

تأثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت:

با قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی و تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی

مازیار پورنعمتی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۱۱/۳۰

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت: با قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی و تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل افراد شاغل در دفتر مرکزی اداری شرکت صنعتی هاکوپیان تهران به تعداد ۲۰۲ نفر بود که ۱۳۲ نفر از آنها بر اساس فرمول کوکران و به روش تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. همچنین ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته و پرسشنامه استاندارد کارآفرینی هاگس و مورگان (۲۰۰۷) بود و تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از آزمون معادلات ساختاری و نرم افزار AMOS انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های نوآوری تأثیر دارند، قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های نوآوری بر مزیت رقابتی تأثیر دارند، مزیت رقابتی و قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت تأثیر دارد، قابلیت‌های پویا با نقش میانجی قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت تأثیر دارند، قابلیت‌های پویا با تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی تأثیر دارند، قابلیت‌های نوآوری با تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر مزیت رقابتی تأثیر دارند، مزیت رقابتی با تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.

واژگان کلیدی

قابلیت‌های پویا، عملکرد شرکت، قابلیت‌های نوآوری، مزیت رقابتی، جهت‌گیری کار آفرینی

۱. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات. maziar.nemati1365@gmail.com

۱. مقدمه

بهبود مستمر عملکرد برای سازمان‌ها هم افزایی ایجاد می‌کند که می‌تواند موجبات رشد و توسعه را فراهم سازد. دولت‌ها و سازمان‌ها تلاش‌های زیادی را در این مورد اعمال می‌کنند، بدون بررسی و کسب آگاهی از میزان پیشرفت و دستیابی به اهداف و شناسایی چالش‌های پیش روی سازمان و گرفتن بازخورد و اطلاع از میزان اجرا سیاست‌های تدوین شده، بهبود مستمر عملکرد میسر نخواهد شد. تمامی موارد بدون اندازه‌گیری و ارزیابی امکان پذیر نیست. کلمه عملکرد به طور وسیع در مباحث مدیریت مورد استفاده قرار می‌گیرد و اغلب با کارایی اثر بخش تعریف می‌شود [۱]. عملکرد هر سازمان، نشان دهنده خلاصه و سر جمع عملیات و فعالیت‌های یک سازمان بوده و ارزیابی مستمر عملکرد و شناسایی عوامل مؤثر بر آن در بهبود عملکرد سازمانی و تسهیل چرخش سیکل مدیریت یعنی بودجه‌ریزی، برنامه‌ریزی، انجام کار، بررسی کار و عمل مناسب و صحیح نقش بسزایی دارد [۲].

همواره در بیشتر سازمان‌ها در سرتاسر دنیا مدیران به دنبال ارتقاء و بهبود عملکرد سازمان‌های خویش می‌باشند [۳، ۴]. در عصر گسترش روزافزون جهانی شدن، رقابت‌پذیری موضوعی مهم در بین سیاست‌گذاران سطوح مختلف کشور، صنعت و شرکت در بخش‌های مختلف دنیا تلقی می‌شود. آنچه در رقابت‌پذیری یک سازمان حائز اهمیت است، توانایی سازمان برای عمل و عکس‌العمل در درون محیط رقابتی است [۵]. عملکرد شرکت یک مفهوم چندبعدی است که وضعیت شرکت را با توجه به رقا در نظر می‌گیرد. یک دیدگاه جامع از عملکرد شرکت هر دو بعد مالی (سود، رشد) و غیرمالی (کارایی، خلاقیت، رضایت مشتری) را در نظر می‌گیرد [۶]. متغیرهای فراوانی می‌توانند عملکرد شرکت را تحت تأثیر قرار دهند که از جمله آنها (که در پژوهش حاضر نیز در نظر گرفته شده‌اند) می‌توان به قابلیت‌های پویا، قابلیت‌های نوآوری، مزیت رقابتی و جهت‌گیری کار آفرینی اشاره کرد.

از طرفی محیط رقابتی امروز به دلیل اینکه به شدت در حال تغییر بوده و نوع تغییرات بسیار متنوع شده است، نیازمند قابلیت‌هایی هستند که بتوانند برای بنگاه‌ها مزیت رقابتی به وجود آورند. همچنانکه جیاشنگ و چیاچونگ^۱ (۲۰۱۷) بیان کردند یک شرکت به جهت ارتقا ارزش برای مشتری و به دست آوردن مزیت رقابتی نیاز به ایجاد ایده‌های جدید (قابلیت نوآوری) دارد [۷]. همچنین لیزبوآ^۲ و همکاران (۲۰۱۵) در مقاله‌ای تحت عنوان قابلیت‌های نوآوری: تحریکات و اثرات آنها بر روی عملکرد جاری و آتی اشاره کردند که اثر هر دو نوع از قابلیت‌های بهره‌برداری و کشف روی عملکرد جاری و آتی، یافته جدید دیگر در این زمینه است. بهبود محصولات موجود، شرکت‌ها را قادر می‌سازد عمر محصول را با ریسک و هزینه کمتر گسترش دهند و توسعه محصولات کاملاً جدید شرکت را قادر می‌سازد از نظر فنی جلوتر از رقا باشند [۸]. ویراواردنا^۳ و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان قابلیت‌ها، نوآوری و مزیت رقابتی دریافتند که قابلیت پویا ممکن نیست که به طور مستقیم به مزیت رقابتی منجر شود اما یک زیربنا را برای مزیت رقابتی از طریق ترکیب منابع جدید ارائه می‌دهد. بنابراین انتظار بر این است که متغیرهای قابلیت‌های نوآوری و قابلیت پویا، مزیت رقابتی با عملکرد شرکت نیز در ارتباط باشند [۹].

به عبارتی شرکت‌ها و سازمان‌ها برای اینکه در صحنه رقابت باقی بمانند و بتوانند همگام یا فراتر از نیازهای مشتریان‌شان گام بردارند و از جهتی آنها را راضی نگه دارند و از جهت دیگر خودشان به سود بیشتر و سهم بازار بیشتری برسند باید از قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی برخوردار باشند و این قابلیت‌ها باید به گونه‌ای باشد که آنها را متمایز از رقبایشان کنند و رقا نتوانند آنها را به راحتی تقلید کنند و از آنجایی که در حیطه بازاریابی قابلیت‌های بسیاری وجود دارد

1. Jia-Sheng & Chia-Jung

2. Lisboa

3. Weerawardena

که شرکت‌ها با بهره‌گیری درست از آنها می‌توانند به هدفشان برسند از جمله این قابلیت‌ها، قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های نوآوری است [10]. قابلیت‌های پویا توانایی ادغام، ایجاد و پیکربندی مجدد توانایی‌ها و ظرفیت‌های داخلی و خارجی برای رسیدگی به محیط به سرعت در حال تغییر است [11، 12]؛ همچنین قابلیت‌های نوآوری، ایجاد ایده‌های جدید، شناسایی فرصت‌های جدید بازار و اجرای نوآوری، با نفوذ در منابع و قابلیت‌های موجود سازمان است [13]. از جمله تیس^۱ و همکاران (۲۰۰۷) و جیاشنگ و چیا جونگ (۲۰۱۷) نقش قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های نوآوری را در رسیدن به مزیت رقابتی^۲ شرکت برجسته کرده‌اند و این قابلیت‌ها می‌توانند نقش مشترکی در ایجاد مزیت رقابتی داشته باشند چرا که این قابلیت‌ها ممکن است نادر باشند، به سختی در دسترس قرار گیرند، غیرقابل جایگزینی باشند و ارزششان می‌تواند به همان سازمان اختصاص داشته باشند [14، 7].

همه‌ی شرکت‌ها کمابیش سعی می‌کنند از این قابلیت‌ها یا قابلیت‌های دیگر برای دستیابی به مزیت رقابتی بهره‌گیرند تا از فضای رقابتی عقب نمانند. اولین و اصلی‌ترین کارکرد مزیت رقابتی، تضمین بقای سازمان است. وقتی سازمان بقای خود را با تکیه بر مزیت رقابتی تضمین نمود آنگاه به بالندگی می‌رسد و می‌تواند مسیر موفقیت را پیماید [15]. بدین ترتیب می‌توان انتظار داشت که قابلیت‌های پویا و عملکرد می‌توانند با هم ارتباط داشته باشند، همانطور که پاولو و الساوی^۳ (۲۰۰۶) در تحقیقی با عنوان تجزیه و اهرمی کردن قابلیت‌های پویا نشان دادند که قابلیت‌های پویا از طریق نقش واسطه‌ای شایستگی‌های عملیاتی بر روی عملکرد توسعه محصول جدید اثر می‌گذارند [16]. همچنین نتایج پژوهش‌های رحمانی، عابدی و قاسمی (۱۴۰۰)؛ آتشی، چاوشی و یوسفی زنوز (۱۳۹۹) و پابرجای زنجانی (۱۳۹۸) نشان داد که قابلیت‌های پویا، قابلیت‌های نوآورانه، جهت‌گیری کارآفرینی و مزیت رقابتی با عملکرد شرکت در ارتباط هستند [۱۷، ۱۸، ۱۹].

