

بررسی نقش میانجی نوآوری سازمانی و قابلیت نوآوری تکنولوژیکی در تاثیر شیوه‌های مدیریت دانش بر عملکرد شرکت

محمد مهدی پرهیزگار^{۱*}، ایمان عزیزی^۲، رضا نوروزی اجیرلو^۳

^۱دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (عهده‌دار مکاتبات)

^۲دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

^۳مربی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

تاریخ دریافت: مهر ۱۳۹۶، اصلاحیه: آذر ۱۳۹۶، پذیرش: بهمن ۱۳۹۶

چکیده

این پژوهش به منظور بررسی نقش میانجی نوآوری سازمانی و قابلیت نوآوری تکنولوژیکی در تاثیر شیوه‌های مدیریت دانش بر عملکرد شرکت انجام شد، که در آن شیوه‌های مدیریت دانش شامل چهار بخش شیوه‌های اکتساب دانش، شیوه‌های انتقال دانش، شیوه‌های ذخیره‌سازی دانش و شیوه‌های کاربرد دانش و قابلیت نوآوری تکنولوژیکی شامل دو بخش قابلیت نوآوری فرایند و قابلیت نوآوری محصول است و به وسیله پرسشنامه مورد ارزیابی قرار گرفت. پرسشنامه بین ۲۰۵ نفر نمونه از جامعه آماری که کلیه مدیران و کارشناسان شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز می‌باشد، توزیع شد. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی بود. جهت پاسخ به سوالات و بررسی فرضیات تحقیق با نرم‌افزار Smart-PLS از روش بررسی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر به روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده گردید. نتایج پژوهش از بین شیوه‌های مدیریت دانش تنها تاثیر مثبت و معنی‌دار دو ابعاد (اکتساب دانش و کاربرد دانش) بر نوآوری سازمانی را تایید می‌کند و تاثیر دو ابعاد (انتقال دانش و ذخیره‌سازی دانش) بر نوآوری سازمانی تایید نمی‌شود. چرا که ذخیره‌سازی و بخش و انتشار دانش ارتباطی با نوآوری ندارد اما با احیا دانش کنونی می‌توان به کارایی بیشتری در این زمینه دست یافت. نتایج پژوهش نشان داد که نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فرایند تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد و تاثیر نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری محصول با نقش واسطه قابلیت نوآوری فرایند انجام می‌پذیرد. نتایج حاکی از تاثیر مثبت و معنی‌دار قابلیت نوآوری فرایند بر قابلیت نوآوری محصول است. نتایج همچنین نشان می‌دهد که قابلیت نوآوری محصول بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد و تاثیر قابلیت نوآوری فرایند نیز با نقش میانجی قابلیت نوآوری محصول بر عملکرد شرکت انجام می‌پذیرد.

کلمات کلیدی: شیوه‌های مدیریت دانش، نوآوری سازمانی، قابلیت نوآوری فرایند، قابلیت نوآوری محصول، عملکرد شرکت

۱- مقدمه

حمایت می‌کنند. برای مثال، مازانتی و همکاران از یک تحلیل کمی برای تشریح همبستگی معنی‌دار و مثبت بین عملکرد شرکت و نوآوری سازمانی استفاده کردند، و نتیجه گرفتند که شرکت‌هایی که عملکرد بهتر دارند، به طور گسترده‌تری در تغییرات سازمانی مشارکت دارند (۴۰). نوآوری نقش مهمی در توسعه اقتصادی ایفا می‌کند، که این مسئله منجر به مطالعات زیادی در زمینه‌ی نوآوری سازمانی شده است [۳۴]. لازمه‌ی نوآوری سازمانی تبدیل ایده‌ها به اشکال قابل‌استفاده‌ی سازمانی بوده و این ایده‌ها برای پیشبرد عملکرد سازمانی استفاده می‌شود [۳۳]. تغییرات سریع بازار باعث می‌شود محیط رقابتی‌تر شده و نیاز به نوآوری در شرکت‌ها بیشتر شود [۲]. نوآوری به عنوان یکی از منابع حیاتی و کلیدی مزیت رقابتی در محیط در حال تغییر فزاینده امروز محسوب می‌شود. طبق نظر محققان مدیریت، قابلیت نوآوری مهم‌ترین عامل مؤثر بر عملکرد یک سازمان است [۱۶]. با این حال، علاوه بر ابزار فنی، و ترویج یادگیری شرکت‌ها گام بردارند، که این خود می‌تواند به عنوان یک فاکتور

با تشدید رقابت جهانی، شرکت‌ها به راهبرد کسب و کار به ویژه نوآوری روی آورده‌اند. در حال حاضر، افراد و شرکت‌های گوناگون در سراسر دنیا با هدف به دست آوردن مزیت رقابتی شروع به بکارگیری نوآوری و فعالیت‌های کارآفرینانه کرده‌اند [۶]. نوآوری سازمانی مقدمه روش‌های سازمانی برای مدیریت کسب و کار در محل کار و/یا در رابطه بین یک شرکت و عوامل خارجی است [۱۴]. نوآوری سازمانی کلیدی برای رونق اقتصاد پویا و جهانی، یک خروجی مهم برای شرکت‌ها و منبع ایجاد ارزش افزوده است [۴۱]. با وجود این، نوآوری سازمانی زیاد درک نشده است. محققان به اهمیت نوآوری سازمانی برای بهبود عملکرد اشاره کرده‌اند، البته تا کنون مطالعات تجربی کافی برای شرح کامل این رابطه انجام نشده است [۱۸]. اگرچه که ادبیات این مسئله تفاوت‌هایی را نشان می‌دهد، بیشتر مطالعات از اثر سودمند نوآوری سازمانی روی عملکرد شرکت

*m.parhizgar@pnu.ac.ir

مهم است که درک بهتری را از چگونگی سود بردن شرکت‌ها از این دو نوع قابلیت نوآوری برای بدست آوردن عملکرد بالا فراهم می‌آورد.

۲- مبانی نظری

۲-۱- تئوری مبتنی بر دانش و مدیریت دانش

فعالیت اخیر در ادبیات مدیریت و اقتصاد در توسعه ی تئوری مبتنی بر دانش نقش دارد. این تئوری ذکر می‌کند که دلیل اصلی وجود شرکت‌ها خلق، ادغام و کاربرد دانش می‌باشد. دیدگاه مبتنی بر دانش (KBV) ریشه در دیدگاه مبتنی بر منابع شرکت دارد که به نوبه‌ی خود بر دارایی‌های استراتژیک به عنوان منبع اصلی مزایای رقابتی متمرکز است. بالعکس در دیدگاه مبتنی بر دانش، دانش منبع استراتژیک اصلی است که اگر به نحو مناسبی مدیریت شود، این امکان را به شرکت می‌دهد با بهره‌برداری از تولید خود ایجاد ارزش نماید. مشابه یک شرکت در واقع ماهیت یا موجودیت حامل دانش می‌باشد که منابع دانش را از طریق توانایی‌های پویا و ترکیبی مدیریت می‌کنند. علی‌رغم این موضوع مشکل آن عده که می‌خواهند مزایای رقابتی را برای سازمان‌های خود توسعه دهند این است که در زمینه‌ی استراتژی تجاری تلاش بیش‌تری صرف شناسایی دانش به عنوان اساس مزیت رقابتی و نه توضیح این مورد می‌شود که سازمان‌ها چگونه می‌توانند این دانش را توسعه داده، حفظ کنند و آن را انتقال دهند [۵۵].

بنابراین شرکت‌ها باید یکسری فعالیت‌ها و نوآوری‌ها را توسعه داده و اجرا کنند تا از این طریق به بهره‌گیری از شایستگی سازمانی و ارزش کمک کنند. به عبارت دیگر آن‌ها باید شیوه‌های معروف به مدیریت دانش را اقتباس کنند. پژوهشگران ذکر می‌کنند که استفاده از شیوه‌های مدیریت دانش، منجر به پیامدهای سازمانی مثبتی از قبیل ارتباطات، سطوح بالاتر مشارکت در بین کارکنان، کارآمدی در حل مساله، کارایی بهتر در زمان ارائه به بازار، عملکرد مالی مطلوب تر، شیوه‌های بازاریابی بهتر، ارتقا عملکرد تیم پروژه و بنابراین تایید گسترده تر نقش مدیریت دانش در موفقیت کلی سازمان می‌شود [۲۳]. علی‌رغم این موضوع در صنایع که در آنجا مزیت رقابتی تا حد زیادی به شایستگی شرکت‌ها برای توسعه مداوم محصولات یا فرایندهای جدید بستگی دارد، به نظر می‌رسد نوآوری مهم‌ترین چالش برای مدیریت دانش باشد.

۲-۲ شیوه‌های مدیریت دانش و نوآوری

مدیریت دانش مجموعه‌ای از فعالیت‌ها، نوآوری‌ها و استراتژی‌هایی است که شرکت‌ها برای ایجاد، ذخیره‌سازی، انتقال و کاربرد دانش در جهت ارتقا عملکرد سازمانی به کار می‌برند [۵۵]. نوآوری‌های اکتشافی عمدتاً درصدد ایجاد دانش جدید هستند در حالی که هدف شیوه‌های استخراجی تسطیح‌سازی دانش کنونی از طریق انتقال، تسهیم و کاربرد این منابع می‌باشد.

