

تحلیل تأثیر عوامل حمایتی سازمانی بر قابلیت‌های نوآوری سازمان با در نظر گرفتن نقش میانجی ظرفیت جذب دانش

اسد حجازی^{۱*}، امیر هوشنگ نظرپوری^۲

۱. استادیار گروه مدیریت آموزشی پردیس شهید چمران تهران، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

۲. استادیار گروه آموزشی مدیریت دانشکده اقتصاد دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۸/۰۲ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۲/۱۰)

چکیده

عوامل حمایتی سازمانی پیشایندهای مهم در فرایند نوآوری محسوب می‌شوند. این پژوهش، با تمرکز رویکرد دانش‌محور بر نوآوری در سازمان و تأثیر عوامل حمایتی سازمانی بر قابلیت‌های نوآوری سازمان، با توجه به نقش میانجی گرایانه ظرفیت جذب دانش، انجام شد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و به لحاظ روش توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط صنعت پوشاک و نساجی در استان لرستان، به تعداد ۴۸۱ نفر، بود. براساس جدول مورگان حجم نمونه ۲۱۷ تعیین شد. به منظور گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه استاندارد عوامل حمایتی سازمانی لوکانن (۲۰۱۲)، پرسش‌نامه استاندارد ظرفیت جذب یولز و همکارانش (۲۰۱۱)، و پرسش‌نامه قابلیت‌های نوآوری سازمانی تاسی (۲۰۰۱) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، تکنیک تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر کوواریانس محور به کار رفت. نتایج حاصل از تبیین روابط بین متغیرها و آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان داد متغیرهای «سیستم پاداش مبتنی بر عملکرد»، «ظرفیت ریسک‌پذیری»، و «حمایت مدیریت عالی از ایده‌پردازی» بر ظرفیت بالقوه جذب دانش و ظرفیت واقعی جذب دانش در سازمان بیشترین تأثیر را دارند. همچنین ظرفیت بالقوه و ظرفیت واقعی جذب دانش بر قابلیت‌های نوآوری سازمان، شامل نوآوری در محصول و فرایند و نوآوری مدیریتی، تأثیر فراوان دارند.

کلیدواژه‌گان

تحلیل عاملی تأییدی، ظرفیت بالقوه جذب، ظرفیت واقعی جذب، عوامل حمایتی سازمانی، قابلیت‌های نوآوری.

مقدمه

سازمان‌های امروزی، به دلیل پیچیدگی و عدم اطمینان بالای محیط، به خلق دانش به‌منظور ایجاد نوآوری نیاز دارند. در محیط پیچیده و پویای امروزی، خلق و بهره‌برداری از دانش برای یک سازمان، به‌منظور دستیابی به نوآوری، امری حیاتی و اجتناب‌ناپذیر است. با وجود تغییرات شتابان در محیط رقابتی امروز، توانایی سازمان برای دستیابی سریع به نوآوری^۱ از طریق کسب و به‌اشتراک‌گذاری دانش و به‌طورکلی توسعه قابلیت‌ها و ظرفیت جذب دانش عاملی اساسی و حیاتی در موفقیت سازمان برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار است. در صنعت پوشاک و نساجی، با توجه به تغییرات روزافزون سلیقه و علایق مشتریان و ضرورت ارائه محصولات جدید و خلاقانه، تحقق نوآوری مستلزم به‌کارگیری روش‌های پویا جهت خلق و به‌کارگیری دانش است. به‌طورکلی توجه به مفهوم «دانستن»^۲ عنصری محوری در فعالیت‌های ارائه محصولات و خدمات محسوب می‌شود. اگر ظرفیت جذب^۳ توانایی شرکت در تشخیص و تسهیم و به‌کارگیری دانش بیرونی تعریف شود، اهمیت و جایگاه عوامل سازمانی، همچون حمایت مدیریت از ایده‌پردازی و توسعه جو سازمانی حامی خلاقیت و نوآوری، در توسعه ظرفیت جذب و بهره‌برداری از دانش در فرایندهای محوری و ارزش‌زا در سازمان نمود بیشتری پیدا می‌کند. مدیران و تصمیم‌گیرندگان شرکت‌های حوزه صنعت پوشاک و نساجی، به‌جای تمرکز صرف روی منابع نوآوری، لازم است به‌طور ویژه بر عوامل سازمانی که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم قابلیت‌های نوآوری سازمان و خلق ارزش را تحت تأثیر قرار می‌دهند متمرکز شوند (Laukkanen 2012).

نظر به اینکه نوآوری در سازمان‌ها در سایه حمایت سازمانی و با وجود عوامل حمایتی، نظیر حمایت مدیریت سازمان از ایده‌های جدید و خلاقانه، اتفاق می‌افتد و این عوامل حمایتی پیشایندهای نوآوری محسوب می‌شوند، شناسایی و تبیین این عوامل و نقشی که می‌توانند در تقویت فرایند نوآوری داشته باشند امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. بر این اساس، نظر به

-
1. Technological innovations
 2. Knowing
 3. Absorptive capacity

خلاً تئوریک و پژوهشی، این تحقیق با هدف شناسایی عوامل حمایتی سازمانی و همچنین چگونگی تأثیر آن‌ها بر نوآوری در صنعت پوشاک و نساجی انجام شد. با توجه به اهمیت دانش و توانایی شرکت‌های صنعت پوشاک و نساجی در کشف و جذب و به‌کارگیری دانش جدید در فرایند تولید محصولات و ارائه خدمات نوآورانه، در این تحقیق ظرفیت جذب دانش، به‌منزله متغیر میانجی، بررسی شد. بنابراین، سؤال اساسی تحقیق این است که عوامل حمایتی سازمانی چگونه می‌توانند بر قابلیت‌های نوآوری در صنعت پوشاک و نساجی تأثیر بگذارند؟ و نقش میانجی گرایانه ظرفیت جذب دانش در این رابطه چگونه است؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

عوامل حمایتی سازمانی

در مقوله مدیریت دانش، عوامل حمایتی سازمانی بر ساختار، فرهنگ، فرایندها، شیوه‌های مدیریتی، و مکانیسم‌هایی در سازمان اشاره دارد که فرایند کسب و تسهیم دانش در سازمان را پشتیبانی می‌کنند. مدیریت عالی سازمان می‌تواند، از طریق فراهم آوردن زیرساخت‌های لازم برای پذیرش فناوری‌های جدید و تعریف روشن اهمیت و نقش این فناوری‌ها، شرایط مثبت و مطلوبی برای پذیرش ایده‌های جدید و نوآوری‌های سازمانی به‌وجود آورد. حمایت مدیریت اشاره به حلقه‌ای دارد که مدیریت سازمان محیطی تعاملی و تسهیل‌کننده برای حمایت از ایده‌پردازی و اعتماد سازمانی ایجاد می‌کند. حمایت مدیریت از حل مسئله و راه‌حل‌های تعارض‌ناپذیر اساسی در مرحله ایده‌پردازی و توسعه و به‌کارگیری ایده‌های جدید ایفا می‌کند (Alpkan et al 2010). اختصاص زمان آزاد برای کارکنان یکی دیگر از عوامل مهم و مؤثر بر فعالیت‌های روزمره و نوآوری ایده‌های جدید است که کارکنان را به ریسک‌پذیری و به‌کارگیری ایده‌های جدید در فرایندهای سازمانی تشویق می‌کند. گرچه زمان آزاد برای ایده‌پردازی عاملی مهم و حیاتی در فرایند نوآوری محسوب می‌شود، تحقیقات چندانی درخصوص بررسی رابطه بین اختصاص زمان آزاد و نوآوری صورت نگرفته است (Darini et al 2011). براساس نظر ایندیریکا و همکارانش (Indreicaa et al 2011)، زمان آزاد برای ایده‌پردازی یکی از منابع ضروری برای یادگیری و کسب دانش جدید محسوب می‌شود.