جهت‌گیری کارآفرینی نیز، به فرایندها، شیوه‌ها و تصمیم‌گیری‌هایی اشاره دارد که منجر به ورود نیروهای جدید، نوآوری، پیشگیری، ریسک‌پذیری و روحیه تهاجمی نسبت به رقبای می‌شود. کوین و لومپکین^۴ (۲۰۱۱) در مورد جهت‌گیری کارآفرینی معتقدند که در تجزیه و تحلیل جهت‌گیری کارآفرینی توسط شرکت‌ها به جنبه‌های رفتاری نیز توجه می‌شود [20]. کوین و والس^۵ (۲۰۱۲) استدلال می‌کنند که ساختار جهت‌گیری کارآفرینی مستلزم الگوهای رفتاری پایدار است [21]؛ زیرا آنها پایداری الگوهای رفتاری را تضمین می‌کنند [22].

همچنین تحقیقات پیرامون کارآفرینی در سه دهه اخیر بیشتر در مناطق پیشرفته جهان تمرکز داشته است [23، 24]. در گسترش این تحقیقات، به دو دلیل توجه‌ها به سمت اقتصادهای نوظهور و گذرا رفت: اول اینکه، شرایط محیطی بسیار متفاوت است و اغلب توسط آشفتگی در اقتصادهای نوظهور و گذرا نمایان می‌شود. با توجه به اینکه کارآفرینی به طور گسترده‌ای در جهت افزایش عملکرد سازمانی لازم بوده و برای اقتصادهای در حال گذار بسیار حیاتی است [20]. از این رو مطالعات جدید برای ارزیابی روابط سازمانی کارآفرینانه با عوامل سازمانی و محیطی، بسیار ضروری است. دوم، در حالی که محیط در حال تغییر است، روش‌های اتخاذی توسط شرکتها در اقتصادهای نوظهور و گذرا نیز در حال تغییر است. هرچند سبک‌ها و ایده‌های سازمانی از نقاط توسعه یافته دنیا پیروی می‌کنند، برخی از ساز و کارها ممکن است مشاهده شود که نیاز به اعتبارسنجی دوباره، درباره رابطه کارآفرینی شرکت با سایر عوامل سازمانی و محیطی دارد [25]. مطالعات متعددی در ارتباط با متغیرهای مورد نظر پژوهش انجام شده است که به نمونه‌هایی از آنها اشاره می‌شود:

1. Hii & Neely
2. Competitive Advantage
3. Pavlou, & Elsayy
4. Covin, & Lumpkin
5. Covin, & Wales

رحمانی، عابدی و قاسمی (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی تأثیر قابلیت‌های پویا مجهز به فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط با نقش میانجی قابلیت نوآورانه در استان قزوین پرداختند. نتایج آزمون مدل ساختاری برای فرضیه‌های دارای تأثیر مستقیم نشان داد که قابلیت‌های پویا مجهز به فناوری اطلاعات تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر قابلیت نوآورانه و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط دارند، همچنین قابلیت نوآورانه نیز تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط دارد. همچنین نتایج آزمون مدل ساختاری برای فرضیه میانجی بیانگر تایید این فرضیه بود و نقش میانجی قابلیت نوآورانه بین قابلیت‌های پویا مجهز به فناوری اطلاعات و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط مورد تایید قرار گرفت [۱۷]. آتشی، چاوشی و یوسفی زنوز (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای تأثیر قابلیت‌های پویا و جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت با تبیین نقش میانجی مزیت رقابتی پایدار (مورد مطالعه: شرکت‌های هلدینگ) را مورد بررسی قرار دادند. بر اساس نتایج پژوهش قابلیت‌های پویا و جهت‌گیری کارآفرینی بر مزیت رقابتی پایدار تأثیر دارد. همچنین قابلیت‌های پویا، جهت‌گیری کارآفرینی و مزیت رقابتی پایدار بر عملکرد شرکت تأثیر دارد [۱۸]. پابرجای زنجانی (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر قابلیت‌های پویا و توانایی خلاقیت بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت‌ها با تأکید بر نقش مدرن جهت‌گیری کارآفرینانه پرداخت. نتایج تحقیق بر مثبت بودن تأثیر قابلیت‌های پویا به ترتیب بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت حکایت دارد. با توجه به نتایج، توصیه محقق بر این است که توسعه قابلیت‌های پویا شرکت‌های بیمه‌ای با توجه بیشتر بر منابع درونی و نیروهای موجود شرکت صورت گیرد تا منابع بیرونی و گاهی غیرقابل دسترس و هزینه‌بر [۱۹]. جعفری نیا، نورعلی و رزم آور (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی و قابلیت‌های پویا، بر عملکرد شرکت با نقش میانجی گری دوسوتوانی پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد که دوسوتوانی بر عملکرد شرکت، گرایش کارآفرینانه و قابلیت‌های پویا بر دوسوتوانی تأثیر معناداری دارند. همچنین نقش میانجی گری دوسوتوانی در تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد شرکت تایید شد. اما نقش میانجی گری دوسوتوانی در تأثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت تایید نشد [۲۶].

همچنین ربرتسون^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای عملکرد نوآوری: تأثیر قابلیت‌های پویای دانش محور در اکوسیستم‌های نوآوری بین کشوری را مورد بررسی قرار دادند. بر اساس نتایج پژوهش در هر چهار ساختار، ایجاد دانش بزرگترین محرک عملکرد نوآوری و قوی‌ترین پیش‌بینی کننده عملکرد نوآوری در اقتصادهای بازار توسعه یافته و در حال توسعه است. جذب دانش قوی‌ترین پیش‌بینی کننده عملکرد نوآوری در اقتصادهای در حال گذار است. یک چارچوب اکوسیستم نوآوری با محوریت قابلیت‌های پویای مبتنی بر دانش برای برجسته کردن عملکرد نوآوری و مزیت رقابتی ذاتی در هر قابلیت مرتبط با دانش پیشنهاد شده است [۲۷]. مونفرر^۲ و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان بازار شبکه و جهت‌گیری‌های کارآفرینانه به عنوان تسهیل کننده عملکرد بین‌المللی با نقش واسطه قابلیت‌های پویا دوطرفه در کشورهای در حال توسعه را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان می‌دهد که در بازارهای جهانی بسیار رقابتی و پویا، توسعه جهت‌گیری‌های استراتژیک (بازار و کارآفرینی) در زمینه شبکه به ایجاد یک محیط پیشین مطلوب بین شرکت‌ها کمک می‌کند. این محیط ارزشهایی را که از طریق تلاشهای مشترک برای تقویت عملکرد بین‌المللی کشورهای در حال توسعه ایجاد می‌شود، هدایت می‌کند. توانایی‌ها نقش واسطه‌ای اساسی را برای دستیابی به این اثر از طریق کاربرد یکپارچه قابلیت‌های پویا و نظریه‌های دوگانگی ایفا می‌کنند. بنابراین، قابلیت‌های اکتشافی (سازگاری و جذب) بر ظرفیت بهره‌برداری از دانش از طریق قابلیت نوآوری تأثیر می‌گذارد و منجر به عملکرد بالاتر می‌شود [۲۳]. فریرا^۳ و همکاران (۲۰۲۰) نیز در

1. Robertson

2. Monferrer

3. Ferreira

مطالعه‌ای قابلیت‌های پویا و تأثیرات میانجی نوآوری بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت: نقش تعدیل‌کننده قابلیت یادگیری سازمانی را مورد بررسی قرار دادند. بر اساس نتایج پژوهش این مطالعه به درک تأثیر مستقیم و غیر مستقیم اکتشاف و بهره‌برداری بر متغیرهای مزیت رقابتی، نقش واسطه‌ای قابلیت‌های نوآوری در مزیت رقابتی و عملکرد و اثر تعدیل‌کننده قابلیت یادگیری سازمانی در اقتصاد در حال گذار کمک می‌کند [28].

از این رو با توجه به اهمیت مطالب مطرح شده و نیز با توجه به اینکه هر کدام از متغیرهای (قابلیت‌های پویا، قابلیت‌های نوآوری، مزیت رقابتی و جهت‌گیری کار آفرینی) چه تأثیری می‌توانند بر عملکرد شرکت داشته باشند، پژوهش حاضر بر آن است که تأثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت: با نقش واسطه‌ای قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی و تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی را مورد بررسی قرار دهد. از این رو سؤال اصلی که این پژوهش در پی پاسخ‌گویی به آن است عبارت است از اینکه قابلیت‌های پویا با نقش واسطه‌ای قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی و تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی چه تأثیری بر عملکرد شرکت دارند؟

۲. روش تحقیق

تحقیق حاضر با توجه به اینکه کاربرد نتایج آن اهمیت به‌سزایی دارد، از نظر هدف تحقیقی کاربردی است. همچنین این تحقیق براساس نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی می‌باشد و از آنجا که در این تحقیق محقق به دنبال مشخص کردن بررسی تأثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت: با نقش واسطه‌ای قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی و تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی، براساس ابزار پرسشنامه می‌باشد، توصیفی از نوع پیمایشی محسوب می‌شود. همچنین جامعه آماری پژوهش حاضر شامل افراد شاغل در دفتر مرکزی اداری شرکت صنعتی هاگوپیان تهران به تعداد ۲۰۲ نفر بود و نمونه آماری بر اساس فرمول کوکران ۱۳۲ نفر بدست آمده است. همچنین روش نمونه‌گیری در این پژوهش تصادفی ساده انتخاب شده است، چرا که در این روش هر یک از اعضای جامعه مورد نظر، برای انتخاب شدن شانس مساوی دارند.

ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها نیز در این پژوهش از طریق پرسشنامه است و متغیرهای پژوهش توسط پرسشنامه اندازه‌گیری می‌شوند.

