

تاثیر مدیریت دانش و قابلیت‌های پویایی سازمانی بر نوآوری سازمانی با توجه به نقش میانجی قابلیت رهبری دیجیتال (مطالعه موردی شرکت‌های دانش‌بنیان)

جواد شکرریز^{۱*}

مرضیه خادم پور^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۰۶/۲۱

چکیده

هدف پژوهش حاضر تاثیر مدیریت دانش و قابلیت‌های پویایی سازمانی بر نوآوری سازمانی با توجه به نقش میانجی قابلیت رهبری دیجیتال (مطالعه موردی شرکت‌های دانش‌بنیان) بود. این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی بوده و به لحاظ اجرای روش اجرا از نوع تحقیق‌های توصیفی با تأکید بر روش همبستگی می باشد. از لحاظ جمع آوری اطلاعات از نوع میدانی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه شرکت‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات، خدمات اینترنتی و نرم‌افزار تشکیل دادند. انتخاب خواهند شد. حجم جامعه بر اساس برآورد محقق در این پژوهش برابر ۴۲۰ نفر بود که با جایگذاری در فرمول کوکران برابر تقریباً ۲۰۰ نفر به دست آمد. روش نمونه‌گیری با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده بود. بررسی فرضیات پژوهش و تحلیل روابط ساختاری بین متغیرها از تحلیل عاملی تاییدی و روش مدلسازی معادلات ساختاری و از نرم افزار SPSS۲۰ و PLS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. بر اساس نتایج به دست آمده قابلیت‌های پویایی سازمانی به میزان ۰,۳۱ بر نوآوری سازمانی، مدیریت دانش به میزان ۰,۲۶ بر نوآوری سازمانی و قابلیت‌های رهبری دیجیتال به میزان ۰,۶۱ بر نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین در بررسی نقش میانجی نتایج نشان داد قابلیت رهبری دیجیتال در تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی برابر ۰,۱۹ و نقش میانجی قابلیت رهبری دیجیتال در تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی برابر ۰,۱۶ می‌باشد که در سطح معناداری ۹۵ درصد معنادار است ($Sig < 0.05$).

واژگان کلیدی

مدیریت دانش، قابلیت‌های پویایی سازمانی، نوآوری سازمانی، قابلیت رهبری دیجیتال

۱ استادیار و هیات علمی دانشگاه نطنز، کاشان، ایران. (*نویسنده مسئول: Javadshekarri@pnu.ac.ir)

۲ کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه نطنز، کاشان، ایران. (khadempourmarzieh@gmail.com)

۱. مقدمه

بهره گیری از منابع انسانی متعدد، متخصص، تحصیل کرده، با سابقه و تجربه، آموزش دیده و با انگیزه نقش بسیار مهمی در پیشبرد اهداف سازمان ایفا می نماید. با عنایت به اینکه سازمان با محیط پویا روبه روست و در این محیط اغلب، عوامل اصلی محیط داخلی و خارجی به سرعت و به شدت تغییر می کنند و حتی استراتژی هایی که بهترین شکل ممکن تدوین و اجرا شده باشند منسوخ می شوند، بکارگیری مدیریت درست منابع انسانی از اهمیت بسزایی برخوردار است (فرج پور و همکاران، ۱۳۹۴).

از نقطه نظر رقابت پذیری سازمانی، دانش به عنوان کلید رقابت های سازمانی مطرح می شود و اشتراک گذاری دانش یکی از مهم ترین شایستگی هایی است که سازمان ها به منظور بالا بردن توان رقابتی می توانند از آن بهره ببرند (سها و همکاران^۱، ۲۰۱۷).

قابلیت های پویای سازمانی به عنوان واسطه ای برای بهبود نتایج در مدیریت نوآوری برای پایداری کسب و کار استفاده می شود. تیس و همکاران^۲ (۲۰۱۹) قابلیت پویا را به عنوان فرصت ها برای سرمایه گذاری و پیکربندی مجدد شایستگی های داخلی و خارجی برای پاسخ به یک محیط به سرعت در حال تغییر طراحی شده است تعریف کرده است.