ایجاد دانش مستلزم توسعه دادن محتوای دانش جدید یا جایگزین کردن محتوای دانش کنونی در منبع دانش آشکار و ضمنی سازمان است. فعالیت‌های ایجاد دانش در واقع به توسعه‌ی داخلی دانش از طریق تحقیق و توسعه مربوط می‌شوند. در ضمن سازمان‌هایی که دانش را خلق

بسیار مهم برای بهبود نوآوری سازمانی پیشنهاد گردد [۵۲]. این روابط عمدتاً به ایجاد، اکتساب و ادغام دانش وابسته می‌باشد که بهبود توانایی شرکت برای تعامل با مشتریان، توسعه منابع و قابلیت‌های جدید و انطباقی در یادگیری فعالانه در جهت خدمت به مشتریان و افزایش عملکرد شرکت را در کار خود موجب می‌گردد [۲۷].

مطالعه حاضر دانش موجود در زمینه نوآوری سازمانی را به سه طریق گسترش می‌دهد. نخست؛ در ادبیات کنونی مدیریت دانش کارآمد به عنوان روشی برای ارتقا ظرفیت نوآوری شرکت ارائه می‌شود. پژوهشگران با مرور جامع مطالعات تحلیل‌کننده‌ی رابطه‌ی مدیریت دانش و نوآوری به این نتیجه رسیدند که روش‌های ایجاد مدیریت دانش معمولاً دارای ارتباطاتی با عملکرد نوآوری هستند [۲۳].

دوم؛ دام‌پور و آراویند پژوهش روی اثر نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فناوری را پیش برده و تشویق کردند (۱۸). تا به امروز، بحث اصلی شناسایی نوآوری سازمانی به‌عنوان یک پیش نیاز برای قابلیت نوآوری فناوری از گزارش تغییرات سازمانی منتشر شده در سال‌های ۱۹۵۰ نشأت می‌گرفت. اگر چه که گزارشات اخیر یک همبستگی مستقیم را بین این قسم نوآوری‌ها نشان دادند، اما مطالعات کمی وجود دارد که استدلال اصلی را تعمیم دهد. اهمیت نوآوری سازمانی و نوآوری فناوری در سال‌های اخیر نشان داده شده است [۹، ۲۰، ۱۷]. اما هنوز هم درک ما از رابطه بین آنها کم است. مطالعه حاضر درک رابطه بین نوآوری سازمانی و قابلیت نوآوری فناوری را نشان خواهد داد و از این فرض که نوآوری سازمانی یک عامل مثبت در توسعه قابلیت نوآوری فرایند است، حمایت می‌کند، که اثر آن روی قابلیت نوآوری محصول بوسیله قابلیت نوآوری فرایند کنترل و تعدیل می‌شود. این فرض معنی‌دار در مدیریت استراتژیک است که فعالیت نوآور یک منبع مهم مزیت رقابتی می‌باشد [۱۹، ۲۱]. شناسایی عوامل داخلی که قابلیت نوآوری فناوری را شبیه‌سازی می‌کند می‌تواند درک بهتری از نوآوری فرایند در یک شرکت را به ما بدهد [۲۴] و پیشرفت مطالعه در مورد روابط متقابل بین انواع نوآوری و قابلیت نوآوری را ساده‌تر می‌کند [۹].

سوم؛ همانطور که مول و بیرکینشاو شرح داده‌اند، "تحقیقات شواهد خیلی کمی از رابطه تجربی بین معرفی فعالیت‌های مدیریت جدید و عملکرد شرکت را نشان داده‌اند" [۴۲]. به همین ترتیب، بحث بر روی اثر نوآوری سازمانی روی عملکرد شرکت همچنان ادامه دارد، که از یک سو بیان‌کننده اثر مثبت نوآوری سازمانی روی عملکرد شرکت است و دیگر اینکه وجود آن یک اثر ضعیف بر روی عملکرد شرکت می‌گذارد [۷، ۴۲]. این تحقیق به این سوال با استفاده از جریان تحقیقات پاسخ می‌دهد و پیشنهاد می‌کند که نوآوری سازمانی اثر مثبتی روی عملکرد شرکت می‌گذارد.

بعلاوه، برخلاف مطالعات قبلی، این مطالعه بخصوص به این موضوع که چگونه قابلیت نوآوری در محصول و فرایند اثر جداگانه‌ای بر روی عملکرد شرکت دارند و اینکه چگونه برای حصول یک اثر مثبت روی عملکرد شرکت برهم کنش دارند، می‌پردازد. این سوال تحقیقاتی به این دلیل

فرضیه به شکل زیر ارائه می‌شوند:

H2. شیوه‌های انتقال دانش بر نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

H3. شیوه‌های کاربرد دانش بر نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

رن و همکاران^۱ بطور تجربی نشان دادند که شرکت‌ها چگونه می‌توانند در زمینه کیفیت فناوری محصول از طریق تعامل ذخیره‌ی دانش و شیوه‌های انتقال آن به پیشرفت‌هایی دست یابند (۴۹). لای و همکارانش^۲ پی بردند که سیستم‌های مدیریت دانش زمانی برای تسهیم و انتقال دانش مفید هستند که شرکت استراتژی‌های خصوصی‌سازی را توسعه داده و دانش را به نحو مطلوبی در ابزار ذخیره‌سازی موجود ترسیم کند (۳۵). بنابراین فرضیه چهارم اینگونه بیان می‌شود:

H4. شیوه‌های ذخیره‌سازی دانش بر نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

۲-۳ دیدگاه منبع محور نوآوری (RBV)

در بین رده‌بندی بی‌شماری که از انواع نوآوری موجود است، یکی از پذیرفته شده‌ترین‌های آنها در سال ۲۰۰۵ بوسیله سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (OECD) بیان شده است، که بین ۴ نوع نوآوری تمایزهایی را قائل شده است: نوآوری محصول، نوآوری فرایند، نوآوری بازاریابی، و نوآوری سازمانی. نوآوری تکنولوژیکی شامل نوآوری در فرایند و نوآوری در محصول می‌شود، درحالی‌که نوآوری‌های غیرتکنولوژیکی شامل نوآوری‌های سازمانی و بازاریابی است (۱۴). این مقاله روی همه انواع شناخته شده آنها بوسیله او ای سی دی به جز نوآوری بازاریابی تمرکز می‌کند، و این بخاطر محدودیت‌های چارچوب مقاله است. بویژه، این مقاله روی نقش نوآوری سازمانی، قابلیت نوآوری تکنولوژیکی (محصول و فرایند) و اثر آنها روی عملکرد شرکت متمرکز شده است.

۲-۴ نوآوری سازمانی و قابلیت نوآوری تکنولوژیکی

محققان مدت زیادی است که از رابطه نزدیک بین نوآوری سازمانی و نوآوری تکنولوژیکی مطلع هستند، با وجود این، اگر چه نقش نوآوری سازمانی در ارتقای توسعه قابلیت نوآوری تکنولوژیکی از نظر تئوری ثابت شده است (۷،۸)، اما هیچ نتیجه تجربی اثبات شده‌ای وجود ندارد. مطالعه انجام شده بوسیله دامن‌پور و همکاران یک استثنای خیلی ارزشمند است. مطالعه تجربی آنها از یک نمونه از کتابخانه‌ها در ایالات متحده نشان داد که نوآوری سازمانی ارتقا دهنده نوآوری تکنولوژیکی در همه زمان‌هاست (۲۰). برخی از تحقیقات اخیر روی ماهیت اصیل نوآوری سازمانی و تکنولوژیکی تاکید کرده‌اند (۹، ۱۷، ۳۸)، که نشان می‌دهد که یک سینرژی بین دو نوع نوآوری وجود دارد. با استفاده از دیدگاه منبع محور، مطالعه حاضر پیشنهاد می‌کند که نوآوری سازمانی از توسعه قابلیت نوآوری تکنولوژیکی حمایت می‌کند.

نوآوری سازمانی در فعالیتهای کسب و کار، نوآوری در سازمان کاری یا روش‌های سازمانی جدید در روابط خارجی می‌تواند یک سازمان کارا تر را تقویت کرده و از تولید نوآور و فرایندهای تکنولوژیکی استفاده کند (۱۴).