پرسشنامه مورد استفاده در پژوهش حاضر، به صورت ترکیبی (محقق ساخته یعنی برگرفته از مقاله بیس و پرسشنامه استاندارد) می‌باشد. پرسشنامه محقق ساخته شامل مؤلفه‌های قابلیت‌های پویا (با ابعاد بهره‌برداری (۶ گویه) و اکتشافی (۵ گویه) از آتوهنه گیما و مورای^۱ (۲۰۰۷)؛ قابلیت‌های نوآوری (۴ گویه) از مریلیس^۲ و همکاران (۲۰۱۱) بر اساس پرسشنامه هولی و همکاران^۳ (۲۰۰۵)؛ مزیت رقابتی (۱۴ گویه) از کوفتروس و همکاران^۴ (۱۹۹۷)، لی و همکاران^۵ (۲۰۰۶) و ست^۶ (۲۰۰۷)؛ عملکرد شرکت (۷ گویه) از مورگان و استرانگ^۷ (۲۰۰۳) و پرسشنامه استاندارد کارآفرینی هاگس و مورگان (۲۰۰۷) (۱۲ سؤال) است.

پرسشنامه استاندارد کارآفرینی هاگس و مورگان (۲۰۰۷):

این مقیاس در سال ۲۰۰۷ توسط هاگس و مورگان طراحی شده است و دارای ۱۲ عبارت بوده و چهار بُعد کارآفرینی شامل خطرپذیری (عبارت‌های ۱، ۲، ۳)، نوآوری (عبارت‌های ۴، ۵، ۶)، پیشگامی (عبارت‌های ۷، ۸، ۹)، رقابت تهاجمی (عبارت

1. Atuahene-Gima and Murray

2. Merrilees et al

3. Hooley et al

4. Koufteros et al

5. Li et al

6. Thatte

7. Morgan and Strong

۱۰، ۱۱، ۱۲) می‌باشد. همچنین در طراحی پرسشنامه از طیف پنج گزینه ای لیکرت (از خیلی زیاد- خیلی کم) استفاده شده است. در پژوهش دهقانی (۱۳۹۱) اعتبار محتوای این پرسشنامه توسط اساتید راهنما و مشاور و چند تن از افراد صاحب‌نظر مورد تأیید قرار گرفته است و از اعتبار لازم برخوردار می‌باشد و میزان پایایی پرسشنامه در تحقیق دهقانی (۱۳۹۱) ۰/۸۲۵ گزارش شده است [29].

همچنین روایی پرسشنامه محقق ساخته در پژوهش فریرا^۱ و همکاران (۲۰۲۰) مورد تأیید قرار گرفته است و پایایی آن نیز برای هر متغیر به شرح زیر گزارش شده است [۲۸]:

قابلیت‌های پویا (با ابعاد بهره‌برداری (۰/۸۹) و اکتشافی (۰/۹۲))؛ قابلیت‌های نوآوری (۰/۹۱)؛ مزیت رقابتی (۰/۹۱)؛ عملکرد

شرکت (۰/۹۳).

بنابراین روایی و پایایی آن مورد تأیید می‌باشد.

در نهایت در این پژوهش به دو روش توصیفی و استنباطی به تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده پرداخته شده است. در سطح توصیفی با استفاده از مشخصه‌های آماری نظیر فراوانی، درصد و میانگین و واریانس به تحلیل و توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌ها و متغیرهای پژوهش پرداخته شده است و در سطح استنباطی به منظور بررسی اهداف پژوهش و یافتن روابط خاص میان متغیرها، از روش معادلات ساختاری، استفاده گردیده است. بنابراین نرم‌افزارهای استفاده شده در این پژوهش عبارتند از SPSS و AMOS.

۳. یافته‌های تحقیق

۳-۱. آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای جمعیت‌شناختی: با توجه به یافته‌های پژوهش مشخص است که از بین ۱۳۲ نفر شاغل در دفتر مرکزی اداری شرکت صنعتی هاکوپیان که در این پژوهش شرکت داشته‌اند، ۵۲ درصد مرد و ۴۸ درصد خانم بوده‌اند. بنابراین تعداد شرکت کنندگان آقا بیشتر از خانم‌ها بوده است. همچنین بیشتر شرکت کنندگان این پژوهش افرادی با سطح تحصیلات کارشناسی بوده‌اند که ۶۸ درصد افراد را تشکیل داده‌اند و افرادی با سطح تحصیلات کاردانی با ۱۴ درصد فراوانی، از کمترین فراوانی برخوردار بوده‌اند. علاوه بر این، از لحاظ سابقه خدمت، بیشترین فراوانی مربوط به افرادی با سابقه خدمت ۱۱ تا ۱۵ سال می‌باشد که ۳۶ درصد نمونه را از آن خود کرده است و کمترین فراوانی به افرادی با سابقه خدمت بیش از ۲۰ سال تعلق داشته است که ۸ درصد افراد را شامل شده است. بیشتر افرادی که در این پژوهش حضور داشته‌اند، در رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار داشته‌اند که ۵۳ درصد از افراد را پوشش داده‌اند. افراد بزرگتر از ۵۰ سال نیز با ۷ درصد فراوانی، از این حیث کمترین فراوانی را داشته‌اند.

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش: با توجه به جدول (۱)، همه متغیرهای این پژوهش دارای میانگینی بیش از ۳ و کمتر از ۴ می‌باشند و همگی از انحراف استاندارد کمتر از ۱ برخوردارند که نشان از پراکندگی ناچیز این متغیرها حول میانگین خود دارد. در بین این ۵ متغیر، متغیر قابلیت‌های نوآوری با مقدار میانگین ۳/۷۰ و متغیر قابلیت‌های پویا با مقدار میانگین ۳/۵۳ به ترتیب دارای بیشترین و کمترین مقادیر میانگین می‌باشند. همچنین تمام این متغیرها از مقدار چولگی و کشیدگی بیشتر از ۱- و کمتر از ۱ برخوردار بوده و در نتیجه براین اساس می‌توان توزیع این متغیرها را نرمال در نظر گرفت.

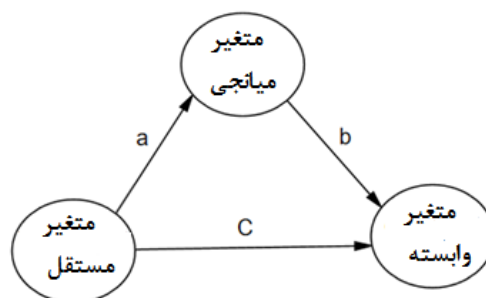
جدول (۱): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی	کشدگی
عملکرد شرکت	۳,۶۱	۰,۷۱	-۰,۲۶۶	-۰,۵۷۴
قابلیت‌های نوآوری	۳,۷۰	۰,۷۲	-۰,۵۶۵	۰,۸۲۵
مزیت رقابتی	۳,۶۲	۰,۵۴	-۰,۳۳۳	۰,۶۴۶
قابلیت‌های پویا	۳,۵۳	۰,۶۶	۰,۰۲۷	۰,۲۱۵
جهت‌گیری کارآفرینی	۳,۶۵	۰,۶۲	-۰,۳۵۶	۰,۰۹۹

۳-۲. آمار استنباطی: مدلسازی معادلات ساختاری

در این پژوهش از نرم‌افزار آموس استفاده شده است. هرچند هدف اصلی از طراحی این نرم‌افزار مدلسازی است اما قابلیت اجرای مجموعه‌ای از تحلیل‌های کمی و آماری نیز به وسیله این نرم‌افزار وجود دارد.

متغیر میانجی



شکل (۱): موقعیت متغیر میانجی بین متغیر مستقل و وابسته

در این تحقیق، متغیر قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شده است. در پژوهش‌های دارای فرضیه‌های میانجی، متغیر مستقل از طریق متغیر میانجی روی متغیر وابسته اثر می‌گذارد. نقش متغیر میانجی از طریق ضریب اثر غیر مستقیم ab اندازه‌گیری می‌شود (شکل ۱). برای انجام استنباط در مورد ضریب غیر مستقیم ab از آزمون بارون و کنی استفاده می‌شود.

ارزیابی مدل اندازه‌گیری: ضرایب استاندارد شده شکل (۲)، در واقع بیانگر ضرایب مسیر^۱ یا بارهای عاملی استاندارد شده^۲ بین عامل‌ها و نشانگرها می‌باشند که همه مسیرها از $۰/۳$ بیشتر هستند. برای داشتن روایی باید بین شاخص^۳ و بعد^۴ و بین بعد و شاخص، همبستگی معناداری وجود داشته باشد.

با توجه به شکل (۲)، هر هفت نشانگر عامل عملکرد شرکت از بار عاملی بیش از $۰/۳$ برخوردارند و درواقع این هفت متغیر مشاهده شده، در حد مطلوب و قابل توجهی به بیان عامل مشاهده نشده عملکرد شرکت می‌پردازند. این وضعیت برای عامل قابلیت نوآوری، قابلیت پویا، مزیت رقابتی و جهت‌گیری کارآفرینی هم وجود دارد و به ترتیب برای هر یک از این عامل‌ها ۴، ۱۱، ۱۴ و ۱۸ نشانگر در حد مطلوب و قابل توجهی به بیان عامل مشاهده نشده ذکر شده پرداخته‌اند.

1. Path coefficient
2. Standardized estimate
3. Index
4. Component

در جدول زیر مقادیر شاخص نیکویی برازش^۱، شاخص برازش نرم‌دار^۲، شاخص برازش نسبی^۳، شاخص برازش نموی^۴، شاخص برازش تطبیقی^۵ برای مدل برازش شده مورد بررسی بیان شده است.

