

تأثیر قابلیت‌های نوآوری بر عملکرد کسب و کار با توجه به نقش واسطه‌ای چابکی استراتژیک

امین مهرجو^{۱*}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۸ تاریخ چاپ: ۱۴۰۱/۱۱/۲۷

چکیده

پژوهش حاضر به مطالعه بررسی تأثیر قابلیت‌های نوآوری بر عملکرد کسب و کار اکوسیستم‌های استارت‌آپی با توجه به نقش میانجی چابکی استراتژیک می‌پردازد. روش تحقیق مورد استفاده از نوع توصیفی، پیمایشی و همبستگی می‌باشد. همچنین جامعه آماری این پژوهش را کلیه مدیران اکوسیستم‌های استارت‌آپی تشکیل می‌دهد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۸۰ نفر تعیین گردید و روش نمونه‌گیری پژوهش حاضر تصادفی ساده می‌باشد. داده‌های تحقیق با روش کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری شده و ابزار مورد استفاده پرسشنامه بوده است. پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰.۸۴۹ و روایی ابزار با روش محتوایی مورد تأیید قرار گرفته‌اند. اطلاعات تحقیق به کمک نرم افزار Smartpls و با استفاده از آزمون‌های آماری، توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که قابلیت‌های نوآوری بر چابکی استراتژیک و عملکرد کسب و کار تأثیر معناداری دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد تأثیر چابکی استراتژیک بر عملکرد کسب و کار معنادار شده است.

واژگان کلیدی

قابلیت‌های نوآوری، چابکی استراتژیک، عملکرد کسب و کار

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت کسب و کار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

(mehrjoo.amin@yahoo.com)

مقدمه

بررسی های محققان نشان داده است که قابلیت های نوآوری تحت تأثیر یک سری عوامل تعیین کننده مانند مدیریت دانش، فرهنگ، استراتژی های سازمانی و ساختار سازمانی می باشد که توجه به آن ها می تواند گامی مهم در جهت بهبود کارایی و اثر بخشی و افزایش قابلیت های نوآوری در سازمان باشد امروزه کسب و کار های بزرگ حتی اگر شناختی هم نسبت به فناوری های حاصل از انقلاب صنعتی چهارم نداشته باشد، برای ماندگاری نیاز به نوآوری مستمر و مداوم دارند، یا کسب و کار های نوپا که لاجرم برای موفقیت به ارائه نوآوری در لبه های فناوری نیاز دارند. در طول دهه های گذشته، شاهد تغییر مدل های نوآوری از فضای بسته و داخلی کسب و کارها به سمت مدل های نوآوری باز با حداکثر بهره وری و همکاری با محیط های مختلف بیرونی هستیم. از جایی که شرکتها ایده های خود را به صورت درونی سازی ارائه، توسعه و تجاری می نمایند، می بایست تا جایی که لازم است ایده های خود را در سازگاری با نوآوری شرکت های دیگر تطبیق داده و تجاری نمایند، بهر حال دنبال راه هایی هستند تا توانمندی داخلی خود را با استقرار مسیرهایی حتی خارج از زمینه فعالیت فعلی خود به بازار عرضه نمایند (نینز^۱، فائمز^۲ و سلز^۳، ۲۰۲۱).

گرچه به احتمال زیاد شرکت های نوپا از قابلیت های ابتکاری بیشتری نسبت به شرکت های دیگر برخوردار هستند، اما آنها اغلب از نظر نوآوری یا تجاری سازی اختراعات، با مشکلات عظیمی روبرو می شوند. شرکت های نوپا به دلیل کوچک بودن غالباً از منابع فیزیکی، انسانی و مالی لازم برای ارائه یک فناوری یا محصول جدید به بازار بی بهره اند. علاوه بر این، به دلیل جدید بودن، این شرکت ها از اعتبار، کیفیت و قابلیت اطمینان کمتری برخوردارند (نینز و همکاران، ۲۰۲۱). قابلیت نوآوری را میتوان به طور کلی ایجاد چیزی جدید یا موجود که بالقوه توانایی جلب توجه مشتری را دارد، نیز توصیف کرد (آنگرمن^۴، دکوا^۵ و گورینوا^۶، ۲۰۱۸).

