

تاثیر جذب دانش و چابکی سازمانی بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی با توجه به نقش تعدیل‌گری اینرسی سازمانی

محسن امینی خوزانی^۱، امیر دانشور^۲، الهام عباسعلی پور^۳*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۱۲

چکیده

این تحقیق با هدف بررسی تاثیر جذب دانش و چابکی سازمانی بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی با توجه به نقش تعدیلگری اینرسی سازمانی انجام شد. جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران ارشد و کارکنان مالی شرکت‌های زیر مجموعه هلدینگ خلیج فارس بودند. نمونه آماری تحقیق ۱۶۵ نفر از مدیران ارشد و کارکنان مالی شرکت‌های زیر مجموعه هلدینگ خلیج فارس در نظر گرفته شد که به همین تعداد پرسشنامه تکمیل گردید. اطلاعات گردآوری‌شده توسط پرسشنامه‌ها به وسیله نرم‌افزار SPSS24 و Smart PLS3 با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده از پرسشنامه‌های تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان داد بین جذب دانش و نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، یعنی با افزایش جذب دانش میزان نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی افزایش خواهد یافت. بین چابکی سازمانی و نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد یعنی با افزایش چابکی سازمانی میزان نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی افزایش خواهد یافت. اینرسی سازمانی در رابطه بین جذب دانش و نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی نقش تعدیلگر معناداری ایفا نمی‌کند. اینرسی سازمانی در رابطه بین چابکی سازمانی و نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی نقش تعدیلگر معناداری ایفا نمی‌کند.

کلمات کلیدی: اینرسی سازمانی، جذب دانش، چابکی سازمانی، نوآوری در کسب و کار، فرایند مالی

مقدمه

و کارهای فعلی را تغییر داد. به عنوان نمونه در صنعت مالی، بانک‌ها با ایجاد سازمان‌های جدید سعی در راه‌اندازی یا سرمایه‌گذاری بر روی این کسب‌وکار جدید که از طریق جذب دانش توسعه دادند هستند. برای مثال بانک آینده شرکت ارتباط فردا را برای سرمایه‌گذاری بر نوآوری‌هایی که در کسب‌وکار در صنعت فینتک انجام می‌گیرد راه‌اندازی کرده‌است.

در بسیاری از سازمان‌ها با توجه به ضرورت نوآوری در کسب‌وکار وجود دارد ولی توانایی جذب دانش و مدیریت آن برای نوآوری دغدغه و مشکل آن‌ها است. در دیگر کسب‌کارها نیز با توجه به اینکه دانش مورد نیاز برای نوآوری وجود دارد اما

در دنیای امروزی با توجه به اینکه توانایی شرکت‌ها برای پیش‌بینی آینده کم شده است، توانایی آن‌ها در دیدن تغییرات محیطی و مشتریان و پاسخ‌دهی سریع به این تغییرات بسیار حیاتی شده است. یکی از راه حل‌های کاربردی پیشنهاد شده برای مواجهه با فاجعه‌ی پیش آمده برای اغلب کسب و کارها که حاصل شیوع ویروس کرونا بوده است، بکارگیری نوآوری موقت در کسب و کارشان است (بریر و همکاران، ۲۰۲۱).^۱ از طرف دیگر رشد بسترهای ارتباطی و تکنولوژیک باعث شده با جذب دانش و چابکی در عملیات بتوان کسب‌وکار جدیدی طراحی کرد یا کسب

1. Brier & et alsh

۱. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر قدس

۲. استاد یار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

۳. دانشجو کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

*پست الکترونیکی نویسنده مسئول: eliabbasalipour72@gmail.com

رفع نیازهای مشتریان دارد. سازمان چابک و موضوع چابکی سازمانی یکی از موضوعات با اهمیت در مطالعات سازمان و مدیریت است.

با توجه به توضیحات قبلی می‌توان بیان کرد که قابلیت پیش‌بینی برای شرکت از بین رفته و شرکت‌ها آینده خود را نمی‌توانند پیش‌بینی کنند. به همین دلیل برای بقا و رشد باید بتوانند به سرعت به تغییرات و نیاز مشتریان پاسخ دهند. با توجه به اینکه سازمان‌ها از مدل‌ها و ساختار کلاسیک استفاده می‌کنند توانایی تحت نظر داشتن سریع تغییرات و انطباق با آن‌ها را ندارند، به همین دلیل بررسی چگونگی کشف تغییرات در محیط و ایجاد سازمانی چابک برای انطباق ضروری است. از طرفی مقاومت افراد برای تغییر نیز چالشی است که شرکت‌ها باید برای تغییر آن را درک و کنترل کنند. شرکت‌ها با دیدن این تغییرات و ایجاد سازمانی چابک برای تغییر در اصل دارند جزئی از کسب‌وکار خود یا روابط بین آن را تغییر می‌دهند که منجر به نوآوری در کسب‌وکارشان می‌شود.

در بازار رقابتی امروز، توانایی شرکت‌ها در تحقیق و توسعه و داشتن قابلیت‌های انعطاف‌پذیری و پاسخگویی یک اصل امکان‌ناپذیر است. امروزه بیشتر شرکت‌ها درگیر رقابت همیشگی و نامطمئنی هستند که این رقابت با نوآوری‌های تکنولوژیک، تغییرات بازار و نوآوری‌های مخرب کسب‌وکار توسط رقبا تقویت می‌شود. این شرایط باعث تغییر در چشم‌انداز استراتژیک سازمان‌ها شده است و کاربردی بودن کسب و کارهای حال حاضر را زیر سوال برده است. به همین دلیل کسب و کارها باید رویکرد و دید جدیدی نسبت به مسائل داشته باشند و با چابکی به این تقاضاها پاسخ دهند که پشتیبان پاسخ درست به این نیازها قابلیت جذب دانش موثر در کسب و کارها است. به دلیل فقدان ساختار مشخص نوآوری در کسب و کار، ادبیات گذشته به یافته‌های تجربی متناقضی در مورد متغیرهای موثر بر آن دست یافته است. (پائولا و گابور، ۲۰۲۰).^۸ عدم تغییر توسط شرکت‌ها و بنگاه‌ها در عصر جدید باعث از بین رفتن آن‌ها خواهد شد و این موضوع محدود به هیچ صنعت خاصی نیست. به همین دلیل ضرورت دارد که شرکت‌ها عوامل موثر بر نوآوری در کسب‌وکار خود و بخصوص در فرآیند مالی که بنای اصلی کسب‌وکارشان است را شناخته و دانش مورد نیاز برای انجام آن را بدست بیاورند و در جهت نوآوری

سازمان چابکی لازم را برای اجرایی کردن آن ندارند. در این بین مقابله با عدم تمایل سازمان برای تغییر (اینرسی سازمانی) نیز مسئله‌ای با اهمیت است.

نوآوری در کسب و کار مورد توجه فراوان محققین قرار گرفته است. با توجه به اینکه نوآوری در کسب‌وکار در دستیابی به مزیت رقابتی نقش مهمی دارد نوآوری در های کسب‌وکار به عنوان یک پدیده جدید در مطالعات طیف گسترده‌ای از حوزه‌ها از جمله مدیریت استراتژیک (سانتاماریا گونزالز و همکاران، ۲۰۲۱)^۱ و کارآفرینی (فرنکنبرگر و استن، ۲۰۲۰)^۲ و نوآوری (چسین و همکاران، ۲۰۲۰)^۳ و بازاریابی (کامل‌الدین و همکاران، ۲۰۲۰)^۴ در نظر گرفته شده‌اند.

علیرغم توجه محققان در چند دهه گذشته، مطالعات پر مورد عوامل مهم موثر در نوآوری در کسب‌وکار و تأثیر آن بر نتایج سازمانی کافی نبوده است. (ون دلف و ژائو، ۲۰۲۰)^۵ درست است که مدت‌هاست نوآوری در کسب‌وکار به عنوان یک عامل حیاتی در به دست آوردن مزیت رقابتی شناخته شده است، اما مطالعات در مورد چگونگی دستیابی به این مفهوم حیاتی هنوز نادر است. (ژنگ و ژو، ۲۰۲۱)^۶ به همین دلیل در این تحقیق به موضوع نوآوری در کسب‌وکار و فرآیند مالی پرداخته می‌شود. بررسی ادبیات، فقدان تحقیقات کافی در زمینه‌های مختلف اثرگذار بر نوآوری در کسب‌وکار، به ویژه در کشورهای در حال توسعه را، برجسته کردند. در حالی که مطالعات قبلی تمایل به تعریف و توصیف نوآوری در کسب‌وکار و فرآیند مالی داشتند، بیشتر تحقیقات بعدی براساس مطالعات موردی انجام شده است (رودریگز و همکاران، ۲۰۲۲)^۷ و به همین دلیل این موضوع قابلیت تعمیم محدودی دارد. بدین جهت، این پژوهش سعی دارد تأثیر برخی متغیرها بر نوآوری در کسب و کار و فرآیند مالی را در حوزه‌ای خاص مورد سنجش قرار دهد. هدف این پژوهش بررسی تأثیر جذب دانش و چابکی سازمانی بر نوآوری در کسب و کار و فرآیند مالی است. جذب دانش به عنوان قابلیت کسب و کار در شناسایی اطلاعات بیرونی با ارزش تازه، برای جذب و استفاده از آن در جهت اهداف تجاری کسب‌وکار شناخته می‌شود. جذب دانش با نوآوری در کسب و کار و فرآیند مالی مرتبط است. همچنین سازمان چابک، سازمانی است که به سرعت و موثر به تغییرات محیطی واکنش نشان می‌دهد و انعطاف‌پذیری بالایی در