بنابراین، مدیران همواره به دنبال تشویق کارکنان به بهره‌برداری کارا از زمان برای انجام دادن کار و اختصاص زمان آزاد به کارکنان برای ایده‌پردازی هستند. همچنین، فرایند نوآوری در سازمان می‌تواند از درجه استقلال و آزادی عمل در کار تأثیر بپذیرد (Jing et al 2010). آزادی عمل در کار ابتکارات شغل درخصوص حل مسئله یا انجام دادن فعالیت‌های شغلی تعریف می‌شود. انواع مختلف پاداش می‌تواند در حمایت از مهارت‌ها و توانایی کارکنان و کسب دانش جدید و نوآوری نقشی بارز داشته باشد (Moreno & Meléndez 2011). پاداش شامل همه چیزهایی است که از نظر کارکنان ارزشمند است و مدیریت مایل است درازای موفقیت‌های کارکنان به آنان پرداخت کند (Chianga & Birtchb 2008). اگر کارکنان به سیستم پاداش سازمان اعتماد داشته باشند، به گونه‌ای کار می‌کنند که از موفقیت سازمان اطمینان حاصل کنند و در نتیجه در فرایندهای ایجاد نوآوری سازمانی مشارکت می‌کنند. در نهایت، رفتار ریسک‌پذیرانه مدیران می‌تواند سطح اعتماد کارکنان را افزایش دهد و به‌مثابه مشوق نوآوری سازمانی عمل کند (Alpkan et al 2010). بر این اساس و نظر به مطالعات دارینی و همکارانش (۲۰۱۱)، آیدریکا و همکارانش (۲۰۱۱)، آلپکان و همکارانش (۲۰۱۰)، و همچنین نظریات لوکانن (۲۰۱۲) عوامل حمایتی سازمانی در فرایندهای جذب دانش شامل حمایت مدیریت از ایده‌پردازی^۱، اختصاص زمان آزاد به ایده‌پردازی^۲، آزادی عمل در کار^۳، سیستم پاداش مبتنی بر عملکرد^۴، و ظرفیت ریسک‌پذیری^۵ است.

ظرفیت جذب

برخی محققان ظرفیت جذب را توانایی یک شرکت در ارزیابی دانش خارجی جدید و اجرای آن در مقاصد تجاری تعریف می‌کنند. به عبارت دیگر، به توانایی یک سازمان در استفاده از منابع خارجی (دانش و فناوری) ظرفیت جذب گفته می‌شود. ظرفیت جذب توانایی تشخیص ارزش اطلاعات و دانش جدید و تسهیم و به‌کارگیری آن برای اهداف کسب‌وکار تعریف

1. Management support for idea generation
2. Allocation of free time
3. Work discretion
4. Performance based reward system
5. Tolerance for risk taking

می‌شود (Moreno & Meléndez 2011). براساس نظر اسپارو و همکارانش، ظرفیت جذب قابلیت پویاست که از چهار قابلیت سازمانی - شامل کسب، تسهیم، تبدیل، و به‌کارگیری دانش در سازمان - تشکیل شده است. ظرفیت جذب توانایی شناسایی، کسب، تسهیم، به‌اشتراک‌گذاری، و در نهایت به‌کارگیری دانش در فرایندهای داخلی سازمان است (Andersén & Kask 2012). توجه به ظرفیت جذب یکی از ابزارهای بسیار مهم برای حضور و دوام در دنیای پرقاب و پیچیده امروز است. فقط بنگاه‌ها و سازمان‌هایی که بتوانند درک مناسبی از توانایی‌های خود و شناسایی دقیقی از محیط داشته باشند و الگوی تعاملی پویایی را طرح‌ریزی کنند می‌توانند بقا و رشد خود را تضمین کنند. از کاربردهای مهم ظرفیت جذب می‌توان افزایش نوآوری، افزایش سرعت رشد نسبی دانش، کاهش فاصله و شکاف دانش و فناوری، به‌وجود آوردن دیدگاه ارگانیک و دستگاهی درخصوص فرایند تکامل سازمان، و توجه به اهمیت تعاملات خارجی سازمان را نام برد (گلکار ۱۳۹۲). از دیدگاه قابلیت‌های پویا، سازمان‌ها نهادهای دانش‌اند که در قالب فرایندهای دانش فعالیت می‌کنند. سازمان‌هایی که در حال رقابت‌اند، با اطلاعات جدید به‌دست‌آمده و با منابع موجود در سازمان، قابلیت‌های جدیدی را ایجاد می‌کنند. ظرفیت جذب مجموعه‌ای از فرایندها و روندهای سازمانی است که طی آن سازمان‌ها دانش را کسب، شبیه‌سازی، انتقال، و استخراج می‌کنند تا قابلیت‌هایی پویا در خود ایجاد کنند که به خلق و بهره‌گیری از دانش مرتبط است و توانایی سازمان را برای دستیابی و حفظ برتری افزایش می‌دهد (مرادی و همکاران ۱۳۹۱).