به طور کلی از سازمان ها انتظار می رود که ارزش اقتصادی معناداری با کمک نوآوری در سازمان ها ایجاد نمایند و از طریق این مزایا سود آن ها افزایش یابد، هزینه ها کمتر شده و مزیت و رقابتی کسب نمایند؛ علاوه بر این، انتظار می رود که نوآوری برخی از مزایای غیر مادی را برای سازمان ها ایجاد کند که از جمله آن ها می توان بهبود در روابط شخصی، افزایش عملکرد، رضایت شغلی، توسعه فردی و غیره هستند (کیم و پارک^۳، ۲۰۱۸).

یکی از متغیرهایی که می تواند بر تاثیر متغیرهای مدیریت دانش و قابلیت های پویای سازمانی تاثیر گذار باشد رهبری و در عصر تکنولوژیکی حاضر رهبری دیجیتال است. رهبری دیجیتال ابتدا به عنوان یک رویکرد رهبری با هدف دنبال کردن و پیاده سازی تغییرات ناشی از تحولات تکنولوژیکی به وجود آمده است و از یک رهبر دیجیتال انتظار می رود فردی بصیر، دلسوز، چابک، ریسک پذیر باشد و همیشه برای همکاری ذهنی باز داشته باشد (اوزسونگور^۴، ۲۰۲۰).

امروزه بیش از هر زمان دیگر سازمان ها برای داشتن مزیت رقابتی پایدار نیاز اساسی به نوآوری دارند و ظرفیت نوآوری به عنوان یکی از ویژگی های اصلی در میان سازمان ها که منجر به مزیت رقابتی آن ها می شود، شناخته شده است؛ بنابراین، مطالعه بیشتر عواملی که تشویق کننده و محدود کننده ظرفیت های نوآوری می باشد بسیار مهم است. یک رهبر دیجیتال از نظر نحوه استفاده از فناوری به منظور بهبود سازمان چشم انداز روشنی دارد و به منظور ایجاد یک استراتژی خوب، انتظار می رود رهبران دیجیتال شایستگی مدیریت فرآیند تغییر و داشتن یک دید انتقادی را داشته باشند و متناسب با نیاز سازمان برای تغییر، گام های استراتژیک لازم است و در رابطه با مدل های جدید کسب و کار، درک روابط با مشتری، راه حل هایی برای کارکنان، بهبودهای عملیاتی و شرایط مالی ارائه دهند (آیروز و بیراکتر^۵، ۲۰۲۳).

رهبری دیجیتال می تواند به راحتی ارتباطات را در یک تجارت را با استفاده از فناوری های کارآمدتر، شفاف تر و در دسترس تر بهبود بخشد و وقتی رهبران از ابزارهای دیجیتال استفاده برای ارتباط با تیم های خود استفاده می کنند می توانند

¹ Saha, N., et al

² Teece et al

³ Kim, J., & Park, K.

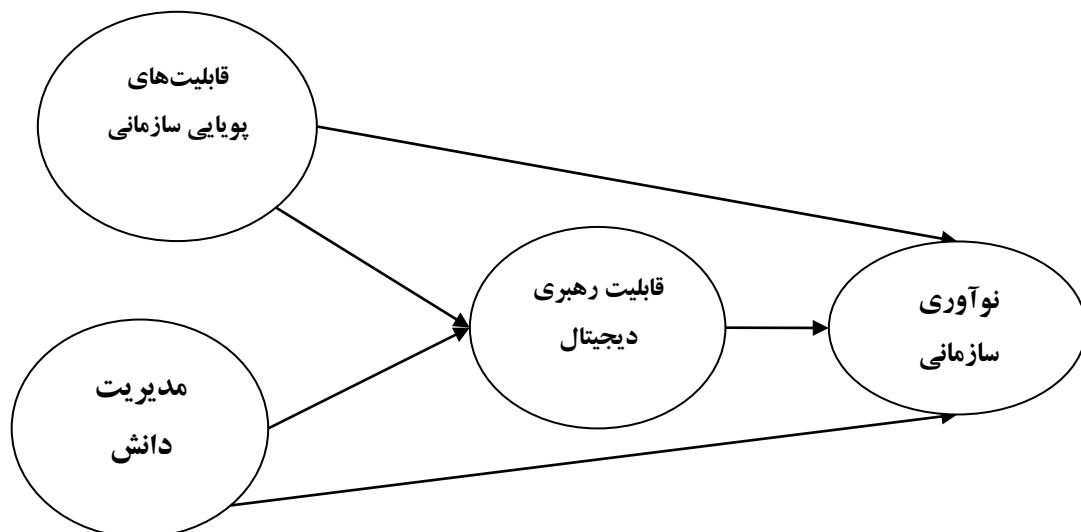
⁴ Özsungur, F.