1. Santa Maria Gonzales & et alsh
2. Frankernbrger and Stan
3. Chesin et alsh
4. Kamaluddin & et alsh
5. Van Deph & Zhao
6. Zheng and Zhou
7. Rodriguez & et alsh
8. Paula & Gabor

می‌کنند نشان‌دهنده ضرورت نوآوری و چابکی برای اجرا کردن آن است که بدون جذب دانش و مقابله با اینرسی درونی سازمان‌ها قابل انجام نیست از همین رو بررسی این موضوع را در شرایط فعلی اقتصادی ضروری می‌دانیم. دارایی‌های مالی در دستیابی به اهداف سازمان، ضروری اما ناکافی هستند. در عوض، جذب دانش، فناوری ارتباطات، روابطی که شهرت خوب را ایجاد می‌نماید، نوآوری در کسب و کار در تصمیم‌گیری و بهبود فرایند مالی مفید می‌باشند (موروز و گمبل، ۲۰۲۱).^۱

رشد و نوآوری، خون حیات هر شرکت نوپا و هدف آن است بنابراین توجه به عوامل موثر بر نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی حائز اهمیت بسیاری است از عوامل موثر بر نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی و جذب دانش است. علیرغم افزایش قابل توجه ادبیات با تمرکز بر جذب دانش محققان خواستار مطالعات بیشتر برای کشف پیچیدگی‌های موجود در این رابطه هستند. (میروشنیچنکو و همکاران، ۲۰۲۱)^۲ بین جذب دانش و نوآوری کسب‌وکار و فرایند مالی با توجه به اینکه بدون کسب دانش نوآوری نمی‌تواند بوجود آید رابطه وجود دارد. همچنین بر اساس فناوری‌های پیشرفته، شرکت‌هایی با فناوری جدید نسبت به تغییر در محیط خود حساس‌تر خواهند بود و به آن واکنش نشان می‌دهند.

استقبال از تغییرات در کسب و کارها این شانس را افزایش می‌دهد که تصمیمات موثر در زمینه تحول اتخاذ گردد و کسب و کارها از منابع خود به روشی کارآمد برای نوآوری استفاده کنند. (موروز و گمبل، ۲۰۲۱) اگر سیستم توانایی تغییر و اصلاح خود را نداشت، در ساختار اولیه خود باقی می‌ماند و مسیر رشد آن مسدود می‌شود (سانتاماریا گونزالز و همکاران، ۲۰۲۱).

سانتاماریا و همکاران (۲۰۲۲) در تحقیق خود با عنوان چارچوب بندی و ارزیابی زمینه نوظهور نوآوری در کسب و کار برای اقتصاد: مرور ادبیات ترکیبی و رویکرد مطالعه موردی چنگانه به این نتیجه رسیدند که مدیریت تغییرات سازمانی به عنوان عنصر کلیدی فرآیند نوآوری تجاری کسب‌وکار می‌بایست مورد توجه قرار گیرد. همچنین اینرسی سازمانی، دوگانگی و عدم قطعیت در نوآوری در کسب‌وکار به عنوان متغیرهای تعدیل کننده فرآیند نوآوری تجاری کسب‌وکار عمل می‌نمایند؛ نهایتاً تغییر

حرکت کنند. لذا اهمیت این بحث بیش از پیش نمایان گردیده و تاکید بیشتری بر بررسی نقش عوامل مختلف بر موضوع فوق یعنی عوامل موثر تر بر نوآوری در کسب و کار و فرآیندهای مالی می‌گردد، همچنین صورت بررسی عامل‌ها ی دیگر به صورت واسطه یا تعدیلگر در رابطه بین عوامل مذکور نقش ایفا می‌کنند آشکار شده و توجه محققان به این موارد معطوف گردید در این پژوهش نیز به این ترتیب، به ابعاد مختلف پرداخته می‌شود. از جمله، در حالی که بیشتر تحقیقات قبلی به مطالعات موردی، برای کشف عوامل موثر بر نوآوری در کسب‌وکار متمرکز شده است، مطالعه حاضر به بررسی عوامل موثر بر نوآوری در کسب‌وکار در یک محیط مشخص شده با تحول زیاد، یعنی شرکت‌های هلدینگ خلیج فارس، می‌پردازد. همچنین، مطالعه حاضر با بررسی اثرات برخی از عوامل مهم سازمانی موثر بر نوآوری در کسب‌وکار، به غنای ادبیات نوآوری در کسب‌وکار کمک می‌کند و مدلی شامل جذب دانش، چابکی سازمانی را به عنوان عوامل اصلی پیشنهاد می‌کند که منجر به نوآوری در کسب‌وکار در یک کشور در حال توسعه می‌شود. در پایان، این مطالعه به نقش تعدیلگر اینرسی سازمانی در رابطه بین جذب دانش و چابکی سازمانی با نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی می‌پردازد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در طول چند دهه گذشته تغییرات چشمگیری در محیط فعالیت‌های سازمانی صورت گرفته است. موضوعات مالی و غیرمالی در دوران معاصر اهمیت چشمگیر و قابل ملاحظه‌ای یافته‌اند، در محیطی پویا که تغییرات بسیار زیاد است و بسیاری از شرکت‌ها در حال نوآوری در ارائه ارزش پیشنهادی خود به مشتریان هستند نداشتن سرعت در پاسخ‌دهی به این حملات رقبا و تغییرات محیطی باعث از بین رفتن مزیت رقابتی پایدار شرکت‌ها خواهد شد و آن‌ها را به ورشکستگی خواهد کشاند. از جمله این تغییرات محیطی بیماری کروناست که در دو سال اخیر بسیاری از صنایع را مورد دگرگونی قرار داده و رفتار مصرف‌کنندگان را نیز تغییر داده است. از سمت دیگر نوآوری اسنپ در صنعت حمل‌ونقل که باعث از بین رفتن تعداد زیادی آژانس شد یا بوجود آمدن شرکت‌هایی مانند آپ که در صنعت پرداخت نقش مهمی بازی

آن بپردازند تا نوآوری و فرایند مالی را که ضرورت رسیدن به مزیت رقابتی است را بدست آورند. همچنین یافتن محیط و فناوری بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی تاثیر مثبت و معناداری دارند.

حسینی و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان علم سنجی مطالعات تاثیر نوآوری مدل کسب و کار بر عملکرد مالی انجام دادند. جامعه آماری شامل کلیه ی مستندات ارائه شده در پایگاه داده ای اسکوپوس با تعداد ۸۳۴ داده می باشد که با استفاده از نرم افزار bibexcle و VOSviewer ارزیابی و مصور سازی انجام شده است. نوآوری در مدل های کسب و کار می تواند منجر به بهبود عملکرد مالی کسب و کارها شود. بررسی نوآوری در کسب و کارها می تواند بازتابی از پتانسیل جریان ورودی (درآمد بنگاه) از کسب و کار مورد فعالیت باشد در مقاله آنان در خصوص اثر عملکردهای نوآوری بر عملکردهای مالی در صنایع مختلف، طبقه بندی تحقیقات صورت گرفته مورد نیز مورد نظر می باشد. در ادامه، بر اساس تحلیل محتوایی مستندات، تحقیقات نوآوری مدل کسب و کار طبقه بندی شده است و چارچوب کلی از دانش موجود و خلاهای پژوهشی این حوزه ارائه شده است که می تواند بینش های ارزشمندی به مدیران و محققین جهت افزایش رفتارها و پژوهش های نوآوری مدل کسب و کار جهت بهبود عملکرد مالی کسب و کارها در ایران را فراهم آورد.

مسلمی (۱۴۰۰)^۴ در پژوهش خود با موضوع بررسی تاثیر قابلیت های مدیریت دانش و پیچیدگی سازمانی بر نوآوری در کسب و کار با تعدیل گری تحمل پذیرش ریسک (مورد مطالعه: شرکت دارویی نیکان طب کیمیا) نتیجه تحقیق به این شکل بود که مدیریت دانش و مدیریت منابع انسانی نقشی تعیین کننده در فرایند نوآوری در کسب و کار دارند. همچنین پیچیدگی سازمان و مدیریت دانش رابطه معناداری با نوآوری در کسب و کار دارند ولی نقش تعدیل گری تحمل پذیرش ریسک بین پیچیدگی سازمان و نوآوری در کسب و کار معنادار نبود.

ساروی (۱۳۹۹)^۵ در پژوهش خود با عنوان نوآوری در کسب و کار با بهره گیری از فرصت های کارآفرینانه به این نتیجه رسید که نه بخش در کسب و کار توسعه داده شده توسط استروالد تاثیر مثبتی در ایجاد نوآوری دارد و از بین بخش های مختلف شرکای کلیدی بیشترین تاثیر را بر بهره گیری از فرصت های کارآفرینانه را دارد.

سیستماتیک به عنوان متغیر تاثیر گذار در نوآوری تجاری کسب و کار می بایست مورد توجه قرار گیرد.

بهاتی و همکاران (۲۰۲۲)^۱ در تحقیق خود با عنوان پیش نیاز و پیامدهای نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی در صنعت IT به این نتیجه رسیدند که نوآوری در کسب و کار به میزان قابل توجهی به جذب دانش، چابکی و هوشیاری مدیریت عالی و فرایند مالی وابسته است. علاوه بر این، نوآوری در کسب و کار به عنوان واسطه ای در رابطه بین این عوامل و فرایند مالی ایجاد شد. از منظر مدیریتی، یافته ها قابل توجه است زیرا سازمان ها باید برای ایجاد مزیت رقابتی و فرایند مالی شرکت خود، روی پیشینیان تمرکز کنند.