انواع ظرفیت جذب

ظرفیت جذب به دو مقوله اساسی ظرفیت جذب بالقوه^۱ و ظرفیت جذب واقعی^۲ تقسیم می‌شود. ظرفیت جذب بالقوه عبارت است از توانایی سازمان برای کسب^۳ و به‌اشتراک‌گذاری^۴ دانش جدید در سازمان. قابلیت کسب به توان سازمان در شناسایی و

-
1. Potential absorptive capacity
 2. Actual absorptive capacity
 3. Acquisition
 4. Assimilation

تسهیل دانش جدید اطلاق می‌شود. سازمان از طریق این قابلیت می‌تواند سریع به دانش و مهارت‌های جدید دست یابد. قابلیت تسهیم دانش به توان سازمان برای تجزیه و تحلیل دانش و به‌اشتراک‌گذاری آن در سازمان اطلاق می‌شود. این قابلیت به تعاملات و به‌اشتراک‌گذاری دانش بین اعضای سازمان وابسته است (Yolles et al 2011). ظرفیت جذب واقعی توانایی سازمان برای تبدیل دانش و به‌کارگیری آن در فرایندهای سازمانی تعریف می‌شود (Zahra & George 2002). قابلیت تبدیل^۱ عبارت است از توانایی سازمان در یکپارچه‌سازی دانش جدید و دانش فعلی سازمان و تسهیل بهره‌برداری از دانش یکپارچه سازمانی (Flatten et al 2011). سازمان‌ها، از طریق توسعه تعاملات میان افراد و گروه‌ها، دانش کسب‌شده را از شکل ضمنی به دانش صریح تبدیل می‌کنند. قابلیت به‌کارگیری^۲ یا بهره‌برداری دانش نیز به توانایی سازمان برای به‌کارگیری دانش در فرایند تولید و عملیات سازمان جهت کسب مزیت رقابتی پایدار اطلاق می‌شود (Michailova & Jormanainen 2011). سنگ و همکارانش بر آن‌اند که حرکت از مرحله به‌اشتراک‌گذاری دانش به مرحله تبدیل^۳ تغییر از ظرفیت جذب بالقوه به ظرفیت جذب واقعی تعریف می‌شود.

قابلیت‌های نوآوری

ضرورت نوآوری، به‌منزله یک فعالیت مهم، آن‌قدر برای سازمان‌ها حیاتی است که سازمان‌هایی که در زمینه ایجاد نوآوری ریسک‌پذیر نیستند از صحنه رقابت حذف می‌شوند. نوآوری، اغلب، تغییر در آنچه سازمان ارائه می‌کند (نوآوری محصول یا خدمت) و تغییر در روش‌های خلق و ارائه این محصولات (نوآوری فرایند) تعریف می‌شود. روش‌های مختلفی برای دستیابی به مزیت رقابتی وجود دارد؛ که از میان آن‌ها «نوآوری» و «انعطاف‌پذیری» دو روش مهم در بازارهای پویاست (Francis et al 2010). تاسی قابلیت‌های نوآوری سازمان را شامل نوآوری در محصول، نوآوری در فرایند، و نوآوری مدیریتی می‌داند. نوآوری در محصول توانایی سازمان برای ارائه محصولات یا خدمات

-
1. Transformation capacity
 2. Application capacity

متمایز و جدید در بازارهای پویا و کسب رضایت مشتریان تعریف می‌شود. نوآوری در محصول سه مقوله نوآوری بنیادین^۱، نوآوری افزایشی^۲، و نوآوری سیستمی^۳ را شامل می‌شود. نوآوری در فرایند نیز فراگردی است که براساس آن یک شرکت می‌تواند تولید بهتر یا خدمات‌دهی مطلوب‌تری از عملیات فعلی سازمان، جهت دستیابی به عملکرد بالاتر، فراهم آورد. نوآوری فرایند به نوآوری‌های فنی مرتبط است و می‌تواند هزینه‌های عملیاتی سازمان را کاهش دهد و قابلیت‌های بهینه قابل توجهی برای نوآوری سازمانی ارائه کند. و نوآوری مدیریتی قابلیت است که عملکرد سازمان را از طریق قوانین و مقررات و سیستم‌ها و شیوه‌های مدیریتی نوین بهبود می‌بخشد. بنابراین، دانش چگونگی افزایش کارکردها و ارتقای مکانیسم‌های مدیریتی یک قابلیت نوآوری برای سازمان محسوب می‌شود.

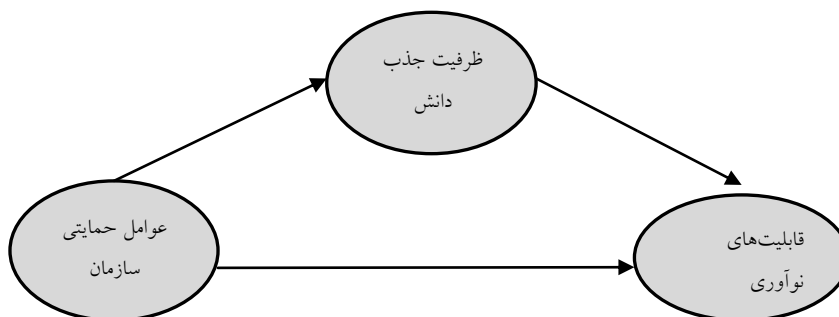
مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

مرور مبانی نظری و تحقیقات مرتبط نشان می‌دهد عوامل سازمانی چندی می‌توانند بر ظرفیت جذب سازمان تأثیر بگذارند. براساس نظر لوکانن (۲۰۱۲) ایده‌پردازی، اختصاص زمان آزاد، و به‌کارگیری روش‌های انتقال دانش در سازمان نقشی مهم در ظرفیت بالقوه جذب دانش دارند. ربولدئو و همکارانش (۲۰۱۲) در یک بررسی نشان دادند فعالیت‌های تحقیق و توسعه در حوزه دانش جدید فرصت‌های عمده‌ای برای بهبود قابلیت‌های نوآوری در سازمان ایجاد می‌کند. علاوه بر آن فعالیت‌های تحقیق و توسعه به سازمان این امکان را می‌دهد که جهت تحقق نوآوری دانش ضمنی را به دانش صریح تبدیل کنند. وو و فنگ (۲۰۱۰) نشان دادند ایده‌پردازی می‌تواند نقطه شروع نوآوری در سازمان باشد و سازمان می‌تواند از طریق تعاملات بین کارکنان تحقیق و توسعه و کارکنان حوزه بازاریابی به ایده‌های نو دست یابد. همچنین، این دو نظریه پرداز نشان دادند ماهیت ساختار سازمان و درجه آزادی عمل کارکنان، به‌منزله عوامل مهم حمایتی سازمان، می‌تواند ابزارهای اساسی توسعه قابلیت‌های نوآوری باشند. اکگان و همکارانش (۲۰۱۰) نیز در یک مطالعه نشان