⁵ Artüz, S. D., & Bayraktar, O.

دسترسی آسان‌تر را اعضا به یکدیگر را امکان پذیر کنند و و راه را برای ایجاد یک محیط آشتی جویانه‌تر بین ذینفعان در زمینه فرآیند مدیریت هموار کنند (ارهان و همکاران^۶، ۲۰۲۲).

امروزه بقای شرکت های دانش بنیان منوط به نوآوری مداوم در محصولات و فرآیندهایشان است تا بتوانند پاسخگوی نشانه های تغییر محیطی از جمله تغییر نیازهای روز افزون مشتریان باشند. نوآوری به عنوان محرک و پیشران اصلی و مهم موفقیت در این شرکت ها شناخته شده است. نوآوری که بطور گسترده به عنوان اختراع، توسعه و پیاده سازی ایده های نو تعریف می شود به عنوان پیشران اساسی حیات و بقای طولانی مدت بنگاه ها شناخته شده و با مزیت های رقابتی شرکت ها و عملکرد مالی ارتباط نزدیکی دارد همچنین با توجه به اینکه قابلیت های پویا، تنها می توانند با رهبری قوی برای پذیرش چالش های فرآیند نوآوری توسعه و به کار گرفته شوند و رهبری دیجیتال مبتنی بر قابلیت پویا تأثیر قابل توجهی بر نوآوری دارد در این پژوهش تلاش شد به بررسی این سوال پرداخته شود که قابلیت رهبری دیجیتال تا چه میزان در تأثیر مدیریت دانش و قابلیت های پویایی سازمانی بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد؟

۲. مدل مفهومی پژوهش



۳. روش شناسی

این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی بوده و به لحاظ اجرای روش اجرا از نوع تحقیق های توصیفی با تأکید بر روش همبستگی^۷ می باشد. از لحاظ جمع آوری اطلاعات از نوع میدانی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه شرکت های فعال در حوزه فناوری اطلاعات، خدمات اینترنتی و نرم افزار تشکیل دادند؛ با توجه به پژوهش های پیشین و تحقیقات میدانی محقق از مدیران بازاریابی دیجیتال شرکت هایی که در حوزه بازاریابی دیجیتال و صنعت بازی و نرم افزار در شهر تهران فعالیت دارند به شیوه هدفمند انتخاب خواهند شد. حجم جامعه بر اساس برآورد محقق در این پژوهش برابر ۴۲۰ نفر بود که با جایگذاری در فرمول کوکران برابر تقریباً ۲۰۰ نفر به دست آمد. روش نمونه گیری با استفاده از نمونه گیری تصادفی ساده بود. تجزیه و تحلیل داده ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی انجام می شود. آمار توصیفی به توصیف اطلاعات بدست آمده می پردازد که این اطلاعات عبارتند از ویژگی های جمعیت شناختی نمونه ی آماری و تحلیل های آماری از قبیل شاخص های فراوانی و نمودار های آماری. در حالی که از آمار استنباطی جهت بررسی فرضیات