ژانگ و همکاران (۲۰۲۱)^۲ در تحقیق خود با عنوان تاثیر نوآوری در کسب و کار بر پایداری سازی مشاغل به این نتیجه رسیدند شناخت قوانین و روابط حاکم بر کسب و کار می تواند منجر به افزایش سود شود زیرا اعتقاد دارند کسب و کار ساختاری برای ایجاد پول و ثروت است. از این نظر که کسب و کار هسته کسب و کار است تلفیق پایداری در آن دغدغه سطح عالی مدیریت سازمان است که با ایجاد یک ارزش اجتماعی مثبت یا کاهش تاثیرات منفی محیطی میتوان این پایداری را ایجاد کرد.

بارت و همکاران (۲۰۲۱)^۳ در تحقیق خود با عنوان بررسی تاثیر نوآوری تکنولوژیک و طراحی در کسب و کار بر فرایند مالی شرکت به این نتیجه رسیدند که طراحی در کسب و کار بر محور کارایی تاثیر مثبت نوآوری بهره برداری بر فرایند مالی و اثر منفی نوآوری اکتشافی را کاهش می دهد ولی تاثیر نوآوری بهره برداری بر عملکرد غیرمالی افزایش و اثر نوآوری اکتشافی بر عملکرد غیرمالی را کاهش می دهد. نتیجه پژوهش این گونه است که نوآوری های تکنولوژیک در شرایط متفاوت ممکن است باعث بهبود عملکرد شرکت نشوند. همچنین نوآوری تکنولوژیک باید با کسب و کار شرکت متناسب باشد تا تاثیر اهرمی بر فرایند مالی شرکت بگذارد.

شیخی (۱۴۰۱) در تحقیق خود با عنوان عوامل فناورانه، سازمانی و محیطی موثر بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی در شرکت های خدماتی (مورد مطالعه: آموزشگاه های زبان شهر اصفهان) به این نتیجه رسید که آموزشگاه های آموزشی باید با تحلیل محیط، رقبا، نیاز مشتریان، فناوری های جدید و کاربرد

1. Behatti &.et alsh

2. Zhang &.et alsh

3. Bart &.et alsh

4. Guan &.et alsh

5.

فرصیات پژوهش

هدف تحقیق حاضر بررسی تأثیر جذب دانش و چابکی سازمانی بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی با توجه به نقش تعدیلگری اینرسی سازمانی است. جهت دستیابی به این هدف فرضیات زیر طراحی شدند:

۱- بین جذب دانش و نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی رابطه معناداری وجود دارد.

۲- بین چابکی سازمانی و نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی رابطه معناداری وجود دارد.

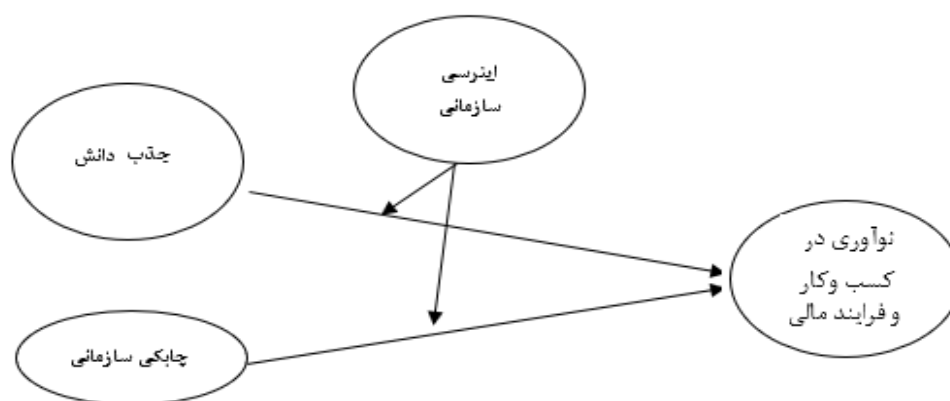
۳- اینرسی سازمانی در رابطه بین جذب دانش و نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی نقش تعدیلگر معناداری ایفا می‌کند.

۴- اینرسی سازمانی در رابطه بین چابکی سازمانی و نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی نقش تعدیلگر معناداری ایفا می‌کند.

مدل مفهومی پژوهش

گوان و همکاران (۲۰۲۰)^۱ در پژوهش خود عنوان کردند حیط پویا اثر نوآوری محصول را بر عملکرد کسب و کار تقویت می‌کنند. از طرف دیگر، محیط رقابتی، تأثیر نوآوری محصول را بر عملکرد تجاری تضعیف می‌کند، اما تأثیر نوآوری فرایند را بر عملکرد کسب و کار تقویت می‌کند. به صورتی که تناسب بین پویایی و استراتژی نوآوری محصول و همچنین بین رقابت و استراتژی نوآوری فرایند را نشان می‌دهد. بارت و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند نوآوری‌های تکنولوژیک در شرایط متفاوت ممکن است باعث بهبود عملکرد شرکت نشوند. همچنین نوآوری تکنولوژیک باید با کسب و کار شرکت متناسب باشد تا تأثیر اهرمی بر فرایند

مالی شرکت بگذارد. سانتاماریا و همکاران (۲۰۲۲) در تحقیق به این نتیجه رسیدند که مدیریت تغییرات سازمانی به عنوان عنصر کلیدی فرایند نوآوری تجاری کسب و کار می‌بایست مورد توجه قرار گیرد. همچنین اینرسی سازمانی، دوگانگی و عدم قطعیت در نوآوری در کسب و کار به عنوان متغیرهای تعدیل کننده فرایند نوآوری تجاری کسب و کار عمل می‌نمایند؛ نهایتاً تغییر سیستماتیک به عنوان متغیر تأثیر گذار در نوآوری تجاری کسب و کار می‌بایست مورد توجه قرار گیرد. بهاتی و همکاران (۲۰۲۲) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که نوآوری در کسب و کار به میزان قابل توجهی به جذب دانش، چابکی و هوشیاری مدیریت عالی و فرایند مالی وابسته است. علاوه بر این، نوآوری در کسب و کار به عنوان واسطه‌ای در رابطه بین این عوامل و فرایند مالی ایجاد شد. از منظر مدیریتی، یافته‌ها قابل توجه است زیرا سازمان‌ها باید برای ایجاد مزیت رقابتی و فرایند مالی شرکت خود، روی پیشینیان تمرکز کنند. رحیمی (۱۳۹۹) نشان دادند بین مدیریت دانش و چابکی سازمانی رابطه مستقیم معنادار وجود دارد. بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی رابطه مستقیم معنادار وجود دارد و بین نوآوری سازمانی با چابکی سازمانی رابطه معنادار وجود دارد و چابکی سازمانی در رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی نقش واسطه‌ای معنادار دارد. نتایج حاصل از پژوهش بیان گر این است که به طور کلی بین چابکی سازمانی در رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی نقش واسطه‌ای رابطه معنادار دارد. مدل مفهومی اولیه با توجه به متغیرهای تعریف شده بر اساس ادبیات از مدل‌های بهتی، ستورو، خان و ریزاتو و سانتا ماریا گونزالز و همکاران در سال ۲۰۲۱ استنباط گردید.



Bhatti, Santoro, Khan, & Rizzato, ۲۰۲۱b; Santa Maria Gonzalez et al., ۲۰۲۱

شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

آماري تحقيق حاضر مديران ارشد و کارکنان مالی شرکت‌های زیر مجموعه هلدینگ خلیج فارس می‌باشد که تعداد آنها ۲۷۳ نفر می‌باشند. که طبق جدول مورگان حجم نمونه تحقیق شامل ۱۶۲ نفر می‌باشد برای اطمینان بیشتر تعداد ۱۷۰ پرسشنامه با استفاده روش نمونه‌گیری غیر احتمالی در دسترس در بین مدیران ارشد و کارکنان مالی شرکت‌های زیر مجموعه هلدینگ خلیج فارس، پرسشنامه توزیع و گردآوری شد. که از این میان ۱۶۵ کامل بود و قابلیت تحلیل آماری داشت.

در این پژوهش برای سنجش متغیرها از پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه این تحقیق از دو بخش تشکیل شده است. بخش اول اطلاعات جمعیت شناختی و بخش دوم جهت سنجش متغیرهای تحقیق است. جدول ۱ گویه‌های پرسشنامه جهت سنجش متغیرها را نشان می‌دهد.

دشوارترین گام در فرآیند هر پژوهشی، مشخص کردن مسئله مورد مطالعه است. نخست آنکه درباره یک چیز، یک مانع یا یک موقعیت مبهم تردید وجود دارد، تردیدی که نیازمند تعیین است. در هر پژوهش ابتدا باید نوع، ماهیت، اهداف پژوهش و دامنه آن معین شود تا بتوان با استفاده از قواعد و ابزار مناسب و از راه‌های معتبر به واقعیت‌ها دست یافت. این پژوهش از نظر هدف کاربردی می‌باشد؛ و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع پیمایشی است. تحقیقات پیمایشی برای بررسی توزیع ویژگی‌های یک جامعه آماری بکار می‌روند. هدف تحقیقات توصیفی توصیف پدیده یا شرایط مورد بررسی است. اجرای تحقیقات توصیفی می‌تواند برای شناخت بیشتر شرایط موجود یا یاری‌دادن به فرایند تصمیم‌گیری باشد. همچنین این تحقیق چون به بررسی روابط میان متغیرهای می‌پردازد یک تحقیق همبستگی است.