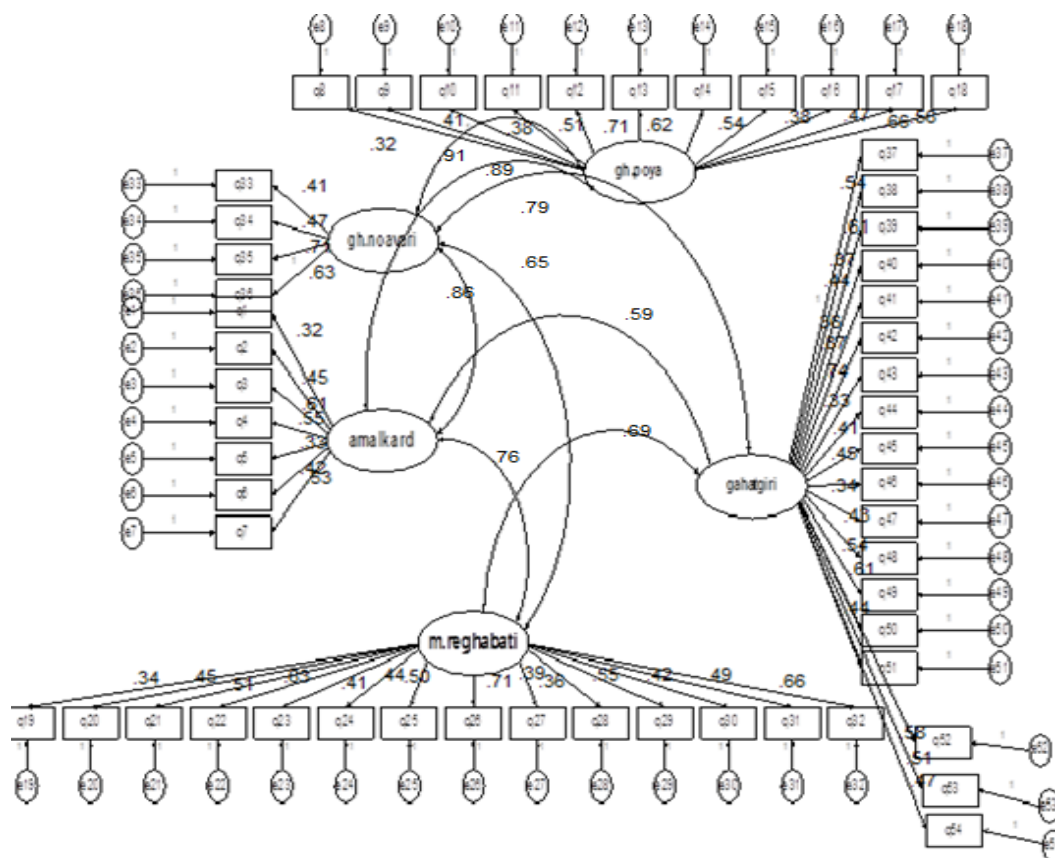
به جز شاخص نخست، بقیه شاخص‌ها دارای دامنه تغییرات ۰ تا ۱ می‌باشند که مقدار بزرگتر از ۰/۹ به عنوان معیار برازش خوب در نظر گرفته می‌شود. شاخص نیکویی برازش اندازه‌ای از مقدار نسبی واریانس و کوواریانس در ماتریس واریانس- کوواریانس داده‌های نمونه است که بطور مداوم به وسیله ماتریس واریانس- کوواریانس مدل توصیف می‌شود. شاخص برازش نرم‌دار یا هنجار به ناچیز انگاشتن برازش در نمونه‌های کوچک تمایل دارد و همراه با شاخص برازش تطبیقی از مقایسه مدل فرضی با مدل مستقل بدست می‌آید. شاخص برازش نسبی مشتق شاخص نیکویی برازش را با هر دوی شاخص نیکویی برازش و شاخص برازش تطبیقی نشان می‌دهد که حاکی از برازش برتر است. شاخص برازش نموی برای پرداختن به موضوعات مقتصد و اندازه نمونه که در رابطه با شاخص نیکویی برازش هستند، تهیه شده است که محاسبات این شاخص مشابه محاسبات شاخص نیکویی برازش است با این تفاوت که برای این شاخص درجات آزادی هم محاسبه می‌شود.

جدول (۲): شاخص‌های برازش مدل ساختاری

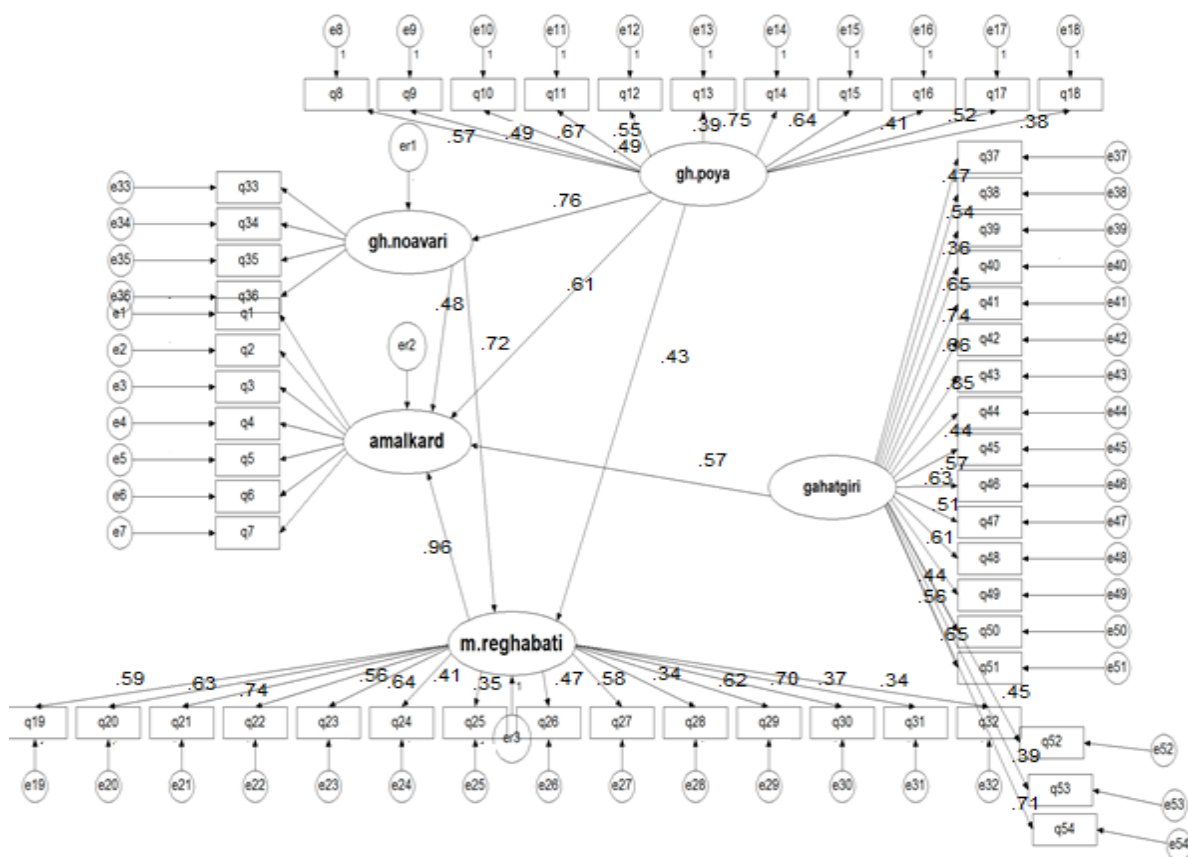
عنوان شاخص	دامنه مورد قبول	مقدار بدست آمده	نتیجه
$\frac{X^2}{df}$	$1 < \frac{X^2}{df} < 3$	۲/۲۴	تأیید مدل
GFI	GFI>0.90	۰/۸۴	قابل قبول
NFI	NFI>0.90	۰/۹۰	تأیید مدل
RFI	RFI>0.90	۰/۸۷	قابل قبول
IFI	IFI>0.90	۰/۹۲	تأیید مدل
CFI	CFI>0.9	۰/۸۶	قابل قبول

بر اساس نتایج جدول (۲)، تمامی شاخص‌های ارزیابی مدل در حدل قابل قبولی قرار دارند. در نتیجه می‌توان بیان کرد مدل ساختاری تحقیق از برازش لازم برخوردار است.