-
1. Radical innovation
 2. Incremental innovation
 3. System innovation

دادند چنانچه کارکنان سازمان احساس کنند ایده‌هایشان ارزشمند است و به نوآوری در محصولات و تغییر فرایندها و تغییر شیوه‌های مدیریتی منجر می‌شود، تعهد به نوآوری افزایش و قابلیت‌های نوآوری سازمان توسعه می‌یابد. لیائو و همکارانش (۲۰۱۰) در زمینه رابطه عوامل حمایتی سازمان و ظرفیت جذب نشان دادند سازمان با ساختار پویا و ارتباطات باز با احتمال بیشتری می‌تواند به دانش جدید دست یابد و آن را از طریق تعاملات بین افراد و گروه‌های سازمانی به اشتراک گذارد تا ظرفیت جذب دانش در سازمان افزایش یابد. گباور و همکارانش (۲۰۱۲) نشان دادند ظرفیت بالقوه و ظرفیت واقعی جذب دانش می‌تواند از طریق شناسایی سریع و مستمر دانش جدید و جذب و به‌اشتراک‌گذاری آن در ساختار سازمان و به‌کارگیری آن در فرایندهای ارزش‌زا قابلیت‌های نوآوری سازمان را توسعه دهد. حجازی و کشت‌کار (۱۳۹۵) در پژوهشی درباره شناسایی عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (مورد مطالعه: صنعت پوشاک) به این نتیجه رسیدند که سیاست‌های حمایتی دولت و شیوه مدیریت و عوامل اجتماعی و فرهنگی از عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک در صنعت پوشاک‌اند. جعفری و همکارانش (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر توانمندسازی کارکنان بر توسعه سازمانی با تأکید بر حمایت سازمانی ادراک‌شده» اعلام کردند بین توانمندسازی کارکنان و حمایت سازمانی ادراک‌شده و توسعه سازمانی رابطه معنادار وجود دارد. همچنین به این نتیجه رسیدند که توانمندسازی کارکنان به‌طور غیرمستقیم و با واسطه حمایت سازمانی ادراک‌شده می‌تواند بر توسعه سازمانی تأثیر بگذارد.

نظر به نقش و جایگاه ظرفیت جذب در توسعه قابلیت‌های نوآوری سازمان و همچنین نقش عوامل سازمانی - شامل حمایت مدیریت عالی از ایده‌پردازی، تخصیص زمان آزاد برای ایده‌پردازی، آزادی عمل در کار، سیستم پاداش مبتنی بر عملکرد، ظرفیت ریسک‌پذیری - در تقویت فرایند جذب دانش و توسعه قابلیت‌های نوآوری مدل مفهومی تحقیق به صورت شکل ۱ توسعه داده شد.



شکل ۱. چهارچوب مفهومی پژوهش

براساس مدل مفهومی شکل ۱، فرضیه‌های پژوهش بدین شرح تدوین شد:

فرضیه ۱. عوامل حمایتی سازمانی بر ظرفیت جذب دانش تأثیر معنادار دارد.

فرضیه ۲. عوامل حمایتی سازمانی بر قابلیت‌های نوآوری تأثیر معنادار دارد.

فرضیه ۳. ظرفیت جذب دانش بر قابلیت‌های نوآوری تأثیر معنادار دارد.

روش پژوهش

از آنجا که نتایج به دست آمده در این پژوهش در آگاهی بخشیدن به مدیران و کارشناسان کسب و کارهای کوچک و متوسط در زمینه چگونگی تأثیر عوامل حمایتی سازمانی بر ظرفیت جذب و قابلیت نوآوری سازمان استفاده می‌شود، برحسب هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است. همچنین این تحقیق، به لحاظ روش، توصیفی - پیمایشی است و براساس تحلیل ماتریس همبستگی به تبیین روابط میان متغیرهای مدل مفهومی می‌پردازد. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط صنعت پوشاک و نساجی در استان لرستان به تعداد ۴۸۱ نفر بود که براساس جدول مورگان حجم نمونه ۲۱۷ تعیین و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار به کاررفته جهت گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه استاندارد عوامل حمایتی سازمانی لوکانن (۲۰۱۲)، پرسش‌نامه استاندارد ظرفیت جذب یولز و همکارانش (۲۰۱۱)، و پرسش‌نامه قابلیت‌های نوآوری سازمانی تاسی (۲۰۰۱) بود. در پرسش‌نامه تحقیق به منظور سنجش عوامل حمایتی سازمانی از پنج شاخص حمایت مدیریت

عالی از ایده‌پردازی (سؤالات ۱ تا ۴)، تخصیص زمان آزاد برای ایده‌پردازی (سؤالات ۵ تا ۷)، آزادی عمل در کار (سؤالات ۸ تا ۱۰)، سیستم پاداش مبتنی بر عملکرد (سؤالات ۱۱ تا ۱۵)، و ظرفیت ریسک‌پذیری (سؤالات ۱۶ تا ۱۹) و به‌منظور سنجش مؤلفه‌ قابلیت‌های نوآوری سازمانی از سه شاخص نوآوری در محصول (سؤالات ۲۰ تا ۲۵)، نوآوری در فرایند (سؤالات ۲۶ تا ۳۰)، و نوآوری مدیریتی (سؤالات ۳۱ تا ۳۷) استفاده شد و در سنجش پایایی ابزار گردآوری داده‌ها ضریب آلفای کرونباخ کلی پرسش‌نامه ۰/۸۷۸ به‌دست آمد.

یافته‌های پژوهش

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها پژوهش در بخش توصیفی از فراوانی، درصد، جدول‌ها و ... استفاده شد. همچنین با استفاده از نرم‌افزار Spss-21 و در بخش استنباطی از بارهای عاملی گویه‌ها در متغیرها، بارهای عاملی نرمالیزه‌شده^۱، اشتراکات متغیرها، و ضریب KMO و مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Lisrel-v8.80 استفاده شد.

نتایج تحلیل توصیفی داده‌ها

نتایج تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی براساس فراوانی و درصد فراوانی به‌طور خلاصه در جدول شماره ۱ می‌آید.

طبق نتایج جدول شماره ۱، بیشترین اعضای جامعه آماری مرد (۷۴ درصد) و بیشترین رده سنی ۲۰ تا ۳۴ سال است. همچنین ۴۲ درصد از کسب‌وکارهای انتخاب‌شده سابقه فعالیت بیش از ۱۰ سال دارند.

نتایج حاصل از محاسبه اشتراکات گزینه‌ها، بارهای عاملی، اوزان نرمالیزه‌شده، و ضریب KMO برای عوامل حمایتی سازمانی، با استفاده از فن تحلیل عاملی تأییدی، به کمک متد حداکثر درست‌نمایی^۲، در جدول شماره ۲ می‌آید.

1. Normalization
2. Maximum likelihood method (MLM)

جدول ۱. خلاصه نتایج تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی

ویژگی	گزینه‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۶۰	٪۷۴
	زن	۵۷	٪۲۶
سن	۲۰ تا ۳۴	۱۴۵	٪۶۷
	۳۵ تا ۵۰	۵۰	٪۲۳
	بالای ۵۰	۲۲	٪۱۰
میزان تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۱۵	٪۷
	کاردانی	۶۵	٪۳۰
	کارشناسی	۱۱۰	٪۵۱
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۲۷	٪۱۲
مدت فعالیت	زیر یک سال	۱۰	٪۵
	۱ تا ۳ سال	۴۰	٪۱۸
	۳ تا ۷ سال	۷۵	٪۳۵
	بیش از ۱۰ سال	۹۲	٪۴۲