جدول ۱: گویه‌های پرسشنامه جهت سنجش متغیرها

متغیر مورد سوال	منبع	تعداد سوالات در پرسشنامه	شماره سوالات در پرسشنامه	مقدار ضریب آلفای کرونباخ
چابگی سازمانی	نوید و همکاران (۲۰۲۲)	۶-۱	۶	۰٫۸۵۹
نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی	پاندا و راس (۲۰۲۱)	۱۲-۷	۶	۰٫۸۸۰
جذب دانش	ژن و همکاران (۲۰۲۱)	۱۷-۱۳	۵	۰٫۸۵۶
ایترسی سازمانی	هاگ (۲۰۱۴)	۲۶-۱۸	۹	۰٫۹۱۱

یافته‌های پژوهش

برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده ابتدا آمار توصیفی که به توصیف متغیرهای اصلی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی می‌پردازد، مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس آمار استنباطی مطرح می‌گردد. در آمار استنباطی به منظور بررسی مناسب بودن ابزار اندازه‌گیری (پرسشنامه) از تحلیل عاملی تأییدی (CFA)

با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) به وسیله نرم‌افزار Smart PLS3 استفاده شده است. همچنین به منظور بررسی نوع توزیع داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف و جهت بررسی فرضیه‌های تحقیق از تحلیل مسیر استفاده شده است. جدول ۲، میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد. عنوان اختصاری متغیرها نیز در این قسمت معرفی شده اند.

جدول ۲: آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

مورد	کد	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی	NF	۳,۱۰۰	۱,۳۱۵	-۰,۱۹۳	-۱,۶۱۴
جذب دانش	JD	۳,۱۵۷	۱,۳۷۹	-۰,۱۸۷	-۱,۵۷۳
چابکی سازمانی	CH	۳,۷۸	۱,۲۸۲	-۰,۲۷۷	-۱,۵۲۳
اینرسی سازمانی	ES	۳,۱۰۳	۱,۳۹۵	-۰,۱۹۲	-۱,۶۸۶

منبع: محاسبات تحقیق

آزمون KMO مربوط به کفایت حجم نمونه است. این آزمون نشان می‌دهد که آیا تعداد نمونه برای انجام تحلیل عاملی مناسب است یا خیر؟ در صورتی که این آزمون بالای ۰/۷ باشد می‌توان نتیجه‌گیری کرد که حجم نمونه برای تحلیل عاملی مناسب است.

تست بارتلت بیان می‌کند آیا روابط تقارن دارند یا جهت دارند؟ به عبارت دیگر، آیا روابط کروی هستند یا خیر؟ اگر داده‌ها متقارن باشند داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب است. در جدول شماره نتایج حاصل از آزمون KMO و بارتلت می‌توان مشاهده نمود.

جدول ۳: تست KMO و بارتلت

ردیف	تست	مقدار
۱	KMO	۰,۸۷۹
۲	بارتلت	۷۹۳,۳۳۶
	Chi-squar	۶
	Df	۰,۰۰۰
	Sig	

منبع: محاسبات تحقیق

همان گونه که در جدول ۳ مشاهده می‌شود مقدار KMO برابر با ۰,۸۷۹ است. این امر بیان‌گر آن است که حجم نمونه برای انجام تحلیل عاملی کفایت می‌کند. همچنین با توجه مقدار معنی‌داری ۰/۰۰۰ می‌توان نتیجه‌گیری کرد که داده‌ها متقارن یا کروی هستند. پیش از آنکه آزمونی انجام شود یا

اقدام تعمیمی روی داده‌ها اعمال شود، باید نوع توزیع داده‌های متغیرهای مورد مطالعه مشخص گردد تا بر اساس نوع توزیع داده‌های آن روش آماری مناسب و علمی به کار گرفته شود. جهت بررسی نوع توزیع داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده شده است.

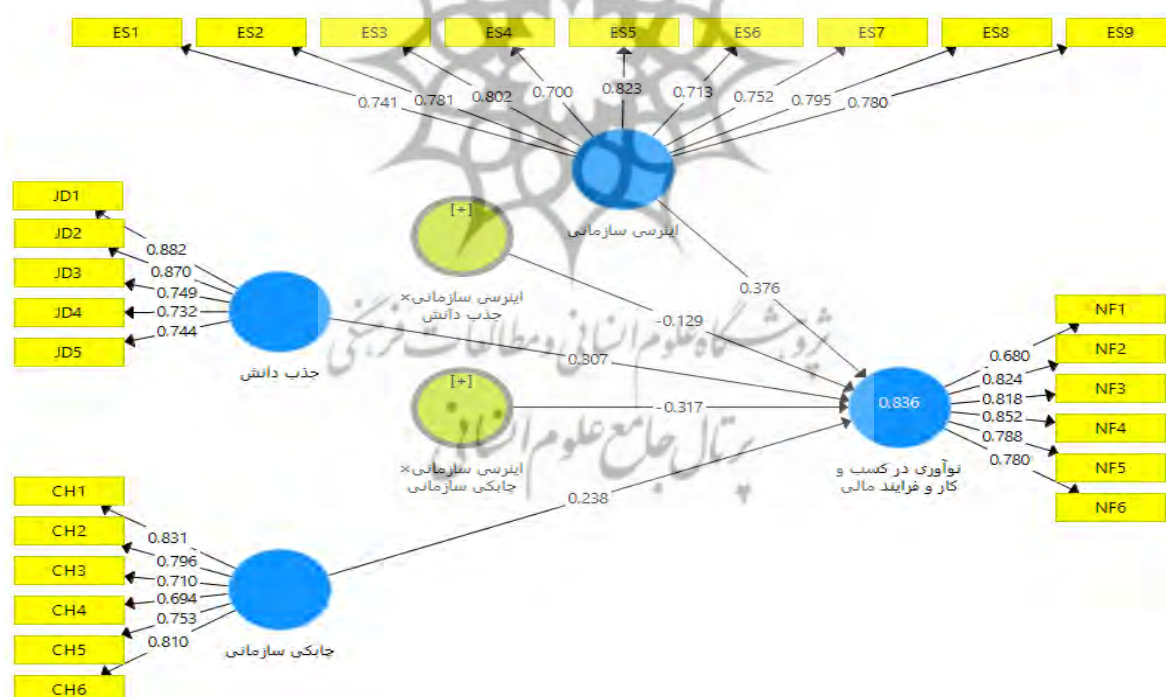
جدول ۴: نتایج مربوط به آزمون نوع توزیع داده‌ها

نتیجه	کلموگروف اسمیرنوف		متغیرها
	سطح معناداری	مقدار آماره	
غیر نرمال	۰,۰۰	۰,۱۸۲	نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی
غیر نرمال	۰,۰۰	۰,۱۷۵	جذب دانش
غیر نرمال	۰,۰۰	۰,۱۷۴	چابکی سازمانی
غیر نرمال	۰,۰۰	۰,۱۸۰	اینرسی سازمانی

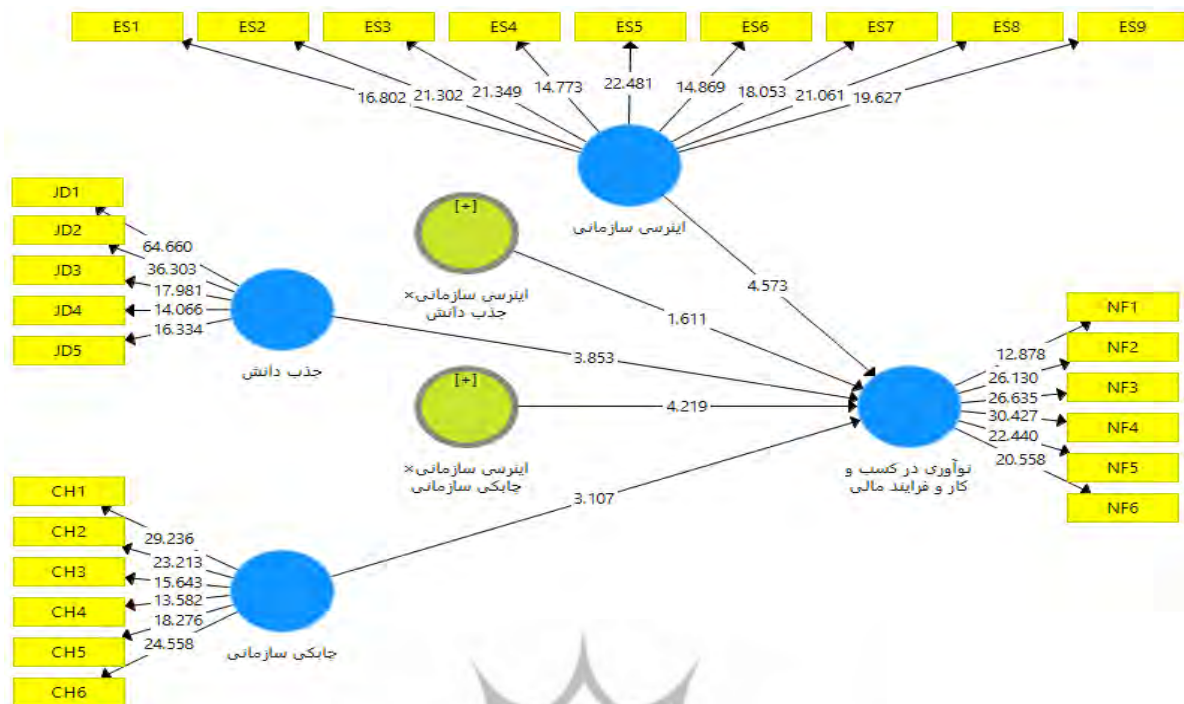
منبع: محاسبات تحقیق

بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش است. البته اعداد t فقط صحت رابطه‌ها را نشان می‌دهند و شدت رابطه بین سازه‌ها را نمی‌توان با آنها سنجید (داوری و رضازاده، ۱۳۹۶). شکل ۲ و شکل ۳ مدل ساختاری تحقیق را در حالت تخمین ضرایب استاندارد و تخمین مقادیر t نشان می‌دهند. جدول ۵ ضرایب معناداری t برای روابط بین سازه‌های پژوهش را نشان می‌دهد.

