

بررسی تأثیر سبک رهبری و یادگیری سازمانی بر رقابت‌پذیری با میانجی‌گری‌های نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری در بین کارکنان مخابرات منطقه یزد

محسن فلاح رحمت‌آبادی^۱، شهناز نایب‌زاده^۲، ابوالفضل داودی رکن‌آبادی^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

^۲ دانشیار، دانشکده مدیریت - اقتصاد و حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

^۳ دانشیار، دانشکده هنر و معماری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

snayebzadeh@gmail.com

چکیده

در این تحقیق به ارزیابی مدل تأثیر سبک رهبری و یادگیری سازمانی بر رقابت‌پذیری با میانجی‌گری‌های نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری در بین کارکنان مخابرات منطقه یزد پرداخته شده است، روش این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را ۳۶۰ نفر از کارکنان مخابرات منطقه یزد در بر می‌گیرد. قلمرو زمانی تحقیق در سال‌های ۹۷-۱۳۹۶ می‌باشد. حجم نمونه با بهره‌مندی از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و فرمول کوکران، ۱۴۰ نفر به دست آمد. داده‌ها به کمک پرسشنامه گردآوری شدند که روایی و پایایی آن به تأیید رسید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از مدل‌سازی معادلات ساختاری و تکنیک حداقل مربعات جزئی در نرم‌افزار آماری Smart - PLS 3.2.7 استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مؤلفه‌های: سبک رهبری بر یادگیری سازمانی، یادگیری سازمانی بر نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری و همچنین نوآوری کارکنان بر فرایند نوآوری اثر مثبت و معناداری (مستقیم) داشته و فرایند نوآوری با در نظر گرفتن اثر متغیر مداخله‌گر استراتژی نوآوری بر رقابت‌پذیری اثر مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی

سبک رهبری، یادگیری سازمانی، نوآوری کارکنان، فرایند نوآوری، رقابت‌پذیری.

مقدمه

موضوع رقابت‌پذیری از آن دسته مباحثی است که طی سال‌های اخیر به شدت مورد توجه پژوهشگران و محققان اقتصادی قرار گرفته است. امروزه اقتصاددانان واژه رقابت‌پذیری را در معنا و ابعاد مختلف مورد استفاده قرار می‌دهند. پژوهشگران از واژه رقابت‌پذیری در ابعاد خرد و کلان استفاده می‌کنند. در سطح خرد، بنگاه‌ها بر سر منابع با هم رقابت می‌کنند تا کالایی تولید کرده و سهمی از بازار آن کالا را به خود اختصاص دهند. در این معنا، رقابت‌پذیری از طریق سهم نسبی از بازار، نوآوری و رشد محاسبه می‌شود و بنگاه‌ها به دنبال آن هستند تا با استفاده از راهبردهای رقابت‌پذیری، عملکرد کلی خود را در بازار بهبود بخشند (کاوایانی‌پور و همکاران، ۱۳۹۳).

رهبری به عنوان یکی از وظایف مهم مدیران، علم و هنر نفوذ در افراد به منظور دستیابی به اهداف می‌باشد. سبک رهبری یا مدیریت تعیین‌کننده جو، فرهنگ و راهبردهای حاکم بر سازمان است. سبک رهبری مجموعه‌ای از نگرش‌ها، صفات و مهارت‌های مدیران است که بر پایه چهار عامل نظام ارزش‌ها، اعتماد به کارمندان، تمایلات رهبری و احساس امنیت در موقعیت‌های مبهم شکل می‌گیرد (رشیدآبادی و همکاران، ۱۳۹۶).

سازمان‌ها بدون یادگیری از تجربیات خود و دیگران توان مواجهه اثربخش با تغییر و تحولات سریع عوامل محیطی را نخواهند داشت. یادگیری سازمانی در بسیاری از زمینه‌ها تعریف شده است، اما جنبه اصلی آن تعریف مربوط به یادگیری جمعی می‌باشد که در سازمان مطرح می‌باشد. یادگیری سازمانی، فرایندی است پویا که سازمان را قادر می‌سازد تا به سرعت با تغییر سازگاری یابد. این فرآیند شامل تولید دانش جدید، مهارت‌ها و رفتارها می‌شود. یادگیری سازمانی راه اصلی ایجاد کار دانشی و بهبود کارایی سازمان است. پس یک سازمان موفق باید در یادگیری پویا باشد نیفه^۱ یادگیری سازمانی را به هفت بعد تقسیم می‌کند که این ابعاد عبارتند از: فرهنگ یادگیری سازمانی، چشم انداز مشترک، کار و یادگیری گروهی، به اشتراک گذاشتن دانش، تفکر سیستمی، رهبری مشارکتی و توسعه شایستگی‌های کارکنان (کهنسال و همکاران، ۱۳۹۶).

نوآوری به عنوان مسئله‌ای مهم برای افراد و سازمان‌ها به دلیل ارتباط آن با انعطاف‌پذیری و تولید بسیار مهم و اساسی است. کر و گالگاردی^۲ بر این باورند که مهمترین عامل در رشد و پیشرفت بشر در تمام زمینه‌ها نوآوری و خلاقیت است به همین دلیل نوآوری عامل مهمی در بقای سازمان‌ها در محیط پرقابته کنونی است (اصغری و رحیمی، ۱۳۹۶).

این پژوهش بر آن است تا نقش متغیرهای سبک رهبری، یادگیری سازمانی، نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری را بر رقابت‌پذیری سازمان مشخص نماید که در این بین نیز از تأثیر متغیرهای مربوط به نوآوری (متغیرهای واسطه‌ای نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری و متغیر مداخله‌گر استراتژی نوآوری) بر شدت رابطه فوق استفاده شده است.

مبانی نظری و ادبیات پژوهش

رقابت‌پذیری از تعریف واحدی برخوردار نیست، اما در تمامی تعریف‌های ارائه شده این وجوه مشترک در آنها دیده می‌شود که رقابت‌پذیری قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی است که یک بنگاه، صنعت، منطقه و کشور برخوردارند و می‌توانند آنها را حفظ کنند تا در صحنه بین‌المللی توانایی افزایش سهم بازار، سوددهی بالا برای یک دوره طولانی را داشته باشند. برای تعریف دیگری از رقابت‌پذیری می‌توان از دیدگاه منابع ایجاد رقابت‌پذیری به آن نظر کرد. بر اساس این دیدگاه در سه طبقه بعنوان منابع ایجاد کننده رقابت‌پذیری مطرح هستند که این سه منبع شامل فن آوری، بنگاه و نیروی انسانی می‌باشد، زیرا رقابت‌پذیری با منشاء نیروی انسانی بسیار پایدارتر از سایر منابع ایجادکننده رقابت‌پذیری هستند و کمتر از سوی رقبا می‌تواند مورد تقلید قرار گیرند. کوهمن رقابت‌پذیری را توانایی اقتصاد یک کشور برای ثابت نگه داشتن سهم خود در بازارهای بین‌المللی و یا افزایش سهم خود در بازار هر فعالیتی که انجام می‌دهد تعریف می‌کند به شرطی که استاندارد زندگی را برای آنها در فرایند رقابت‌پذیری بهبود بخشد و یا دست کم مانع افت این استانداردها شود (کاوایانی‌پور و همکاران، ۱۳۹۳).

هرسی و بلانچارد^۳ در کتاب مدیریت رفتار سازمانی عنوان می‌کنند که بسیاری از نویسندگان مدیریت بر این مسأله توافق دارند که رهبری عبارت است از: فرایند نفوذ در فعالیتهای فرد یا گروه به منظور کوشش برای رسیدن به هدفی در موقعیتی مشخص.