براساس فناوری های پیشرفته، شرکت های فناوری اطلاعات نسبت به تغییر در محیط خود حساسیت بیشتری نشان می دهند و از طرفی زمینه ساز و پایه پیشرفت فناوری سایر سازمانها نیز می باشند و برای بقاء باید به آن واکنش جدی تری نشان دهند (باتی، سانتورو، خان و ریزاتو، ۲۰۲۱). محققان شواهدی یافته اند که قابلیت نوآوری نوآوری در یک بعد، مانند ارزش پیشنهادی، باعث تغییر در سایر عوامل مدل های تجاری نیز می شود. از این رو، می توان نتیجه گرفت که نوآوری در یک عنصر واحد از مدل تجاری به تنهایی می تواند منجر به تغییرات کاملی در مدل کسب و کار شود (باتی و همکاران، ۲۰۲۱).

استارتاپ نیز پروژه ای است فردی یا تیمی که قصد دارد محیط خود را از طریق ایجاد ارزش افزوده به خصوص به صورت اقتصادی و معمولاً از طریق نوآوری تغییر دهد (بارگه^۷، سمبروک^۸ و رولی^۹، ۲۰۰۹). استارتاپ مرحله اولیه یک کار آفرینی است که در آن کار آفرینان برای حل یک مسئله از بنگاه، جامعه و یا در سطح بین المللی تلاش می نمایند و هنوز

¹ Neyens

² Faems

³ Sels

⁴ Ungerman

⁵ Dedkova

⁶ Gurinova

⁷ Baregheh

⁸ Sambrook

⁹ Rowley

در حال جستجو برای مدل تجاری قابل تکرار و مقیاس پذیر خود هستند (فانگستو^۱، کونتور^۲ و پرامسواری^۳، ۲۰۲۰). از طرفی دیگر با ظهور صنعت ۴،۰، توسعه و پذیرش فناوری‌های دیجیتال نیز به یکی از موضوعات متداول در زمینه‌های آکادمیک و حرفه‌ای تبدیل شده است. مفهوم صنعت ۴،۰ ابتدا در آلمان به عنوان چهارمین انقلاب صنعتی در تولید تعریف شده است. رویکرد صنعت ۴،۰ یک برنامه استراتژیک است که توسط دولت آلمان در سال ۲۰۱۳ پیشنهاد شد و به عنوان چهارمین انقلاب صنعتی پس از مکانیزاسیون، الکترونیکی‌سازی و فناوری اطلاعات معرفی شده است. اصطلاح صنعت ۴،۰ در چارچوب یک سیاست نوآوری ایجاد شده است (ریشور^۴، ۲۰۱۸). با این حال، نتایج حاصل از تحقیقات مختلف بیانگر آن است که مقوله قابلیت‌های نوآوری و چابکی استراتژیک به صورت علمی در سازمان‌های خدماتی و آموزشی دنبال نمی‌شود و کاستی‌هایی از قبیل کمبود اطلاعات روزآمد در مورد خواسته‌ها و گرایش‌های کارکنان، فقدان برنامه‌ریزی استراتژیک آموزشی در جهت رقابت داخلی، کاهش کیفیت خدمات آموزشی، ضعف مدیریت و خلا برنامه‌ریزی برای شناسایی کارکنان خلاق آموزشی و... در مطالعات انجام شده به چشم می‌خورد بنابراین نبود راهکارهای لازم برای ارتقای عملکرد کسب و کار در اکوسیستم‌های استارت‌آپی در ایران مسئله‌ای است که باید توجه ویژه‌ای به آن داشت، زیرا آنچه این سازمان باید به آن توجه کنند افزایش و بهبود قابلیت‌های نوآوری و چابکی استراتژیک در جهت توسعه عملکرد کسب و کار است. به دنبال این اهمیت، انتظار می‌رود که نگرش جدیدی را در مدیران اکوسیستم‌های استارت‌آپی ایجاد کند تا زمینه انجام کارآمد و اثربخش فعالیت‌های استارت‌آپی فراهم شود. در این پژوهش تلاش شده است که نقش متغیرهای مذکور در سازمان آموزش و پرورش مورد بررسی قرار دهیم و در خاتمه کوشش می‌شود تا راهکارهایی جهت توسعه این ارتباط و پررنگ کردن نقش چابکی استراتژیک در اکوسیستم‌های استارت‌آپی ارائه گردد. حال این سوالات مطرح می‌شود که در سطح فعالیت‌های انجام شده در این سازمان، قابلیت‌های نوآوری از طریق چابکی استراتژیک چه تأثیری بر عملکرد کسب و کار اکوسیستم‌های استارت‌آپی دارد؟