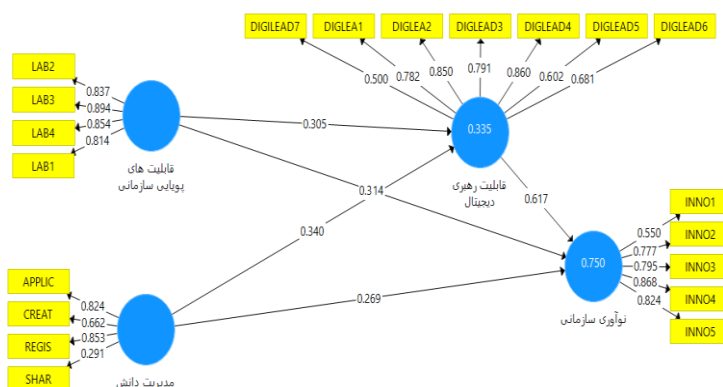
⁶ Erhan, T. et al

² Corelational method

و تعیین وجود یا عدم وجود رابطه بین متغیرها استفاده شد. برای بررسی فرضیات پژوهش و تحلیل روابط ساختاری بین متغیرها از تحلیل عاملی تاییدی و روش مدلسازی معادلات ساختاری و از نرم افزار SPSS۲۰ و PLS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد.

۴. یافته‌ها

بر اساس نتایج به دست آمده پاسخ‌دهندگان مرد برابر ۱۵۶ نفر و معادل ۷۸٪ و زنان برابر ۴۴ نفر و معادل ۲۲٪ می‌باشد و ۳۵٪ از جامعه آماری را کارشناسی، ۴۸،۵٪ را کارشناسان ارشد و ۱۶،۵٪ دکترا تشکیل دادند.



شکل ۱ برآورد مدل مفهومی پژوهش

بر اساس نتایج به دست آمده از شکل (۱) قابلیت‌های یوایی سازمانی به میزان ۰,۳۱ بر نوآوری سازمانی و مدیریت دانش به میزان ۰,۲۶ بر نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد همچنین قابلیت‌های رهبری دیجیتال به میزان ۰,۶۱ بر نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

جهت پاسخ به فرضیات نقش میانجی نتایج به دست آمده از جدول (۱) نشان می‌دهد نقش میانجی قابلیت رهبری دیجیتال در تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی برابر ۰,۱۹ می‌باشد که در سطح معناداری ۹۵ درصد معنادار است ($Sig < 0.05$) و نقش میانجی قابلیت رهبری دیجیتال در تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی برابر ۰,۱۶ می‌باشد که در سطح معناداری ۹۵ درصد معنادار است ($Sig < 0.05$).

جدول (۱) بررسی نقش میانجی قابلیت رهبری دیجیتال

متغیر مستقل	متغیر وابسته	β	$\beta_{indirect}$	Sig
۱	قابلیت‌های یوایی سازمانی	۰/۳۱۴	۰/۱۹۳	۰/۰۰۱
	قابلیت‌های رهبری دیجیتال	۰/۶۱۷		۰/۰۰۱
متغیر مستقل	متغیر وابسته	β	R2	Sig
۲	مدیریت دانش	۰/۲۶۹	۰/۱۶۵	۰/۰۰۱
	قابلیت‌های رهبری دیجیتال	۰/۶۱۷		۰/۰۰۱

۵. بحث

بر اساس نتایج به دست آمده قابلیت‌های یوایی سازمانی به میزان ۰,۳۱ بر نوآوری سازمانی، مدیریت دانش به میزان ۰,۲۶ بر نوآوری سازمانی و قابلیت‌های رهبری دیجیتال به میزان ۰,۶۱ بر نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین در بررسی نقش میانجی نتایج نشان داد قابلیت رهبری دیجیتال در تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی برابر ۰,۱۹ و

نقش میانجی قابلیت رهبری دیجیتال در تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی برابر ۰,۱۶ می‌باشد که در سطح معناداری ۹۵ درصد معنادار است ($Sig < 0.05$).