کرده و آن را یاد می‌گیرند، ممکن است دانش اکتسابی خود را فراموش کنند. بنابراین فعالیتهای ذخیره‌سازی دانش که مستلزم سازماندهی و احیا دانش سازمانی است، این امکان را به شرکت‌ها می‌دهد که حافظه‌ی سازمانی خود را نگهدارند. این حافظه شامل اشکال مختلف دانش از قبیل اسناد نوشتاری، اطلاعات ذخیره شده در پایگاه داده‌های الکترونیک، دانش انسانی رمزگذاری و ذخیره شده در سیستم‌های خبره، شیوه‌های سازمانی مستند و همین‌طور فرایندها یا دانش ضمنی اکتساب شده توسط افراد و شبکه‌هایی از افراد می‌باشد. بعلاوه فعالیتهای انتقال دانش این امکان را به اعضای سازمانی می‌دهد که اطلاعات را در اختیار هم قرار داده، آن‌ها را انتشار داده و تکثیر کنند و همین‌طور این اطلاعات را به محل‌هایی انتقال دهند که به آن‌ها نیاز دارند. این امر می‌تواند تاثیر مثبتی بر دانش کنونی شرکت داشته باشد. به این منظور شرکت باید کانال‌های ارتباطی برقرار نماید که رسمی، غیررسمی، شخصی یا غیرشخصی می‌باشند. نهایتاً کاربرد دانش به معنای ادغام دانش حاصل از منابع مختلف به منظور توسعه‌ی شایستگی سازمانی از طریق مکانیزم‌های مبتنی بر هنجارها یا تصمیم‌گیری در موقعیتهای ویژه می‌باشد. بنابراین شیوه‌های کاربرد دانش باید بر ادغام و کاربرد دانش کنونی برای فعالیتهای سازمانی و حل مساله به یک روش آسان‌تر و موثرتر متمرکز باشند (۲۳).

پژوهش‌ها نشان‌دهنده وجود رابطه قوی بین دانش سازمانی و عملکرد محصولات جدید است (۱). همچنین دانش قوی در سازمان باعث افزایش کارایی محصولات جدید می‌شود (۵). اکتساب دانش شامل بدست آوردن دانش برای استفاده داخل سازمان، از طریق دانش برون سازمانی است که در دسترس دیگران قرار دارد. ادبیات مدیریت دانش نشان از ارزش و اهمیت شیوه‌های مدیریت دانش در جهت ایجاد نوآوری سازمانی می‌باشد. در این راستا دانشمندان متعددی به روابط مثبت بین تلاش‌های R&D در جهت ایجاد ایده‌های جدید و نوآوری پی بردند. سایر تحقیقات نشان دهنده‌ی پیوند مثبت بین اکتساب دانش بازاری و دانش از طریق کارکنان و نوآوری می‌باشند. بر طبق این یافته‌ها آن تعداد از شیوه‌های مدیریت دانش که ایجاد دانش جدید و یادگیری سازمانی را ارتقا می‌دهند برای دستیابی به مزایای مبتنی بر نوآوری ضروری هستند (۵۵). بنابراین فرضیه اول به شکل زیر ارائه می‌شود:

H1. شیوه‌های اکتساب دانش بر نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

انتقال و کاربرد دانش مهم‌ترین فرآیند مدیریت دانش است (۳). انتقال و کاربرد دانش عوامل ضروری برای موفقیت توسعه‌ی محصول جدید هستند. در کل روشی که سازمان از طریق آن دانش کنونی را از طریق شیوه‌های مدیریت دانش به کار می‌گیرد، تعیین کننده‌ی کاربرد دانش در امر نوآوری است. مخصوصاً انتشار و کاربرد دانش با توجه به پیچیدگی، ابهام و منحصر بفرود بودن شان برای شرکت به عنوان دو مولفه‌ی اصلی مدیریت دانش در نظر گرفته می‌شوند که از پتانسیل چشمگیری برای ایجاد مزایای رقابتی پایدار مبتنی بر نوآوری برخوردارند (۳۶).

بر طبق این استدلال‌ها هر چه امکان دسترسی به شیوه‌های انتقال و کاربرد مدیریت دانش برای انتشار، ادغام و کاربرد دانش سازمانی بیش‌تر باشد، عملکرد نوآوری شرکت بهتر خواهد بود. بنابراین دومین و سومین

^۱. Ren et al

^۲. Lai et al

منبع محور منجر به این فرض می‌شود که نوآوری سازمانی اثر مثبتی روی عملکرد شرکت دارد. بعلاوه، هدف از معرفی و ایجاد نوآوری سازمانی بهبود عملکرد شرکت می‌باشد [۳۱].

H7: نوآوری سازمانی بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد. مطالعات تجربی تحلیل کرده‌اند که چگونه نوآوری تکنولوژیکی بر عملکرد شرکت تاثیر می‌گذارد [۳۳، ۳۹]. یک گروه کوچکتر از مطالعات بر مبنای دیدگاه منبع محور روی تحلیل قابلیت نوآوری - نوآوری بعنوان قابلیت سازمانی - و اثرش روی عملکرد شرکت تمرکز کرده‌اند [۲۵، ۴۴، ۵۴]. بیشتر مقالات در حوزه قابلیت نوآوری تکنولوژیکی به انواع مختلف قابلیت نوآوری به‌طور همزمان می‌نگرند، این مقاله بصورت تجربی اثرات مجزای قابلیت نوآوری فرایند و محصول را روی عملکرد شرکت آزمون می‌کند زیرا همانگونه که نوآوری‌های فرایندی و محصولی پدیده‌های متفاوتی هستند [۱۸]. که برای رقابت سازمانی و رشد به روش‌های مختلفی با یکدیگر مشارکت می‌کنند [۱۷]، به همین صورت هم ممکن است مشابه عمل کنند. نوآوری فرایندی پذیرش نوآوری سازمانی را بهبود می‌دهد و قوی‌ترین اثرات بهره‌وری از نوآوری سازمانی مشتق شده است [۲۸].

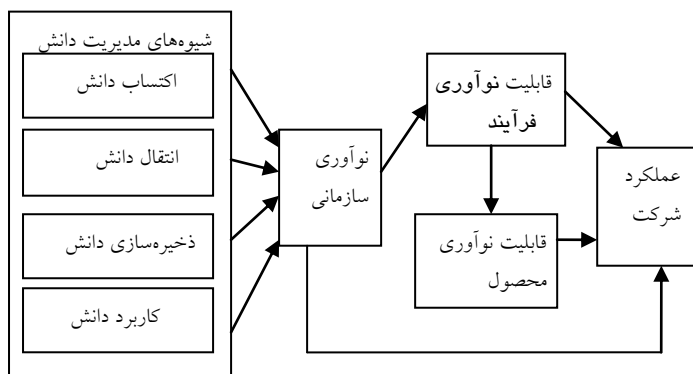
نوآوری محصول، به‌طور طبیعی سازمان را برای متمایز کردن محصولاتش و تغییراتی که سازمان ترجیح می‌دهد با دنیای بیرون داشته باشد توانا می‌کند [۱۱]. بهمین شکل، از دیدگاه منبع محور، قابلیت نوآوری محصول می‌تواند بعنوان لزومی برای ایجاد مزیت رقابتی و حفظ پایداری آن به خاطر دشواری ذاتی تقلید از چنین محصولاتی بحساب بیاید [۲۸]، و بنابراین، یک اثر مثبت روی عملکرد شرکت داشته باشد. بنابراین هشتمین و نهمین فرضیه به شکل زیر ارائه می‌شوند:

H8: قابلیت نوآوری فرایند بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

H9: قابلیت نوآوری محصول بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

۲-۶ مدل مفهومی تحقیق

برای بررسی فرضیات فوق از مدل مفهومی که در شکل ۱ آمده است، استفاده شده است. در این مدل، شیوه‌های خلق دانش، شیوه‌های انتقال دانش، شیوه‌های ذخیره‌سازی دانش و شیوه‌های کاربرد دانش بعنوان مولفه‌های شیوه‌های مدیریت دانش مورد اشاره قرار گرفته می‌شوند.



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

در حوزه تجربی، نوآوری سازمانی مستقیماً با ایجاد قابلیت نوآوری فرایند مرتبط می‌باشد. برای مثال، فعالیت‌های کسب و کار از قبیل کنترل کیفیت می‌تواند در کارایی ارتقا بوجود بیاورد و بنابراین می‌تواند قابلیت توسعه قابلیت نوآوری فرایند را افزایش دهد. مشارکت بین سازمانی یک روش مهم برای ایجاد قابلیت نوآوری فرایند می‌باشد [۵۱]. مطالعات تجربی پیشین آشکار کرده‌اند که روابط خارجی و مشارکت در توافق‌ها به طور مثبتی تقویت کننده توسعه قابلیت نوآوری فرایند می‌باشد [۱۳]. بویژه با توجه به رابطه بین نوآوری سازمانی و قابلیت نوآوری فرایند، این پژوهش بیان می‌کند که نوآوری سازمانی مستقیماً از توسعه قابلیت نوآوری فرایند حمایت می‌کند. بنابراین فرضیه پنجم به شکل زیر ارائه می‌شوند:

H5: نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فرایند تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

معرفی هر یک از فعالیت‌های سازمانی جدید معین مستقیماً منجر به توسعه قابلیت نوآوری محصول نمی‌شود. اینگونه که اثر نوآوری سازمانی روی قابلیت نوآوری محصول بوسیله ایجا قابلیت نوآوری فرایند تعدیل می‌شود [۱۴]. زمانی که یک شرکت نوآوری سازمانی را آغاز می‌کند، برای اینکه قابلیت را در راستای معرفی محصولات جدید به بازار یکپارچه کند، نوآوری سازمانی باید یک فراساختار سازمانی مناسب را مانند مهندسی مجدد و قابلیت‌های تکنولوژیکی برای طراحی فرایندهای تولید بکارگیرد، و برای چیدمان، و لجستیک تا بخوبی بتواند از طراحی محصول جدید و تجاری‌سازی آن حمایت کند.