پیشینه تحقیق نظری

رهبر تحول آفرین چشم اندازی را به شیوه‌ای جذاب و روشن شکل می‌دهد و چگونگی رسیدن به آن چشم انداز را بیان می‌کند و با اعتماد به نفس و با خوش بینی این اطمینان را به زیردستان انتقال می‌دهد. ارزشها را با اقدامات نمادین تاکید می‌کند، با الگو بودن هدایت می‌کند و کارکنان را برای رسیدن به چشم انداز توانمند می‌سازد (بس ۲۰۰۷، ۳۵۲). رهبر تحول گرا چشم اندازی را به شیوه‌ای جذاب و روشن شکل می‌دهد و چگونگی رسیدن به آن چشم انداز را بیان می‌کند؛ و با اعتماد به نفس و با خوش بینی عمل می‌کند و این اطمینان را به زیردستان انتقال می‌دهد، ارزشها را با اقدامات نمادین تاکید می‌کند، با الگو بودن هدایت می‌کند و کارکنان را برای رسیدن به چشم انداز توانمند می‌سازد. (الکردی، ۲۰۱۳) گسترش جهانی شدن باعث شده است که یک رقابت شدیدی را برای توسعه تاب آوری سازمانی با رویکرد تحول آفرین به وجود آید. ماهیت رهبری تحول آفرین به عنوان یک فرایند، به معنی اساس و شالوده‌ای برای تغییرات بلند مدت سازمانی است که دسترسی به اهداف بالاتری را برای نظام سازمانی میسر می‌سازد. رهبران تحول آفرین، اثر بخشی را به کارایی ترجیح می‌دهند و سعی می‌کنند با توجه به روحیات خود و کارکنان از منابع انسانی بهره‌مند شوند (آریانا

¹Phangestu

²Kountur

³Prameswari

⁴Reischauer

و همکاران، ۲۰۱۹). از سوی دیگر، رفتار و سبک رهبری با در نظر گرفتن دل‌بستگی شغلی در درون سازمان به عنوان عامل ایجاد انگیزه تغییر سازمانی تأثیر بسزایی بر نوع نیازها و آگاهی کارکنان دارد؛ بنابراین رهبری تحول از طریق تاب آوری سازمانی ابزاری برای تغییر سازمان‌ها با این هدف که عملکرد سازمانی کنونی سازمان را ارتقا بخشد، برای سازمان مزیت رقابتی ایجاد کرده و به سازمان کمک می‌کند تا با تغییرات موجود، خود را منطبق سازد. (سونگ و همکاران، ۲۰۱۷). امروزه، بررسی رویکردهای رهبری تحول‌گرا و چگونگی به کارگیری آنان به مثابه منبع ایجاد مزیت رقابتی، نخستین گام در این راه است. با نگاهی مبتنی بر منابع به سازمان درمی‌یابیم که منابع، تنها زمانی برای ما ارزشمند هستند که باعث رشد کارایی شوند و امکان سرمایه‌گذاری در فرصت‌ها و مقابله با تهدیدات را برای ما فراهم کنند. با این وصف، پایداری در مزیت رقابتی از طریق توسعه دل‌بستگی شغلی کارکنان، برای بقا در چنین اوضاعی ضرورت یافته است. در این زمینه، برخی از صاحب‌نظران معاصر معتقدند تاب آوری سازمانی نیز، منبع عمده کسب مزیت رقابتی پایدار محسوب می‌شود و به منظور دستیابی سازمان‌ها به چنین مزیتی، باید به فرایند توسعه تاب آوری سازمانی به مثابه یک فرصت راهبردی توجه کرد از سوی دیگر مطالعه اولیه در مبانی نظری پژوهش مؤید این مساله است که در فضای کنونی، مقایسه این متغیرها و پرداختن به این مباحث در حوزه سازمان بصورت پویا، یک الزام روز افزون و محیطی بشمار می‌آید؛ بنابراین با توجه به این رویکرد در اکوسیستم‌های استارت‌آپی، درک صحیح این رویکرد در جهت افزایش دل‌بستگی شغلی از اهمیت بسیار برخوردار است.