¹ Neefe

² Kerr & Gagliardi

از این تعریف رهبری به این نکته می‌رسیم که فرایند رهبری تابعی از متغیرهای رهبر، پیرو و موقعیت است. رهبری یعنی رسیدن به اهداف با کمک و به وسیله دیگران. رهبری را نوعی فرآیند نفوذ است که به وسیله آن کردار یک فرد سبب تغییر رفتار و نظرات دیگران می‌شود که این نفوذ باید مشروعیت داشته باشد و تغییر، هم سو با اهداف فرد پدید آید. اهوی و همکاران^۴ رهبری را به عنوان یکی از وظایف مدیر، فرآیند تأثیرگذاری و هدایت فعالیت‌های مربوط به کار اعضای گروه‌ها تعریف می‌کنند. سبک رهبری یک الگوی رفتار است که رهبر با استفاده از آن پیروان خود را تحت تأثیر قرار می‌گذارد (مهیا و همکاران، ۱۳۹۶).
واژه‌ی یادگیری سازمانی برای اولین بار توسط سایرت و مارچ^۵ در مطالعه اولیه‌شان روی جنبه‌های رفتاری تصمیم‌گیری سازمانی در سال ۱۹۶۳ به کار رفته است؛ به عبارت دیگر، تحقیق روی یادگیری سازمانی رشد فزاینده‌ای یافته است. صرفنظر از تاریخ دقیق شروع بحث یادگیری سازمانی، این موضوع تا اواخر دهه ۱۹۷۰ توجه چندانی را به خود جلب نکرد. در این هنگام بود که تعدادی از نظریه‌پردازان، فعالیت‌های خود را بر یادگیری سازمانی متمرکز کردند. اگرچه فعالیت‌های تحقیقاتی در دهه ۱۹۸۰ نیز روی موضوع ادامه داشت، در دهه ۱۹۹۰ موضوع یادگیری سازمانی تنها یکی از موضوع‌های مطرح در گرایش‌های مختلف رشته مدیریت مثل استراتژی و مدیریت تولید بود و از آن تاریخ به بعد بحث یادگیری سازمانی تحت الشعاع مباحث جدید مدیریتی از جمله موضوع سازمان‌های یادگیرنده قرار گرفت. یادگیری سازمانی فرآیندی است که باعث توسعه دانش و بینش جدید در سازمان می‌شود و تأثیرات بالقوه‌ای را بر رفتار کارکنان می‌گذارد و باعث بهبود فعالیت‌های سازمان می‌شود. یادگیری سازمانی فرآیندی است پویا که سازمان را قادر می‌سازد تا به سرعت با تغییرات سازگاری یابد. این فرایند شامل تولید دانش جدید، مهارت‌ها و رفتارها می‌شود. یادگیری سازمانی راه اصلی ایجاد کار دانشی و بهبود کارآیی سازمان می‌باشد. یادگیری سازمانی تغییر در وضعیت دانش است و شامل بهره‌گیری از دانش و به‌کاربردن آن است. یادگیری سازمانی فرآیندی است که از طریق آن سازمان تجربیات خود را درک و مدیریت می‌کند. یادگیری سازمانی اساساً به تولید دانش مربوط می‌شود. به نظر داجسون^۶ یادگیری سازمانی به عنوان روشی است که سازمان‌ها ایجاد، تکمیل و سازماندهی می‌کنند تا دانش و جریان‌های عادی کار در رابطه با فعالیت‌هایشان در داخل فرهنگ‌هایشان و همچنین کارآیی سازمان را از طریق بهبود به‌کارگیری مهارت‌های گسترده نیروی کارشان، انطباق دهند و توسعه بخشند (کهنسال و همکاران، ۱۳۹۶).

خلاقیت و نوآوری به عنوان یک پدیده نوین، نقش مؤثری در توسعه و پیشرفت یک کشور در تمام زمینه‌ها دارد. اگر خلاقیت را ایجاد راه حل‌های بدیع و مناسب برای مسائل چالش برانگیز در هر حوزه از فعالیت بشری توصیف کنیم، نوآوری پیاده‌سازی آن ایده‌های بدیع و مناسب است؛ بنابراین توانایی حل مسائل به صورت علمی، خلاق و ابتکاری از سوی جامعه و بویژه در سازمان‌ها، یک عامل اساسی در ترقی و پیشرفت کشورها محسوب می‌شود (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۶).

لغت نوآوری به معنای چیزی جدید، همچنین بدیع (اصیل) و متفاوت می‌باشد. جدید و بدیع بودن در اکثر تعاریف نوآوری به چشم می‌خورد. با این حال محدود شدن به یک تعریف شفاف و قطعی ممکن است منجر به کاهش درک مفهوم نوآوری و احتمالاً کاهش موفقیت در اجرا و توسعه نوآوری گردد. در حال حاضر تئوری کلی برای نوآوری وجود ندارد. با وجود تحقیقات گسترده‌ای که صرف یکپارچه‌سازی تفکر تجزیه و تحلیلی در تبدیل آن به یک تئوری چتر شده است. مشکل آن است که نوآوری پیچیده‌تر از آن چیزی است که به نظر می‌رسد. در واقع به گفته ولف^۷ (۱۹۹۴) از رایج‌ترین یافته‌های مرتبط با ادبیات سازمان آن است که نتایج تحقیقات در حوزه نوآوری ناسازگار بوده است، به خاطر آنکه محققان از حوزه‌های مختلف زیادی بوده، اغلب اجزای خاصی از نوآوری را مورد مطالعه قرار داده و بر ابعاد متفاوتی تأکید دارند، لذا یک تئوری یکپارچه و عمومی هنوز در حال ظهور است (قاسمی‌نژاد، ۱۳۹۶).

استراتژی‌های نوآوری، استراتژی‌هایی است که به شرکت‌ها نشان می‌دهند به چه میزان و در چه راهی از نوآوری برای توسعه عملکردشان استفاده کنند. لندل^۸ و وارموس^۹ (۲۰۱۱) نیز، استراتژی نوآوری را اینگونه تعریف کرده‌اند: طراحی از پیش تعیین

³ Hersey & Blanchard

⁴ Hoy & etc.

⁵ Cyert & March

⁶ Dajson

⁷ Wolfe

⁸ Lendel

⁹ Varmus

شده، کاربردی و تدریجی، برای اداره تخصیص منابع به انواع مختلفی از نوآوری برای دستیابی به اهداف کلی استراتژیک و چارچوب تصمیم‌گیری راهنما برای صنایع و شرکت‌ها، در مورد اینکه چه زمانی بایستی به بهترین حالت گذشته را حذف کرد یا استراتژی و اهداف شرکت را برای متمرکز شدن به کسب و کار آینده تغییر داد. با توجه به این تعاریف، استراتژی نوآوری یکی از مهمترین عوامل پشتیبان برای قابلیت‌های نوآورانه است و شرکت‌ها می‌توانند عملکردشان را به کمک استراتژی نوآوری، بهبود و توسعه دهند. گوان^{۱۰}، یام^{۱۱}، تانگ^{۱۲} و لو^{۱۳} (۲۰۰۹) نیز ادعا کردند که بهبود عملکرد، مستلزم گزینش مناسب و مستحکم استراتژی‌های نوآوری است. بنابراین، یکی از راهکارهای رشد، تداوم (بقا) و توسعه عملکرد شرکت‌ها در صنعت مورد نظر در محیط‌های پویا و متغیر، ایجاد نوآوری‌ها است. به بیان ساده‌تر، نوآوری ابزار استراتژیک مهمی برای خلق مزیت رقابتی در محیط‌های پیچیده است. لو (۲۰۱۱) بر این باور است که اینگونه استراتژی‌ها برای تداوم شکوفایی صنایع در دنیای امروز با عدم اطمینان‌های فزاینده‌اش، حیاتی هستند (ملک‌اخلاق و همکاران، ۱۳۹۲).

با توجه به اینکه از طرفی یکی از حوزه‌های سرویس‌دهی شرکت مخابرات، حوزه ارتباطات ثابت بوده که اقدام به واگذاری سرویس‌های اینترنت پرسرعت و غیره می‌نماید و در حال حاضر شرکت‌های زیادی در حوزه ارائه خدمات اینترنتی (ISP) بوجود آمده و در حال فعالیت می‌باشند و به نوعی بازار رقابتی در حوزه ارائه خدمات اینترنتی بوجود آمده است و از طرف دیگر در حوزه ارتباطات سیار نیز اپراتورهای دیگر نیز خدمات تلفن همراه و غیره را ارائه می‌دهند لذا در سال‌های اخیر شرکت مخابرات رقبای سرسخت و جدی پیدا کرده و با وضعیت موجود تنها راه موفقیت و ارتقاء این شرکت، توجه به بحث رقابت‌پذیری می‌باشد لذا اهمیت موضوع رقابت‌پذیری بیش از پیش در مخابرات احساس شده است و این تحقیق نیز در راستای تأمین این نیازمندی می‌باشد و همچنین با توجه به نقش سبک رهبری، یادگیری سازمانی و نوآوری بر ارتقای رقابت‌پذیری سازمان جهت نیل به اهداف سازمانی و خلأ پژوهشی با این موضوع، تحقیق حاضر می‌تواند ضمن پاسخگویی و بررسی فرضیه‌های ذیل، توصیه و راهکارهایی را به مدیران و برنامه‌ریزان شرکت مخابرات در جهت افزایش رقابت‌پذیری آن شرکت به منظور دستیابی به اهداف اساسی و استراتژیک آن شرکت ارائه نماید:

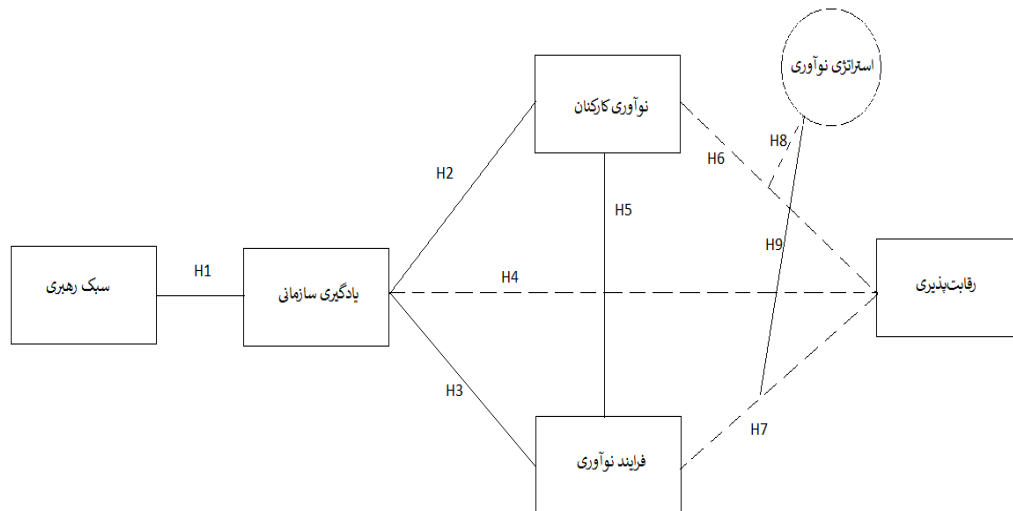
- H1: سبک رهبری بر یادگیری سازمانی تأثیرگذار است.
 - H2: یادگیری سازمانی بر نوآوری کارکنان تأثیرگذار است.
 - H3: یادگیری سازمانی بر فرایند نوآوری تأثیرگذار است.
 - H4: یادگیری سازمانی بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
 - H5: نوآوری کارکنان بر فرایند نوآوری تأثیرگذار است.
 - H6: نوآوری کارکنان بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
 - H7: فرایند نوآوری بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
 - H8: اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه بین نوآوری کارکنان و رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
 - H9: اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه بین فرایند نوآوری و رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
- بنابراین این پژوهش بر آن است تا نقش متغیر سبک رهبری و یادگیری سازمانی را بر رقابت‌پذیری سازمان مشخص نماید که در این بین نیز از تأثیر متغیرهای مربوط به نوآوری (متغیرهای میانجی نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری و متغیر مداخله‌گر استراتژی نوآوری) بر شدت رابطه فوق استفاده شده که می‌توان مدل مفهومی شکل ۱ را ارائه نمود و آن را مورد بررسی قرار داد.

¹⁰ Guan

¹¹ Yam

¹² Tang

¹³ Lu



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (حسین^{۱۴} و همکاران، ۲۰۱۶ و گارسیا^{۱۵} و همکاران، ۲۰۱۲)

پیشینه تحقیق در داخل و خارج از کشور

جدول ۱: پیشینه تحقیق در داخل و خارج از ایران

ردیف	محقق	سال	متغیرهای مورد بررسی	نتایج
۱	کاظمی و شکیبیا	۱۳۹۳	بررسی عوامل تأثیرگذار در ایجاد نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی	نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی سازمانی سازگاری مناسب‌تری با شرایط متحول محیطی و امکان انعطاف و آزادی عمل را برای کارکنان واحدهای شرکت فراهم می‌آورد که این امر بستر بسیار مناسبی برای ایجاد نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی سازمانی در مجموعه شرکت فراهم خواهد آورد.
۲	کرمانجانی و همکاران	۱۳۹۳	بررسی رابطه بین یادگیری سازمانی با سبک‌های رهبری مختلف	بین سبک‌های رهبری مدیریتی، مشارکتی، تبادل‌ی، اخلاقی، پست مدرن و اقتضایی با یادگیری سازمانی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد.
۳	مقدم و عباس‌نژاد	۱۳۹۳	بررسی و تعیین رابطه بین سبک رهبری، جو سازمانی و نوآوری	بین توزیع دو متغیر جو سازمانی و سبک رهبری و همچنین بین توزیع انواع سبک رهبری و نوآوری، رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد ولی بین توزیع دو متغیر جو سازمانی و نوآوری رابطه معناداری مشاهده نشده است
۴	یعقوبی و همکاران	۱۳۹۴	بررسی تأثیر سبک‌های رهبری بر عملکرد سازمانی با میانجی‌گرهای یادگیری و نوآوری سازمانی	سبک رهبری تحولی تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمانی از طریق یادگیری و نوآوری دارد. یادگیری سازمانی تأثیر مثبتی بر نوآوری و عملکرد سازمانی دارد. نوآوری سازمانی تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمانی دارد. رابطه میان سبک رهبری تبادل‌ی با یادگیری، نوآوری و عملکرد سازمانی تأیید نشده است.
۵	رجب‌پور و شاکری	۱۳۹۵	بررسی رابطه بین سبک رهبری کریمانه و یادگیری سازمانی با تأکید بر فراموشی سازمانی هدفمند	روابط بین رهبری کریمانه و فراموشی سازمانی هدفمند؛ رهبری کریمانه و یادگیری سازمانی؛ فراموشی سازمانی هدفمند و یادگیری سازمانی، روابطی مستقیم و معنادار می‌باشند.
۶	بنیادی‌نائینی و همکاران	۱۳۹۵	بهبود کارایی در توانمندی‌های نوآورانه فناورانه و رقابت‌پذیری شرکت‌های داروسازی با اعمال هوشمندی فناوری با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها	بکارگیری هوشمندی فناوری بر کارایی توانمندی‌های نوآوری فناورانه و رقابت‌پذیری این شرکت‌ها تأثیر مثبت داشته و در اغلب موارد کارایی آنها را افزایش داده است.

ردیف	محقق	سال	متغیرهای مورد بررسی	نتایج
۷	رشیدآبادی و همکاران	۱۳۹۶	بررسی سبک رهبری مدیران و تأثیر آن بر تعهد سازمانی کارکنان و مدیران	بین سبک رهبری مدیران و تعهد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. بین سن و جنسیت کارکنان با سبک رهبری رابطه معناداری وجود ندارد. بین سطح تحصیلات کارکنان و سبک رهبری رابطه معناداری وجود دارد. بین سطح تحصیلات و سن مدیران با میزان تعهد سازمانی رابطه معناداری وجود ندارد. بین سابقه مدیران و میزان تعهد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. بین سن و تحصیلات مدیران با سبک رهبری رابطه معناداری وجود دارد.
۸	Garcia and etc.	2012	تأثیر رهبری تحول‌گرا بر عملکرد سازمانی از طریق نوآوری و یادگیری سازمانی	رهبری تحول‌گرا به طور مثبت از طریق یادگیری سازمانی و نوآوری بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد. یادگیری سازمانی به طور مثبت هم به صورت مستقیم و هم غیر مستقیم از طریق نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد. نوآوری سازمانی به طور مثبت بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد.
۹	Birasnav	2013	مدیریت دانش و عملکرد سازمان در صنعت خدمات: نقش رهبری تحول‌گرا فراتر از تأثیرات رهبری تعامل‌گرا	رهبری تحول‌گرا تأثیرات قوی و مثبت بر فرایند KM و عملکرد سازمانی بعد از کنترل تأثیرات رهبری تعامل‌گرا دارد. فرایند KM تا حدی واسطه رابطه بین رهبری تحول‌گرا و عملکرد سازمانی بعد از کنترل تأثیرات رهبری تعامل‌گرا است.
۱۰	Herciu and Ogorean	2015	ثروت، رقابت‌پذیری و سرمایه معنوی-منابع توسعه اقتصادی	ثروت ملی، رقابت‌پذیری ملی و سرمایه فکری منابع مهمی برای افزایش توسعه اقتصادی هستند.
۱۱	Hui Lee and etc.	2015	بررسی رابطه بین عملکرد شرکت در زمینه نوآوری با بازده گردش موجودی	وجود رابطه مثبت بین بازده حوزه نوآوری و نرخ بازگشت سرمایه. مزیت استفاده از نوآوری در مدیریت عملیات و تدارکات.
۱۲	Honarpoer and etc.	2017	بررسی رابطه متقابل بین مدیریت کیفیت جامع (TQM) و مدیریت دانش (KM) و تأثیر آن بر روند و نوآوری محصول	رابطه متقابل بین TQM و دانش وجود دارد. TQM و دانش، رابطه‌ای مثبت با روند و نوآوری محصول را نشان داده‌اند.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف با توجه به اینکه نتایج مورد انتظار آن را می‌توان در افزایش قدرت رقابت‌پذیری در حوزه مخابرات را به خدمت گرفت، از نوع «کاربردی» و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها از نوع «توصیفی» و بر حسب چگونگی اجرا به روش غیرآزمایشی همبستگی و از نقطه نظر نتیجه کمی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان مخابرات منطقه یزد که ۳۶۰ نفر می‌باشد که از این تعداد ۱۴۰ نفر براساس فرمول کوکران انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده که هر یک از افراد شانس یکسانی برای انتخاب شدن داشتند. در این پژوهش از شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی جهت توصیف جامعه و نمونه مورد بررسی و از آمار استنباطی جهت تحلیل داده‌های مرتبط به فرضیات تحقیق استفاده می‌شود. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها در گروه آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار و ...) و هم در حوزه آمار استنباطی از مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار آماری SmartPLS 3.2.7 برای آزمون مدل پژوهش استفاده شده است.

یافته‌ها

آمار توصیفی

یافته‌های تحقیق بیانگر این است که ۸۴ درصد از افراد نمونه مورد مطالعه مرد و ۱۶ درصد زن بوده‌اند. از کل پاسخگویان این پژوهش، کمترین تعداد در بین رده‌های سنی، رده سنی ۲۱ تا ۳۰ سال با درصد فراوانی ۱۲ درصد و بیشترین تعداد مربوط به رده سنی ۴۱ تا ۵۰ سال با فراوانی ۴۴ درصد بوده است.