همان‌طور که در جدول فوق مشخص است، سطح معنی داری آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای همه متغیرها کمتر از سطح خطای ۰,۰۵ به دست آمده است. لذا می‌توان این‌گونه استنباط نمود که توزیع داده‌های همه متغیرها غیر نرمال بوده و باید از روش‌های متناسب با نوع توزیع داده‌ها استفاده کرد. ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معناداری t است. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶



شکل ۲: مدل ساختاری در حالت تخمین ضرایب استاندارد



شکل ۳: مدل ساختاری در حالت تخمین مقادیر t

جدول ۵: ضرایب مسیر و ضرایب معناداری t برای روابط بین سازه‌های پژوهش

مسیر رابطه بین سازه‌های پنهان	ضرایب مسیر	مقدار t-value	سطح معناداری	نتیجه
$NF \leftarrow JD$	۰,۳۰۷	۳,۸۵۳	۰,۰۰۱	معنادار است
$NF \leftarrow CH$	۰,۲۳۸	۳,۱۰۷	۰,۰۰۱	معنادار است

منبع: محاسبات تحقیق

بر اساس جدول ۵ می‌توان گفت ضرایب مسیر در تمامی مسیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار هستند. پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی، مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS، محقق اجازه می‌یابد که به بررسی و آزمون روابط بین متغیرهای خود بپردازد. در این قسمت ضرایب استاندارد شده مسیرهای مربوط به فرضیه‌ها و مقادیر t بررسی می‌شود. برای تأیید یا رد فرضیه‌ها مقدار t باید بیشتر از ۱/۹۶ یا کمتر از -۱/۹۶ باشد. مقادیر بین این دو مقدار حاکی از عدم وجود تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح ۹۵ درصد است.

فرضیه اول: بررسی ضریب اثر جذب دانش بر نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی در جدول فوق نشان می‌دهد که این ضریب مسیر به میزان ۰,۳۰۷ برآورد شده است. با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری (t-value) برابر با ۳,۸۵۳ و از ۱/۹۶ بیشتر می‌باشند و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ به دست آمده؛ می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی جذب دانش بر نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد. با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات جذب دانش، شاهد افزایش در نمرات نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی به اندازه ۰,۳۰۷ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین جذب دانش موجب افزایش نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی خواهد شد. بنابراین با توجه به داده‌های گردآوری شده می‌توان گفت فرضیه اول تحقیق مبنی بر وجود اثرگذاری جذب دانش بر نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی با احتمال ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

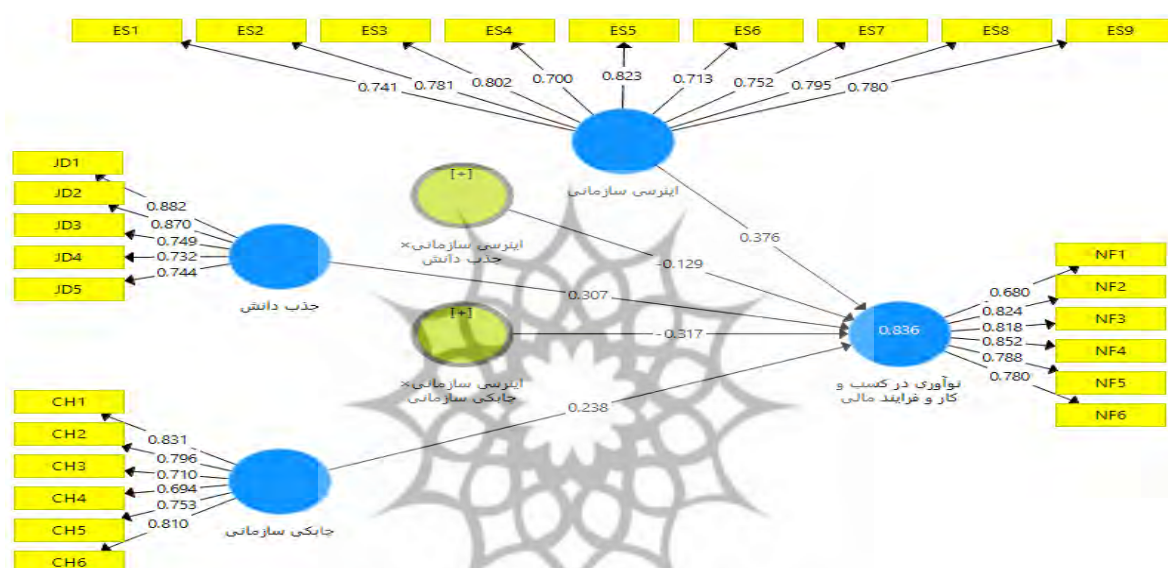
بر اساس جدول ۵ می‌توان گفت ضرایب مسیر در تمامی مسیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار هستند. پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی، مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS، محقق اجازه می‌یابد که به بررسی و آزمون روابط بین متغیرهای خود بپردازد. در این قسمت ضرایب استاندارد شده مسیرهای مربوط به فرضیه‌ها و مقادیر t بررسی می‌شود. برای تأیید یا رد فرضیه‌ها مقدار t باید بیشتر از ۱/۹۶ یا کمتر از -۱/۹۶ باشد. مقادیر بین این دو مقدار حاکی از عدم وجود تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح ۹۵ درصد است.

فرضیه اول: بررسی ضریب اثر جذب دانش بر نوآوری در کسب‌وکار و فرایند مالی در جدول فوق نشان می‌دهد که این

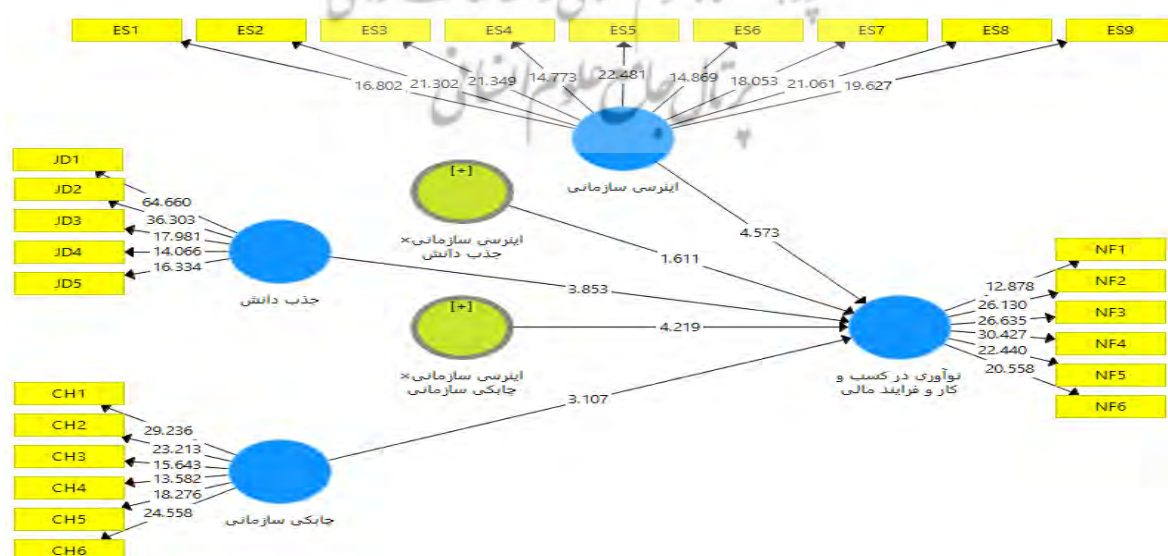
فرضیه دوم: بررسی ضریب اثر چابکی سازمانی بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی در جدول فوق نشان می‌دهد که این ضریب مسیر به میزان ۰,۲۳۸ برآورد شده است. با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری (t-value) برابر با ۳,۱۰۷ و از ۱/۹۶ بیشتر می‌باشند و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ به دست آمده؛ می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی چابکی سازمانی بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد. با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات چابکی سازمانی،

شاهد افزایش در نمرات نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی به اندازه ۰,۲۳۸ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین چابکی سازمانی موجب افزایش نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی خواهد شد. بنابراین با توجه به داده‌های گردآوری شده می‌توان گفت فرضیه دوم تحقیق مبنی بر وجود اثرگذاری چابکی سازمانی بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی با احتمال ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

فرضیه سوم: نمودار ۴ و ۵ مدل در حالت استاندارد و ضرایب معناداری تی را به تصویر کشیده است:



نمودار ۴: مدل با ضرایب استاندارد شده بار عاملی (فرضیه سوم)



نمودار ۵: مدل با ضرایب t-Values (فرضیه سوم)