جدول ۲. نتایج محاسبه وزن گزینه‌ها (سوالات) در عوامل حمایتی سازمانی

سازه پنهان	مشترک (شاخص آشکار)	گزینه‌ها	اشتراکات	بار عاملی	بار عاملی نرمالیزه	ضریب همبستگی KMO
حمایت مدیریت عالی از ایده‌پردازی	Item ۱	Item ۱	۰/۷۱۸	۰/۸۲۹	۰/۳۰	۰/۷۷۲
		Item ۲	۰/۶۶۱	۰/۸۳۸	۰/۲۷	
		Item ۳	۰/۶۹۲	۰/۶۰۷	۰/۲۲	
تخصیص زمان آزاد برای ایده‌پردازی	Item ۴	Item ۴	۰/۶۴۰	۰/۵۶۰	۰/۲۱	
		Item ۵	۰/۶۶۷	۰/۶۰۸	۰/۲۸	
		Item ۶	۰/۵۵۱	۰/۷۲۰	۰/۳۴	
		Item ۷	۰/۷۰۹	۰/۸۰۴	۰/۳۸	
عوامل حمایتی سازمان	Item ۸	Item ۸	۰/۶۳۲	۰/۵۰۰	۰/۲۶	
		Item ۹	۰/۶۱۴	۰/۷۱۳	۰/۳۶	
		Item ۱۰	۰/۶۸۲	۰/۷۳۶	۰/۳۸	
		Item ۱۱	۰/۷۵۴	۰/۷۲۰	۰/۲۱	
		Item ۱۲	۰/۶۳۶	۰/۶۷۹	۰/۲۰	
سیستم پاداش مبتنی بر عملکرد	Item ۱۳	Item ۱۳	۰/۶۰۸	۰/۵۷۲	۰/۱۷	
		Item ۱۴	۰/۵۸۶	۰/۷۳۷	۰/۲۳	
		Item ۱۵	۰/۵۹۸	۰/۶۳۷	۰/۱۹	
ظرفیت ریسک‌پذیری	Item ۱۶	Item ۱۶	۰/۶۰۵	۰/۵۵۳	۰/۲۲	
		Item ۱۷	۰/۵۶۸	۰/۶۰۴	۰/۲۴	
		Item ۱۸	۰/۵۵۱	۰/۶۳۲	۰/۲۵	
		Item ۱۹	۰/۶۴۰	۰/۷۵۶	۰/۲۹	

طبق جدول شماره ۲، میزان ضریب KMO بیشتر از ۰/۷ است که کفایت نمونه انتخابی را، جهت تقلیل داده‌ها و استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی، نشان می‌دهد. نیز، اشتراکات گزینه‌ها (سؤالات) بالای ۰/۵ است که نشان می‌دهد براساس این اشتراکات می‌توان از روش تحلیل عاملی استفاده کرد و براساس آن اوزان گزینه‌ها را در شاخص‌های آشکار به‌دست آورد. همچنین همه گزینه‌ها دارای بار عاملی معنادار در شاخص‌های مربوط به خودند. نتایج محاسبه اشتراکات گزینه‌ها، بارهای عاملی، اوزان نرمالیزه‌شده، و ضریب KMO برای قابلیت‌های نوآوری سازمانی در جدول شماره ۳ می‌آید.

جدول ۳. نتایج محاسبه وزن گزینه‌ها (سؤالات) در قابلیت‌های نوآوری

ضریب KMO	بار عاملی نرمالیزه	بار عاملی	اشتراکات	گزینه‌ها	متغیر (شاخص آشکار)	سازه پنهان
	۰/۲۰	۰/۷۷۳	۰/۵۶۱	۲۰Item	نوآوری در محصول	
	۰/۱۵	۰/۵۶۶	۰/۶۳۵	۲۱Item		
	۰/۱۷	۰/۶۷۳	۰/۷۴۰	۲۲Item		
	۰/۱۴	۰/۵۴۶	۰/۴۰۵	۲۳Item		
	۰/۱۵	۰/۵۹۴	۰/۷۵۴	۲۴Item		
	۰/۱۹	۰/۷۴۴	۰/۸۹۶	۲۵Item		
	۰/۲۳	۰/۷۴۱	۰/۸۷۵	۲۶Item	نوآوری در فرآیند	قابلیت‌های نوآوری سازمانی
	۰/۱۸	۰/۵۸۷	۰/۹۳۰	۲۷Item		
۰/۸۳۳	۰/۲۲	۰/۶۹۴	۰/۸۵۷	۲۸Item		
	۰/۱۹	۰/۵۹۴	۰/۸۵۸	۲۹Item		
	۰/۱۸	۰/۵۶۸	۰/۸۷۰	۳۰Item		
	۰/۱۴	۰/۷۱۸	۰/۸۸۳	۳۱Item		
	۰/۱۵	۰/۷۶۶	۰/۸۷۳	۳۲Item	نوآوری مدیریتی	
	۰/۱۴	۰/۷۲۴	۰/۸۶۱	۳۳Item		
	۰/۱۳	۰/۶۶۸	۰/۸۷۴	۳۴Item		
	۰/۱۴	۰/۶۹۲	۰/۸۵۰	۳۵Item		
	۰/۱۵	۰/۷۷۱	۰/۸۲۹	۳۶Item		
	۰/۱۵	۰/۷۶۰	۰/۷۵۶	۳۷Item		

طبق جدول شماره ۳، بالا بودن میزان ضریب KMO و اشتراکات گزینه‌ها (سؤالات) از کفایت نمونه انتخابی را، جهت تقلیل داده‌ها و استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی، نشان می‌دهد. همچنین، همه گزینه‌ها دارای بار عاملی معنادار در شاخص‌های مربوط به خودند. نتایج محاسبه اشتراکات گزینه‌ها، بارهای عاملی، اوزان نرمالیزه شده، و ضریب KMO برای قابلیت‌های نوآوری سازمانی در جدول شماره ۴ می‌آید.

طبق جدول شماره ۴، بالا بودن میزان ضریب KMO و اشتراکات گزینه‌ها (سؤالات) کفایت نمونه انتخابی را جهت تقلیل داده‌ها و همبستگی قوی این گزینه‌ها را برای تبیین متغیر مربوطه نشان می‌دهد. به کارگیری این روش به استخراج بارهای عاملی معنادار برای سؤالات پرسش‌نامه منجر شد. همچنین، بارهای عاملی نرمالیزه شده به منظور محاسبه متغیرهای مدل مفهومی و تبیین روابط بین آن‌ها استخراج شد.