آمارهای استخراج شده در رابطه با وضعیت تحصیلات پاسخگویان بیانگر این مطلب است که ۶ درصد از این پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم و پایین‌تر، ۱۸ درصد فوق دیپلم، ۶۸ درصد لیسانس، ۴۴ درصد فوق لیسانس و ۲ درصد دارای تحصیلات دکترا بوده‌اند. از کل کارکنان پاسخ دهنده، ۹ درصد سابقه کار زیر ۵ سال، ۲۱ درصد دارای سابقه کار بین ۶ تا ۱۰ سال، ۱۰ درصد

سابقه کار بین ۱۱ تا ۱۵ سال، ۱۹ درصد سابقه کار بین ۱۶ تا ۲۰ سال، ۱۱ درصد سابقه کار بین ۲۱ تا ۲۵ سال و ۳۰ درصد سابقه کار بین ۲۶ تا ۳۰ سال داشته‌اند.

نتایج حاصله در رابطه با وضعیت سابقه کار پاسخگویان، بیانگر این مطلب است که از کل کارکنان پاسخ دهنده، ۱۶ درصد دارای پست سازمانی مدیریت، ۲۹ درصد کارشناس مسئول، ۴۱ درصد کارشناس و ۱۴ درصد از سایرین بوده‌اند.

آمار استنباطی

در تعریف علم آمار بیان می‌شود آمار علم جمع‌آوری، طبقه‌بندی و تلخیص داده‌ها، انتخاب بخشی از جامعه به عنوان نمونه، تجزیه و تحلیل داده‌های نمونه‌ای، تعمیم نتایج به جامعه و محاسبه خطای تعمیم‌پذیری است. بخش دوم از تعریف، آمار استنباطی نام دارد، در بین منابع اطلاعاتی شامل: سرشماری، آمارهای ثبتي و نمونه‌گیری، بهترین منبع برای انجام آمار استنباطی، نمونه‌گیری است که با تعریف آن هم همخوانی دارد ولی برای آمارهای ثبتي هم با اغماض آمار استنباطی انجام می‌شود (اصغری جعفرآبادی و محمدی، ۱۳۹۱).

آزمون پایایی ترکیبی و آزمون آلفای کرونباخ

چنانچه در جدول ۷ مشاهده می‌شود مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای کلیه متغیرها، بالاتر از مقدار معنی‌داری ۰/۷ بوده و نشان دهنده پایایی قابل قبول ابزار تحقیق می‌باشد. این دو شاخص را می‌توان از جداول آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی در گزارش آزمون PLS Algorithm به دست آورد.

جدول ۷: آزمون روایی و پایایی سازه‌ها

Construct Reliability and Validity روایی و پایایی سازه‌ها	Cronbach's Alpha آلفای کرونباخ	rho_A پایایی	Composite Reliability پایایی ترکیبی	Average Variance Extracted (AVE) متوسط واریانس استخراج شده
اثربخشی استراتژی بر نوآوری کارکنان	1.000	1.000	1.000	1.000
اثربخشی استراتژی بر فرایند نوآوری	1.000	1.000	1.000	1.000
اثربخشی استراتژی نوآوری	0.920	0.925	0.935	0.642
رقابت‌پذیری	0.728	0.780	0.878	0.783
سیک رهبری	0.886	0.891	0.911	0.594
فرایند نوآوری	0.855	0.863	0.903	0.699
نوآوری کارکنان	0.831	0.833	0.899	0.748
یادگیری سازمانی	0.751	0.757	0.857	0.667

آزمون روایی

آزمون روایی همگرا

روایی همگرا به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات خود می‌پردازد. این روایی در نرم‌افزار Smart PLS 3 با استفاده از معیار «متوسط واریانس استخراج شده» یا AVE سنجیده می‌شود. همانطور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، تمامی متغیرهای مدل دارای مقادیری بیشتر از ۰/۵ بوده که روایی همگرای مدل را ثابت می‌کند و مورد تأیید قرار می‌دهد.

آزمون روایی واگرا

برای تشخیص روایی واگرا می‌توان یکی از سه ملاک «آزمون بارهای تقاطعی گویه‌ها»، «آزمون فروئل - لارکر» یا «آزمون HTMT» را بررسی نمود.

الف) آزمون بارهای تقاطعی گویه‌ها (Cross Loading):

آزمون «بارهای تقاطعی» در جدول ۸، بار تقاطعی هر یک از گویه‌ها بر سازه خود و سازه‌های دیگر را نشان می‌دهد. بار عاملی گویه بر سازه خود باید حداقل ۰/۱ بیشتر از بار عاملی آن بر دیگر سازه‌ها باشد که این شرایط تمامی سؤالات برقرار بوده و این آزمون مورد تأیید می‌باشد.

جدول ۸: آزمون بار تقاطعی گویه‌ها

Cross Loadings	اثربخشی استراتژی بر نوآوری کارکنان	اثربخشی استراتژی بر فرایند نوآوری	اثربخشی استراتژی نوآوری	رقابت پذیری	سبک رهبری	فرایند نوآوری	نوآوری کارکنان	یادگیری سازمانی
Cq51	-0.071	-0.072	0.684	0.922	0.476	0.549	0.463	0.396
Cq52	-0.070	-0.136	0.483	0.846	0.479	0.404	0.397	0.379
EISq42	-0.029	-0.051	0.756	0.422	0.483	0.634	0.543	0.520
EISq44	-0.137	-0.033	0.777	0.498	0.408	0.568	0.448	0.427
EISq45	-0.111	-0.013	0.810	0.513	0.441	0.583	0.521	0.500
EISq46	-0.107	-0.025	0.840	0.484	0.472	0.602	0.508	0.525
EISq47	-0.076	-0.005	0.853	0.566	0.614	0.651	0.500	0.490
EISq48	0.024	0.090	0.811	0.595	0.582	0.619	0.485	0.401
EISq49	-0.146	-0.095	0.787	0.649	0.483	0.595	0.470	0.457
EISq50	-0.075	-0.016	0.769	0.528	0.453	0.564	0.299	0.300
EIQ34	-0.017	-0.014	0.478	0.397	0.447	0.598	0.889	0.633
EIQ35	0.080	-0.015	0.473	0.410	0.352	0.572	0.817	0.640
EIQ36	0.065	0.012	0.569	0.462	0.430	0.630	0.886	0.635
IPq37	-0.011	-0.029	0.507	0.288	0.471	0.749	0.589	0.526
IPq38	0.051	0.065	0.640	0.482	0.441	0.863	0.574	0.546
IPq39	-0.040	-0.005	0.685	0.537	0.524	0.881	0.578	0.574
IPq40	-0.019	0.029	0.705	0.501	0.514	0.845	0.589	0.530
Lq11	-0.116	-0.126	0.496	0.415	0.799	0.503	0.418	0.512
Lq14	-0.051	-0.074	0.514	0.416	0.772	0.481	0.403	0.482
Lq17	-0.025	-0.050	0.447	0.423	0.762	0.418	0.403	0.419
Lq18	-0.106	-0.165	0.445	0.409	0.743	0.511	0.407	0.443
Lq20	-0.185	-0.177	0.526	0.452	0.825	0.432	0.341	0.461
Lq5	-0.068	-0.041	0.407	0.300	0.742	0.398	0.303	0.357
Lq8	-0.134	-0.058	0.486	0.473	0.751	0.378	0.258	0.383
OLq31	-0.082	-0.144	0.473	0.346	0.493	0.505	0.488	0.776
OLq32	-0.053	-0.084	0.487	0.369	0.481	0.502	0.607	0.844
OLq33	0.013	-0.072	0.422	0.356	0.436	0.579	0.677	0.828
فرایند نوآوری * اثربخشی استراتژی نوآوری	0.795	1.000	-0.022	-0.111	-0.132	0.020	-0.006	-0.120
نوآوری کارکنان * اثربخشی استراتژی نوآوری	1.000	0.795	-0.103	-0.079	-0.128	-0.006	0.048	-0.046

ب) آزمون فورنل - لارکر:

مقادیر آزمون فورنل و لارکر در جدول ۹ نشان داده شده است که تأییدکننده روایی و اگر مدل تحقیق می‌باشد؛ زیرا تمامی مقادیر هر سطر از مقدار متناظر در قطر اصلی کمتر است.