1. GFI (Goodness of Fit Index)
 2. NFI (Normed Fit Index)
 3. RFI (Relative Fit Index)
 4. IFI (Incremental Fit Index)
 5. CFI (Comparative Fit Index)



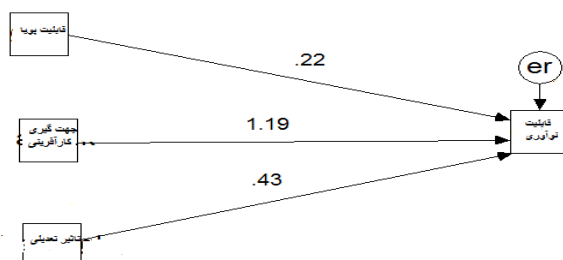
شکل (۲): ضرایب استاندارد متغیرهای تحقیق در حالت مدل اندازه‌گیری



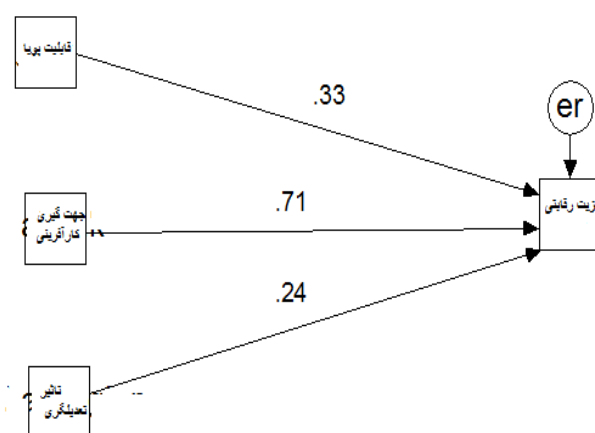
شکل (۳): مقادیر ضرایب استاندارد مدل ساختاری تحقیق

برازش مدل ساختاری و آزمون فرضیه‌ها

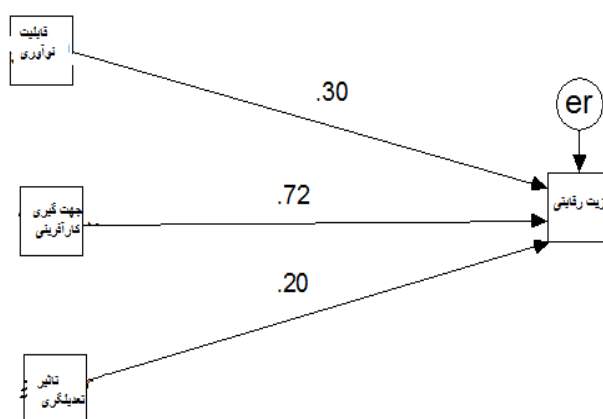
شکل‌های (۳)، (۴)، (۵)، (۶) و (۷) ضرایب استاندارد مدل ساختاری و مدل‌های تعدیل‌گری مورد نظر این پژوهش را نشان می‌دهد که در آن ضرایب بین متغیرهای پژوهش نشان داده شده است.



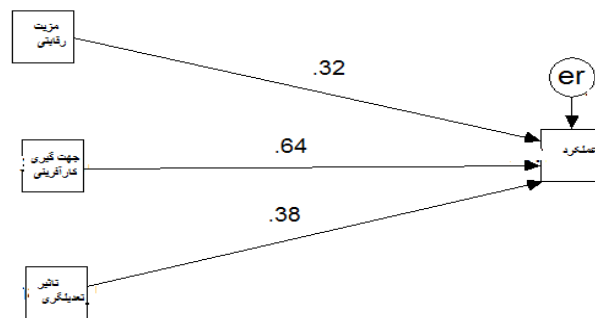
شکل (۴): مقادیر ضرایب استاندارد مدل تعدیلگری قابلیت‌های پویا، جهت‌گیری کارآفرینی و قابلیت نوآوری



شکل (۵): مقادیر ضرایب استاندارد مدل تعدیلگری قابلیت‌های پویا، جهت‌گیری کارآفرینی و مزیت رقابتی



شکل (۶): مقادیر ضرایب استاندارد مدل تعدیلگری قابلیت نوآوری، جهت‌گیری کارآفرینی و مزیت رقابتی



شکل (۷): مقادیر ضرایب استاندارد مدل تعدیل‌گری مزیت رقابتی، جهت‌گیری کار آفرینی و عملکرد شرکت
جدول (۳): نتایج حاصل از برازش مدل‌های تحقیق

روابط مفاهیم با شاخص‌ها در مدل	ضریب رگرسیونی	خطای معیار	آماره آزمون	سطح معنی داری
تأثیر قابلیت پویا بر قابلیت نوآوری	۰,۷۶	۰,۰۹	۵/۲۲	۰/۰۰۰
تأثیر قابلیت پویا بر عملکرد	۰,۶۱	۰,۱۳	۵/۰۲	۰/۰۰۰
تأثیر قابلیت پویا بر مزیت رقابتی	۰,۴۳	۰,۰۸	۵/۳۳	۰/۰۰۰
تأثیر جهت‌گیری کار آفرینی بر عملکرد	۰,۵۷	۰,۰۷	۶/۷۰	۰/۰۰۰
تأثیر مزیت رقابتی بر عملکرد	۰,۹۶	۰,۲۱	۷/۱۵	۰/۰۰۰
تأثیر قابلیت نوآوری بر مزیت رقابتی	۰,۷۲	۰,۱۸	۲/۹۲	۰/۰۰۴
تأثیر قابلیت نوآوری بر عملکرد	۰,۴۸	۰,۰۹	۳,۱۸	۰/۰۰۰
تأثیر جهت‌گیری کار آفرینی بر رابطه قابلیت پویا و قابلیت نوآوری	۰,۴۳	۰,۱۰	۴,۱۴	۰/۰۰۰
تأثیر جهت‌گیری کار آفرینی بر رابطه قابلیت پویا و مزیت رقابتی	۰,۲۴	۰,۰۶	۴,۹۶	۰,۰۰۱
تأثیر جهت‌گیری کار آفرینی بر رابطه قابلیت نوآوری و مزیت رقابتی	۰,۲۰	۰,۰۸	۳,۲۷	۰,۰۰۰
تأثیر جهت‌گیری کار آفرینی بر رابطه مزیت رقابتی و عملکرد	۰,۳۸	۰,۱۳	۵,۱۷	۰,۰۰۰

حال با استفاده از این نتایج به بررسی فرضیه‌های پژوهش می‌پردازیم:

➤ فرضیه‌های فرعی

(۱) قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های نوآوری تأثیر دارند.

مطابق نتایج جدول (۳) و شکل (۷) مقدار ضریب رگرسیونی قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های نوآوری برابر ۰/۷۶ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد تأثیر قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های نوآوری معنی دار و مستقیم است (زیرا سطح معنی داری کمتر از سطح آزمون (۰/۰۵) گردیده و علامت ضریب رگرسیونی مثبت است). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگر

قابلیت‌های پویا در شرکت صنعتی هاکوپیان ارتقا یابد، قابلیت‌های نوآوری این شرکت نیز توسعه می‌یابد.

(۲) قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی تأثیر دارند.

مطابق نتایج جدول (۳) و شکل (۷) مقدار ضریب رگرسیونی قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی برابر ۰/۴۳ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد تأثیر قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی معنی دار و مستقیم است (زیرا سطح معنی داری کمتر از سطح آزمون (۰/۰۵) گردیده و علامت ضریب رگرسیونی مثبت است). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگر قابلیت‌های پویا در شرکت صنعتی هاکوپیان ارتقا یابد، مزیت رقابتی این شرکت نیز افزایش می‌یابد.

(۳) قابلیت‌های نوآوری بر مزیت رقابتی تأثیر دارند.

مطابق نتایج جدول (۳) و شکل (۷) مقدار ضریب رگرسیونی قابلیت‌های نوآوری بر مزیت رقابتی برابر ۰/۷۲ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد تأثیر قابلیت‌های نوآوری بر مزیت رقابتی معنی دار و مستقیم است (زیرا سطح معنی داری کمتر از سطح آزمون (۰/۰۵) گردیده و علامت ضریب رگرسیونی مثبت است). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگر قابلیت‌های نوآوری در شرکت صنعتی هاکوپیان تقویت شود، مزیت رقابتی این شرکت نیز بیشتر می‌شود.

(۴) مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.

مطابق نتایج جدول (۳) و شکل (۷) مقدار ضریب رگرسیونی مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت برابر ۰/۹۶ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد تأثیر مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت معنی دار و مستقیم است (زیرا سطح معنی داری کمتر از سطح آزمون (۰/۰۵) گردیده و علامت ضریب رگرسیونی مثبت است). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگر مزیت رقابتی در این شرکت بیشتر باشد، عملکرد شرکت ارتقا خواهد یافت.

(۵) قابلیت‌های پویا با نقش میانجی قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت تأثیر دارند.

برای بررسی این فرضیه از آزمون بارون و کنی استفاده می‌شود. نتایج این آزمون با توجه به آنچه که در بخش متغیر میانجی بیان گردید و با توجه به نتایج جدول (۳) به شرح زیر می‌باشد. (پیش از این لازم به ذکر است که کلیه تأثیرگذاری متغیرها در جدول (۳) در سطح ۰,۵ مورد پذیرش واقع شده است. زیرا تمامی سطوح معناداری از ۰,۰۵ کمتر شده است):

- ضریب متغیر مستقل (قابلیت‌های پویا) بر متغیر وابسته (عملکرد شرکت) برابر با ۰,۶۱ شده است.
- ضریب متغیر میانجی (قابلیت‌های نوآوری) بر متغیر وابسته (عملکرد شرکت) برابر با ۰,۴۸ شده است.
- ضریب متغیر مستقل (قابلیت‌های پویا) بر متغیر میانجی (قابلیت‌های نوآوری) برابر با ۰,۷۶ شده است.