جدول ۶: نتایج مربوط به فرضیه سوم

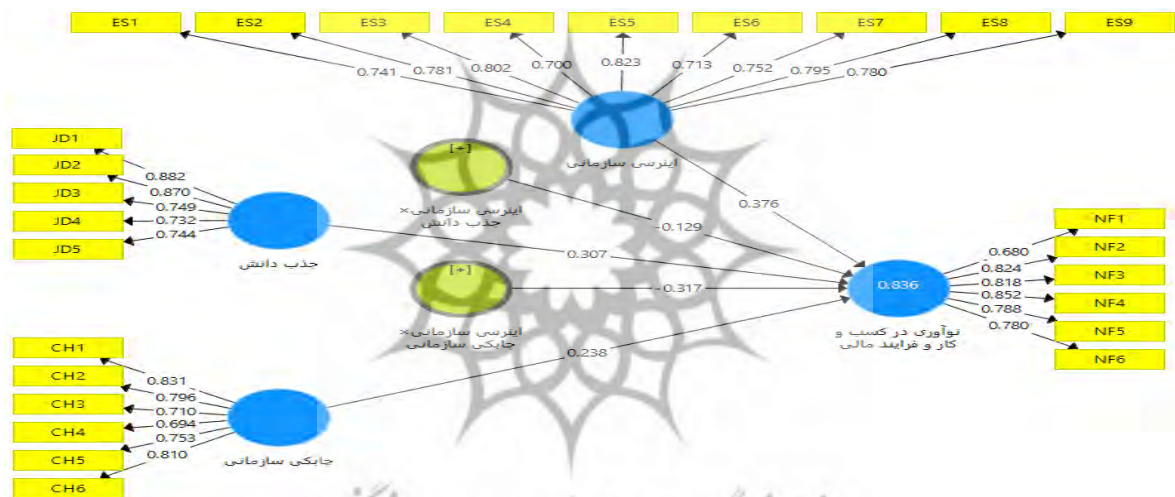
مسیر	ضریب مسیر	مقدار تی	سطح معناداری	نتیجه
جمله تعاملی (اینرسی سازمانی × جذب دانش) → نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی	-۰,۱۲۹	۱,۶۱۱	۰,۱۲۱	رد شد

منبع: محاسبات تحقیق

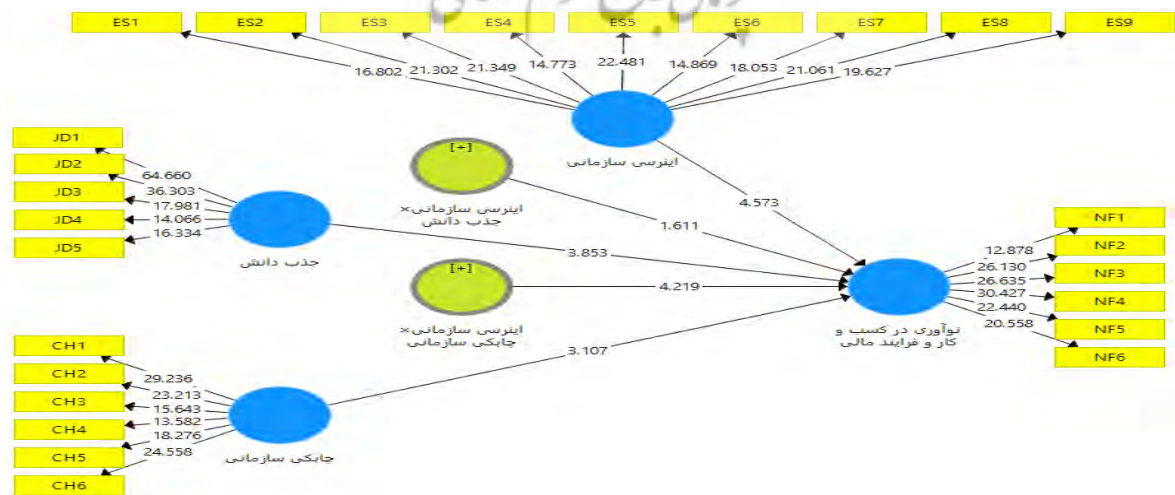
که فرضیه سوم تحقیق با احتمال ۹۵ درصد رد می شود. عبارتی دیگر نقش تعدیلگری اینرسی سازمانی در ارتباط بین جذب دانش و نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی رد می شود.

فرضیه ۴: نمودار ۶ و ۷ مدل در حالت استاندارد و ضرایب معناداری تی را به تصویر کشیده است:

یافته های تحقیق نشان داد که مقدار آماره تی و ضریب مسیر استاندارد شده بین جمله تعاملی (اینرسی سازمانی × جذب دانش) و متغیر وابسته نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی بترتیب برابر با ۱,۶۱۱ و -۰,۱۲۹ - محاسبه شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره تی محاسبه شده کمتر از حد مرزی ۱,۹۶ بدست آمده، می توان اینگونه استنباط کرد



نمودار ۶: مدل با ضرایب استاندارد شده بار عاملی (فرضیه چهارم)



نمودار ۷: مدل با ضرایب t-Values (فرضیه چهارم)

جدول ۷: نتایج مربوط به فرضیه چهارم

مسیر	ضریب مسیر	مقدار تی	سطح معناداری	نتیجه
جمله تعاملی (اینرسی سازمانی × چابکی سازمانی) → نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی	-۰,۳۱۷	۴,۲۱۹	۰,۵۲۱	معنادار است

منبع: محاسبات تحقیق

یافته های تحقیق نشان داد که مقدار آماره تی و ضریب مسیر استاندارد شده بین جمله تعاملی (اینرسی سازمانی × چابکی سازمانی) و متغیر وابسته نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی بترتیب برابر با ۴,۲۱۹ و -۰,۳۱۷ محاسبه شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره تی محاسبه شده بیشتر از حد مرزی ۱,۹۶ بدست آمده، می توان اینگونه استنباط کرد که فرضیه چهارم تحقیق با احتمال ۹۵ درصد تایید می شود. عبارتی دیگر نقش تعدیلگری اینرسی سازمانی در ارتباط بین چابکی سازمانی و نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی تأثیر معناداری می شود.

نتیجه گیری

بررسی ضریب اثر جذب دانش بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی نشان می دهد که این ضریب مسیر مثبت برآورد شده است. با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری از ۱/۹۶ بیشتر می باشند و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ به دست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی جذب دانش بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد. با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات جذب دانش، شاهد افزایش در نمرات نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی به اندازه ۰,۳۰۷ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین جذب دانش موجب افزایش نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی خواهد شد. بنابراین با توجه به داده های گردآوری شده می توان گفت فرضیه اول تحقیق مبنی بر وجود اثرگذاری جذب دانش بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی با احتمال ۹۵ درصد تأیید می شود. لذا با افزایش جذب دانش، نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی افزایش خواهد یافت. یافته های این پژوهش با یافته های پژوهشگران دیگر از جمله بهتی، ستورو، خان و ریزاتو و سانتا ماریا گونزالز و همکاران در سال ۲۰۲۱ همسو می باشد. افزایش جذب دانش می تواند به طور مستقیم و غیرمستقیم تأثیر بسزایی

در نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی داشته باشد. این ارتباط به دلیل چند عامل مهم است. دانش و اطلاعات بیشتر: با افزایش جذب دانش، سطح دانش و اطلاعات موجود در سازمان افزایش می یابد. این اطلاعات جدید و متنوع می توانند به تیم ها کمک کنند تا بهترین راهکارها را برای حل مسائل پیدا کنند و نوآوری در فرایندهای کسب و کار و مالی را ترویج دهند. توسعه فناوری: جذب دانش از کارکنان با تخصص های مختلف می تواند منجر به توسعه فناوری در سازمان شود. افرادی که در حوزه های مرتبط با فناوری فعالیت می کنند، می توانند با ارائه ایده ها و راهکارهای نوآورانه، فرصت های جدیدی را برای بهبود فرایندهای کسب و کار و مالی ایجاد کنند. افزایش کارآمدی: جذب دانش و تجربه های جدید می تواند به افزایش کارآمدی در فرایندهای کسب و کار و مالی منجر شود. با استفاده از روش ها و فنون جدید، سازمان می تواند عملکرد خود را بهبود داده و به طور کلی عملکرد اقتصادی را افزایش دهد. در نتیجه، با افزایش جذب دانش، نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی بهبود می یابد و این می تواند به رشد و پیشرفت سازمان کمک کند. بررسی ضریب اثر چابکی سازمانی بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی در جدول فوق نشان می دهد که این ضریب مسیر مثبت برآورد شده است. با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری از ۱/۹۶ بیشتر می باشند و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ به دست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی چابکی سازمانی بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد. با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات چابکی سازمانی، شاهد افزایش در نمرات نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی به اندازه ۰,۲۳۸ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین چابکی سازمانی موجب افزایش نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی خواهد شد. بنابراین با توجه به داده های گردآوری شده می توان گفت فرضیه دوم تحقیق مبنی بر وجود اثرگذاری چابکی