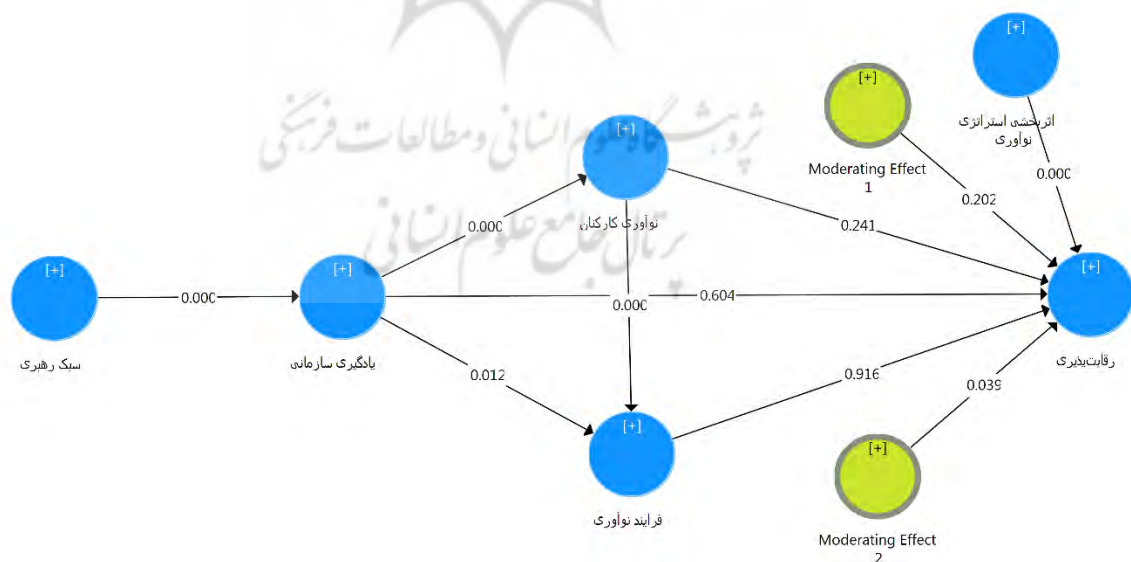
جدول ۹: آزمون فورنل - لارکر

Fornell-Larcker Criterion	اثربخشی استراتژی بر نوآوری کارکنان	اثربخشی استراتژی بر فرایند نوآوری	اثربخشی استراتژی نوآوری	رقابت پذیری	سبک رهبری	فرایند نوآوری	نوآوری کارکنان	یادگیری سازمانی
اثربخشی استراتژی بر نوآوری کارکنان	1.000							
اثربخشی استراتژی بر فرایند نوآوری	0.795	1.000						
اثربخشی استراتژی نوآوری	-0.103	-0.022	0.801					
رقابت پذیری	-0.079	-0.111	0.674	0.885				
سبک رهبری	-0.128	-0.132	0.618	0.537	0.771			
فرایند نوآوری	-0.006	0.020	0.764	0.548	0.583	0.836		
نوآوری کارکنان	0.048	-0.006	0.586	0.489	0.475	0.694	0.865	
یادگیری سازمانی	-0.046	-0.120	0.561	0.437	0.573	0.650	0.775	0.817

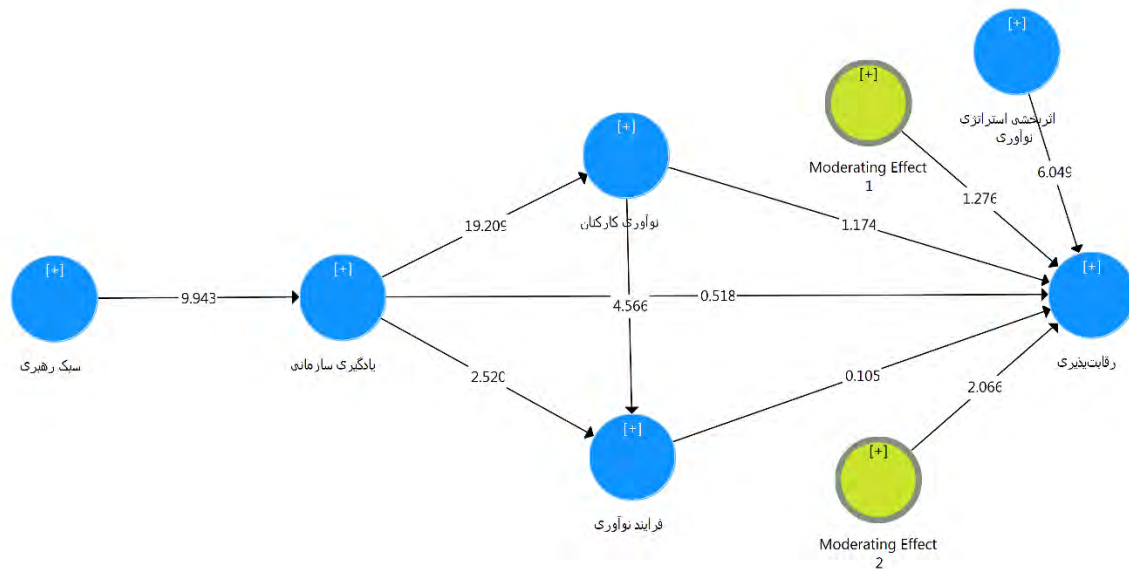
با توجه به این که آزمون‌های بارهای تقاطعی و فورنل - لارکر مورد تأیید قرار گرفت لذا روایی مدل هم مورد تأیید قرار می‌گیرد. نتیجه اینکه با اقدامات انجام شده در این قسمت هم پایایی و هم روایی مدل مورد تأیید قرار گرفته است لذا در قسمت بعد به آزمون مدل مفهومی و فرضیات تحقیق می‌پردازیم.

آزمون مدل مفهومی و فرضیات تحقیق:

این بخش از تجزیه و تحلیل، به بررسی همزمان فرضیات مستقیم (فرضیات اصلی و آن دسته از فرضیات فرعی که نقش واسطه‌ای مد نظر نباشد) در قالب مدل مفهومی پژوهش پرداخته می‌شود. شکل ۲ ضرایب مسیر و شکل ۳ ضرایب استاندارد t برای مسیرهای مستقیم در مدل مفهومی پژوهش را ارائه می‌نماید.



شکل ۲: ضرایب مسیر مدل کلی (مدل مفهومی پژوهش)



شکل ۳: ضرایب استاندارد t مدل کلی (مدل مفهومی پژوهش)

مقادیر بالاتر از ۱/۹۶ در آماره t نشان دهنده تأیید رابطه علی بین دو متغیر بوده و قدرت رابطه بر اساس مقدار ضریب مسیر تعیین می‌شود لذا به منظور سهولت در بررسی مقادیر، جدول ۱۰ این مقادیر را به صورت خلاصه ارائه نموده است.

جدول ۱۰: جدول آماره t برای مسیرهای مدل کلی

Path Coefficients	Original Sample (O) نمونه اصلی	Sample Mean (M) میانگین نمونه	Standard Deviation (STDEV) انحراف معیار	T Statistics (O/STDEV) آماره استاندارد t	P Values
استراتژی بر نوآوری کارکنان -> رقابت پذیری	0.130	0.127	0.102	1.276	0.202
استراتژی بر فرایند نوآوری -> رقابت پذیری	-0.181	-0.176	0.088	2.066	0.039
اثربخشی استراتژی نوآوری -> رقابت پذیری	0.617	0.619	0.102	6.049	0.000
سبک رهبری -> یادگیری سازمانی	0.573	0.578	0.058	9.943	0.000
فرایند نوآوری -> رقابت پذیری	0.013	0.018	0.127	0.105	0.916
نوآوری کارکنان -> رقابت پذیری	0.152	0.147	0.130	1.174	0.241
نوآوری کارکنان -> فرایند نوآوری	0.476	0.472	0.104	4.566	0.000
یادگیری سازمانی -> رقابت پذیری	-0.056	-0.053	0.108	0.518	0.604
یادگیری سازمانی -> فرایند نوآوری	0.281	0.286	0.111	2.520	0.012
یادگیری سازمانی -> نوآوری کارکنان	0.775	0.775	0.040	19.209	0.000

آزمون فرضیه‌های تحقیق

پس از بررسی و تأیید مدل اصلی، فرضیه‌های مدل تحقیق مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و اگر مقدار قدر مطلق آماره T کوچکتر از مقدار ۱/۹۶ باشد، فرضیه رد و در صورتی که مقدار قدر مطلق آماره T بزرگتر از ۱/۹۶ باشد، فرضیه تأیید می‌شود:

H1: سبک رهبری بر یادگیری سازمانی تأثیرگذار است.

با توجه به جدول (۱۰) مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۹/۹۴۳ و بزرگتر از ۱/۹۶ است پس فرض فرض صفر رد می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ سبک رهبری بر روی یادگیری سازمانی تأثیر معناداری دارد.

H2: یادگیری سازمانی بر نوآوری کارکنان تأثیرگذار است.
با توجه به جدول (۱۰) مقدار قدر مطلق آماره T برابر $19/209$ و بزرگتر از $1/96$ است پس فرض فرض صفر رد می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ یادگیری سازمانی بر روی نوآوری کارکنان تأثیر معناداری دارد.

H3: یادگیری سازمانی بر فرایند نوآوری تأثیرگذار است.
با توجه به جدول (۱۰) مقدار قدر مطلق آماره T برابر $2/520$ و بزرگتر از $1/96$ است پس فرض فرض صفر رد می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ یادگیری سازمانی بر روی فرایند نوآوری تأثیر معناداری دارد.