برای دستیابی به موفقیت در زمینه فرایند توسعه محصول، نیاز به اطلاعات و دانش در زمینه‌های مربوطه است [۴]. اگر نوآوری سازمانی برای بهبود قابلیت نوآوری فرایند بکار گرفته شود، این مسئله از توسعه قابلیت نوآوری محصول نیز حمایت خواهد کرد. پژوهشگران نشان داده‌اند که نوآوری فرایند اثرات مثبتی را روی نوآوری محصول دارد و توسعه نوآوری فرایند، شرکت را قادر به بهبود کیفیت محصولاتش یا تولید محصولات کاملاً جدید خواهد کرد. بنابراین فرضیه ششم به شکل زیر ارائه می‌شوند:

H6: قابلیت نوآوری فرایند بر قابلیت نوآوری محصول تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

۲-۵ نوآوری سازمانی، قابلیت نوآوری تکنولوژیکی و عملکرد شرکت

برطبق استدلال دیدگاه منبع محور، نوآوری سازمانی یک منبع بلاواسطه از مزیت رقابتی محسوب می‌شود که می‌تواند منجر به بهبود عملکرد شود [۴۳]. دیدگاه منبع محور تفاوت‌ها را در عملکرد کسب و کار بعنوان نتایج ویژگی‌های داخلی سازمانها می‌پذیرد. فرض اصلی این رویکرد این است که تنها شرکت‌های با دارایی استراتژیک مزیت رقابتی پایدار بدست می‌آورند و بنابراین عملکرد عالی نیز دارند.

مازانتی و همکاران از یک تحلیل کمی برای تشریح همبستگی معنی‌دار و مثبت بین عملکرد شرکت و نوآوری سازمانی استفاده کردند، و نتیجه گرفتند که شرکت‌هایی که عملکرد بهتر دارند، به‌طور گسترده‌تری در تغییرات سازمانی مشارکت دارند (۴۰). در مطالعه حاضر، استدلال دیدگاه

۳- روش تحقیق

از نظر روش شناسی این تحقیق از نوع تحقیقات همبستگی می باشد. تحقیق حاضر بر اساس چگونگی بدست آوردن داده‌های مورد نیاز و از نظر طبقه‌بندی تحقیقات با توجه به هدف آنها، در زمره‌ی تحقیقات توصیفی قرار دارد. این پژوهش از حیث نوع کاربردی و از حیث روش توصیفی - پیمایشی است.

در این پژوهش به جهت تدوین مبانی، تعاریف و مفاهیم نظری از منابع کتابخانه مشتمل براسناد، کتب و مقالات علمی موجود استفاده شده همچنین به جهت جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز برای آزمون فرضیات تحقیق از چهار پرسشنامه استاندارد استفاده گردید. برای سنجش شیوه‌های مدیریت دانش از پرسشنامه دوناتی و پابلو (۲۰۱۵) استفاده شده است، این پرسشنامه شامل ۱۲ سوال است. برای سنجش نوآوری سازمانی از پرسشنامه کامیسون و ویلار - لویز (۲۰۱۴)، استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۶ سوال می‌باشد. برای سنجش قابلیت نوآوری تکنولوژیکی از پرسشنامه کامیسون و ویلار - لویز (۲۰۱۴)، این پرسشنامه شامل دو بخش است، که ۵ سوال آن مربوط به قابلیت نوآوری محصول و ۶ سوال آن نیز مربوط به قابلیت نوآوری فرایند می‌باشد. برای سنجش عملکرد شرکت از پرسشنامه قرانفله و همکاران^۳ (۲۰۱۴)، استفاده می‌شود. این پرسشنامه نیز شامل ۶ سوال است.

پرسشنامه این تحقیق به جهت روایی محتوا در معرض قضاوت چند تن از خبرگان و اساتید مدیریت بازرگانی و بازاریابی مشغول به کار در دانشگاه‌ها قرار گرفت و پس از انجام برخی اصلاحات و اخذ تأیید از آن اساتید به جهت اطمینان بالاتر و قابل قبول بودن روایی صوری آن حدود ۳۰ عدد پرسشنامه در جامعه آماری توزیع گردید و در ابتدا درک تعدادی از سوالات برای پاسخ‌دهندگان مقدور نبود و پس از چندین بار ترجمه روان متن و حذف تعدادی از سوالات، پرسشنامه از روایی صوری کافی برخوردار گردید و نهایتاً از پرسشنامه مورد توافق به عنوان ابزار جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد.

جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه مدیران و کارشناسان شرکت های شهرک صنعتی شیراز می باشد. در شهرک صنعتی بزرگ شیراز حدود ۱۳۰ شرکت فعال وجود دارد که تعداد مدیران و کارشناسان این شرکت ها محدود و تعداد آنها ۴۷۰ نفر است. بنابراین برای نمونه‌گیری و محاسبه نمونه از فرمول کوکران استفاده شد و تعداد نمونه ۲۱۱ نفر برآورد گردد. پرسشنامه به صورت تصادفی بین مدیران و کارشناسان شرکت های شهرک صنعتی شیراز و ۲۰۵ پرسشنامه مناسب برای تجزیه و تحلیل آماری انتخاب گردد.

۴- یافته‌های پژوهش

در این پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری با کمک روش حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار PLS، جهت آزمون فرضیات و صحت مدل استفاده شده است. پی ال اس نگرشی مبتنی بر واریانس است که در مقایسه با تکنیک‌های مشابه معادلات ساختاری همچون لیزرل و آموس نیاز به شروط کمتری دارد [۳۷]. مزیت اصلی آن در این است که این نوع مدل‌سازی نسبت به لیزرل به تعداد کمتری از نمونه نیاز دارد [۵۳].

۳. Qrunfleh et al

همچنین به عنوان متدی قدرتمند در شرایطی که تعداد نمونه‌ها و آیت‌های اندازه‌گیری محدود است و توزیع متغیرها می‌تواند نامعین باشد مطرح می‌شود [۳۰]. مدل‌سازی پی ال اس در دو مرحله انجام می‌شود. در اولین مرحله، مدل اندازه‌گیری بایستی از طریق تحلیل‌های روایی و پایایی و تحلیل عامل تأییدی بررسی شود و در دومین مرحله، مدل ساختاری به وسیله برآورد مسیر بین متغیرها و تعیین شاخص‌های برازش مدل بررسی شود [۳۲].

۴-۱- مرحله اول: مدل اندازه‌گیری^۴

آزمون مدل اندازه‌گیری، مربوط به بررسی روایی و پایایی ابزارهای اندازه‌گیری است.

۴-۱-۱- روایی

برای ارزیابی روایی همگرا از معیار AVE (میانگین واریانس استخراج شده)^۵ و CR (پایایی مرکب)^۶ استفاده شد که نتایج این معیار برای ابعاد شش متغیر پژوهش در جدول شماره (۱) نشان داده شده است. پایایی مرکب بالاتر از ۰/۷ و میانگین واریانس بالاتر از ۰/۵ دو شرط لازم برای اعتبار همگرا و همبستگی سازه‌ها می‌باشد. همان‌گونه که از جدول شماره (۱) مشخص است کلیه مقادیر پایایی مرکب بالاتر از ۰/۷ و مقادیر مربوط به میانگین واریانس بالاتر از ۰/۵ می‌باشد و این مطلب مؤید این امر است که روایی همگرای پرسشنامه حاضر در حد قابل قبول است. در قسمت روایی واگرا، میزان تفاوت میان شاخص‌های یک سازه با شاخص‌های سازه‌های دیگر در مدل مقایسه می‌شود. این کار از طریق مقایسه جذر AVE هر سازه با مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها محاسبه می‌گردد. برای این کار باید یک ماتریس تشکیل داد که مقادیر قطر اصلی، ماتریس جذر ضرایب AVE هر سازه است و مقادیر پایین قطر اصلی، ضرایب همبستگی میان هر سازه با سازه‌های دیگر است. این ماتریس در جدول شماره (۲) نشان داده شده است. همانطور که از جدول شماره (۲) مشخص است، جذر AVE هر سازه از ضرایب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر شده است که این مطلب حاکی از قابل قبول بودن روایی واگرایی سازه‌ها است.

۴-۱-۲- پایایی

برای بررسی پایایی پرسشنامه علاوه بر ضریب آلفای کرونباخ^۷ که در جدول (۳) ارائه شده است و مؤید پایایی مناسب پرسشنامه است، از روش PLS نیز استفاده شده است. در روش PLS از پایایی شاخص استفاده می‌شود [۵۰].