سازمانی بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی با احتمال ۹۵ درصد تأیید می‌شود. لذا با افزایش چابکی سازمانی، نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی افزایش خواهد یافت. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های پژوهشگران دیگر از جمله بهتی، سنتورو، خان و ریزاتو و سانتا ماریا گونزالز و همکاران در سال ۲۰۲۱ همسو می‌باشد. یافته‌های تحقیق نشان داد که مقدار آماره تی و ضریب مسیر استاندارد شده بین جمله تعاملی (اینرسی سازمانی $\times$ جذب دانش) و متغیر وابسته نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی منفی و معناداری بیشتر از ۵ صدم محاسبه شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره تی محاسبه شده کمتر از حد مرزی ۱,۹۶ بدست آمده، می‌توان اینگونه استنباط کرد که فرضیه سوم تحقیق با احتمال ۹۵ درصد رد می‌شود. بعبارتی دیگر نقش تعدیلگری اینرسی سازمانی در ارتباط بین جذب دانش و نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی رد می‌شود. به طور کلی، تعدیلگری اینرسی سازمانی در ارتباط بین جذب دانش و نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی ممکن است به دلایل مختلفی از جمله عدم توجه به عدم تمرکز بر جذب و نگهداری استعدادهای نوآور و خلاق در سازمان، عدم تطابق بین اهداف استراتژیک سازمان و فرایندهای مالی پایداری مالی رد شود، که اصلاح این عوامل می‌تواند به بهبود نوآوری و کسب و کار کمک کند. این یافته با یافته تحقیق بهتی، سنتورو، خان و ریزاتو و سانتا ماریا گونزالز و همکاران در سال ۲۰۲۱ همسو نمی‌باشد. یافته‌های تحقیق نشان داد که مقدار آماره تی و ضریب مسیر استاندارد شده بین جمله تعاملی (اینرسی سازمانی $\times$ چابکی سازمانی) و متغیر وابسته نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی منفی و معناداری کمتر از ۵ صدم محاسبه شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره تی محاسبه شده کمتر از حد مرزی ۱,۹۶ بدست آمده، می‌توان اینگونه استنباط کرد که فرضیه چهارم تحقیق با احتمال ۹۵ درصد تأیید می‌شود. بعبارتی دیگر نقش تعدیلگری اینرسی سازمانی در ارتباط بین چابکی سازمانی و نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی تأیید می‌شود. نقش تعدیلگری اینرسی سازمانی در ارتباط بین چابکی سازمانی و نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی ممکن است به دلایل مختلف تأیید شود، از جمله عدم تمرکز بر ایجاد فرهنگ چابکی در سازمان، عدم تطابق بین استراتژی چابکی سازمان و فرایندهای مالی و عدم توانایی در مدیریت

ریسک. این یافته با یافته تحقیق بهتی، سنتورو، خان و ریزاتو و سانتا ماریا گونزالز و همکاران در سال ۲۰۲۱ همسو می‌باشد. بر اساس نتایج به شرکت‌های زیر مجموعه هلدینگ خلیج فارس پیشنهاد می‌شود مدیران در پی افزایش جذب دانشمندان و کارشناسان با تجربه و مهارت‌های لازم در حوزه نوآوری باشد. این کار می‌تواند بهبود قابل توجهی در فرایند نوآوری و کسب و کار شرکت‌ها ایجاد کند. همچنین، شرکت‌ها می‌توانند با ایجاد برنامه‌های آموزشی و آموزش مستمر برای کارکنان خود، آنها را با تکنولوژی‌های جدید و روش‌های نوین کسب و کار آشنا کنند. این اقدامات می‌تواند بهبود قابل توجهی در فرایند مالی و بهره‌وری شرکت‌ها ایجاد کند. همچنین، شرکت‌ها می‌توانند با برگزاری جلسات و کارگاه‌های نوآوری، فضای مناسبی را برای تبادل ایده‌ها و ارتباط بین کارکنان خود فراهم کنند. این اقدامات می‌تواند بهبود قابل توجهی در فرایند نوآوری و کسب و کار شرکت‌ها ایجاد کند. بر اساس نتایج به شرکت‌های زیر مجموعه هلدینگ خلیج فارس پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت با افزایش آموزش در راستای چابکی سازمانی به تغییرات بازار و شرایط جدید سریع پاسخ دهند. این اقدام می‌تواند بهبود قابل توجهی در فرایند نوآوری و کسب و کار شرکت‌ها ایجاد کند. همچنین، چابکی سازمانی می‌تواند بهبود قابل توجهی در فرایند مالی و بهره‌وری شرکت‌ها ایجاد کند، زیرا شرکت‌ها قادر خواهند بود به سرعت به تغییرات بازار پاسخ دهند و فرصت‌های جدید را به دست آورند. به علاوه، با اجرای چابکی سازمانی، شرکت‌ها می‌توانند فرآیندهای خود را بهبود بخشند و بهره‌وری بیشتری را داشته باشند. پیشنهاد می‌شود در تأثیر جذب دانش و چابکی سازمانی بر نوآوری در کسب و کار و فرایند مالی با توجه به نقش میانجی اینرسی سازمانی شود. پیشنهاد می‌شود موضوع این پژوهش در بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی شود. پیشنهاد می‌شود سایر عوامل روانی-اجتماعی (به عنوان مثال: سبک زندگی، ترجیحات فردی و...) و عوامل جمعیت‌شناختی (به عنوان مثال: سن، جنسیت، سطح تحصیلات، سطح درآمد و...) در مطالعات بعدی در نظر گرفته شود.

منابع

- خلیل نژاد، شهرام؛ زارع، رحیم و وطن پرست، امیر. (۱۳۹۹). تأثیر ظرفیت جذب دانش بر نوآوری استراتژیک با در نظر گرفتن نقش تعدیلگر جهت گیری استراتژیک. مدیریت بهره‌وری، ۱۴(۵۳)، ۱۶۳-۱۸۱.
- داورپناه، سیدهدایت‌اله؛ سیادت، سیدعلی و یدالهی ده‌چشمه و آرش. (۱۴۰۰). الگوی ساختاری روابط علی بین نوع جهان‌بینی رهبری و نوآوری سازمانی با نقش میانجی هشیاری سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان اداری دانشگاه اصفهان). مدیریت بهره‌وری، ۱۵(۱)، ۱۰۷-۱۳۶.
- رحیمی، مجتبی. (۱۳۹۹). نقش واسطه ای چابکی سازمانی در رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در بین کارکنان شهرداری منطقه ده شیراز. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری، ۵(۲۰)، ۲۳-۳۳.
- رشیدی، مهدی؛ بنی هاشمی، سید علی و موسوی، سید ذبیح‌الله. (۱۴۰۰). ارائه مدل ساختاری تأثیر ظرفیت سازمانی بر چابکی سازمانی با نقش میانجی‌گری انسجام سازمانی. توسعه سازمانی پلیس، ۱۸(۷۷)، ۱۱۳-۱۴۰.
- زکی پور، مهدی؛ رستمی، مهدی و ساعی نیا، حمیرا. (۱۳۹۵). ارتقای چابکی سازمانی از طریق کارکردهای مدیریت منابع انسانی (مورد کاوی: شرکت توسعه صنایع ریلی گسترش). فصلنامه مطالعات منابع انسانی، ۶(۱۹)، ۲۷-۴۵.
- سرلک، محمدعلی؛ دل انگیزان، سهراب و کاکه برایی، اسماعیل. (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد سازمان‌های چابک بر اساس الگوی گلدمن و ناگل. مجله مدیریت توسعه و تحول، ۲۴، ۱-۱۰.
- کاظمی، مصطفی و پور، سمیرا. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر کارآفرینی و کسب و کار محوری بر نوآوری و ارزش مشتری. فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، ۲(۲)، ۵۱-۶۸.
- مام صالحی، پرویز؛ پرندین، کاوه و کرمی، غلامرضا. بررسی وضعیت قابلیت‌های چابکی در ادارات امور مالیاتی استان آذربایجان غربی. حسابداری دولتی، ۵(۲)، ۱۰۱-۱۰۸.
- مالمیر، آمنه و نوروززاده، احمد. (۱۴۰۰). نقش میانجی چابکی سازمانی در رابطه با مدیریت دانش و پیشرفت سازمان. توسعه سازمانی پلیس، ۱۸(۷۶)، ۱۰۱-۱۲۰.
- محمدی مقدم، یوسف؛ محبی، علی و محمدی مقدم، یحیی. (۱۳۹۲). الگوی به کارگیری قابلیت‌های مدیریت دانش در دانش‌آفرینی و نوآوری‌های پلیسی. فصلنامه علمی-پژوهشی آموزش در علوم انتظامی، ۱(۱)، ۱-۲۲.
- آقادات، سیدرسول؛ حاتمی، محمود و حکیمی نیا، بهزاد. (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر نوآوری سازمانی در میان مدیران (مطالعه موردی مدیران ارشد مخابرات استان اصفهان). فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، ۴(۱۱)، ۱۲۷-۱۷۰.
- امینی، علیرضا؛ فتاحی، حمیدرضا و دولتشاه، پیمان. (۱۳۹۸). استراتژی‌های نوآوری، موفقیت کارآفرینانه و نقش میانجی ظرفیت جذب دانش. پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، ۹(۴)، ۱-۲۱.
- باستانی فرد، حمید و چاوش باشی، فرزانه. (۱۴۰۰). تحلیل عوامل مؤثر بر عملکرد بازاریابی با تأکید بر قابلیت‌های بازاریابی بنگاه‌های اقتصادی و خدماتی شهر؛ (نمونه موردی: شرکت سینجرگاز). مجله مدیریت شهری. شماره ۴۲.
- تمرتاش، علی اصغر؛ صابری، علی و خسروی، ابوالفضل. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر اینرسی سازمانی بر تنبلی سازمانی و آتومی سازمانی در دانشگاه تهران. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۹(۴)، ۶۰۹-۶۳۰.
- پرهیزگار، محمد مهدی؛ فروزنده دهکردی، لطف‌اله؛ جوکار، علی اکبر و درینی، ولی محمد. (۱۳۹۲). شناسایی عوامل مؤثر بر نوآوری سازمانی با تکیه بر پارادایم نوآوری باز مطالعه موردی: صنعت نشر کشور. فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت صنعتی، ۱۱(۳۱)، ۱۰۱-۱۲۵.
- جعفری، سید محمدباقر؛ محمدی دورباش، زهرا و میرزائی، اشرف. (۱۳۹۷). تأثیر اینرسی سازمانی بر نوآوری و نوآوری بر عملکرد. فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، ۶(۴)، ۱۵۳-۱۷۵.
- حاجی پور، بهمن؛ جعفری زاده، فروز و رحیمی، فرج اله. (۱۳۹۹). تأثیر جهت گیری راهبردی و قابلیت‌های بازاریابی بر عملکرد صادراتی. مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی. شماره ۲۲.
- حسین پور، مهدی؛ جمشیدی، محمدجواد؛ محمدی فر، یوسف و بهور، شهین. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر نوآوری استراتژیک بر عملکرد نوآوران با نقش تعدیلگر محیط تجاری (مورد مطالعه: شرکت‌های کوچک و متوسط کرمانشاه). فصلنامه علمی-پژوهشی کارافن، ۱۷(۵)، ۱۷۷-۱۹۴.
- حسینی، مهری؛ موسی خانی، مرتضی و سخدری، کمال. (۱۴۰۱). علم سنجی مطالعات تأثیر نوآوری مدل کسب و کار بر عملکرد مالی. فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری، ۱۱(۴۱)، ۴۹-۷۳.