این یافته‌ها همسو با نتایج نوروزی، نصرت‌پناه و بارانی (۱۴۰۱)، بابایی فارسانی و همکاران (۱۴۰۱)، کیانفر و موسوی (۱۴۰۰)، عوض (۱۳۹۵)، نعمتی، همتی و خلقی (۱۳۹۲)، فاتیمه و مسعود^۸ (۲۰۲۴)، سویرامینیام و همکاران^۹ (۲۰۲۳)، لیا^{۱۰} و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۷)، پوپا، سوتو و مارتینز^{۱۱} (۲۰۱۷) و تدوسیو، خالکاس و کاتسیکا^{۱۲} (۲۰۱۲) بود.

بر اساس یافته‌های پیشین مدیریت دانش و نوآوری با عملکرد شرکت مرتبط است (اکس و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۳). مدیریت دانش برای تقویت عملکرد کلی شرکت‌ها ضروری هستند زیرا سازمان را نسبت به فرصت‌های جدیدی که توسط نوآوری به دست می‌آید آگاه می‌سازند (فاریا و لیما^{۱۴}، ۲۰۱۲) و همچنین آگاهی سازمان را از پویایی بازار افزایش می‌دهند. علاوه بر این، تحقیقات قبلی استدلال می‌کند که مدیریت دانش بر نوآوری به اندازه عملکرد تاثیر می‌گذارد (بلدربوس و همکاران^{۱۵}، ۲۰۱۶). مدیریت دانش محرکی برای نوآوری است زیرا به شرکت‌ها در بازیابی دانش از قبل تولید شده اما تجاری نشده کمک می‌کند (زیرا شرکت‌ها عمداً به دنبال مشارکت برای توسل به دانش خاص هستند). سازمان در به چالش کشیدن تفکر شناختی و هدایت جهت نوآوری هستند که منجر به بهبود عملکرد می‌شود. اشتراک گذاری اطلاعات مستقیماً بر مدیریت کیفیت تأمین‌کننده، چابکی زنجیره تأمین و نوآوری تاثیر می‌گذارد و در نهایت بر عملکرد عملیاتی تاثیر می‌گذارد و اهمیت اشتراک دانش را در ایجاد نوآوری در زنجیره تأمین برجسته می‌کند (فیرمانسارا و سیسیان^{۱۶}، ۲۰۲۲).

در بررسی تاثیر مدیریت دانش و قابلیت‌های سازمانی بر نوآوری سازمانی باید گفت سازمان‌ها با به دست آوردن مزایای رقابتی مبتنی بر نوآوری، ایجاد دانش، انتقال و کاربرد لازم برای پیشبرد توسعه محصولات جدید می‌توانند به مرز رقابتی با بازارهای خود نزدیک‌تر شوند و قابلیت رقابت بهتری در سازمان داشته باشند. از این دیدگاه، رهبری دانش محور با تمرکز بر موقعیت دانش‌افزایی در سازمان به عنوان یک قابلیت پویا رفتار می‌کند؛ بنابراین رهبری دانش گرا یک عنصر ضروری برای کسب و کارهایی است که به نوآوری‌های بیشتری احتیاج دارد. این رهبری با ایجاد یک محیط کار گروهی برای کارمند و ترویج آموزش مدیران از راه تجربه و ایجاد نقش مشاوره برای آنان سازمان را برای رسیدن به اهداف خود کمک می‌کند؛ بنابراین رهبری دانش محور شرکت را در سرمایه‌گذاری مبتکرتر می‌نماید و دانش جدید در سازمان به واسطه حمایت مدیریت ارشد از تحقیق و توسعه گسترش بیشتری می‌یابد. لاکشمن (۲۰۰۹) نشان داد وجود رهبری دانش با اثربخشی سازمانی رابطه دارد. به علاوه دانش و اطلاعات رهبران به طور مثبت با اثربخشی سازمانی و ادراکات رهبری رابطه دارد. سارایا (۲۰۰۷) بیان می‌کند سبک‌های رهبری دانش را بر پایه خلق دانش، یادگیری و فرهنگ و یک نگاه تازه به رهبری را فراهم کرده که منجر به افزایش تمایل به تسهیم دانش در سازمان می‌گردد. تحقیقات اردلان و همکاران

⁸ Fatima, T., & Masood, A.

⁹ Subramaniam, S. A., et al.

¹⁰ Liao et al

¹¹ Popa, S., Soto-Acosta, P., & Martinez-Conesa, I.