جیانگ و همکاران (۲۰۲۰) نیز به مطالعه در خصوص رقابت استانداردهای فناوری در صنعت ۴،۰: چشم انداز اکوسیستم نوآوری پرداخته‌اند. در عصر صنعت ۴،۰، نوآوری در سیستم‌های پیچیده فناوری و توسعه فناوری‌های هوشمند متکی به استانداردهای فناوری است؛ بنابراین، رقابت استانداردهای فناوری برای شرکت‌ها در جهت دستیابی به مزیت رقابتی حیاتی می‌شود. به منظور کمک به بنگاه‌های اقتصادی برای به دست آوردن مزیت رقابتی با اتخاذ استراتژی مناسب در رقابت استانداردهای فناوری، این پژوهش مفهوم اکوسیستم نوآوری را با رقابت استاندارد فناوری ادغام کرده و مکانیزمی مبتنی بر مدل لوتکا و لترا را توسعه می‌دهد. به طور خاص، پنج نتیجه احتمالی از رقابت استاندارد فناوری پیش بینی شده است و گزینه‌های استراتژیک مربوطه برای شرکت‌ها مورد بحث قرار گرفته است. منصور و همکاران (۱۳۹۹) نیز پژوهشی رابه عنوان خدمت دهی و یکپارچگی با نوآوری در مدل‌های کسب و کار مبتنی بر انقلاب صنعتی چهارم: مورد بررسی قرار دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که می‌توان دو الگوی خدمت دهی و یکپارچه سازی را به عنوان نقطه‌ی شروعی برای نوآوری در مدل‌های کسب و کار انقلاب صنعتی چهارم در نظر گرفت. بر اساس الگوی خدمت دهی، مشتریان بر مبنای دسترسی یا میزان استفاده از محصول یا خدمت هزینه کرده و مطابق با الگوی یکپارچه سازی، می‌توان بین فعالیت‌ها و منابع موجود در زنجیره‌ی ارزش هارمونی و هماهنگی ایجاد کرد.

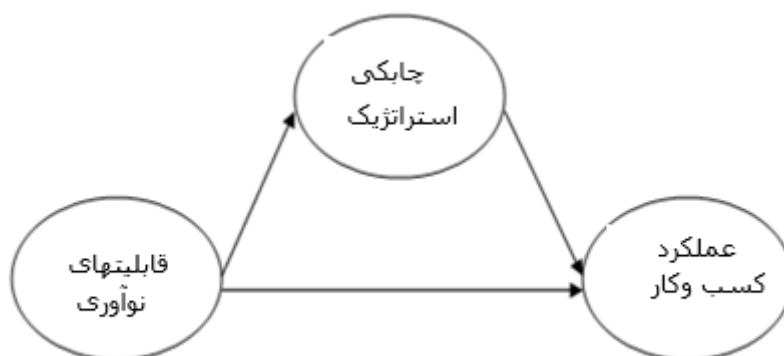
با توجه به مبانی نظری، فرضیات پژوهش به شرح زیر تدوین شده است:

فرضیه ۱: قابلیت‌های نوآوری بر عملکرد کسب و کار تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۲: قابلیت‌های نوآوری بر چابکی استراتژیک تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۳: چابکی استراتژیک بر عملکرد کسب و کار تأثیر مثبت دارد

فرضیه ۴: قابلیت‌های نوآوری از طریق چابکی استراتژیک بر عملکرد کسب و کار تأثیر دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر به لحاظ هدف، کاربردی است چون به دنبال بررسی یک مسئله واقعی و دانش تخصصی می‌باشد و می‌تواند نتایج و یافته‌های حاصل از آن برای مدیران اکوسیستم‌های استارت‌آپی در راستای اعتلای عملکرد کسب و کار استارت‌آپها مربوطه قابل استفاده باشد و از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی و از نوع پیمایشی-تحلیلی است که با اهداف و فرضیه‌های این تحقیق تطابق دارد، زیرا که این امکان را فراهم می‌سازد تا به داده‌های مورد نیاز از طریق طرح نمونه‌گیری در قالب متغیرهای مورد مطالعه دست یافت و از این طریق روابط بین آن‌ها را مشخص ساخت و در فرآیند تصمیم‌گیری آتی مدیران اکوسیستم‌های استارت‌آپی آن‌ها را به کار گرفت. انتخاب شدند. جامعه تحقیق شامل 110 نفر از مدیران اکوسیستم‌های استارت‌آپی می‌باشند. نمونه آماری مناسب برای پژوهش بر اساس فرمول نمونه‌گیری از جامعه محدود و بر اساس جدول مورگان در سطح خطای ۰/۰۵ درصد تعداد 80 نفر محاسبه شد. پرسشنامه پژوهش از طریق مقیاس پنج امتیازی لیکرت (کاملاً مخالفم = ۱، مخالفم = ۲، نظری ندارم = ۳، موافقم = ۴، کاملاً موافقم = ۵) سنجیده شده‌اند. برای آزمون فرضیه پژوهش، ابتدا پایایی و قابلیت اعتماد پرسشنامه‌ها از طریق ضریب آلفای کرونباخ بررسی شد. این ضریب برای تمام متغیرهای مدل مفهومی پژوهش بیشتر از ۰/۷ به دست آمد؛ رقم به دست آمده اعتبار و سازگاری درونی مناسب سازه‌های پژوهش را نشان می‌دهد (جدول ۱).