بنابراین فرآیند چهارم آزمون بارون و کنی بصورت زیر می‌باشد:

$$0.2452 = 0.61 - (0.48 * 0.76)$$

چون مقدار ۰,۲۴۵۲ از ضریب متغیر مستقل (قابلیت‌های پویا) بر متغیر وابسته (عملکرد شرکت) یعنی مقدار ۰,۶۱ کمتر شده است، بنابراین نقش میانجی قابلیت‌های نوآوری در تأثیرگذاری قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت معنادار می‌باشد. حال به بررسی نقش میانجی مزیت رقابتی می‌پردازیم:

- ضریب متغیر مستقل (قابلیت‌های پویا) بر متغیر وابسته (عملکرد شرکت) برابر با ۰,۶۱ شده است.
- ضریب متغیر میانجی (مزیت رقابتی) بر متغیر وابسته (عملکرد شرکت) برابر با ۰,۹۶ شده است.
- ضریب متغیر مستقل (قابلیت‌های پویا) بر متغیر میانجی (مزیت رقابتی) برابر با ۰,۴۳ شده است.

بنابراین فرآیند چهارم آزمون بارون و کنی بصورت زیر می‌باشد:

$$(0,43 * 0,96) - 0,61 = 0,1972$$

چون مقدار ۰,۱۹۷۲ از ضریب متغیر مستقل (قابلیت‌های پویا) بر متغیر وابسته (عملکرد شرکت) یعنی مقدار ۰,۶۱ کمتر شده است، بنابراین نقش میانجی مزیت رقابتی نیز در تاثیرگذاری قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت معنادار می‌باشد. در نتیجه، فرضیه پنجم پژوهش مبنی بر اینکه قابلیت‌های پویا با نقش میانجی قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت تاثیر دارند، پذیرفته می‌شود.

(۶) قابلیت‌های پویا با تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر قابلیت‌های نوآوری تاثیر دارند.

مطابق نتایج جدول (۳) و شکل (۴) مقدار ضریب رگرسیونی جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های نوآوری برابر ۰/۴۳ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد معنی دار و مستقیم است (زیرا سطح معنی داری کمتر از سطح آزمون (۰/۰۵) گردیده و علامت ضریب رگرسیونی مثبت است). بنابراین قابلیت‌های پویا با تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر قابلیت‌های نوآوری تاثیر دارند.

(۷) قابلیت‌های پویا با تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر مزیت رقابتی تاثیر دارند.

مطابق نتایج جدول (۳) و شکل (۵) مقدار ضریب رگرسیونی جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین قابلیت‌های پویا و مزیت رقابتی برابر ۰/۲۴ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد معنی دار و مستقیم است (زیرا سطح معنی داری کمتر از سطح آزمون (۰/۰۵) گردیده و علامت ضریب رگرسیونی مثبت است). بنابراین قابلیت‌های پویا با تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر مزیت رقابتی تاثیر دارند.

(۸) قابلیت‌های نوآوری با تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر مزیت رقابتی تاثیر دارند.

مطابق نتایج جدول (۳) و شکل (۵) مقدار ضریب رگرسیونی جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی برابر ۰/۲۰ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد معنی دار و مستقیم است (زیرا سطح معنی داری کمتر از سطح آزمون (۰/۰۵) گردیده و علامت ضریب رگرسیونی مثبت است). بنابراین قابلیت‌های نوآوری با تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر مزیت رقابتی تاثیر دارند.

(۹) مزیت رقابتی با تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت تاثیر دارد.

مطابق نتایج جدول (۳) و شکل (۶) مقدار ضریب رگرسیونی جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین مزیت رقابتی و عملکرد برابر ۰/۳۸ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد معنی دار و مستقیم است (زیرا سطح معنی داری کمتر از سطح آزمون (۰/۰۵) گردیده و علامت ضریب رگرسیونی مثبت است). بنابراین مزیت رقابتی با تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت تاثیر دارد.

(۱۰) قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت تاثیر دارد.

مطابق نتایج جدول (۳) و شکل (۷) مقدار ضریب رگرسیونی قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت برابر ۰/۶۱ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد تاثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت معنی دار و مستقیم است (زیرا سطح معنی داری کمتر از سطح آزمون (۰/۰۵) گردیده و علامت ضریب رگرسیونی مثبت است). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگر در این شرکت بیش از پیش به قابلیت‌های پویا پرداخته شود، عملکرد شرکت ارتقا خواهد یافت.

بنابراین تمامی فرضیه‌های فرعی این پژوهش پذیرفته می‌گردد. در نتیجه می‌توان گفت که قابلیت‌های پویا با نقش

واسطه‌ای قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی و تعدیل کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی بر عملکرد شرکت تاثیر دارند. پس فرضیه اصلی این پژوهش نیز پذیرفته می‌شود.

با توجه به آنچه که در بخش بررسی فرضیه‌های پژوهش از نظر گذشت، خلاصه نتایج این فرضیه‌ها به شرح جدول (۴) می‌باشد:

جدول (۴): نتایج فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌ها	متن فرضیه	نتیجه فرضیه
فرضیه اصلی	قابلیت‌های پویا با نقش واسطه‌ای قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی و تعدیل کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی بر عملکرد شرکت تاثیر دارند	پذیرش فرضیه
فرضیه‌های فرعی	قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های نوآوری تاثیر دارند	پذیرش فرضیه
	قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی تاثیر دارند	پذیرش فرضیه
	قابلیت‌های نوآوری بر مزیت رقابتی تاثیر دارند	پذیرش فرضیه
	مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت تاثیر دارد	پذیرش فرضیه
	قابلیت‌های پویا با نقش میانجی قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت تاثیر دارند	پذیرش فرضیه
	قابلیت‌های پویا با تعدیل کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی بر قابلیت‌های نوآوری تاثیر دارند	پذیرش فرضیه
	قابلیت‌های پویا با تعدیل کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی بر مزیت رقابتی تاثیر دارند	پذیرش فرضیه
	قابلیت‌های نوآوری با تعدیل کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی بر مزیت رقابتی تاثیر دارند	پذیرش فرضیه
	مزیت رقابتی با تعدیل کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی بر عملکرد شرکت تاثیر دارد	پذیرش فرضیه
	قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت تاثیر دارد	پذیرش فرضیه

۴. بحث و نتیجه‌گیری

❖ فرضیه فرعی اول: قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های نوآوری تاثیر دارند.

با توجه به نتایج بدست آمده از مدلسازی معادلات ساختاری در فصل چهارم مشخص شد که ضریب رگرسیونی قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های نوآوری برابر ۰/۷۶ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد تاثیر قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های نوآوری معنی دار و مستقیم است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگر قابلیت‌های پویا در شرکت صنعتی ها کوپیان ارتقا یابد، قابلیت‌های نوآوری این شرکت نیز توسعه می‌یابد. در نتیجه این فرضیه پذیرفته شد. نتیجه این فرضیه همراستا با نتایج رحمانی و همکاران (۱۴۰۰) و ربر تسون و همکاران (۲۰۲۱) می‌باشد. زیرا رحمانی و همکاران در نتایج خود بر تاثیر مثبت و معنادار قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط استان قزوین دست یافته‌اند [۱۷، ۲۷]. همچنین ربر تسون و همکاران (۲۰۲۱) چنین نتیجه‌ای را در تحقیقات خود بیان نموده‌اند. تحقیقات

ناهمسو برای نتیجه این فرضیه یافت نشد [۲۷].

❖ فرضیه فرعی دوم: قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی تأثیر دارند.

با توجه به نتایج بدست آمده از مدلسازی معادلات ساختاری در فصل چهارم مشخص شد که ضریب رگرسیونی قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی برابر $0/43$ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد تأثیر قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی معنی دار و مستقیم است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگر قابلیت‌های پویا در شرکت صنعتی هاکوپیان ارتقا یابد، مزیت رقابتی این شرکت نیز افزایش می‌یابد. در نتیجه این فرضیه پذیرفته شد. نتیجه این فرضیه همراستا با نتایج آتشی و همکاران (۱۳۹۹)، پابرجانی زنجانی (۱۳۹۸) و ربرتسون و همکاران (۲۰۲۱) می‌باشد [۱۸، ۱۹، ۲۷]. زیرا این افراد در تحقیقات خود بر اثرگذاری مثبت و معنادار قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی دست یافته‌اند. به عنوان مثال، آتشی و همکاران (۱۳۹۹) این نتیجه را در تحقیقی که بر روی شرکت‌های هلدینگ انجام داده بود، دریافته است [۱۸]. تحقیقات ناهمسو برای این نتیجه یافت نشد.

❖ فرضیه فرعی سوم: قابلیت‌های نوآوری بر مزیت رقابتی تأثیر دارند.

با توجه به نتایج بدست آمده از مدلسازی معادلات ساختاری در فصل چهارم مشخص شد که ضریب رگرسیونی قابلیت‌های نوآوری بر مزیت رقابتی برابر $0/72$ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد تأثیر قابلیت‌های نوآوری بر مزیت رقابتی معنی دار و مستقیم است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگر قابلیت‌های نوآوری در شرکت صنعتی هاکوپیان تقویت شود، مزیت رقابتی این شرکت نیز بیشتر می‌شود. در نتیجه این فرضیه پذیرفته شد. نتیجه این فرضیه همراستا با نتایج فتحی دمساز و همکاران (۱۳۹۸) می‌باشد [۳۰]. این افراد در تحقیق خود با عنوان بررسی نقش قابلیت‌های صادرات پویا و قابلیت‌های نوآوری در دستیابی به مزیت رقابتی و عملکرد شرکت‌های صادراتی، به نتایجی مشابه نتیجه این فرضیه دست یافته‌اند. تحقیقات ناهمسو برای این نتیجه یافت نشد.