¹² Theodosiou, M., Kehagias, J., & Katsikea, E.

¹³ Acs

¹⁴ Faria and Lima

¹⁵ Belderbos et al

¹⁶ Firmansyah, H. S., & Siagian, H.

(۱۳۹۱) نشان داد بین رهبری دانش و وهوش سازمانی رابطه مثبتی وجود دارد و مولفه‌های حمایت از فرایند یادگیری فردی و گروهی بیشترین تأثیر را در پیش‌بینی اثربخشی سازمانی دارد.

سازمان‌های نوآور در مقایسه با دیگر سازمان‌ها کارآرتر و اثر بخش‌تر می‌باشند. نوآوری سازمانی نقش بسزایی در عملکرد سازمان ایفا می‌کند، سازمان‌ها باید بتوانند جوی مبتنی بر محیط خلاقانه ایجاد کنند که ایده‌های نو و جدید کارمندان در آن شکل بگیرد. در اینجا این نکته قابل ذکر است که اگر سازمان‌ها فعالیت نوآوری را ایجاد و توسعه دهند با عدم اطمینان و تغییر پذیری بیشتری در فرآیند نوآوری مواجه می‌شوند و نیاز به کارکنان خلاق دارند که انعطاف‌پذیر، ریسک‌پذیر و دارای تحمل عدم اطمینان و ابهام باشند؛ بنابراین محیط خلاق می‌تواند کمک‌شایانی به این موضوع داشته باشد. نکته دیگری که سازمان‌ها باید به آن توجه داشته باشند این است که سازمان‌ها باید در بدو استخدام معیارها و ویژگی‌های نوآورانه را در نظر بگیرند. همچنین سازمان‌ها با توجه به فعالیت آموزش، می‌توانند دامنه متنوعی از دانش و پذیرش آسان ایده‌های نوآورانه توسط کارکنان را تسهیل کنند. سازمان‌ها از طریق آموزش می‌توانند تخصص سازمانی را برای نوآوری توسعه دهند.

انعطاف‌پذیری‌های راهبردی قلب و محرک اصلی تشکیل استراتژی و فرایند مدیریت استراتژیک می‌باشد. بطوری که در اکثر پژوهش‌ها تأثیر آن به عنوان متغیر مستقل بر متغیر وابسته‌ای با عناوین عملکرد سازمان، استراتژی، جهت‌گیری بازار، نوآوری و محصول جدید مورد بررسی قرار گرفته دارای نتایج مثبت بوده و مورد تأیید قرار گرفته است. با توجه به اهمیت نوآوری و نقش کلیدی آن در بهبود اقتصاد کشور، بنگاه‌های تولیدی و شیوه تجارت در دنیای فعلی که به دهکده جهانی معروف شده و عمده کشورها با پیوستن به سازمان تجارت جهانی در چارچوب قواعد شفاف و یکسان بین‌المللی تولید و تجارت می‌نمایند. لذا با عنایت به شرایط فعلی محیط فعالیت واحدهای تولید که بسیار متغیر، پیچیده و پویا می‌باشد، ضرورت دارد شرکت‌ها از برنامه‌های ویژه‌ای برخوردار باشند که متناسب و زاینده این تحولات باشند. آگاهی و استفاده از جهت‌گیری از طریق تأثیرگذاری استراتژی بر فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک، برداشت کلیدی را به ما می‌رساند که بنگاه‌ها می‌توانند با طراحی دقیق برنامه‌های راهبردی بازاریابی و اجرای آنها عملکرد خود را در سطوح مختلف نوآوری بهبود بخشند.