H4: یادگیری سازمانی بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
با توجه به جدول (۱۰) مقدار قدر مطلق آماره T برابر $0/518$ و کوچکتر از $1/96$ است پس فرض فرض صفر تأیید می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ یادگیری سازمانی بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری ندارد.

H5: نوآوری کارکنان بر فرایند نوآوری تأثیرگذار است.
با توجه به جدول (۱۰) مقدار قدر مطلق آماره T برابر $4/566$ و بزرگتر از $1/96$ است پس فرض فرض صفر رد می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ نوآوری کارکنان بر روی فرایند نوآوری تأثیر معناداری دارد.

H6: نوآوری کارکنان بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
با توجه به جدول (۱۰) مقدار قدر مطلق آماره T برابر $1/174$ و کوچکتر از $1/96$ است پس فرض فرض صفر تأیید می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ نوآوری کارکنان بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری ندارد.

H7: فرایند نوآوری بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
با توجه به جدول (۱۰) مقدار قدر مطلق آماره T برابر $0/105$ و کوچکتر از $1/96$ است پس فرض فرض صفر تأیید می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری ندارد.

H8: اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه بین نوآوری کارکنان و رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
با توجه به جدول (۱۰) مقدار قدر مطلق آماره T برابر $1/276$ و کوچکتر از $1/96$ است پس فرض فرض صفر تأیید می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه نوآوری کارکنان بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری ندارد.

H9: اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه بین فرایند نوآوری و رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
با توجه به جدول (۱۰) مقدار قدر مطلق آماره T برابر $2/066$ و بزرگتر از $1/96$ است پس فرض فرض صفر رد می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتیجه فرضیه اول با نتایج تحقیق کریمی و همکاران (۱۳۹۲) مبنی بر وجود رابط مثبت و معنادار بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن با نوآوری و نیز بین قابلیت یادگیری سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری، نتایج تحقیق چانگ^{۱۶} و همکاران (۲۰۰۶) مبنی بر اثرگذاری یادگیری سازمانی به شکل معناداری بر سطح نوآوری و خلاقیت و تحقیقات یو^{۱۷} و همکاران (۲۰۰۹) مبنی بر تأثیر یادگیری سازمانی به صورت معنادار و مثبت بر عملکرد نوآوری همسو و مطابقت دارد.

نتیجه فرضیه دوم: کریمی و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان « الگوی ساختاری روابط بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری

¹⁶ Chang

¹⁷ Wu

سازمانی با نوآوری کارکنان « نشان می‌دهد که بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن با نوآوری و همچنین بین قابلیت یادگیری سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری، رابطه معنادار وجود داشته و نتایج مدل‌سازی معادله ساختاری نشان داده که سرمایه اجتماعی بر قابلیت یادگیری سازمانی اثر مستقیم و بر نوآوری اثر غیرمستقیم داشته است.

چانگ و همکاران^{۱۸} (۲۰۰۶) پژوهشی را با عنوان « مطالعه سرمایه اجتماعی، یادگیری سازمانی، نوآوری، سرمایه فکری و عملکرد» انجام دادند که این پژوهش نشان داده که یادگیری سازمانی به شکل معناداری بر سطح نوآوری و خلاقیت اثر می‌گذارد.

یو و همکاران^{۱۹} (۲۰۰۹) مطالعه‌ای را تحت عنوان « نقش سرمایه اجتماعی و یادگیری سازمانی در ارتقای عملکرد نوآوری » انجام دادند که در نتایج آن آمده که یادگیری سازمانی به صورت معنادار و مثبت بر عملکرد نوآوری تأثیرگذار است. نتایج تحقیقات کریمی و همکاران (۱۳۹۲)، چانگ و همکاران (۲۰۰۶) و یو و همکاران (۲۰۰۹) با نتایج تحقیق حاضر همسو می‌باشند.

نتیجه فرضیه سوم با نتایج تحقیق جیمنز و سانزوالی^{۲۰} (۲۰۱۱) مبنی بر وجود رابطه مثبت هر دو متغیر نوآوری و یادگیری سازمانی با عملکرد تجاری (کسب و کار) و یادگیری سازمانی بر نوآوری، نتیجه تحقیق خانلری و سبزه‌علی (۱۳۹۳) مبنی بر رابطه مثبت یادگیری سازمانی بر نوآوری، نتیجه تحقیقات نادری‌فر و همکاران (۱۳۹۵) مبنی بر وجود همبستگی و معناداری بین ابعاد یادگیری سازمانی و ابعاد نوآوری سازمانی در مراکز آموزش عالی شهرستان زابل مطابقت دارد.

نتیجه فرضیه چهارم، این فرضیه با نتایج تحقیقاتی که بعضاً انجام شده است شاید مغایرت داشته باشد به عنوان مثال، دست‌افشان و همکاران (۱۳۹۶) با استفاده از متغیر یادگیری سازمانی به عنوان متغیر مستقل و استراتژی‌های زیست‌محیطی و عملکرد نوآوری فنی به عنوان متغیر میانجی و رقابت‌پذیری به عنوان متغیر وابسته در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر یادگیری بر رقابت‌پذیری با توجه به نقش استراتژی‌های زیست‌محیطی و عملکرد نوآوری فنی» در بین کارخانجات و شرکت‌های نساجی یزد و صنایع وابسته به آن به این نتیجه دست یافته‌اند که یادگیری سازمانی با در نظر گرفتن نقش استراتژی‌های زیست‌محیطی و عملکرد نوآوری فنی بر روی رقابت‌پذیری تأثیر دارد لذا باید به این نکته توجه داشت که در تحقیق این محققان تأثیر یادگیری سازمانی بصورت مستقیم با رقابت‌پذیری سنجیده نشده و ممکن است معناداری متغیرهای مذکور بر روی هم، وجود دیگر متغیرهای میانجی موجود در مدلشان باشد.

در مورد نتیجه فرضیه پنجم باید گفت که در این زمینه تحقیقات بسیار کمی وجود دارد که شاید بتوان دلیل آن را نزدیک بودن ماهیت متغیرهای نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری دانست، علی‌الاحال در این پژوهش به این نتیجه دست یافته شده است که نوآوری کارکنان بر روی فرایند نوآوری تأثیر مثبت و معناداری دارد و جالب توجه اینکه در مدل تحقیق، تأثیر این دو متغیر (متغیر نوآوری کارکنان و متغیر فرایند نوآوری) بر روی متغیر وابسته رقابت‌پذیری سنجیده می‌شود که در ابتدای امر هیچ تأثیر مثبت و معناداری بر آن ندارند لذا تأثیر نوآوری کارکنان و بر روی فرایند نوآوری است که بین متغیرهای وابسته و مستقل مدل، مسیری ایجاد می‌کند که می‌توان متغیرهای سبک رهبری و یادگیری سازمانی را به متغیر رقابت‌پذیری مرتبط نمود و فرضیه اصلی و کلی مدل را بررسی و تأیید کرد.

نتیجه فرضیه ششم با نتایج تحقیقات صحت و همکاران (۱۳۹۴) مبنی بر وجود رابطه مثبت و معناداری میان نوآوری سازمانی به طور کلی و انواع آن با مزیت رقابتی در شرکت‌های بیمه، رن^{۲۱} و همکاران (۲۰۱۰) مبنی بر اینکه نوآوری در بازاریابی باعث کسب مزیت رقابتی برای سازمان و بهبود عملکرد سازمانی می‌گردد، اپیتیمین^{۲۲} (۲۰۱۱) مبنی بر بهبود کسب و کار در صنعت از طریق خلاقیت و نوآوری در بازاریابی مطابقت داشته و در مجموع نتایج تحقیقات یادشده و تحقیقات متعدد دیگر حاکی از تأثیر مثبت نوآوری کارکنان بر رقابت‌پذیری می‌باشند.

نتیجه فرضیه هفتم: قاسمی‌نژاد (۱۳۹۶) در تحقیق خود با عنوان «تبیین فرایند نوآوری فناورانه از تولید تا تجاری‌سازی و انتشار ایده» بیان می‌دارد که با نظر به تحقیقات انجام‌شده در زمینه نوآوری مشاهده می‌شود که محققان زیادی به اهمیت فرآیند

¹⁸ Chang & etc

¹⁹ Wu & etc

²⁰ Jimens and Sanz valle

²¹ Ren

²² Epetimehin

نوآوری در ارتقای رقابت‌پذیری و بهره‌وری سازمان اشاره کرده‌اند.

فیض و همکاران (۱۳۹۶) با هدف مطالعه و بررسی تأثیر نوآوری بازاریابی بر رقابت‌پذیری برند از طریق نقش میانجی فرصت‌طلبی فناورانه در میان شرکت‌های صادرکننده برتر محصولات صنایع غذایی در پژوهشی با عنوان «تأثیر نوآوری بازاریابی بر رقابت‌پذیری برند با تبیین نقش فرصت‌طلبی فناورانه» نشان دادند که نوآوری بازاریابی و فرصت‌طلبی فناورانه بر رقابت‌پذیری برند، تأثیر مثبت و معنادار دارد. نتایج تحقیقات یادشده و تحقیقات متعدد دیگر حاکی از تأثیر مثبت فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری داشته و با نتیجه پژوهش حاضر همسو و هم‌راستا می‌باشند.