4. Measurement model.

5. Average Variance Extracted.

6. Composite Reliability.

7. Cronbachs Alpha

جدول (۱): نتایج میانگین واریانس استخراج شده سازه‌های پژوهش

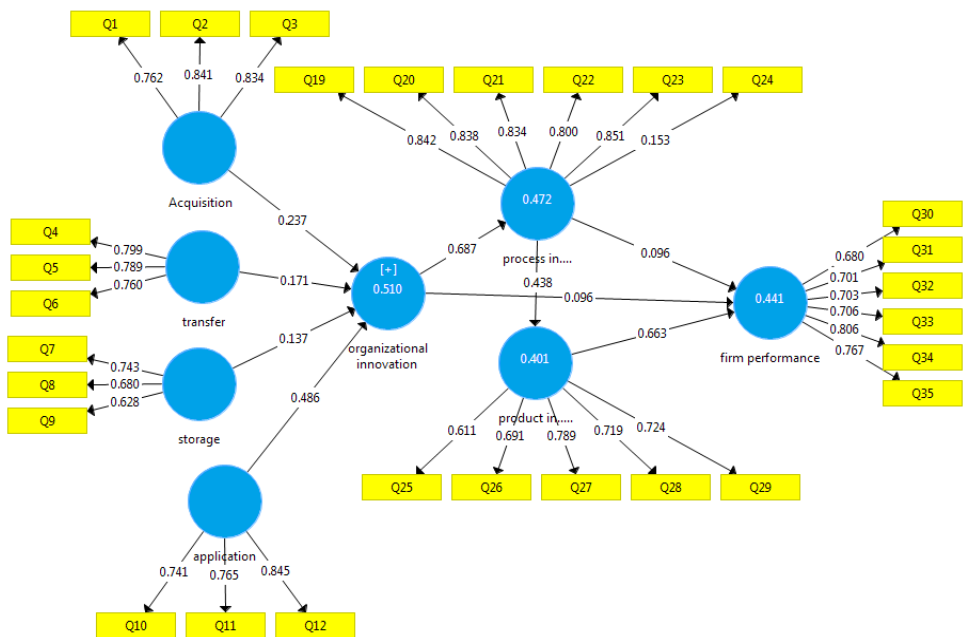
متغیر / معیار	acquisition	transfer	storage	application	organizational innovation	process innovation capabilities	product innovation capabilities	firm performance
AVE	۰/۶۶۱	۰/۶۱۳	۰/۶۰۲	۰/۶۱۷	۰/۵۲۱	۰/۶۹۵	۰/۵۰۳	۰/۵۳۰
CR	۰/۸۵۴	۰/۸۲۶	۰/۷۲۶	۰/۸۲۸	۰/۸۲۹	۰/۹۱۹	۰/۸۳۴	۰/۸۷۱

جدول (۲): ماتریس مقایسه جذر AVE با ضرایب همبستگی سازه‌ها (روایی واگرا)

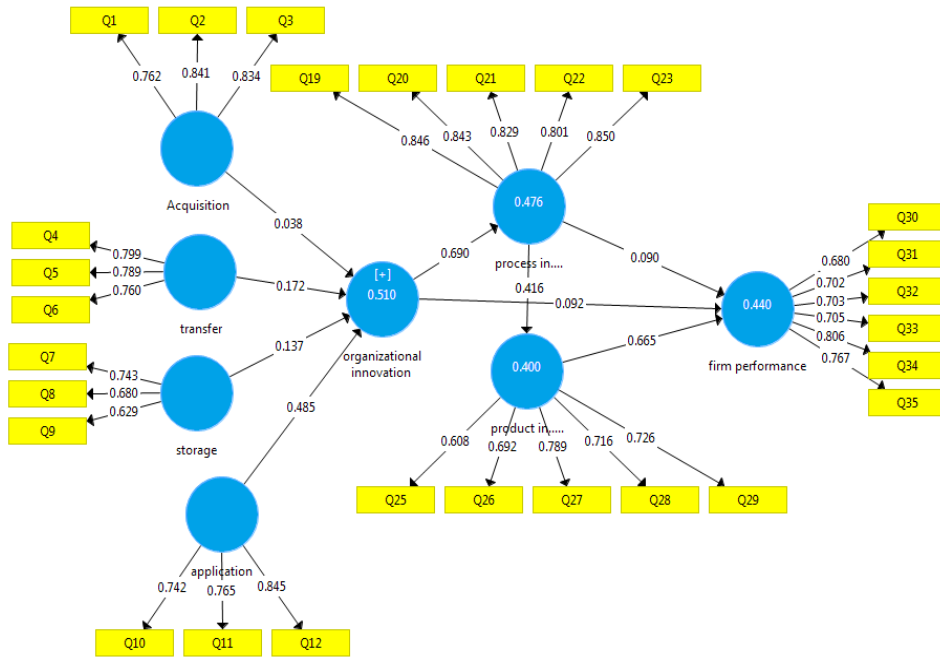
	acquisition	transfer	Application	firm performance	organizational innovation	process innovation capabilities	product innovation capabilities	storage
acquisition	۰/۸۱۲							
transfer	-۰/۷۱۴	۰/۷۸۳						
Application	-۰/۶۰۸	-۰/۶۲۲	۰/۷۸۵					
firm performance	-۰/۰۳۵	-۰/۰۰۴	-۰/۰۹۹	۰/۷۲۸				
organizational innovation	-۰/۵۱۸	-۰/۵۷۳	-۰/۶۷۷	-۰/۰۲۱	۰/۷۲۱			
process innovation capabilities	-۰/۵۶۹	-۰/۵۹۷	-۰/۵۴۸	-۰/۰۳۷	۰/۶۹۰	۰/۸۳۴		
product innovation capabilities	-۰/۰۲۶	-۰/۰۱۹	-۰/۱۶۵	-۰/۰۶۰	-۰/۰۷۷	-۰/۰۱۶	۰/۷۰۹	
storage	-۰/۴۵۹	-۰/۵۳۱	-۰/۴۵۸	-۰/۱۲۷	-۰/۴۶۸	-۰/۵۷۰	-۰/۱۷۰	۰/۷۷۵

جدول (۳): ضریب آلفای کرونباخ

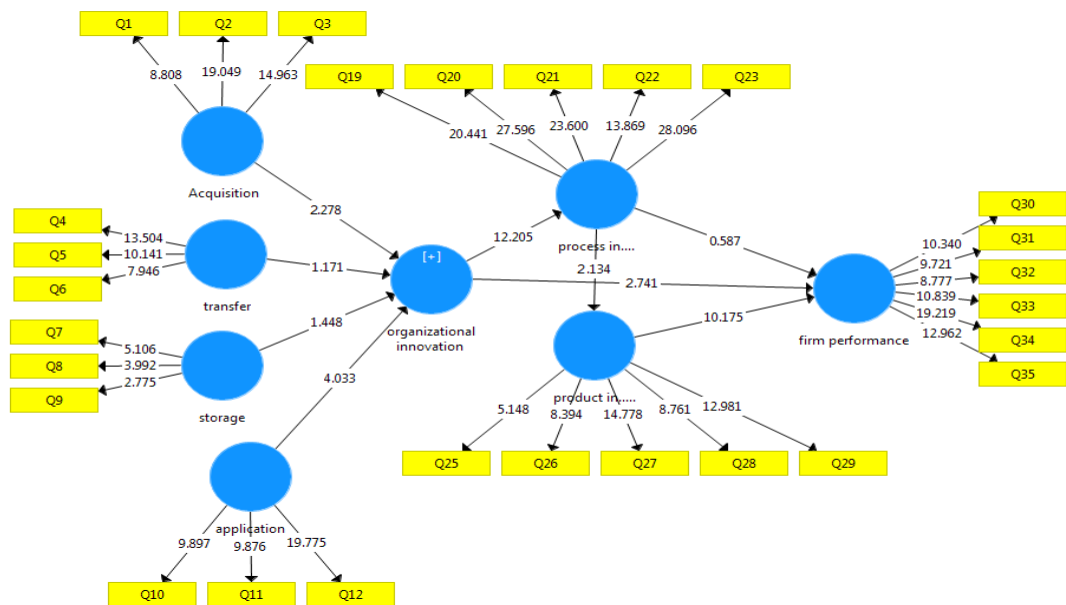
سازه‌های پژوهش	acquisition	transfer	Application	firm performance	organizational innovation	process innovation capabilities	product innovation capabilities	storage
ضریب آلفای کرونباخ	۰/۷۴۲	۰/۷۶۰	۰/۸۷۱	۰/۸۲۲	۰/۷۴۰	۰/۸۹۱	۰/۷۵۲	۰/۷۲۱



شکل (۲): خروجی نرم‌افزار - مدل آزمون شده پژوهش (ضرایب مسیر و بارهای عاملی)



شکل (۳): خروجی نرم افزار- مدل اصلاح شده پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد



شکل (۴): خروجی نرم افزار- ضرایب t

Bootstrapping نرم افزار Smart PLS استفاده شد که خروجی حاصل ضرایب t را نشان می دهد (شکل ۴). وقتی مقادیر t در بازه بیشتر از $+1/96$ و کمتر از $-1/96$ باشند، بیانگر معنادار بودن پارامتر مربوطه و متعاقباً تأیید فرضیه های پژوهش است.