در تبیین نقش قابلیت‌های رهبری دیجیتال که به عنوان یک متغیر در پژوهش‌های کمی پرداخته شده است. رهبری دیجیتال بر پنج قابلیت حیاتی برای رهبران تأکید دارد: خلاقیت، تفکر و تحقیق، کنجکاوی، دانش عمیق و بینش و همکاری جهانی و بر همین اساس، سازمان‌ها باید خود را برای روبرو شدن با سناریوهای غیرمنتظره، نامشخص و چالش‌های غیرقابل پیش‌بینی آماده سازند. سازمان‌ها و مدیران آن‌ها باید جسورانه تجارت و رفتارهای خود را تغییر دهند تا چالش‌ها را به فرصت‌های توسعه و رشد تبدیل کنند. اینکه چگونه رهبران سازمان‌های خود را برای دستیابی به نوآوری اکتشافی در عصر دیجیتال رهبری می‌کنند، به یک مسئله حیاتی تبدیل شده است که یکی از این عوامل آماده‌سازی سازمان از لحاظ مدیریت دانش و قابلیت‌های پویای سازمانی است بنابراین می‌توان گفت رهبری دیجیتال می‌تواند در ارتباط مدیریت دانش و نوآوری و یا قابلیت‌های سازمانی به عنوان یک اهرم قوی در بهبود عملکرد کلی سازمان نقش ایفا کند.

با توجه به اینکه عوامل مدیریتی از عوامل مهم تأثیرگذار در نوآوری افراد می‌باشد، عوامل تأثیرگذار دیگری هم هستند که در این تحقیق به آنها پرداخته نشده است و به عنوان محدودیت این پژوهش محسوب می‌شوند و محدودیت این

پژوهش این است که نتایج و یافته‌های بدست آمده تنها قابل کاربرد در جامعه آماری پژوهش حاضر می‌باشد و نمی‌توان با اطمینان آن را به جامعه آماری دیگر تعمیم داد.

پیشنهاد می‌شود با تشویق پرسنل فعال و قدیمی در سازمان به استخراج دانش ضمنی آنها به دانش آشکار کرده و این دانش به صورت دستورالعمل برای کاربرد سایر رده‌ها ارائه داده شود و با ایجاد ارتباط هیئت‌های علمی دانشگاه‌های معروف کشور و عقد قرارداد برای جذب دانش‌های روز دنیا می‌تواند در این امر مفید واقع شود. اتخاذ استراتژی‌های دیجیتال و مدل‌های تجاری به منظور بهبود رقابت در بازار و افزایش سرمایه‌گذاری در بخش‌های تحقیق و توسعه و تلاش برای افزایش تولید محصولات نوآورانه به منظور ارتقای کارایی سازمان از دیگر پیشنهادها پژوهش حاضر است.

۶. منابع و مآخذ

۱. آقایی، میلاد، آقایی، رضا. (۱۳۹۳). ارائه الگوی مفهومی چابکی سازمانی، فصلنامه رشد فناوری، سال دهم، شماره ۳۹.
۲. بابایی فارسانی، میثم، فتح‌الهی چالشتری، سهیلا و مرادی، مینا. (۱۴۰۱). تحلیل رابطه رهبری دانش محور، رفتار مدیریت دانش و عملکرد نوآوری (نمونه پژوهش: شرکت‌های کوچک و متوسط استان چهارمحال و بختیاری). مدیریت دانش سازمانی، ۵(۱۶)، ۱۳۵-۱۶۳.
۳. عوض، حسین (۱۳۹۵). رابطه بین مدیریت دانش و جو سازمانی نوآورانه با رفتار نوآورانه کارکنان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه محقق اردبیلی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
۴. کیانفر ف. و. موسوی س. ف. (۱۴۰۰). نقش نوآوری دیجیتال در سیستم‌های مدیریت دانش. نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری ۵(۱۷)-۱۷۶-۱۵۸.
۵. نعمتی، همتی، خلقی و ایمان. (۱۳۹۲). طراحی مدل مزیت رقابتی شرکت‌های تولیدی بر مبنای تئوری قابلیت‌های پویا و چابکی راهبردی در راستای توسعه اقتصادی شهر سمنان. فصلنامه علمی-پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، ۱(۲)، ۸۶-۷۵.