نتیجه فرضیه هشتم چنین بوده که در سطح اطمینان ۹۵٪ اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری دارد ولی فرایند نوآوری رابطه مثبت و معناداری با رقابت‌پذیری نداشته لیکن با در نظر گرفتن اثر مثبت متغیر مداخله‌گر استراتژی نوآوری در این رابطه می‌توان به این نتیجه دست یافت که با افزایش سطح استراتژی نوآوری، رابطه بین فرایند نوآوری و رقابت‌پذیری را بهبود بخشید تا جایی که فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری اثر مثبت و معناداری داشته باشد.

نتیجه فرضیه نهم چنین بوده که در سطح اطمینان ۹۵٪ اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری دارد ولی با توجه به جدول مذکور، فرایند نوآوری رابطه مثبت و معناداری با رقابت‌پذیری نداشته لیکن با در نظر گرفتن اثر مثبت متغیر مداخله‌گر استراتژی نوآوری در این رابطه می‌توان به این نتیجه دست یافت که با افزایش سطح استراتژی نوآوری، رابطه بین فرایند نوآوری و رقابت‌پذیری را بهبود بخشید تا جایی که فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری اثر مثبت و معناداری داشته باشد.

پیشنهاد‌های کاربردی

شاید یکی از مهمترین بخش از هر تحقیق ارائه راهکارهای عملی و واقع‌بینانه در جهت رفع مشکلی که در طول تحقیق، محقق به دنبال آن بوده است، می‌باشد. با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهاد‌های تحقیق عبارتند از:

- ✓ پیشنهاد می‌شود جهت ارتقای فرایند نوآوری که شامل اجرای به موقع پروژه‌ها، دقت در اطلاعات مربوط به نیازهای مشتریان، بهره‌گیری از ایده‌ها و راه‌حل‌های مفید و جستجو جهت راه‌حل‌های نوآورانه سیستماتیک می‌باشد به نوآوری کارکنان به خصوص در تقویت توانمندی در نوآوری در زمینه تجارت، یافتن راه‌حل‌های نوآورانه جهت غلبه بر محدودیت‌ها و ارزش قائل شدن به کسب تجربه در زمینه فعالیت‌های تجاری توجه شود.
- ✓ پیشنهاد می‌شود جهت ارتقای نوآوری کارکنان که شامل تقویت توانمندی در نوآوری در زمینه تجارت، یافتن راه‌حل‌های نوآورانه جهت غلبه بر محدودیت‌ها و ارزش قائل شدن به کسب تجربه در زمینه فعالیت‌های تجاری می‌باشد به یادگیری سازمانی در زمینه مقایسه قابلیت‌های خود با سایر شرکت‌ها، به اشتراک‌گذاری تجربیات کارکنان با سایر شرکت‌های فعال و تلاش در جهت یادگیری مستمر می‌باشد به خصوصیات سبک رهبری به ویژه رأی‌گیری در زمان اخذ تصمیمات مهم، موافقت اکثریت افراد با اتخاذ یک تصمیم، تعیین نحوه و چگونگی انجام امورات توسط کارکنان، تصمیم‌گیری توسط کارکنان، واگذاری کار به افراد، تقسیم قدرت ریاست با کارکنان، تعیین اهداف سازمانی توسط کارکنان و اجازه به کارکنان جهت انجام امور کاری خود توجه شود.
- ✓ پیشنهاد می‌شود در راستای افزایش و ارتقای یادگیری سازمانی که شامل مقایسه قابلیت‌های خود با سایر شرکت‌ها، به اشتراک‌گذاری تجربیات کارکنان با سایر شرکت‌های فعال و تلاش در جهت یادگیری مستمر می‌باشد به خصوصیات سبک رهبری به ویژه رأی‌گیری در زمان اخذ تصمیمات مهم، موافقت اکثریت افراد با اتخاذ یک تصمیم، تعیین نحوه و چگونگی انجام امورات توسط کارکنان، تصمیم‌گیری توسط کارکنان، واگذاری کار به افراد، تقسیم قدرت ریاست با کارکنان، تعیین اهداف سازمانی توسط کارکنان و اجازه به کارکنان جهت انجام امور کاری خود، توجه گردد.
- ✓ پیشنهاد می‌شود جهت ارتقای فرایند نوآوری که شامل اجرای به موقع پروژه‌ها، دقت در اطلاعات مربوط به نیازهای مشتریان، بهره‌گیری از ایده‌ها و راه‌حل‌های مفید و جستجو جهت راه‌حل‌های نوآورانه سیستماتیک می‌باشد به یادگیری سازمانی در زمینه مقایسه قابلیت‌های خود با سایر شرکت‌ها، به اشتراک‌گذاری تجربیات کارکنان با سایر شرکت‌های فعال و تلاش در جهت یادگیری مستمر توجه شود.

- ✓ پیشنهاد می‌شود جهت ارتقای رقابت‌پذیری که شامل افزایش قدرت رقابتی از طریق قابلیت‌های نوآورانه و انتخاب راه‌حل‌های نوآورانه مبتنی بر تکنولوژی بدلیل انعطاف‌پذیری در تکنولوژی می‌باشد به نوآوری کارکنان در زمینه در تقویت توانمندی در نوآوری در زمینه تجارت، یافتن راه‌حل‌های نوآورانه جهت غلبه بر محدودیت‌ها و ارزش قائل شدن به کسب تجربه در زمینه فعالیت‌های تجاری توجه شود.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد جهت ارتقای رقابت‌پذیری که شامل افزایش قدرت رقابتی از طریق قابلیت‌های نوآورانه و انتخاب راه‌حل‌های نوآورانه مبتنی بر تکنولوژی بدلیل انعطاف‌پذیری در تکنولوژی می‌باشد به استراتژی اثربخشی نوآوری در زمینه وجود اتفاق نظر در چگونگی افزایش توان رقابتی با استفاده از نوآوری، درک واضح از استراتژی در حوزه نوآوری، آگاهی از چگونگی ارتقای رقابت‌پذیری، کسب مزیت رقابتی از طریق سیستم‌های نوآور و مناسب، غلبه بر چالش‌ها با استفاده از راه‌حل‌های کاملاً جدید و مناسب، غلبه بر مشکلات از طریق وجود ساختار سازمانی نوآور، رشد و توسعه بعنوان آرمان مشترک، حمایت مدیران از راه‌کارها و ایده‌های نوآور و وجود تناسب بین پروژه‌ها و استراتژی کسب و کار توجه شود.

منابع و مآخذ

۱. اصغری محسن و رحیمی حمید (۱۳۹۶). «بررسی ارتباط بین فرآیند تبدیل دانش با نوآوری و خلاقیت در بین کارکنان اداره آموزش و پرورش شهرستان آمل»، مجله مطالعات دانش‌شناسی، شماره ۱۱، تابستان، ۱- ۱۹.
۲. اصغری جعفرآبادی محمد و محمدی سیده مؤمنه، (۱۳۹۱). «مقدمه‌ای بر آمار استنباطی»، دوماهنامه دیابت و لیپید ایران، شماره ۳، بهمن و اسفندماه، ۱۷۳- ۱۹۲.
۳. بنیادی‌نائینی علی، احدزاده‌نمین مهناز و امینی علی (۱۳۹۵). «بهبود کارایی در توانمندی‌های نوآورانه فناورانه و رقابت‌پذیری شرکت‌های داروسازی با اعمال هوشمندی فناوری با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها»، مجله مدیریت بهداشت و درمان، شماره ۷، تابستان، ۶۳- ۷۳.
۴. خاکی غلامرضا، (۱۳۷۸). «روش تحقیق به رویکردی به پایان نامه نویسی»، وزارت فرهنگ و آموزش عالی، مرکز تحقیقات علمی کشور با همکاری کانون فرهنگی انتشاراتی درایت، ۱۵۵.
۵. خانلری امیر و سبزه‌علی رضوان، (۱۳۹۳). «بررسی رابطه یادگیری سازمانی و عملکرد مالی از طریق فرایند نوآوری در شرکت‌های صنعتی گلپایگان»، مجله مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، زمستان، ۷۷۳- ۷۹۰.
۶. دست‌افشان مجید، نایب‌زاده شهناز و معین‌الدین محمود، (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر یادگیری بر رقابت‌پذیری با توجه به نقش استراتژی‌های زیست‌محیطی و عملکرد نوآوری فنی»، دومین کنفرانس سالانه اقتصاد، مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید چمران، تیرماه.
۷. رجب‌پور ابراهیم و شاکری سعید، (۱۳۹۵). «بررسی رابطه بین سبک رهبری کریمانه و یادگیری سازمانی با تأکید بر فراموشی سازمانی هدفمند»، دو فصلنامه علمی - تخصصی اسلام و مدیریت، شماره ۸ و ۹، بهار و تابستان، ۵۱- ۷۳.
۸. رشیدآبادی سیدمهدی، دهنوی مریم و بهمدی معصومه (۱۳۹۶). «بررسی سبک رهبری مدیران و تأثیر آن بر تعهد سازمانی کارکنان و مدیران تامین اجتماعی خراسان رضوی»، فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، شماره ۳، تابستان، ۲۰۹- ۲۱۵.
۹. زندحسامی حسام و آشتیانی‌پور زینب، (۱۳۹۲). «تحلیل چگونگی تأثیر قابلیت‌های نوآوری فناورانه بر رقابت‌پذیری شرکت‌های کوچک و متوسط»، نشریه علمی - پژوهشی مدیریت نوآوری، شماره ۲، تابستان، ۱- ۲۴.
۱۰. شکری زینب و خیرگو منصور، (۱۳۸۸). «نقش یادگیری در نوآوری سازمانی»، مجله تدبیر، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره ۲۱۲، زمستان، ۴۵- ۴۸.
۱۱. صحت سعید، مظلومی نادر و فحیمی محمدپور حمید، (۱۳۹۴). «رابطه بین نوآوری سازمانب و مزیت رقابتی در شرکت‌های بیمه»، پژوهشنامه بیمه، شماره ۲، تابستان، ۱- ۳۴.