مرحله دوم: مدل ساختاری^۸ و آزمون فرضیه ها

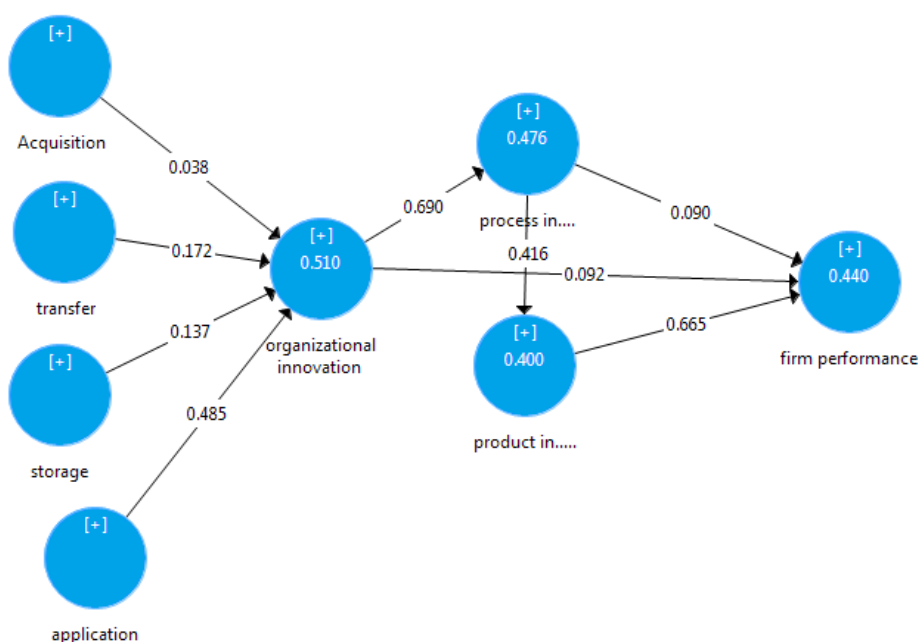
آزمون الگوی ساختاری که به آزمون فرضیات تحقیق و اثر متغیرهای پنهان بر یکدیگر مربوط است. برای تأیید فرضیه های پژوهش، از فرمان

⁸.Structural model

۳-۴ روش‌های ارزیابی مدل‌های سنجش شکل دهنده

یکی از راه‌های ارزیابی مدل‌های شکل‌دهنده، ضریب تعیین (R^2) می‌باشد. ضریب تعیین (R^2) بررسی می‌کند چند درصد از واریانس یک متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین و توضیح داده می‌شود. بنابراین طبیعی است که این مقدار برای متغیر مستقل مقداری برابر صفر می‌باشد و برای متغیر وابسته مقدار بیشتر از صفر باشد. هر چه این میزان بیشتر باشد ضریب تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته بیشتر می‌باشد. بنا بر ضریب تعیین مدل می‌توان گفت که بعد شیوه‌های مدیریت دانش روی هم رفته توانسته‌اند ۵۱٪ از واریانس متغیر نوآوری سازمانی را توضیح دهد و نوآوری سازمانی توانسته است ۴۷۶٪ از واریانس متغیر قابلیت نوآوری فرایند و قابلیت نوآوری فرایند توانسته است ۴۰٪ از واریانس

متغیر قابلیت نوآوری محصول را توضیح دهد. همچنین ابعاد نوآوری سازمانی، قابلیت نوآوری فرایند و قابلیت نوآوری محصول توانسته‌اند ۴۴٪ از واریانس متغیر عملکرد شرکت را توضیح دهند؛ محققین سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 معرفی نموده‌اند. بر این اساس میتوان نتیجه گرفت که مدل از قابلیت پیش‌بینی مناسبی برخوردار می‌باشد مقدار باقیمانده مربوط به خطای پیش‌بینی می‌باشد و می‌تواند شامل دیگر عوامل تاثیر گذار بر نوآوری سازمانی، قابلیت نوآوری فرایند، قابلیت نوآوری محصول و عملکرد شرکت باشند.



شکل (۵): ارزیابی مدل‌های سنجش شکل دهنده

۴-۴ پاسخ به فرضیات پژوهش

فرضیه اول: شیوه‌های اکتساب دانش بر نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد. طبق نتایج به دست آمده از ضریب مسیر و آماره t ، بعد اکتساب دانش بر متغیر نوآوری سازمانی تأثیر معناداری دارد (آماره t خارج از بازه منفی ۱/۹۶ تا مثبت ۱/۹۶ قرار گرفته است). با توجه به ضریب مسیر می‌توان گفت تأثیر بعد اکتساب دانش بر نوآوری سازمانی مثبت و معنادار می‌باشد، زیرا ضریب مسیر به دست آمده مثبت می‌باشد. بنابراین با افزایش اکتساب دانش، نوآوری سازمانی افزایش و با افت آن در سازمان، نوآوری سازمانی کاهش می‌یابد.

فرضیه دوم: شیوه‌های انتقال دانش بر نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد. طبق نتایج به دست آمده از ضریب مسیر و آماره t ، بعد انتقال دانش بر متغیر نوآوری سازمانی تأثیر معناداری ندارد (آماره t درون بازه منفی

۱/۹۶ تا مثبت ۱/۹۶ قرار گرفته است). فرضیه سوم: شیوه‌های کاربرد دانش بر نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد. طبق نتایج به دست آمده از ضریب مسیر و آماره t ، بعد کاربرد دانش بر متغیر نوآوری سازمانی تأثیر معناداری دارد (آماره t خارج از بازه منفی ۱/۹۶ تا مثبت ۱/۹۶ قرار گرفته است). با توجه به ضریب مسیر می‌توان گفت تأثیر بعد کاربرد دانش بر نوآوری سازمانی مثبت و معنادار می‌باشد، زیرا ضریب مسیر به دست آمده مثبت می‌باشد. بنابراین با افزایش کاربرد دانش، نوآوری سازمانی افزایش و با افت آن در سازمان، نوآوری سازمانی کاهش می‌یابد.

فرضیه چهارم: شیوه‌های ذخیره‌سازی دانش بر نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد. طبق نتایج به دست آمده از ضریب مسیر و آماره t ، بعد ذخیره‌سازی دانش بر متغیر نوآوری سازمانی تأثیر معناداری ندارد (آماره t درون بازه

طبق نتایج به دست آمده از ضریب مسیر و آماره t ، نوآوری سازمانی بر متغیر عملکرد شرکت تأثیر معناداری دارد (آماره t خارج از بازه منفی ۱/۹۶ تا مثبت ۱/۹۶ قرار گرفته است). با توجه به ضریب مسیر می‌توان گفت تأثیر نوآوری سازمانی بر عملکرد شرکت مثبت و معنادار می‌باشد، زیرا ضریب مسیر به دست آمده مثبت می‌باشد. بنابراین با افزایش نوآوری سازمانی، عملکرد شرکت افزایش و با افت آن در سازمان، عملکرد شرکت کاهش می‌یابد.

فرضیه هشتم: قابلیت نوآوری فرایند بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

طبق نتایج به دست آمده از ضریب مسیر و آماره t ، قابلیت نوآوری فرایند بر متغیر عملکرد شرکت تأثیر معناداری ندارد (آماره t درون بازه منفی ۱/۹۶ تا مثبت ۱/۹۶ قرار گرفته است).

فرضیه نهم: قابلیت نوآوری محصول بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

طبق نتایج به دست آمده از ضریب مسیر و آماره t ، قابلیت نوآوری محصول بر متغیر عملکرد شرکت تأثیر معناداری دارد (آماره t خارج از بازه منفی ۱/۹۶ تا مثبت ۱/۹۶ قرار گرفته است). با توجه به ضریب مسیر می‌توان گفت تأثیر قابلیت نوآوری محصول بر عملکرد شرکت مثبت و معنادار می‌باشد، زیرا ضریب مسیر به دست آمده مثبت می‌باشد. بنابراین با افزایش قابلیت نوآوری محصول، عملکرد شرکت افزایش و با افت آن در سازمان، عملکرد شرکت کاهش می‌یابد.

منفی ۱/۹۶ تا مثبت ۱/۹۶ قرار گرفته است).

فرضیه پنجم: نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فرایند تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

طبق نتایج به دست آمده از ضریب مسیر و آماره t ، نوآوری سازمانی بر متغیر قابلیت نوآوری فرایند تأثیر معناداری دارد (آماره t خارج از بازه منفی ۱/۹۶ تا مثبت ۱/۹۶ قرار گرفته است). با توجه به ضریب مسیر می‌توان گفت تأثیر نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فرایند مثبت و معنادار می‌باشد، زیرا ضریب مسیر به دست آمده مثبت می‌باشد. بنابراین با افزایش نوآوری سازمانی، قابلیت نوآوری فرایند افزایش و با افت آن در سازمان، قابلیت نوآوری فرایند کاهش می‌یابد.