جدول ۴. نتایج محاسبه وزن گزینه‌ها (سؤالات) در ظرفیت جذب دانش

سازه پنهان	متغیر (شاخص آشکار)	گزینه‌ها	اشتراکات	بار عاملی (وزن)	بار عاملی نرمالیزه	ضریب KMO
ظرفیت جذب	ظرفیت بالقوه جذب	۳۸Item	۰/۸۹۷	۰/۸۷۳	۰/۳۸	/۸۸۶
		۳۹Item	۰/۸۷۷	۰/۵۶۶	۰/۲۸	
		۴۰Item	۰/۷۸۰	۰/۶۷۳	۰/۳۴	
		۴۱Item	۰/۸۰۳	۰/۵۴۶	۰/۲۱	
		۴۲Item	۰/۸۲۰	۰/۵۹۴	۰/۲۳	
		۴۳Item	۰/۸۵۶	۰/۷۴۴	۰/۲۸	
		۴۴Item	۰/۸۶۸	۰/۷۴۱	۰/۲۸	
		۴۵Item	۰/۸۵۱	۰/۵۸۷	۰/۲۴	
		۴۶Item	۰/۷۸۷	۰/۶۹۴	۰/۲۸	
		۴۷Item	۰/۷۹۵	۰/۵۹۴	۰/۲۵	
ظرفیت واقعی جذب	ظرفیت واقعی جذب	۴۸Item	۰/۸۷۴	۰/۵۶۸	۰/۲۳	
		۴۹Item	۰/۷۶۳	۰/۷۱۸	۰/۳۲	
		۵۰Item	۰/۸۶۲	۰/۷۶۶	۰/۳۵	
		۵۱Item	۰/۸۴۷	۰/۷۲۴	۰/۳۳	

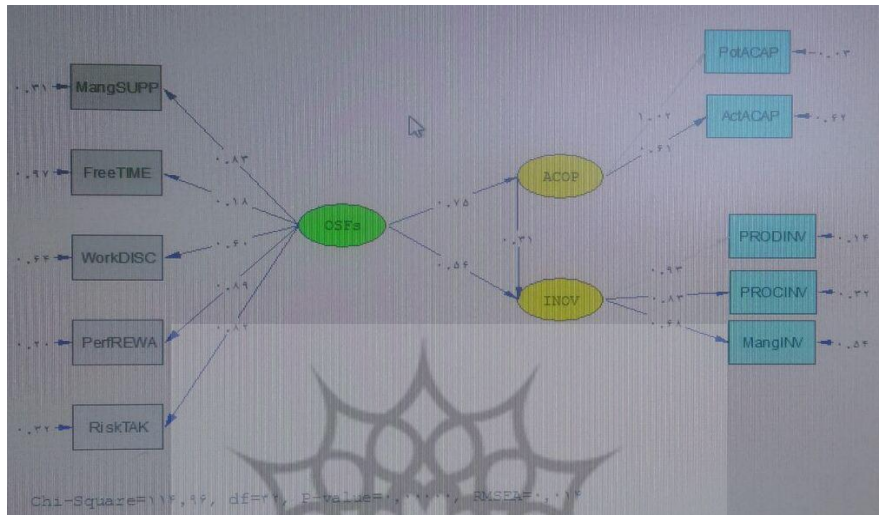
نتایج تحلیل استنباطی داده‌ها

در تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌ها، به منظور آزمون فرضیه‌ها و تعیین روابط بین متغیرهای مدل مفهومی، فن تحلیل مسیر کوواریانس محور، به کمک متد حداکثر درست‌نمایی، استفاده شد. تحلیل مسیر برای اولین بار با سؤال رایت^۱ (۱۹۳۴)، در ارتباط با تجزیه همبستگی‌های دو به دوی متغیرها در یک سیستم علی، معرفی شد. تحلیل مسیر یکی از انواع روش‌های مدل‌سازی علی^۲ و کاربرد ضرایب استاندارد رگرسیون چندمتغیری در مدل‌های ساختاری به منظور برآورد روابط فرضی بین متغیرها و به دست آوردن برآوردهای کمی روابط علی بین مجموعه‌ای از متغیرهاست. نکته قابل توجه در این‌گونه مدل‌ها آن است که ضریب رگرسیونی استفاده شده در تجزیه مسیر ضریب رگرسیون جزئی است که خالص تغییرات را در متغیر درون‌زا به‌ازای یک واحد تغییر در متغیر برون‌زای K ام، به شرط واریانس صفر برای سایر متغیرهای برون‌زا، نشان می‌دهد. در مدل‌های مسیر، متغیرهای درون‌زا آن دسته از متغیرها را شامل می‌شوند که بتوان براساس اثر متغیرهای مداخله‌گر (خطای اندازه‌گیری) برای آن‌ها ضریب مسیر تعریف کرد. واضح است که این دسته از متغیرها شامل متغیرهای میانجی و متغیر وابسته (y) است. بنابراین، می‌توان این‌گونه مدل‌های مسیر را یک ابرمدل^۳ فرض کرد و به تناسب هر متغیر درون‌زا آن را به مدل‌های فرعی^۴ تجزیه^۵ و با استانداردسازی متغیرهای آن و حل معادلات رگرسیونی استاندارد و دستگاه معادلات ضرایب را محاسبه کرد. در این پژوهش، وزن‌ها یا بارهای عاملی نرمالیزه شده گزینیه‌ها (سوالات پرسش‌نامه) در فن تحلیل عاملی تأییدی وزن متغیرها منظور شد و سپس فن تحلیل مسیر به منظور بررسی ضرایب مسیر بین متغیرهای برون‌زا و درون‌زا به کار رفت. مثلاً، متغیر حمایت مدیریت از ایده‌پردازی با فرمول شماره ۱ چنین محاسبه^۶ شد:

1. Sewall Wright
2. Causal modeling
3. Super model
4. Sub-models
5. Decomposition
6. Compute

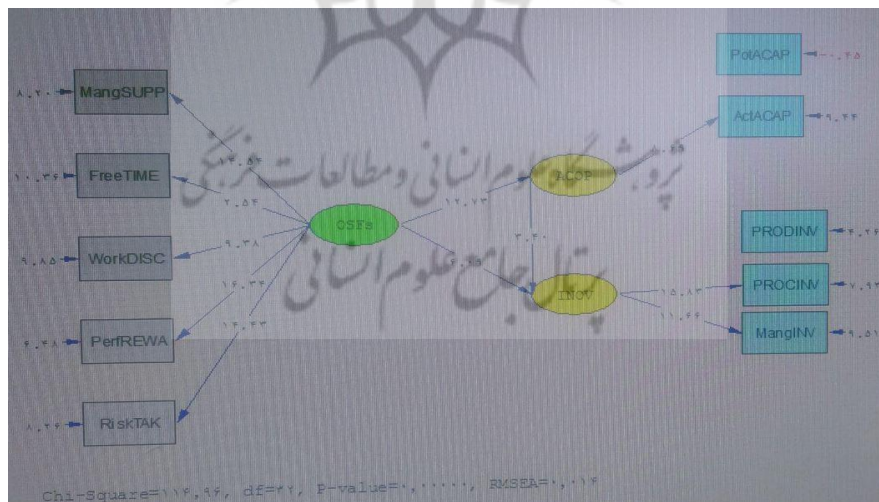
$$\text{Mang SUPP} = .26 * q_1 + .24 * q_2 + .26 * q_3 + .24 * q_4 \quad (1) \text{ فرمول}$$

نتایج محاسبه روابط بین متغیرها در حالت استاندارد در شکل شماره ۲ می‌آید.



