakistan, Journal of Business Venturing Insights, 9, 1-9.
 26. Kreuzer, Ch., & Weber, S. (2017). Modelling opportunity recognition competence as a foundation for teaching and learning in vocational education, Springer Science+Business Media B.V., 1-25.
 27. Kruger, C. J., & Johnson, R. D. (2010). Information management as an enabler of knowledge management maturity: A South African perspective. International Journal of Information Management, 30(1), 576.
 28. Li, Y.U., Wang, P., & Liang, Y. (2015). Influence of entrepreneurial experience, alertness, and prior knowledge on opportunity recognition. Social behavior and Personality, 43(9), 1575-1583.
 29. Mansouri, H. (2018). The intellectual capital of academic libraries based on the bunt is model and its relation to organizational performance, National Library and Information Studies, 29(3), 131-152. (In Persian)
 30. Mirvahedi, S. S., Taghraei, M.T., & Sanjarian, Z. (2017). Investigating the factors affecting the identification of entrepreneurial opportunities, Journal of Entrepreneurship in Agriculture, 4(1), 53-75. (In Persian)
 31. Moura, I., Dominguez, C., & Varajão, J., (2018). Information systems project teams: factors for high performance, *Team Performance Management: An International Journal*, 1-17.
 32. Olaniyi, M.I., & Lucas, O.E. (2016). Strategic thinking and organization performance: study of Nigeria firms, Journal of Business Administration Research, 5(1), 23-28.
 33. Puhakka, V. (2010). Versatile and flexible use of intellectual capital in entrepreneurial opportunity discovery. Journal of Management Research, 2(1), E3

34. Rajabi Farjad, H., & Matieian Najjar, M. (2018). The effect of knowledge management on organizational performance considering the mediating role of strategic measures of human resource management, *Human Resource Management Research*, 3(33), 191-214. (In Persian)
35. Ramezan, M. (2011). Intellectual capital and organizational organic structure in knowledge society: How are these concepts related?, *International Journal of Information Management*, 31, 88-95.
36. Rastegar, A.A., Bagheri Gharabalagh, H., & Ain Ali, M. (2019). Analyze the role of strategic initiative and resilience in organizational performance, *Strategic Management Studies*, 10(40), 107-128. (In Persian)
37. Rehman, Sh., Mohamed, R., & Ayoup, H. (2019). The mediating role of organizational capabilities between organizational performance and its determinants, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1-23.
38. Rezaei, R., Salahi Moghadam, N., & Shaban Ali Fami, H. (2016). Investigating the effect of knowledge management on organizational performance in Jihad Agriculture Organization in Alborz province, *Agricultural Extension and Education Research*, 7 (4), 77-92. (In Persian)
39. Robert, S., David, K., & Norton, P. (2004). The strategy map: guide to aligning intangible assets, *Strategy & Leadership*, 32(5), 10-17.
40. Sadeghi, M., Musavi, M., Samiie, S., & Behrooz, A. (2013). Developing human resource productivity through organizational justice. *Public Administration and Governance*, 3(2), 173-190.
41. Sarfarazi, M., Balaghi Inalo, A., & Rouhi Khalili, M. (2012). Investigating factors of the performance of the Hormozgan Judiciary staff influencing client satisfaction using the A.C.H.I.V.E. model. *Journal of American Science*, 8(9), 864-872.
42. Shane, S. (2003). A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus, Edward Elgar, Cheltenham.
43. Short, J.C., Ketchen Jr., D.J., Shook, C.L., Ireland, R.D. (2010). The concept of 'opportunity' in entrepreneurship research: past accomplishments and future challenges', *Journal of Management*, 36(1), 40-65.
44. Tan, A. (2009). Strategic Information Technology and Portfolio Management, *Idea Group Inc. (IGI)*. PP, 254.
45. Tanriverdi, H. (2005). Information technology relatedness, knowledge management capability, and performance of multi-business firms. *MIS Quarterly*, 29(2), 311-334.
46. Ucbasaran, D., Wright, M., & Westhead, P. (2008). Opportunity identification and pursuit: does an entrepreneur's human capital matter? *Small Business Economics*, 30(2), 153-173.
47. Wang, Y.L., Andrea, D., Ellinger, A.D., & Jim Wu, Y.C. (2013). Entrepreneurial opportunity recognition: an empirical study of R&D personnel, *Management Decision*, 2(51), 248-266.
48. Wilson, R. & Stenson, J. (2008). Valuation of information assets on the balance sheet: The recognition and approaches to the valuation of intangible assets, *Business Information Review*, 25(3), 167-182.
49. Wu, L., & Hu, Y. (2012). Examining knowledge management enabled performance for hospital professionals: a dynamic capability view and the mediating role of process capability, *Journal of the Association for Information Systems*, 13(12), 976-999.
50. Zare, Sh., Piccaluga, A., & Minin, A. (2019). Opportunity identification and different knowledge sources of entrepreneurship, *Journal of Business venturing*, 1- 13.