- innovation: how firms reel in migrating value. *Long Range Plann*, 51 (1), 82–110.
- Li, L., Lin, J., Turel, O., Liu, P., Luo, X. R. J. I. M., & Systems, D. (2020). The impact of e-commerce capabilities on agricultural firms' performance gains: the mediating role of organizational agility .
- Lisa, O. (2019). The Effect of Entrepreneurial Behavior and Organizational Innovation on MSMEs Performance. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 16(2), 160-172.
- Mao, H., Liu, S., & Zhang, J. (2015). How the effects of IT and knowledge capability on organizational agility are contingent on environmental uncertainty and information intensity. *Information Development*, 31(4), 358-382.
- Mao, H., Liu, S., & Zhang, J. (2015b). IT resource and competitive advantage: Role of knowledge management capability and resource commitment. 48th Hawaii International Conference on System Sciences, 5-8 January, Kauai, Hawaii, pp. 3791–3800.
- Moradi, E., Jafari, S. M., Doorbash, Z. M., & Mirzaei, A. (2021). Impact of organizational inertia on business model innovation, open innovation and corporate performance. *Asia Pacific Management Review*. doi:https://doi.org/10.1016/j.apmr.2021.01.003
- Müller, M., Kudic, M., & Vermeulen, B. (2020). The influence of the structure of technological knowledge on inter-firm R&D collaboration and knowledge discovery: An agent-based simulation approach. *Journal of Business Research*. doi:https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.067
- Nasution, H. N., Mavondo, F. T., Matanda, M. J., Ndubisi, N. O. (2011). Entrepreneurship: Its relationship with market orientation and learning
- موسوی، سید نجم‌الدین؛ نظریوری، امیر هوشنگ؛ ساعدی، عبدالله و شریعت‌نژاد، علی. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر رفتار هم خلقی ارزش مشتری بر ارائه خدمات نوآورانه در سازمان؛ تبیین نقش رفتار شهروندی و رفتار مشارکتی. راهبردهای بازرگانی (دانشور رفتار)، دو فصلنامه علمی پژوهشی دانشگاه شاهد، ۲۲(۵)، ۲۸-۱۵.
- مومنی، مریم؛ هوشنگ نظریوری، امیر و موسوی، سید نجم‌الدین. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر مدیریت دانش مشتری بر ظرفیت نوآوری با نقش میانجی ظرفیت جذب دانش. پژوهش نامه مدیریت تحول، ۱۲(۳۳)، ۱۴۵-۱۶۸.
- موغلی، علیرضا و طلایی، منیژه. (۱۳۹۶). بررسی رابطه ی نوآوری با قابلیت بازاریابی و سرمایه رابطه ای و توانمندسازی کارکنان. کنفرانس بین المللی مدیریت و کارآفرینی آلمان، برلین.
- نعمتیان، محمود و الهام دارمی، (۱۴۰۱). بررسی رابطه بین قابلیت های بازاریابی و عملکرد بازاریابی بین الملل بنگاه های اقتصادی کوچک و متوسط شهرستان
- Abbasi, A. H., ABDOLI, G., SOURI, A., & EBRAHIMI, M. (2019). excessive risk-taking, banking System fragility, banking crises, Iran .
- Ali, A., Kelley, D. J., & Levie, J. (2019). Market-driven entrepreneurship and institutions. *Journal of Business Research* . doi:https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.010
- AlQershi, N., Abas, Z., & Mokhtar, S. (2020). The intervening effect of structural capital on the relationship between strategic innovation and manufacturing SMEs' performance in Yemen. *Management Science Letters*, 11(1), 21-30.
- Bhatti, S. H., Santoro, G., Khan, J., & Rizzato, F. (2021a). Antecedents and consequences of business model innovation in the IT industry. *Journal of Business Research*, 123, 389-400. doi:https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.003
- Hacklin, F., Björkdahl, J., Wallin, M.W. (2018). Strategies for business model

- model innovation for the circular economy: A combined literature review and multiple case study approach. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 872-891. doi:https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.12.037
- Santa Maria Gonzalez, T., Vermeulen, W. J., Baumgartner, R. J. J. S. P., & Consumption. (2021). Framing and assessing the emergent field of business model innovation for the circular economy: A combined literature review and multiple case study approach. 26(April 2021), 872-891 .
- Setini, M., Yasa, N. N. K., Gede Supartha, I. W., Ketut Giantari, I., & Rajiani, I. (2020). The Passway of Women Entrepreneurship: Starting from Social Capital with Open Innovation, through to Knowledge Sharing and Innovative Performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(2), 25.
- Tse, T. (2013). Paradox resolution: A means to achieve strategic innovation. *European Management Journal*, 31(6), 682–696.
- Tian, Q., Zhang, S., Yu, H. and Cao, G. (2019). Exploring the Factors Influencing Business Model Innovation Using Grounded Theory: The Case of a Chinese HighEnd Equipment Manufacturer, Sustainability (Switzerland).
- Zhen, J., Xie, Z., & Dong, K. (2021). Impact of IT governance mechanisms on organizational agility and the role of top management support and IT ambidexterity. *International Journal of Accounting Information Systems*, 40, 100501.
- orientation and as antecedents to innovation and customer value. *Industrial Marketing Management*, 40, 336–345.
- Naveed, R.T., Alhaidan, H., Al Halbusi, H., and Kaid Al-Swidi, A. (2022). Do organizations really evolve? The critical link between organizational culture and organizational innovation toward organizational effectiveness: Pivotal role of organizational resistance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7, 1-14.
- Panda, S., & Rath, S. K. (2021). Information technology capability, knowledge management capability, and organizational agility: The role of environmental factors. *Journal of Management & Organization*, 27(1), 148-174.
- Panda, S., & Rath, S. K. (2016). Investigating the structural linkage between IT capability and organizational agility: A study on Indian financial enterprises. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(5), 751–773.
- Prajogo, D. I. (2016). The strategic fit between innovation strategies and business environment in delivering business performance. *International Journal of Production Economics*, 171, 241- 249.
- Rodríguez, R., Molina-Castillo, F.-J., & Svensson, G. (2020). The mediating role of organizational complexity between enterprise resource planning and business model innovation. *Industrial Marketing Management*, 84, 328-341. doi:https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.09.007
- Santa-Maria, T., Vermeulen, W. J. V., & Baumgartner, R. J. (2021). Framing and assessing the emergent field of business

The effect of knowledge absorption and organizational agility on innovation in business and financial process according the role of moderator variable of organizational inertia

Mohsen Amini Khozani¹, Amir Daneshvar², Elham Abbasalipournoodeh³

1. Assistant Professor of Islamic Azad University, Quds Branch
2. Assistant Professor of Islamic Azad University, Science and Research University
3. Master's student of the University of Science and Research

Abstract

This research was conducted with the aim of investigating the effect of knowledge absorption and organizational agility on innovation in business and financial process with regard to the moderating influence of organizational inertia. The statistical population of this research was the senior managers and financial employees of the companies under the Persian Gulf Holding Group. The statistical sample of the research was 165 senior managers and financial employees of companies under the Persian Gulf Holding Group, and the same number of questionnaires were completed. The information collected by questionnaires was analyzed by SPSS24 and Smart PLS3 software using structural equation modeling. The analysis of the information collected from the research questionnaires at the 95% confidence level showed that there is a positive and significant relationship between the absorption of knowledge and innovation in business and the financial process, that is, with the increase of knowledge absorption, the amount of innovation in the business and financial process will increase. . There is a positive and meaningful relationship between organizational agility and innovation in business and financial process, that is, with the increase of organizational agility, the amount of innovation in business and financial process will increase. Organizational inertia does not play a significant moderating role in the relationship between knowledge absorption and innovation in business and financial process. Organizational inertia does not play a significant moderating role in the relationship between organizational agility and innovation in business and financial process.

Keywords: Organizational inertia, Knowledge absorption, Organizational agility, Innovation in business, Financial process.