فرضیه ششم: قابلیت نوآوری فرایند بر قابلیت نوآوری محصول تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

طبق نتایج به دست آمده از ضریب مسیر و آماره t ، قابلیت نوآوری فرایند بر متغیر قابلیت نوآوری محصول تأثیر معناداری دارد (آماره t خارج از بازه منفی ۱/۹۶ تا مثبت ۱/۹۶ قرار گرفته است). با توجه به ضریب مسیر می‌توان گفت تأثیر قابلیت نوآوری فرایند بر قابلیت نوآوری محصول مثبت و معنادار می‌باشد، زیرا ضریب مسیر به دست آمده مثبت می‌باشد. بنابراین با افزایش قابلیت نوآوری فرایند، قابلیت نوآوری محصول افزایش و با افت آن در سازمان، قابلیت نوآوری محصول کاهش می‌یابد.

فرضیه هفتم: نوآوری سازمانی بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

جدول (۴): اثرات مستقیم، آماره t و نتیجه فرضیات پژوهش

فرضیه ها	ضریب مسیر استاندارد شده β	آماره t	معنی داری	قبول یا رد فرضیه
شیوه‌های اکتساب دانش ← نوآوری سازمانی	۰/۰۳۸	۲/۲۷۸	Sig<0.05	تایید می‌شود
شیوه‌های انتقال دانش ← نوآوری سازمانی	۰/۱۷۲	۱/۱۷۲	Sig>0.05	رد
شیوه‌های کاربرد دانش ← نوآوری سازمانی	۰/۴۸۵	۴/۰۳۳	Sig<0.05	تایید می‌شود
شیوه‌های ذخیره‌سازی دانش ← نوآوری سازمانی	۰/۱۳۷	۱/۴۴۸	Sig>0.05	رد
نوآوری سازمانی ← قابلیت نوآوری فرایند	۰/۶۹۰	۱۲/۲۰۵	Sig<0.05	تایید می‌شود
قابلیت نوآوری فرایند ← قابلیت نوآوری محصول	۰/۴۱۶	۲/۱۳۴	Sig<0.05	تایید می‌شود
نوآوری سازمانی ← عملکرد شرکت	۰/۰۹۲	۲/۷۴۱	Sig<0.05	تایید می‌شود
قابلیت نوآوری فرایند ← عملکرد شرکت	۰/۰۹۰	۰/۵۸۷	Sig>0.05	رد
قابلیت نوآوری محصول ← عملکرد شرکت	۰/۶۶۵	۱۰/۱۷۵	Sig<0.05	تایید می‌شود

۵- نتیجه‌گیری

نوآوری سازمانی بود. همان‌طور که پیش‌بینی شد، شیوه‌های خلق و کاربرد دانش دارای تأثیر مثبتی بر نوآوری سازمانی هستند. این نتیجه با

از جمله اهداف مهم این پژوهش تحلیل تأثیر شیوه‌های مدیریت دانش بر

می‌شود). این نتایج بر طبق دیدگاه منبع محور بعنوان روابط پیچیده بین انواع نوآوری و قابلیت‌ها می‌باشد که دارایی‌های استراتژیک خیلی ارزشمندتر، متمایزتر، و از نظر تقلید مشکل‌تری را ایجاد می‌کنند که به شرکت توان بدست آوردن عملکرد عالی را می‌دهد.

منابع و ماخذ:

- [۱] الهی، صفورا، رستگار، عیاس علی، شفیعی نیک آبادی، محسن، (۱۳۹۳)، بررسی تأثیر قابلیت‌های فرایندی مدیریت دانش بر عملکرد نوآوری با اثر میانجی‌گری فرایند نوآوری در سازمان‌ها با فناوری پیشرفته، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، سال اول، شماره ۴، صص ۱۰۵-۱۲۹.
- [۲] رفیعی، مجتبی، بلوچی، حسین، نعمت الهی، مجید، متقی، سمیرا، (۱۳۹۴)، الگویابی ساختاری تأثیر دانش بر عملکرد و نوآوری با تعدیل‌گری ساختار سازمانی، فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت سازمان‌های دولتی، دوره ۴، شماره ۱، صص ۱۱۱-۱۴۴.
- [۳] رضایی، رسول، قراخانی، داود، (۱۳۹۵)، تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمان با در نظر گرفتن نقش میانجی چابکی سازمانی، مجله مدیریت توسعه و تحول، صص ۹۳-۱۰۴.
- [۴] مصلح، عبدالمجید، بحرینی زاده، منیجه، دوکوهی، سید جواد، (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر هوش رقابتی بر نوآوری در شرکت‌های دانش بنیان شیراز، پژوهش‌نامه مدیریت تحول، سال هفتم، شماره ۱۳، صص ۱۹-۴۱.
- [۵] نصری نصرآبادی، شهره، فلاح، الهام، شیرانی لیری، سمانه، (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر شبکه دانش بر عملکرد نوآوری محصول با استفاده از مدل معادلات ساختاری (مطالعه موردی: شرکت‌های تجارت الکترونیک استان اصفهان)، نشریه مدیریت نوآوری، سال سوم، شماره ۳، صص ۵۳-۷۵.
- [۶] نیک رفتار، طیب، (۱۳۹۶)، اثر عملکردهای نوآوری، بازار و محصول بر عملکرد مالی در صنعت نساجی، مجله علمی ترویجی علوم و فناوری نساجی و پوشاک، دوره جدید، شماره ۲، صص ۳۷-۴۲.
- [7] Armbruster, H., Bikfalvi, A., Kinkel, S., Lay, G., (2008), **Organizational Innovation: The Challenge of Measuring Non-Technical Innovation in Large-Scale Surveys**, Technovation, 28, 644-657.
- [8] Armbruster, H., Kirner, E., Lay, G., Szweczewski, M., Corita, B., Leguehenne, C., (2008), **Patterns of Organisational change in European Industry (PORCH)**, Ways to strengthen the empirical basis of Research and Policy. DG Enterprise and Industry: Innovation policy unit. Final Report. Karlsruhe: Institute Systems and Innovation Research.
- [9] Battisti, G., Stoneman, P., (2010), **How Innovative are UK Firms? Evidence from The Fourth UK Community Innovation Survey on Synergies between Technological and Organizational Innovations**, British Journal of Management, 21, 187-206.
- [10] Birkinshaw, J., Mol, M., (2006), **How Management Innovation Happens**, MIT Sloan Review, 47(4), 81-88.
- [11] Bessant, J., Lamming, R., Noke, H., Philips, W., (2005), **Managing Innovation Beyond the Steady State**, Technovation, 25(12), 1366-1376.
- [12] Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., Zhao, Y., (2002), **Learning Orientation, Firm Innovation Capability, and Firm Performance**, Industrial Marketing Management, 31, 515-524.

آنچه زاک و همکاران (۲۰۰۹) بدست آوردند تا حدودی همسویی دارد. بطور معمول محققان نشان می‌دهند که فعالیت‌های مدیریت دانش دارای روابطی با مزایای نوآوری سازمانی هستند، چرا که دانش مختلط نوین یا کنونی دارای نقش چشمگیری در نوآوری سازمانی است. علی‌رغم این موضوع نتایج این پژوهش نشان می‌دهند که تنها بعضی از شیوه‌های مدیریت دانش دارای تأثیر مثبت بر نوآوری سازمانی هستند. زیرا که فرضیه‌ها بیانگر تأثیر مثبت ذخیره‌سازی دانش بر نوآوری سازمانی نمی‌باشند، نهایتاً شواهدی برای حمایت از این فرضیه ارائه نمی‌کنند. بعلاوه شواهد چشمگیری در مورد تأثیر شیوه‌های انتقال دانش بر عمل نوآوری سازمانی وجود ندارد. با توجه به این فرض، شیوه‌های ذخیره‌سازی و انتقال دانش دارای تأثیر مثبت و معنی‌دار بر نوآوری سازمانی نمی‌باشند، چرا که ذخیره‌سازی و پخش و انتشار ارتباطی با نوآوری سازمانی ندارد اما با احیا دانش کنونی می‌توان به کارایی بیشتری در این زمینه دست یافت. پس به احتمال بیشتر نوآوری سازمانی همسو با فرایند اجرای شیوه‌های مدیریت دانش می‌باشد، در حالی که امور روزمره و فناوری در نتیجه‌ی یادگیری، خلق دانش و رمزگذاری آن ارتقا می‌یابند. دو هدف مهم و اصلی دیگر این مطالعه عبارتند از: (۱) تحلیل اثر نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری تکنولوژیکی و (۲) تحلیل اثر نوآوری سازمانی و قابلیت تکنولوژیکی روی عملکرد شرکت. با داشتن مفهوم معنی‌دار نوآوری سازمانی در مطالعات علمی و علائق اخیر در روابط داخلی بین انواع نوآوری و عملکرد شرکت، مطالعات موجود نتایج قطعی در مورد این پرسشها نمی‌دهند. این عمدتاً بخاطر عدم سازگاری در درک استفاده از مفهوم نوآوری سازمانی [۱۸] و گرایش به مطالعه اثرات مشترک انواع مختلف قابلیت نوآوری روی عملکرد شرکت [۱۲، ۴۴] بدون توجه به این حقیقت بوده که انواع مختلف قابلیت نوآوری می‌توانند اثرات مختلفی هم روی عملکرد شرکت بگذارند.