❖ فرضیه فرعی چهارم: مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده از مدلسازی معادلات ساختاری در فصل چهارم مشخص شد که ضریب رگرسیونی مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت برابر $0/96$ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد تأثیر مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت معنی دار و مستقیم است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگر مزیت رقابتی در این شرکت بیشتر باشد، عملکرد شرکت ارتقا خواهد یافت. در نتیجه این فرضیه پذیرفته شد. نتیجه این فرضیه همراستا با نتایج فتحی دمساز و همکاران (۱۳۹۸) و فریرا و همکاران (۲۰۲۰) می‌باشد [۲۸، ۳۰]. این افراد در تحقیقات خود بر تأثیر مثبت و معنادار مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت‌ها دست یافته‌اند. تحقیقات ناهمسو برای این نتیجه یافت نشد.

❖ فرضیه فرعی پنجم: قابلیت‌های پویا با نقش میانجی قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت تأثیر دارند.

برای بررسی این فرضیه از آزمون بارون و کنی استفاده گردید. طبق نتایج بدست آمده از فصل چهارم مشخص شد که ضریب آزمون بارون و کنی برای متغیر میانجی قابلیت‌های نوآوری برابر با $0/2452$ و برای متغیر میانجی مزیت رقابتی برابر با $0/1972$ می‌باشد. چون این دو مقدار از ضریب مسیر متغیر مستقل (قابلیت‌های پویا) بر متغیر وابسته (عملکرد شرکت) که برابر با $0/61$ می‌باشد، کمتر شده است؛ بنابراین نقش میانجی قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی در تأثیرگذاری قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت معنادار می‌باشد. در نتیجه این فرضیه پذیرفته شد. نتیجه این فرضیه

همراستا با نتایج آتشی و همکاران (۱۳۹۹) و فریرا و همکاران (۲۰۲۰) می‌باشد [۱۸، ۲۸]. این دو تحقیق دارای نتایجی منطبق با نتیجه این فرضیه می‌باشند. تحقیقات ناهمسو برای این نتیجه یافت نشد.

❖ فرضیه فرعی ششم: قابلیت‌های پویا با تعدیل کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر قابلیت‌های نوآوری تأثیر دارند.

با توجه به نتایج بدست آمده از مدلسازی معادلات ساختاری در فصل چهارم مشخص شد که ضریب رگرسیونی جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های نوآوری برابر $0/43$ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد معنی دار و مستقیم است. بنابراین قابلیت‌های پویا با تعدیل کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر قابلیت‌های نوآوری تأثیر دارند. در نتیجه این فرضیه پذیرفته شد. برای این نتیجه، تحقیقات همسو یا ناهمسو یافت نشد.

❖ فرضیه فرعی هفتم: قابلیت‌های پویا با تعدیل کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر مزیت رقابتی تأثیر دارند.

با توجه به نتایج بدست آمده از مدلسازی معادلات ساختاری در فصل چهارم مشخص شد که ضریب رگرسیونی جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین قابلیت‌های پویا و مزیت رقابتی برابر $0/24$ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد معنی دار و مستقیم است. بنابراین قابلیت‌های پویا با تعدیل کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر مزیت رقابتی تأثیر دارند. در نتیجه این فرضیه پذیرفته شد. نتیجه این فرضیه همراستا با نتایج آتشی و همکاران (۱۳۹۹) است [۱۸]. این افراد در تحقیق خود با عنوان تأثیر قابلیت‌های پویا و جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت با تبیین نقش میانجی مزیت رقابتی پایدار در شرکت‌های هلدینگ، دریافتند که قابلیت‌های پویا و جهت‌گیری کارآفرینی بر مزیت رقابتی پایدار تأثیر دارد. همچنین قابلیت‌های پویا، جهت‌گیری کارآفرینی و مزیت رقابتی پایدار بر عملکرد شرکت تأثیر دارد. تحقیقات ناهمسو برای این نتیجه یافت نشد.

❖ فرضیه فرعی هشتم: قابلیت‌های نوآوری با تعدیل کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر مزیت رقابتی تأثیر دارند.

با توجه به نتایج بدست آمده از مدلسازی معادلات ساختاری در فصل چهارم مشخص شد که ضریب رگرسیونی جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی برابر $0/20$ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد معنی دار و مستقیم است. بنابراین قابلیت‌های نوآوری با تعدیل کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر مزیت رقابتی تأثیر دارند. در نتیجه این فرضیه پذیرفته شد. برای این نتیجه، تحقیقات همسو یا ناهمسو یافت نشد.

❖ فرضیه فرعی نهم: مزیت رقابتی با تعدیل کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده از مدلسازی معادلات ساختاری در فصل چهارم مشخص شد که ضریب رگرسیونی جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین مزیت رقابتی و عملکرد برابر $0/38$ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد معنی دار و مستقیم است. بنابراین مزیت رقابتی با تعدیل کنندگی جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت تأثیر دارد. در نتیجه این فرضیه پذیرفته شد. نتیجه این فرضیه همراستا با نتایج آتشی و همکاران (۱۳۹۹) و پابرجای زنجانی (۱۳۹۸) می‌باشد [۱۸، ۱۹]. این افراد در تحقیقات خود به نتایجی مشابه با نتیجه این فرضیه دست یافته‌اند. تحقیقات ناهمسو برای این نتیجه یافت نشد.

❖ فرضیه فرعی دهم: قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده از مدلسازی معادلات ساختاری در فصل چهارم مشخص شد که ضریب رگرسیونی قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت برابر $0/61$ می‌باشد که در سطح آزمون ۵ درصد تأثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت معنی دار و مستقیم است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگر در این شرکت بیش از پیش به قابلیت‌های پویا پرداخته شود، عملکرد شرکت ارتقا خواهد یافت. در نتیجه این فرضیه پذیرفته شد. نتیجه این فرضیه همراستا با نتایج رحمانی و همکاران (۱۴۰۰)، پابرجای زنجانی (۱۳۹۸) و ربرتسون (۲۰۲۱) می‌باشد [۱۷، ۱۹، ۲۷]. همه این تحقیقات بر وجود تأثیر مثبت و معنادار قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌ها اتفاق نظر داشته‌اند. تحقیقات ناهمسو برای این نتیجه یافت نشد.

❖ فرضیه اصلی: قابلیت‌های پویا با نقش واسطه‌ای قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی و تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی بر عملکرد شرکت تأثیر دارند.

با توجه به اینکه متن فرضیه اصلی این پژوهش دربرگیرنده تمامی فرضیه‌های فرعی می‌شود و از طرفی همه این فرضیه‌های فرعی مورد پذیرش واقع شده‌اند؛ بنابراین فرضیه اصلی این پژوهش نیز پذیرفته می‌شود. در نتیجه می‌توان گفت که قابلیت‌های پویا با نقش واسطه‌ای قابلیت‌های نوآوری و مزیت رقابتی و تعدیل‌کنندگی جهت‌گیری کار آفرینی بر عملکرد شرکت تأثیر دارند. پس فرضیه اصلی این پژوهش نیز پذیرفته شد. همچنین ذکر این نکته حائز اهمیت است که جهت‌گیری کارآفرینی با ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر بفردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها باعث می‌شود تا قابلیت‌های پویای موجود در شرکت با توان بیشتری زمینه ساز ایجاد نوآوری شوند. در ادامه بر اساس فرضیه‌های پژوهش پیشنهاداتی نیز ارائه می‌شود:

پیشنهادهای کاربردی

- توسعه قابلیت‌های پویا شرکت‌ها با توجه بیشتر بر منابع درونی و نیروهای موجود شرکت صورت گیرد تا منابع بیرونی و گاه‌غیر قابل دسترس و هزینه‌بر.
 - مدیران شرکت‌ها باید برای پایدار ماندن مزیت رقابتی، ایده‌های جدیدی را ارائه دهند و روندهای آینده در بازارهای صادراتی و وارداتی را شناسایی کنند.
 - شرکت‌ها باید از کارمندان ماهر و مبتکر بهره‌مند شوند تا از طریق نوآوری به بهترین عملکرد دست یابند.
 - با توجه به اهمیت مزیت رقابتی برای شرکت‌ها، سرعت بخشی معرفی محصولات جدید و اتخاذ فرآیندهای جدید برای شرکت‌ها بسیار حائز اهمیت است که باید در دستور کار مدیران شرکت‌ها قرار گیرد.
 - لزوم استخدام نیروهای انسانی ایده‌پرداز و مبتکر در شرکت‌ها
 - برگزاری نشست‌های مستمر در شرکت‌ها با حضور حداکثری شاغلین رده بالا، میانی و افراد عادی به منظور ارائه پیشنهاد و راه حل برای مشکلات و مسائل مختلف در بین شرکت‌ها.
 - با توجه به نتیجه این پژوهش و با علم بر اینکه نوآوری و پیشگامی از ابعاد جهت‌گیری کارآفرینی می‌باشد، بنابراین پیشنهاد به شرکت برای گرایش آن برای به کارگیری و حمایت از ایده‌های جدید، تازه، آزمایش‌گری و فرایندهای خلاقانه امری است که به تولیدات، خدمات یا فرایندهای فناورانه جدید می‌انجامد.
- (۱۱) به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود که در کنار اینکه می‌توانند فرصت‌ها و موقعیت‌های محیطی را بهتر درک کنند، برای اینکه بتوانند متمایزتر از رقبا عمل نمایند، پیشنهاد می‌شود که از دانش جدید و به روز در قابلیت‌ها و

- توانایی‌های موجود در بازار بهره گیرند و یادگیری و آموزش را جهت ارتقای تولیدات و محصولات خود بکار گیرند.
- لازم به ذکر است که یکی از ابعاد مهم جهت گیری کارآفرینی، رقابت تهاجمی است. یعنی میزان تمایل یک شرکت برای چالش‌های مستقیم و شدید با رقابت کننده‌ها برای به دست آوردن ورودی یا موقعیت بهتر؛ بنابراین به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود که با پروراندن اینچنین روحیه‌هایی در بین کارکنان، روحیه چالش‌پذیری را در شرکت ترویج دهند.
 - با توجه به اینکه ادامه حیات شرکت‌ها وابسته به مشتری می‌باشد؛ بنابراین رضایت مشتریان، حفظ و افزایش آنان برای شرکت امری حیاتی است. از این رو، توجه به مدیریت ارتباط با مشتری موضوعی است که انتظار می‌رود مدیران شرکت‌ها بدان توجه وافر داشته باشند.
 - علاوه بر این شنیدن صدای مشتری و توجه به نظرات، پیشنهادات و انتقادات آنان، یاری رسان شرکت‌ها در بازارهای رقابتی خواهد بود.
 - ایجاد یا توسعه تیم تحقیقاتی در شرکت‌ها به منظور رصد علمی و تحلیل گرایانه بازار، شامل قیمت محصولات، نیازهای مشتریان، وضعیت عرضه و تقاضا و ...