جدول ۱: آلفای کرونباخ متغیرها

متغیر	آلفای کرونباخ	آلفای کرونباخ کلی
قابلیت‌های نوآوری	۰/۸۶۹	۰/۸۴۹
چابکی استراتژیک	۰/۸۵۳	
عملکرد کسب و کار	۰/۸۱۸	

بررسی فرضیه‌های تحقیق: برای بررسی فرضیه‌ها ابتدا توزیع داده‌های تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای تصمیم‌گیری در مورد استفاده از آزمون‌های پارامتری یا ناپارامتری، به بررسی نرمال بودن داده‌ها از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنوف می‌پردازیم. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: نتایج بررسی توزیع داده‌های تحقیق

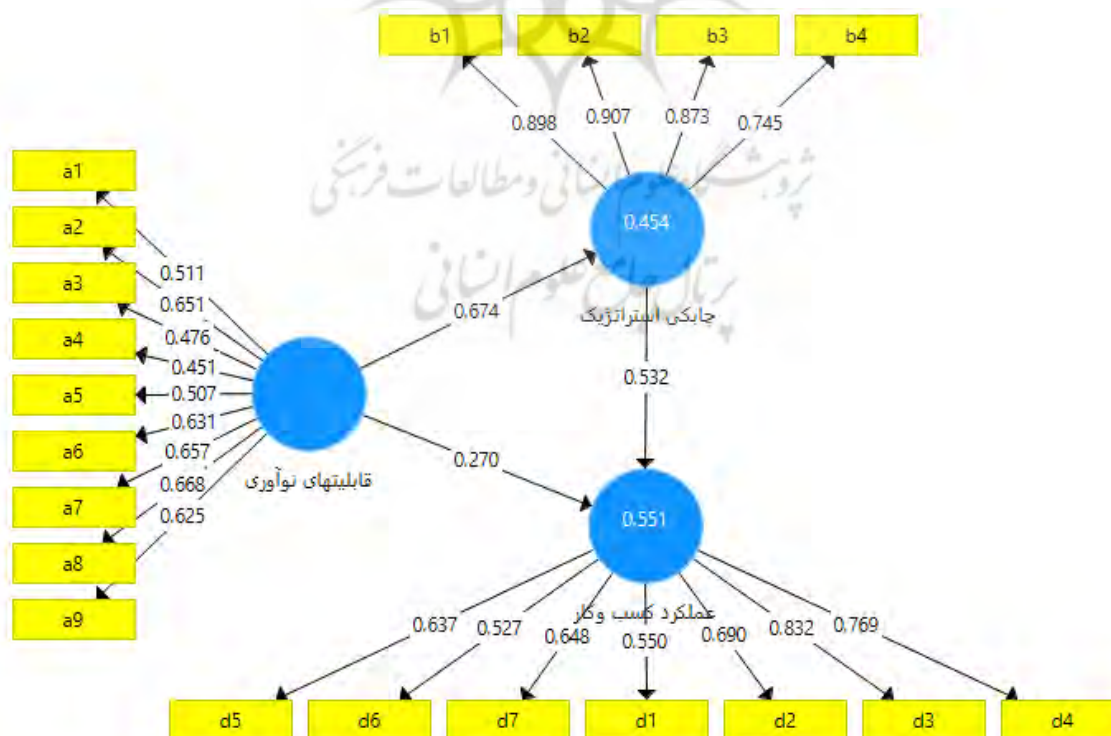
متغیر	مقدار آماره کولموگروف اسمیرنف	مقدار معناداری آزمون
قابلیتهای نوآوری	۳,۱۶۹	0,۱۵۰
چابکی استراتژیک	۳,۱۰۹	0,۱۳۴
عملکرد کسب و کار	۳,۳۴۳	0,۱۲۶