شکل ۲. روابط بین متغیرها در حالت ضرایب مسیر استاندارد

همچنین نتایج حاصل از محاسبه ضرایب معناداری t در شکل شماره ۳ می‌آید.



شکل ۳. روابط بین متغیرها در حالت ضرایب معناداری t

براساس نتایج شکل شماره ۳، با توجه به معناداری اثر متغیرهای برونزا بر متغیرهای درونزا، می‌توان گفت همه مسیرها در سطح خطای ۱ درصد معنادارند. بنابراین، می‌توان گفت همه مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم تأیید می‌شوند. با استخراج اثر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای برونزا بر متغیرهای درونزای مدل، جدول اثر مستقیم - غیرمستقیم به شکل جدول شماره ۵ استخراج شد.

طبق جدول شماره ۵، عوامل حمایتی سازمانی با ضریب اثر ۰/۷۵ بر قابلیت‌های نوآوری سازمان تأثیر می‌گذارد که میزان ۰/۵۷ این اثر مستقیم و میزان ۰/۲۱ آن غیرمستقیم و از کانال ظرفیت جذب دانش است. براساس تبیین روابط متغیرها و بررسی معناداری آن‌ها و همچنین استخراج اثر مستقیم و غیرمستقیم متغیرها در جدول شماره ۵، خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها در جدول شماره ۶ می‌آید.

جدول ۵. اثر مستقیم - غیرمستقیم متغیرها

نتیجه	معناداری	اثر کل	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	متغیر درونزا	متغیر برونزا
تأیید اثر مستقیم	۱۲/۷۳	۰/۷۵	-	۰/۷۵	ظرفیت سازمان	عوامل حمایتی
تأیید اثر مستقیم و غیرمستقیم	۱۲/۱۸	۰/۷۸	۰/۲۱	۰/۵۷	نوآوری سازمان	عوامل حمایتی
تأیید اثر مستقیم	۳/۴۰	۰/۳۱	-	۰/۳۱	نوآوری سازمان	ظرفیت جذب دانش

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	توضیح	ضریب تأثیر	نتیجه
فرضیه ۱	عوامل حمایتی سازمانی بر ظرفیت جذب دانش تأثیر معنادار دارد.	۰/۷۵	تأیید
فرضیه ۲	عوامل حمایتی سازمانی بر قابلیت‌های نوآوری تأثیر معنادار دارد.	۰/۷۸	تأیید
فرضیه ۳	ظرفیت جذب دانش بر قابلیت‌های نوآوری تأثیر مستقیم و معنادار دارد.	۰/۳۱	تأیید

بر اساس جدول شماره ۶، فرضیه اول تحقیق، که بیان‌کننده معناداری تأثیر عوامل حمایتی سازمانی بر ظرفیت جذب دانش است با ضریب اثر مستقیم ۰/۷۵ تأیید می‌شود. همچنین تأیید فرضیه دوم تحقیق نشان می‌دهد عوامل حمایتی سازمانی با ضریب اثر مستقیم ۰/۵۷ و ضریب اثر غیرمستقیم ۰/۲۱ بر قابلیت‌های نوآوری سازمانی مؤثر است. در نهایت، بر اساس نتایج جدول ۶، فرضیه سوم مبنی بر تأثیر ظرفیت جذب دانش بر قابلیت‌های نوآوری نیز با ضریب اثر مستقیم ۰/۳۱ تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه

هدف این پژوهش بررسی تأثیر عوامل حمایتی سازمانی بر قابلیت‌های نوآوری سازمان با در نظر گرفتن نقش میانجی ظرفیت جذب دانش بود. یافته‌های تحقیق نشان داد عوامل مرتبط با حمایت سازمانی بر جذب دانش تأثیر می‌گذارد. همچنین، بر اساس نتایج حاصل از تبیین روابط بین متغیرها و آزمون فرضیه‌های تحقیق مشخص شد عوامل حمایتی سازمانی به‌طور مستقیم با ضریب مسیر ۰/۷۵ روی ظرفیت جذب دانش در سازمان مؤثر است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های (وو و فنگ ۲۰۱۰؛ حجازی و کشت‌کار ۱۳۹۵؛ جعفری و همکارانش ۱۳۹۶؛ و ...) همسو است. بنابراین، نظر به اهمیت مشارکت کارکنان در ایده‌پردازی و نوآوری‌های سازمانی، به‌منظور ایجاد جوّ خلاق و نوآور در سازمان، لازم است رویه‌ها و سازوکارهایی جهت ایجاد و تقویت جوّ سازمانی نوآورانه در سازمان صورت گیرد. همچنین، طبق نظر اندرسون و همکارانش (۲۰۱۰)، با توجه به جایگاه حمایت مدیریت از حل مسئله و راه‌حل‌های تعارض در مرحله ایده‌پردازی، توسعه، و به‌کارگیری ایده‌های جدید حذف قوانین رسمی و انعطاف‌ناپذیر و استفاده از ساختارهای منعطف و تیم‌های کاری مستقل می‌تواند به تقویت فضای نوآوری در سازمان کمک کند. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود مدیران کسب‌وکارهای کوچک از طریق راهکارهایی چون ۱. مرتبط کردن جبران خدمات و پاداش‌های کارکنان با عملکرد کاری‌شان؛ ۲. تشویق کارکنان نوآور و خلاق در سطوح مختلف سازمانی؛ ۳. گسترش مسئولیت کارکنان دارای عملکرد کاری بالا؛ ۴. تشویق توسعه ایده‌های جدید و نوآورانه؛ ۵. حذف قوانین و

رویه‌های خشک اداری به‌منظور تشویق ایده‌ها و پیشنهادهای خلاقانه؛ ۵. کاهش ریسک مالی پروژه‌های نوآورانه جدید از طریق حمایت مالی از آنها؛ و ۶. ایجاد نگرش مثبت در زمینه ریسک‌پذیری، به ارتقای ظرفیت سازمان در تحصیل دانش جدید و جذب و به‌کارگیری آن در فرایندهای توسعه محصولات جدید مبادرت ورزند. همچنین، مدیران کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند از طریق بهبود توانایی سازمان در حوزه کسب، تسهیم، مدون‌سازی، اجتماعی‌سازی، و نهادینه کردن دانش درون ساختارها و فرایندهای محوری ظرفیت واقعی سازمان را در تبدیل و به‌کارگیری دانش ارتقا دهند. نیز، نظر به اینکه ظرفیت جذب قابلیت پویاست که از چهار قابلیت سازمانی کسب، تسهیم، تبدیل، و به‌کارگیری دانش در سازمان تشکیل شده، ارتقای ظرفیت و توان سازمان در حوزه جذب دانش جدید و به‌اشتراک‌گذاری دانش در سازمان نقشی مهم و حیاتی در بهبود قابلیت‌های نوآوری و تقویت فرایندهای نوآورانه دارد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با تمرکز بر جست‌وجوی مستمر و روزانه اطلاعات مربوط به صنعت، تشویق کارکنان به استفاده از منابع اطلاعاتی موجود در صنعت و دستیابی به اطلاعات فراصنعت، و به‌اشتراک‌گذاری مفاهیم و ایده‌ها بین بخش‌های سازمان فرایندهای کسب دانش جدید و تسهیم آن در سازمان را تقویت کنند. در نهایت مطابق شکل شماره ۲، نتایج تحقیق نشان می‌دهد ضرایب مسیر تأثیر ظرفیت بالقوه و ظرفیت واقعی جذب دانش بر قابلیت‌های نوآوری سازمان - شامل نوآوری در محصول، نوآوری در فرایند، نوآوری مدیریتی - معنادار است.