نتایج نشان می‌دهد که نوآوری سازمانی از توسعه محصول و قابلیت نوآوری فرایند حمایت می‌کند. از پژوهش‌های دیگری که با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد می‌توان به پژوهش‌های مازانتی و همکاران اشاره کرد. این اثر حاصل شده، منحصر به نوع قابلیت شرکت بستگی دارد. در حالیکه نوآوری سازمانی به طور مستقیم بر روی توسعه قابلیت نوآوری فرایند اثر مثبت می‌گذارد، رابطه بین نوآوری سازمانی و قابلیت نوآوری محصول بواسطه دخالت قابلیت نوآوری فرایند انجام می‌شود. این نتیجه، این حقیقت را که اجرای ساده عملیات‌های مدیریتی پیشرفته جدید (نوآوری سازمانی) برای توجه به قابلیت نوآوری محصول کافی نیست، برجسته می‌کند. بلکه لازم است که برای ارتباط آنها با قابلیت نوآوری فرایند توسعه داده شود. بعلاوه، شواهد تجربی از مطالعه حاضر روشن می‌کند که نوآوری سازمانی و قابلیت نوآوری تکنولوژیکی هر دو اثر مثبتی بر عملکرد شرکت دارند، و تأکید بر اهمیت تمایز بین انواع قابلیت نوآوری می‌باشد زیرا رفتار تأثیر گذار بر عملکرد شرکت در هر حالت با حالت دیگر متفاوت است. مادامی که قابلیت نوآوری محصول، بعنوان نوآوری سازمانی، یک اثر مستقیم روی عملکرد شرکت دارد، رویه بدست آوردن یک بهبود در عملکرد شرکت از طریق توسعه قابلیت نوآوری فرایند بوسیله قابلیت نوآوری محصول میانجی‌گیری می‌شود (بواسطه آن انجام

- [34] Meroño-Cerdán, L. A., and López-Nicolás, C., (2017), **Innovation Objectives as Determinants of Organizational Innovations. Innovation: Organization & Management**, <http://dx.doi.org/10.1080/14479338.2016.1276407>.
- [35] Mol, M. J., Birkinshaw, J., (2009), **The Sources of Management Innovation: When Firms Introduce New Management Practices.**, *Journal of Business Research*, 62, 1269–1280.
- [36] OECD., (2005), **The Measurement of Scientific and Technological Activities Oslo Manual**, Guidelines for collecting and interpreting innovation data (3rd ed.). Paris: OECD EUROSTAT.
- [37] Ortega, M. J., (2009), **Competitive Strategies and Firm Performance: Technological Capabilities' Moderating Role.** *Journal of Business Research*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.007>.
- [38] Piva, M., Santarelli, E., Vivarelli, M., (2005), **The Skill Bias Effect of Technological and Organisational Change: Evidence and Policy Implications**, *Research Policy*, 34, 141–157.
- [39] Perdormo-Ortiz, J., González-Benito, J., Galende, J., (2009), **The Intervening Effect of Business Innovations Capability on the Relationship between Total Quality Management and technological Innovation**, *International Journal of Production Research*, 47(18), 5087–5107.
- [40] Prajogo, D. I., Sohal, A. S., (2006), **The Integration of TQM and Technology/R&D Management in Determining Quality and Innovation Performance**, *Omega*, 34, 296–312.
- [41] Qrunfleh, S., Monideepa, T., (2014), **Supply Chain Information Systems Strategy: Impacts on Supply Chain Performance and Firm Performance**, *Int. J. Production Economics* 147. 340–350.
- [42] Ren, Y., Carley, K. M., Argote, L., (2006), **The Contingent Effects of Transactive Memory: When is It More Beneficial to Know What Others Know?**, *Management Science*, 52, 671–682.
- [43] Rivard, H., (1988), **Factors of Success for End-User Computing**, *Communications of the ACM* 31:5, May, pp , 552-561.
- [44] Shoenmakers, W., Duysters, G., (2006), **Learning in Strategic Technology Alliances**, *Technology Analysis and Strategic Management*, 18(2), 245–264.
- [45] Stein, A., Smith, M., (2009), **CRM Systems and Organizational Learning: An Exploration of the Relationship between CRM Effectiveness and the Customer Information Orientation of the Firm in Industrial Markets**, *Industrial Marketing Management*, 38(2), pp.198-206.
- [46] Wixom, B. H., Watson, H. J., (2001), **An Empirical Investigation of the Factors Affecting Data Warehousing Success**, *MIS Quarterly* , 25(1),17–41.
- [47] Yang, C. C., Marlow, P. B., Lu, C. S., (2009), **Assessing Resources, Logistics Service Capabilities, Innovation Capabilities and the Performance of Container Shipping**, *International Journal of Production Economics*, 122, 4–20.
- [48] Zack, M., McKeen, J., Singh, S., (2009), **Knowledge Management and Organizational Performance: An Exploratory Survey**, *Journal of Knowledge Management*, 13(6), 392–409.
- [13] Camisón, C., Villar-López, A., (2014), **Organizational Innovation as an Enabler of Technological Innovation Capabilities and Firm Performance**, *Journal of Business Research* 67 (2014) 2891–2902.
- [14] Cozzarin, B. P., (2016), **Impact of Organizational Innovation on Product and Process Innovation**, *Economics of Innovation and NewTechnology*. <http://dx.doi.org/10.1080/10438599.2016.1204779>
- [15] Crossan, M., Apaydin, M., (2010), **A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of The Literature**, *Journal of Management Studies*, 47(6), pp.1154-1191.
- [16] Damanpour, F., (2010), **An Integration of Research Findings of Effects of Firm Size and Market Competition on product and Process Innovations**, *British Journal of Management*, 21(4), 996–1010.
- [17] Damanpour, F., Aravind, D., (2011), **Managerial Innovation: Conceptions, Processes, and Antecedents. Management and Organization Review**, <http://dx.doi.org/10.1111/j.1740-8784.2011.00233.x>.
- [18] Damanpour, F., Schneider, M., (2006), **Phases of The Adoption of Innovation in Organizations: Effects of Environment, Organization, and Top Managers**, *British Journal of Management*, 17, 215–236.
- [19] Damanpour, F., Walker, R. M., Avellaneda, C. N., (2009), **Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations**, *Journal of Management Studies*, 46(4), 650–675.
- [20] Ila-Melendez, A., (2011), **Analyzing the Impact of Knowledge Management on CRM Success: The Mediating Effects of Organizational Factors**, *International Journal of Information Management*, 31, pp.437-444.
- [21] González-Álvarez, N., Nieto-Antolín, M., (2005), **Protection and Internal Transfer of Technological Competencies: The Role of Causal Ambiguity**, *Industrial Management & Data Systems*, 105(7), 841–856.
- [22] Greenan, N., (2003), **Organisational Change, Technology, Employment and Skills: An Empirical Study of French Manufacturing**, *Cambridge Journal of Economics*, 27, 287–316.
- [23] Hair J. F. Jr., Black ,W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., Tatham, R.L., (2010), **Multivariate Data Analysis**, New Jersey: Pearson Education .
- [24] Hamel, G., (2009), **Management Innovation**, *Leadership Excellence*, 26(5), 5.
- [25] Hulland, H., (1999), **Use of Partial Least Science**, *Environment, Engineering and Technology* Griffith University.
- [26] Jiménez, J. D., Sanz Valle, R., (2011), **Innovation, Organizational Learning and Performance**, *Journal of Business Research*, 64, 408–417.
- [27] Kalmuk G., Acar A.Z., (2015), **The Mediating Role of Organizational Learning Capability On The Relationship Between Innovation and Firm's Performance: A Conceptual Framework**, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 210 (2015) 164 – 169.
- [28] Lai, J. Y., Wang, C. T., Chou, C. Y., (2009), **How Knowledge Map Fit and Personalization Affect Success of KMS in High-Tech Firms**, *Technovation*, 29(5), 313–324.
- [29] Lawson, B., Petersen, K. J., Cousins, P. D., Handfield, R. B., (2009), **Knowledge Sharing in Inter Organizational Product Development Teams: The Effect of Formal and Informal Socialization Mechanisms**, *Journal of Product Innovation Management*, 26(2), 156–172.
- [30] Liljander, V., Polsa, P., van Riel, A., (2009), **Modelling Consumer Responses to an Apparel Store Brand: Store Image as a Risk Reducer**, *Journal of Retailing and Consumer Services* , 16, 281–290.
- [31] Martínez-Ros, E., Labeaga, J. M., (2009), **Product and Process Innovation: Persistence and Complementarities**, *European Management Review*, 6(1), 64–75.
- [32] Martínez-Sánchez, A., Vela-Jiménez, M. J., Pérez-Pérez, M., de-Luis-Carnicer, P., (2009), **Inter-organizational Cooperation and Environmental Change: Moderating Effects between Flexibility and Innovation Performance**, *British Journal of Management*, 20, 537–561.
- [33] Mazzanti, M., Pini, P., Tortia, E., (2006), **Organizational Innovations, Human Resources and Firm Performance, The Emilia-Romagna Food Sector**, *The Journal of Socio-Economics*, 35, 123–141.