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

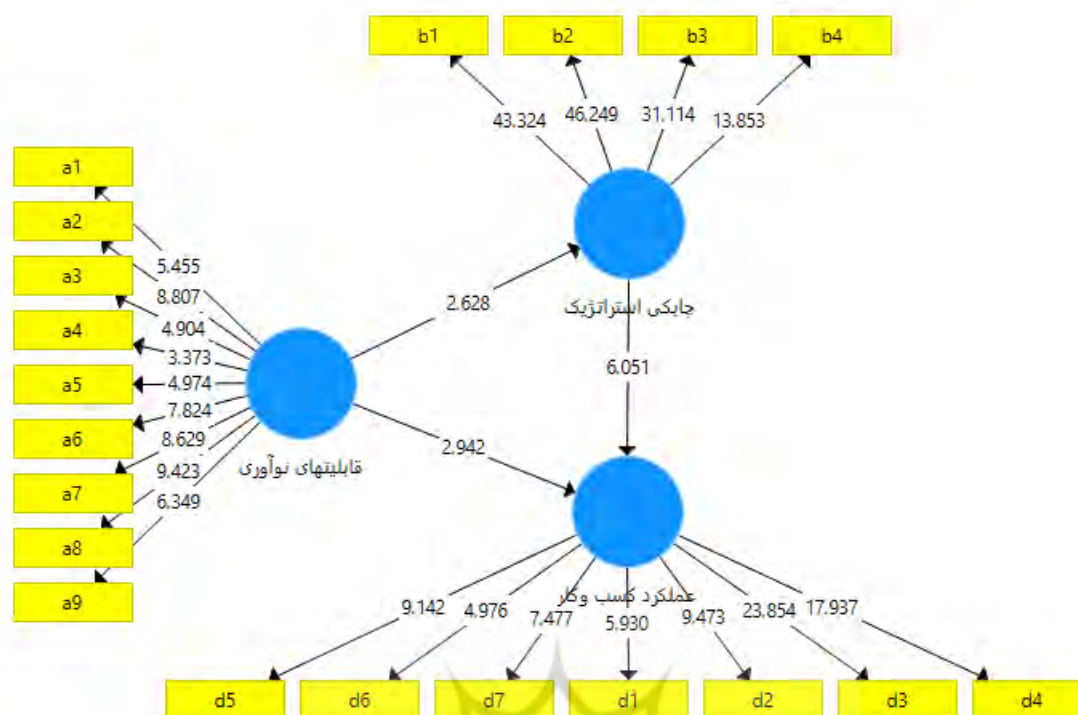
در این پژوهش برای آزمون فرضیه‌های پژوهش و برازش مدل مفهومی، مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار گرفته شده است. رویکردهای مختلفی در رابطه با مدل‌سازی معادلات ساختاری وجود دارد. بدین معنا که مدل‌سازی معادلات ساختاری را می‌توان بر پایه روش‌های آماری متفاوتی، متناسب با نوع متغیرها و ویژگی‌های نمونه آماری پژوهش انجام داد. نرم‌افزارهایی که از مدل‌سازی معادلات ساختاری بر پایه این روش آماری استفاده می‌کنند، نسبت به وجود شرایطی مانند هم خطی متغیرهای مستقل، نرمال بودن داده‌ها و کوچک بودن نمونه سازگار هستند در پژوهش حاضر از نرم‌افزار Lisrel استفاده شده است که در زمینه مدل‌سازی معادلات، نرم‌افزاری پرکاربرد و مفید می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

برای آزمون مدل مفهومی و همچنین فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری بر پایه روش کمترین مربعات جزئی استفاده شده است. بدین منظور نرم‌افزار Lisrel به کار گرفته شد. خروجی نرم‌افزار بعد از آزمون مدل مفهومی پژوهش، در شکل ۱ و ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲. مدل کلی پژوهش در حالت استاندارد



شکل ۳. مدل کلی پژوهش در حالت معناداری

در شکل ۳، متغیرهای آشکار و پنهان و همچنین ضرایب مسیر و بارهای عاملی نشان داده شده است. اعدادی که بین متغیرهای پنهان مدل (متغیرهایی که با شکل بیضی نشان داده شده‌اند) و متغیرهای آشکار (متغیرها به شکل مستطیل که همان زیر مولفه‌های متغیر پنهان می‌باشند) مشاهده می‌کنید، نشان دهنده بارهای عاملی هستند. روابطی که بین متغیرهای پنهان تعریف شده است، همان فرضیه‌های پژوهش می‌باشند. جدول شماره ۳ نتایج تحلیل علی مدل معادلات ساختاری را برای آزمون فرضیه‌های پژوهش به نمایش گذاشته است.

جدول ۴: نتایج فرضیه‌های تحقیق

رد پذیرش / فرضیه‌ها	t-value	ضرایب استاندارد شده	بررسی فرضیه‌ها	
پذیرش	۲,۹۴۲	۰,۲۷۰	تأثیر قابلیت‌های نوآوری بر عملکرد کسب و کار	۱
پذیرش	۲,۶۲۸	۰,۶۷۴	تأثیر قابلیت‌های نوآوری بر چابکی استراتژیک	۲
پذیرش	۶,۰۵۴۱	۰,۵۳۲	تأثیر چابکی استراتژیک بر عملکرد کسب و کار	۳
پذیرش	۲,۷۹۹	۰,۵۵۷	تأثیر قابلیت‌های نوآوری بر عملکرد کسب و کار از طریق چابکی استراتژیک	