پیشنهادهایی برای پژوهشگرهای آینده

- با توجه به اهمیت موضوع این پژوهش و بروز بودن آن؛ پیشنهاد می‌شود که این موضوع در سایر شرکت‌های کشور نیز انجام شود.
- اولویت بندی عوامل موثر بر عملکرد شرکت‌ها بر اساس تکنیک تحلیل سلسله مراتبی
- انجام پژوهشی کیفی با عنوان شناسایی موانع نوآوری در شرکت‌های صنعتی

منابع و مآخذ

۱. نظری پور، امیر هوشنگ، قاسمی، حمیدرضا و سپندار، نسرين، ۱۳۹۶. بررسی اثرات دولت الکترونیک بر عملکرد سازمان (مورد مطالعه: سازمان تامین اجتماعی شهرستان خرم آباد)، اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری، علوم انسانی و بانکداری اسلامی.
۲. رضازاده، مریم؛ سلطانی، حسن؛ ۱۳۹۵، اثر واسطه‌ای عملکرد مالی در رابطه بین مسئولیت اجتماعی و ساختار مالکیت نهادی، پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری‌های باز، تهران، همایشگران مهر اشراق.
۳. باورصاد، بلقیس؛ گنجعلی، سمیه؛ رحیمی، فرج‌اله؛ مهرابی، علی؛ (۱۳۹۵). الگوی فرآیندی ارتقای عملکرد مالی شرکت بر اساس تولید به هنگام، چابکی و مدیریت کیفیت جامع، مطالعات مدیریت راهبردی، ۲۷، ۱۲۳-۱۰۷.
۴. مقیمی، سیدمحمد؛ امامی، فرزانه؛ کاظمی، معصومه؛ (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت بندی شاخصه‌های سرمایه اجتماعی و تاثیر آن بر عملکرد سازمانی در نظام دانشگاهی. فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، ۹(۲)، ۶۰-۲۹.
5. Ozkan, N., Cakan, S., and Kayacan, M. (2017). Intellectual capital and financial performance: A study of the Turkish Banking Sector, Borsa Istanbul Review, 17(3), pp. 190-198.
۶. آقاجانی، حسنعلی؛ جعفری کناری، سیده نفیسه؛ (۱۳۹۳). رابطه بین یادگیری سازمانی و عملکرد شرکت‌های دانش بنیان: نقش واسطه‌ای نوآوری سازمانی. دومین کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه گذاری، گرگان.

7. Jia-Sheng, Lee., Chia-Jung, Hsieh. (201۷). "A research in relating entrapreneuership, marketing capability, innovative capability and sustained competitive advantage". European Applied Business Research (EABR) and European College Teaching and Learning (ECTL), pp. 416-427.
8. Lisboa, A., Skarmeas, D., & Lages, C. (201۰). "Innovation Capabilities: Their drivers and effects on curent and future performance". Journal of Business Research, pp. 1157-1161.
9. Weerawardena, Jay., & Mavondo, Felix. T. (201۴). "Capabilities, innovation and competitive advantage". Industrial Marketing Management, pp. 1220-1223.
10. Stacy, Ralph. (201۶). Strategic Thinking and Transformation Management: International Perspectives on Organizational Dynamics. Rasa Publications
11. Teece, J. David., & Pisano, A. Shuen. (1997). "Dynamic capabilities and strategic management". Strategic Management Journal, Vol. 18, pp. 509-533.
12. Lin, Y., & Wu, L. (2013). "Exploring the role of dynamic capabilities in firm performance under the resource-based view framework". Journal of Business Research, pp. 1-7.
13. Li, D., & Liu, J. (2012). " Dynamic capabilities, environmental dynamism, and competitive advantage: Evidence from China". Journal of Business Research.
14. Teece, D.J. (2007). "Explicating dynamic capabilities: The nature and microfundations of (sustainable) enterprises performance". Strategic Management Journal, Vol. 28, pp. 1319-1350.
15. Abrantes, Jose Luís., & Teixeira, Mario Sergio. (201۸). "Measuring innovation capability in exporting firms: the Innovcale". International Marketing Review, Vol. 32, pp.29-51.
16. Pavlou, A. Paul., & El sawy, Omar. (2006). " Decomposing and leveraging dynamic capabilities", Vol. 33, pp. 1-33.
۱۷. رحمانی، محسن؛ عابدی، حسین؛ قاسمی، مونا؛ ۱۴۰۰، بررسی تأثیر قابلیت‌های پویا مجهز به فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط با نقش میانجی قابلیت نوآورانه در استان قزوین، هشتمین کنفرانس بین‌المللی ترفندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری با رویکرد رشد کسب و کارها.
۱۸. آتشی، غلامحسین؛ چاوشی، سید کاظم؛ یوسفی زنوز، رضا؛ ۱۳۹۹. تأثیر قابلیت‌های پویا و جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت با تبیین نقش میانجی مزیت رقابتی پایدار (مورد مطالعه: شرکت‌های هلدینگ)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی، دانشکده مدیریت.
۱۹. پابرجای زنجانی، مجید؛ ۱۳۹۸. بررسی تأثیر قابلیت‌های پویا و توانایی خلاقیت بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت‌ها با تأکید بر نقش مدرن جهت‌گیری کارآفرینانه، سومین کنفرانس بین‌المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران.
20. Covin, J. G., & Lumpkin, G. T. (2011). Entrepreneurial Orientation Theory and Research: Reflections on a Needed Construct. Entrepreneurship Theory and Practice, 35(5), 855-872.
21. Covin, J. G., & Wales, W. J. (2012). The Measurement of Entrepreneurial Orientation. Entrepreneurship Theory and Practice, 36(4), 677-702.
22. Kantur, D. (2016). Strategic Entrepreneurship: Mediating the Entrepreneurial Orientation Performance Link. Management Decision, 54(1), 24-43.
23. Monferrer. D, ÁngelMoliner. M, Irún. B, & Estrada. M, 2021, Network market and entrepreneurial orientations as facilitators of international performance in born globals. The mediating role of ambidextrous dynamic capabilities, Journal of Business Research, Volume 137, December 2021, Pages 430-443
24. wagner. john A & Hollenbeek john R.(2015)" organizational behavior : securing competitive dvantage".2nd edition, pp:5

25. Arshad, Sara; Student, Bba; Asif, Rabiya And Mushtaq Ahmed Baloch, (2012), The Impact Of "Fairness" In Working Conditions On Organizational Performance In Pakistan Telecommunication Company, Limited, Islamabad, International Journal Of Economics And Management Sciences, Vol. 2, No. 4, 2012, Pp. 10-19

۲۶. جعفری نیا، سعید؛ نورعلی، محمدرضا؛ رزم آور، توران؛ ۱۳۹۸. بررسی تاثیر گرایش به کارآفرینی و قابلیت‌های پویا، بر عملکرد شرکت با نقش میانجی گری دوستوانی، فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۲(۲)، ۱۱۹-۱۴۲.

27. Robertson. J, Caruana. A, Ferreira. C, 2021, Innovation performance: The effect of knowledge-based dynamic capabilities in cross-country innovation ecosystems, International Business Review, Available online 20 May 2021, 101866

28. Ferreira. J, & Cardim. S, & Coelho. A, 2020, Dynamic Capabilities and Mediating Effects of Innovation on the Competitive Advantage and Firm's Performance: the Moderating Role of Organizational Learning Capability, Journal of the Knowledge Economy <https://doi.org/10.1007/s13132-020-00655-z>

۲۹. دهقانی، محمدرضا؛ ۱۳۹۱. بررسی تأثیر شرایط محیطی بر مشتری‌مداری و گرایش کارآفرینانه بانک‌های خصوصی در استان اصفهان. پایان نامه کارشناسی ارشد.

۳۰. فتحی دمساز، مهدیه؛ خداداد حسینی، سید حمید؛ منصوری مؤید، فرشته؛ ۱۳۹۸. بررسی نقش قابلیت‌های صادرات پویا و قابلیت‌های نوآوری در دستیابی به مزیت رقابتی و عملکرد شرکت‌های صادراتی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده مدیریت و اقتصاد.