۱۲. عباسی محمدرضا، محمودی میمند محمد، امینی محمدتقی و رحیمی کلور حسین، (۱۳۹۱). «تحلیل روابط بین عوامل مؤثر بر مؤلفه‌های رقابت‌پذیری با استفاده از تکنیک همبستگی کانونی (مورد مطالعه: واحدهای ستادی شرکت های بیمه شهر تهران)»، پژوهش‌نامه مدیریت تحول، شماره ۷، بهار و تابستان، ۱-۲۰.
۱۳. فیض داود، موتمنی علیرضا، کردنائیچ اسداله، زارعی عظیم و دهقانی سلطانی مهدی، (۱۳۹۶). «تأثیر عملکرد برند بر رقابت‌پذیری برند با تبیین نقش فرصت‌طلبی فناورانه»، پژوهش‌های مدیریت عمومی، بهار، شماره ۳۵، ۱۵۹-۱۸۲.
۱۴. قاسمی‌نژاد یاسر، (۱۳۹۶). «تبیین فرایند نوآوری فناورانه از تولید تا تجاری‌سازی و انتشار ایده»، فصلنامه رشد فناوری، شماره ۵۰، بهار، ۲۹-۴۰.
۱۵. کاظمی علیرضا و شکبیا علیرضا، (۱۳۹۳). «بررسی عوامل تأثیرگذار در ایجاد نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی، تحقیق موردی: شرکت هپکو»، همایش مدیریت تحول در سازمان‌ها با رویکرد علوم رفتاری، تهران، موسسه نیروی تدبیر ایرانیان.
۱۶. کاویانی‌پور احمد، همایونی فر مسعود، احمدی شادمهری محمدطاهر، (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر فاکتورهای مهم رقابت‌پذیری شرکت‌ها در صنایع ایران»، کنفرانس توانمندسازی اصلاح رفتارهای اقتصادی، شرکت علمی پژوهشی پندار اندیش رهپو، تیرماه، شیراز.
۱۷. کرمانجانی فاطمه، نظری حسین و سقایی سمر، (۱۳۹۳). «بررسی رابطه بین یادگیری سازمانی با سبک‌های رهبری مختلف مدیران دانشگاه در دانشگاه پیام نور ساوه»، دومین همایش ملی مدیریت کسب و کار.
۱۸. کریمی فریبا، احمدی دستجردی سمیه و رجایی‌پور سعید، (۱۳۹۲). «الگوی ساختاری روابط بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان»، مجله مدیریت بهره‌وری، شماره ۲۷، زمستان، ۱۶۵-۱۸۲.
۱۹. کهنسال زیدی مهدی، حجازی سیدشهاب‌الدین و طحانی غلامرضا، (۱۳۹۶). «تأثیر یادگیری سازمانی بر اشتیاق شغلی کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر»، فصلنامه علمی پژوهشی آموزش علوم دریایی، شماره ۸، بهار، ۸۱-۹۱.
۲۰. ملاحسینی علی و برخوردار بابک، (۱۳۸۶). «بررسی رابطه بین مهارت‌های خودمدیریتی و نوآوری کارکنان در سازمان‌های استان کرمان»، پژوهش‌نامه‌ی علوم انسانی و اجتماعی ویژه مدیریت، شماره ۲۷، زمستان، ۹۷-۱۱۲.
۲۱. مقدم علی و عباس‌نژاد محمدحسین، (۱۳۹۳). «بررسی و تعیین رابطه بین سبک رهبری، جو سازمانی و نوآوری از دیدگاه اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم انتظامی امین»، فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت منابع در نیروی انتظامی، شماره ۳، تابستان، ۱-۲۴.
۲۲. مهیا محمذنور، فراهانی مجیدجلالی، علیدوست‌قهرخی ابراهیم و ابراهیم‌نژاد سلامی جعفر (۱۳۹۶). «بررسی رابطه بین سبک رهبری مربیان با خودکارآمدی والیبالیست‌های لیگ برتر استان هرمزگان»، مجله مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، شماره ۳، پاییز، ۲۱-۳۱.
۲۳. نادری‌فر علیرضا، هادیان‌مهر هانیه و معینی‌زاد ناهید، (۱۳۹۵). «تأملی بر رابطه یادگیری سازمانی و نوآوری در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی شهرستان زابل و حومه»، چهارمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری سازمان مدیریت صنعتی آذربایجان شرقی.
۲۴. هاشمی سیداسماعیل، شایان امین سمیرا، حاجی‌یخچالی علیرضا و نعیمی عبدالزهر، (۱۳۹۶). «تأثیر آموزش فرآیند حل مسأله خلاق بر خلاقیت و نوآوری کارکنان منطقه چهار عملیات انتقال گاز»، فصلنامه علمی، پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، شماره ۲، پاییز، ۵۹-۸۲.
۲۵. یعقوبی نورمحمد، شکوهی جواد، رئیسی‌شهرودی حفصه و سیدی‌فرزانه، (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر سبک‌های رهبری بر عملکرد سازمانی با میانجی‌گرهای یادگیری و نوآوری سازمانی»، پژوهش‌نامه مدیریت تحول، شماره ۱۴، پاییز و زمستان، ۳۳-۵۶.
26. Bettis H. (2012). Decision-making's impact on organizational learning and information overload, Journal of Business Research, Volume 65, Issue 6, June 2012, Pages 814-820.
27. Birasnav M. (2013). Knowledge management and organizational performance in the service industry: The role of transformational leadership beyond the effects of transactional leadership, Journal of Business Research, Volume 67, Issue 8, August 2014, Pages 1622-1629.

28. Chang, S.C, C.Y. Chiang, C.Y. Chu. & Y.B. Wang (2006), The study of social capital, organizational learning, innovativeness, intellectual capital, and performance, *The Journal of Human Resource and Adult learning*, Vol. 2, No.2, pp. 63-71
29. Epetimehin, F., 2011. Achieving competitive advantage in insurance industry: The impact of marketing innovation and creativity. *European Journal of Social Sciences*, 19(1), pp.123-127.
30. Garcia V., Jimenez M. , Gutierrez L. (2012). Transformational leadership influence on organizational performance through organizational learning and innovation, *Journal of Business Research*, Volume 65, Issue 7, July 2012, Pages 1040–1050.
31. Herciu M. & Ogrea C. (2015). Wealth, Competitiveness, and Intellectual Capital – Sources for Economic Development, *Procedia Economics and Finance*, Volume 27, 2015, Pages 556–566.
32. Herman H.M., Warren C.K. (2014). Transformational leadership and job performance: A social identity perspective, *Journal of Business Research*, Volume 67, Issue 1, January 2014, Pages 2827–2835
33. Honarpour A, Jusoh A & Nor KH Md. (2017). Total quality management, knowledge management, and innovation: an empirical study in R&D units, *Journal Total Quality Management & Business Excellence*, January, 1 – 19.
34. Hui Lee H., Zhou J. & Hsu p. (2015). The role of innovation in inventory turnover performance, *Decision Support Systems*, Volume 76, August 2015, Pages 35–44.
35. Husain Z, Dayan M & Benedetto C, (2016). The impact of networking on competitiveness via organizational learning, employee innovativeness, and innovation process: A mediation model, *Journal of Engineering and Technology Management* , Volume 40, April–June 2016, Pages 15–28.
36. Jimens, J.D. and Sanz Valle, R., 2011. Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of Business Research*, 64(4), pp. 408–417.
37. Karlsson, A. K. (2007). Knowledge and Learning in Aid Organizations– A literature review with suggestions for further studies. SADEV.
38. Ren, L., Xie, G. and Krabbendam, K., 2010. Sustainable competitive advantage and marketing innovation within firms: A pragmatic approach for Chinese firms. *Management Research Review*. 33(1), pp.79-89.
39. Wu, C.M, C.R. Ay. & B.Y.H. Lien (2009), The role of social capital and organizational learning in promoting innovation performance, *Int,J, Information Systems and Change Management*, Vol.4, No.2, pp. 171-186.