نتایج و پیشنهادات

در این پژوهش تأثیر قابلیت‌های نوآوری بر عملکرد کسب و کار از طریق نقش میانجی چابکی استراتژیک در اکوسیستم های استارت‌آپی از طریق معادلات ساختاری، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که نتایج نشان دهنده تأثیر مثبت و وجود

ارتباط بین قابلیت‌های نوآوری بر عملکرد کسب و کار بودند. بر اساس پژوهش‌های متعدد، پذیرفته شده است که سازمان‌ها با سطوح بالای توسعه قابلیت‌های نوآوری احتمالاً موفق‌تر خواهند بود. با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌گردد: پیشنهاد می‌شود که برای کسب ارتقای توانمندی‌های تکنولوژی، مدیران بایستی سازمان‌دهی و ظرفیت جذب تکنولوژی را در تمامی فعالیت‌های خود، اجرایی نمایند. لازم است که اکوسیستم‌های جدید استارت‌آپی شکل بگیرند و به نوعی فضای رقابتی شکل بگیرد. با بهره‌گیری از دانش محلی و توان نیروهای انسانی داخلی صنعت استارت‌آپی سعی در جذب تکنولوژی‌های جدید نمایند. بدین معنی که نه تنها تکنولوژی وارداتی بومی گردد بلکه به تدریج توانمندی تغییرات جزئی براساس قابلیت‌های نوآورانه استارت‌آپی در محصولات و خدمات حوزه سلامت هم ایجاد شود

در زمینه توسعه هوشمندی رقابتی، لازم است که دیدگاه سیستمی مناسبی برای ارزیابی محیط بکارگرفته شود و ضمن بهبود مدل‌های کسب و کار، با ترویج خلاقیت در تولید و عرضه محصولات، بکارگیری نوآوری باز، توسعه محصولات جدید بر اساس دانش و تکنولوژی‌های نوین، توانایی شرکت برای عرضه و تامین مناسب، ارتقاء داده شود. لازم است که در استارت‌آپ‌های حوزه سلامت، به تیم‌های تحقیق و توسعه، توجه کافی شده و منابع مالی مناسب برای توسعه فعالیت‌های این تیم‌ها تخصیص یابد.

مدیران استارت‌آپی حوزه سلامت در جهت نیل به این اهداف و افزایش اثربخشی سازمانی بایستی بهره‌برداری از فرصت‌های جدید بازار از راه همکاری با مشتریان را ارتقاء دهد. رویکرد قابلیت‌ها، به ویژه قابلیت‌های نوآورانه استارت‌آپی، یکی از رویکردهای نو در این زمینه است که امروزه توجه زیادی به آن می‌شود. مدیران، با شرایط ویژه‌ای همچون تغییر سریع و فزاینده تکنولوژی‌ها و نیازهای بازار و همچنین شرایط و عوامل محیطی مواجه هستند و ضروری است برای رویارویی با این شرایط پویا و متغیر، قابلیت‌های نوآورانه استارت‌آپی بر مبنای خلق ارزش برای مشتری از راه الگوی کسب و کار را برای بالا بردن سطح نوآوری محصول‌های سلامت ارتقا دهند. به نظر می‌رسد ارتقای این توانایی نیازمند تطبیق‌پذیری بالا با شرایط محیطی و فناورانه، توانایی یکپارچه‌سازی و تشخیص نشانه‌های تغییرات فناوری و توجه به تغییرات محیطی و نیاز مشتری و انطباق بهتر محصولات با تغییرات سریع خواسته‌های مشتری با نیازهای در حال تغییر جامعه و تکنولوژی می‌باشد.

برای تبیین نقش نوآوری در اکوسیستم‌های استارت‌آپی و ارتقای قابلیت‌های نوآوری تکنولوژی استارت‌آپ‌های حوزه سلامت در این اکوسیستم‌ها، لازم است شروع به توسعه بهینه‌سازی فرایندهای نوآوری نمایند که شامل مواردی همچون ارتقای جایگاه در فرایندهای نوآوری، ارزیابی ظرفیت نوآورانه با استفاده از نیروی انسانی هوشمند و چابک و بهره‌گیری از شرکت‌های کوچک دانش‌بنیان و چابک می‌شود.

محدودیت

در تمامی پژوهش‌هایی که انجام می‌شود، محدودیت‌ها جزء جدا نشدنی تحقیق هستند. همین محدودیت‌ها باعث می‌شود که شرایط را برای تحقیقات آتی فراهم می‌سازد. این تحقیق نیز از این قاعده مستثنی نبود. یکی از مشکلات پژوهش حاضر در ارتباط با محدودیت در دسترسی به منابع مرتبط به موضوع هوش و خلاقیت سازمانی و اجزای آن در کتابخانه‌ها، دانشگاه‌ها و سایر سازمان‌های کشور می‌باشد.