پیشنهاد می‌شود مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با تأکید بر مشارکت واحدها و بخش‌های سازمانی برای حل مسئله، برگزاری جلسه‌های دوره‌ای میان بخش‌ها برای تبادل دستاوردهای جدید، بهبود توانایی کارکنان در خلق دانش جدید و استفاده از دانش فعلی، برقراری ارتباط مناسب بین دانش فعلی و مفاهیم جدید، حمایت از توسعه و به‌کارگیری مدل‌های آزمایشی توسعه محصول، بازنگری منظم فناوری‌های جدید و ارزیابی آنها طبق دانش جدید، و اتخاذ فناوری‌های جدید به‌منظور ارتقای قابلیت‌های پویا در سازمان به ارتقای قابلیت‌های نوآوری مبتنی بر دانش مبادرت ورزند.

منابع

۱. جعفری، سکینه و داریوش احمدی، رضا نوروزی (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر توانمندسازی کارکنان بر توسعه سازمانی با تأکید بر حمایت سازمانی ادراک‌شده»، مدیریت فرهنگ سازمانی د ۱۵، ش ۱، ص ۶۹-۹۱.
۲. حجازی، اسد و زهرا کشت‌کار (۱۳۹۵). «عوامل تأثیرگذار بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک (مورد مطالعه: صنعت فروش پوشاک)، پنجمین همایش ملی و چهارمین همایش بین‌المللی مهارت‌آموزی و اشتغال، سازمان فنی و حرفه‌ای کشور.
3. Alpkan, L., Bulut, C., Gunday, G., Ulusoy, G., & Kilic, K. (2010). Organizational support for intrapreneurship and its interaction with human capital to enhance innovative performance. *Management Decision*, 48 (5), 732-755.
4. Andersén, J. & Kask, J. (2012). Asymmetrically realized absorptive capacity and relationship durability. *Management Decision*, 50 (1), 43-57.
5. Akgun, A. E., Keskin, H., & Byrne, J. (2010). Procedural justice climate in new product development teams: antecedents and consequences. *Journal of Product Innovation Management*, 27 (7), 1096-1111.
6. Chianga, F. T. & Birtchb, T. A. (2008). Achieving task and extra-task-related behaviors: A case of gender and position differences in the perceived role of rewards in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 27 (4), 491-503.
7. Darini, M., Pazhouesh, H., & Moshiri, F. (2011). Relationship between Employee's Innovation (Creativity) and time management. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 25 (1), 201-213.
8. Flatten, T. C., Greve, G. I., & Brettel, M. (2011). Absorptive Capacity and Firm Performance in SMEs: The Mediating Influence of Strategic Alliances. *European Management Review*, 8 (3), 137-152.
9. Francis, B., Hasan, I., & Sharma, Z. (2010). Incentive and Innovation: Evidence from CEO Compensation Contract. Working paper, Rensselaer Polytechnic Institute, Troy, NY.
10. Gebauer, H., Worch, H., & Truffer, B. (2012). Absorptive capacity, learning processes and combinative capabilities as determinants of strategic innovation. *European Management Journal*, 30 (1), 57-73.
11. Golkar Hosseini, M. (1392). An Essay on the concept of absorption capacity in the areas of science and technology, Science and Technology Book of the month, in the seventh, the second number.
12. Indreicaa, E., Cazanb, A., & Trutac, C. (2011). Effects of learning styles and time management on academic achievement. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 30 (1), 1096-1102.
13. Jing, R., Wan, Y., & Gao, X. (2010). Managerial discretion and executives' compensation. *Journal of Chinese Human Resource Management*, 1 (1), 17-30.

14. Liao, K., Tu, Q., & Marsillac, E. (2010). The role of modularity and integration in enhancing manufacturing performance: An absorptive capacity perspective. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 21 (7), 818–838.
15. Laukkanen, P. H. (2012). Constituents and outcomes of absorptive capacity – appropriability regime changing the game. *Management Decision*, 50 (7), 1178–1199.
16. Moreno, A. G. & Meléndez, A. P. (2011). Analyzing the impact of knowledge management on CRM success: The mediating effects of organizational factors. *International Journal of Information Management*, 31 (5), 437–444.
17. Moradi, M., Abdollahian, F., & Sfrdvst, A. (1391). examines the role of knowledge absorption capacity on the relationship between organizational learning and organizational innovation errors, *Journal of Management Studies*, twenty-second year, No. 69.
18. Michailova, S. & Jormanainen, I. (2011). Knowledge transfer between Russian and Western firms: Whose absorptive capacity is in question? *Critical perspectives on international business*, 7 (3), 250–270.
19. Rebollo, C., Halley, A., & Nagati, H. (2012). The effects of Absorptive Capacity on Operational Performance within the Context of Customer-Supplier Relationships, *International Journal of Supply Chain Forum*, Vol. 10, 52-62.
20. Sparrow, J., Tarkowski, K., Lancaster, N., & Mooney, M. (2009). Evolving knowledge integration and absorptive capacity perspectives upon university-industry interaction within a university. *Education and Training*, 51 (8), 648–664.
21. Tseng, C. Y., Pai, D. C., & Hung, C. H. (2011). Knowledge absorptive capacity and innovation performance in KIBS. *Journal of Knowledge Management*, 15 (6), 971–983.
22. Tsai, L. (2001). Knowledge Transfer in Intra organizational Networks: Effects of Network Position and Absorptive Capacity on Business Unit Innovation and Performance. *Academy of Management Journal*, 44 (5), 996–1004.
23. Wu, S. & Fang, W. (2010). The effect of consumer-to-consumer interactions on idea generation in virtual brand community relationships. *Technovation*, 30 (11/12), 570–581.
24. Yolles, M., Fink, G., & Dauber, D. (2011). Organizations as emergent normative personalities: part 1, the concepts. *Kybernetes*, 40 (5/6), 635-669.
25. Zahra, S. A. & George, G. (2002). Absorptive Capacity: A review, Reconceptualization, and Extension. *Academy of Management Review*, 27 (2), 185-203.