6. Artüz, S. D., & Bayraktar, O. (2021). The effect of relation between digital leadership practice and learning organization on the perception of individual performance. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(40), 97-120.
7. Erhan, T., Uzunbacak, H. H., & Aydin, E. (2022). From conventional to digital leadership: exploring digitalization of leadership and innovative work behavior. *Management Research Review*, 45(11), 1524-1543.
8. Fatima, T., & Masood, A. (2024). Impact of digital leadership on open innovation: a moderating serial mediation model. *Journal of Knowledge Management*, 28(1), 161-180.
9. Kim, J., & Park, K. (2018). Relations between intrapreneurship and emotional intelligence, supportive leadership and adaptation performance in organization. *Journal of Digital Convergence*, 16(11), 289-301.
10. Liao S. H., Fei W. N., Chen C. C. (2007). "Knowledge Sharing, Absorptive Capacity and Innovation Capability", *Journal of Information Science*, Vol.33, No.3, pp.340-356.
11. Özsungur, F. (2020). The effects of ethical leadership on work engagement, intrapreneurship, and service innovation behavior: sample of chambers of commerce and industry. *International Journal of Public Leadership*, 16(2), 199-216.
12. Popa, S., Soto-Acosta, P., & Martinez-Conesa, I. (2017). Antecedents, moderators, and outcomes of innovation climate and open innovation: An empirical study in SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, 118, 134-142.

13. Saha, N., Gregar, A., & Saha, P. (2017). Organisational agility and KM strategy: Are they effective tools for achieving sustainable organisational excellence. *New Trends and Issues Proceedings on Humanities and Social Sciences*, 4(10), 110-117.
14. Subramaniam, S. A., Salamzadeh, Y., & Mujtaba, B. G. (2023). The Mediating Role of Dynamic Capability on the Relationship between E-Leadership Qualities and Innovation Management: Insights from Malaysia's Medical Device Industry. *Sustainability*, 15(24), 16778.
15. Teece, D. J. (2000). Strategies for managing knowledge assets: the role of firm structure and industrial context. *Long range planning*, 33(1), 35-54.
16. Theodosiou, M., Kehagias, J., & Katsikea, E. (2012). Strategic orientations, marketing capabilities and firm performance: An empirical investigation in the context of frontline managers in service organizations. *Industrial Marketing Management*, 41(7), 1058-1070.
17. Timbrell, G., & Valentine, E. (2023). *Information Systems Consulting: A Practice Guide for IS Consultants and Business Analysts*. Dr Greg Timbrell and Dr Elizabeth Valentine.

The effect of knowledge management and organizational dynamics capabilities on organizational innovation with regard to the mediating role of digital leadership capability

Javad Shekarriz *¹
Marzieh Khadempour²

Abstract

The aim of the study was the impact of knowledge management and organizational dynamics capabilities on organizational innovation with regard to the mediating role of digital leadership capabilities (a case study of knowledge-based companies). This research is applied in terms of purpose, and in terms of implementation method, it is descriptive research with emphasis on correlation method. In terms of data collection, it is field type. The statistical population of this research is all companies active in the field of information technology, services They formed internet and software. will be selected. The size of the community based on the researcher's estimate in this research was equal to 420 people, which was found to be approximately 200 people by placing it in Cochran's formula. The sampling method was simple random sampling. Checking the research hypotheses and analyzing the structural relationships between the variables, confirmatory factor analysis and structural equation modeling method and 20SPSS and PLS software were used for data analysis. Based on the obtained results, organizational dynamics capabilities have a positive and significant effect on organizational innovation by 0.31, knowledge management by 0.26 on organizational innovation, and digital leadership capabilities by 0.61 on organizational innovation. Also, in examining the mediating role, the results showed that digital leadership ability in the effect of knowledge management on organizational innovation is equal to 0.19 and the mediating role of digital leadership ability in the effect of knowledge management on organizational innovation is equal to 0.16, which is significant at the significance level of 95% (Sig < 0.05).).

Keywords

knowledge management, organizational dynamics capabilities, organizational innovation, digital leadership capability

1. Assistant professor and academic staff, Natanz University of Kashan, Iran (Responsible author: Javadshekarriz@pnu.ac.ir)
2. Master of Public Administration, Natanz University of Kashan, Iran (khadempourmarzieh@gmail.com).