منابع

- فخر و.، خواستار، ح؛ و موسوی، س. ف. (۱۳۹۷). پیشران ها و پیامدهای نوآوری باز و جو نوآوری در اکوسیستم کارآفرینی استارت آپهای ران با ید تاک بر نقش ران های سازمانی. (پایاننامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار)، دانشگاه خوارزمی
- ملایی، ن؛ و طاهری، س. (۱۳۹۷). توسعه کسب و کار الکترونیک با مدل نوآوری در داده، داده باز دولتی و نوآوری باز. رهیافت، ۲۸(۶۹)، ۴۱-۵۲
- Arcese G, Flammini S, Caludia-Lucchetti M, Martucci O. (2015). Evidence and Experience of Open Sustainability Innovation Practices in the Food Sector. *Sustainability*, 7(2): 8067-8090
- Bhatti, S. H., Santoro, G., Khan, J., & Rizzato, F. (2021). Antecedents and consequences of business model innovation in the IT industry. *Journal of Business Research*, 123, 12.
- Becker, B. A. & Eube, C. (2018). Open innovation concept: integrating universities and business in digital age. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(1), 12-28.
- Bhatti, S. H., Santoro, G., Khan, J., & Rizzato, F. (2021). Antecedents and consequences of business model innovation in the IT industry. *Journal of Business Research*, 123(12), 389-400
- Faria, V. F. d., Santos, V. P., & Zaidan, F. H. (2021). The Business Model Innovation and Lean Startup Process Supporting Startup Sustainability. *Procedia Computer Science*, 7(3), 181, 9.
- Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2018). Agile Business Model Innovation in Digital Entrepreneurship: Lean Startup Approaches. Forthcoming in *Journal of Business Research*. 4 (6), 1-20
- Jeemann, I. (2020) Support of startup innovation towards development of new industries, 13th CIRP Conference on Intelligent Manufacturing, 999
- Ismail, N., Mohed nor, M., & Sidek, S. (2019), A framework for a successful research products commercialization: A case of Malaysian academic researchers, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 195, 283 – 292.
- Korohodova, O., Onopriienko, K., & Kuzhel, D. V. (2020). THE INTERACTION OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS WITH STARTUPS IN INDUSTRY 4.0. OOOOOO IIIIII BICH.
- Kim, H. J., San Kim, T., & Sohn, S. Y. (2020). Recommendation of startups as technology cooperation candidates from the perspectives of similarity and potential: A deep learning approach. *Decision support systems*, 130(12), 113-129
- Neyens, I., Faems, D., & Sels, L. (2021). The Impact of Continuous and Discontinuous Alliance Strategies on Start-Up Innovation Performance. *Int. J. Technology Management*.
- Orstavik, F., Dainty, A. R., & Abbott, C. (Eds.). (2015). *Construction innovation*. John Wiley & Sons.
- Stephan, A., Bening, C.R., Schmidt, T.S., Schwarz, M., Hoffmann, V.H., (2019). The role of inter-sectoral knowledge spillovers in technological innovations: The case of lithiumion batteries. *Technol. Forecast. Soc. Change* 148(10), 119-137.
- Spender, J.-C., Corvello, V., Grimaldi, M., & Rippa, P. (2017). Startups and open innovation: a review of the literature. *European Journal of Innovation Management*, 20(1), 29-45.

The impact of innovation capabilities on business performance according to the mediating role of strategic agility

Amin mehrjoo *¹

Abstract

The present study examines the impact of innovation capabilities on the business performance of startup ecosystems with regard to the mediating role of strategic agility. The research method used is descriptive, survey and correlation. Also, the statistical population of this research consists of all the managers of startup ecosystems. The sample size was determined using Cochran's formula of 80 people, and the sampling method of this research is simple random. Research data was collected by library and field method and questionnaire was used as the tool. The reliability of the questionnaires has been confirmed using the Cronbach's alpha method of 0.849 and the validity of the instrument using the content method. Research information was analyzed with the help of Smartpls software and using statistical, descriptive and inferential tests. The results of this research indicate that innovation capabilities have a significant impact on strategic agility and business performance. Also, the results show the impact of Strategic agility has a significant impact on business performance.

Keywords

Innovation capabilities, strategic agility, business performance

1. M.Sc., Department of Business Management, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Iran. (mehrjoo.amin@yahoo.com)