

بررسی تأثیر یادگیری سازمانی بر رقابت‌پذیری با توجه به نقش نوآوری با رویکرد معادلات ساختاری (مطالعه موردی: مخابرات منطقه یزد)

محسن فلاح رحمت‌آبادی^۱، شهناز نایب‌زاده^۲، ابوالفضل داودی رکن‌آبادی^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشکده مدیریت - اقتصاد و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد

^۲ دانشیار، دانشکده مدیریت - اقتصاد و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد

^۳ دانشیار، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد

آدرس پست الکترونیک نویسنده مسئول:

snayebzadeh@gmail.com

چکیده

در این تحقیق به ارزیابی مدل تأثیر یادگیری سازمانی بر رقابت‌پذیری با توجه به نقش نوآوری در مخابرات منطقه یزد پرداخته شده است، روش این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را ۳۶۰ نفر از کارکنان مخابرات منطقه یزد در بر می‌گیرد. قلمرو زمانی تحقیق در سال‌های ۹۷-۱۳۹۶ می‌باشد. حجم نمونه با بهره‌مندی از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و فرمول کوکران، ۱۴۰ نفر به دست آمد. داده‌ها به کمک پرسشنامه گردآوری شدند که روایی و پایایی آن به تأیید رسید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از مدل‌سازی معادلات ساختاری و تکنیک حداقل مربعات جزئی در نرم‌افزار آماری Smart - PLS استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که یادگیری سازمانی بر نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری و نیز نوآوری کارکنان بر فرایند نوآوری تأثیر مثبت و معناداری (مستقیم) داشته و همچنین فرایند نوآوری با در نظر گرفتن اثر متغیر مداخله‌گر اثربخشی استراتژی نوآوری بر رقابت‌پذیری اثر مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی

یادگیری سازمانی، نوآوری، مدل‌سازی معادلات ساختاری، رقابت‌پذیری.

مقدمه

در حال حاضر رقابت‌پذیری یک موضوع محوری در سطح دنیا است و از آن به عنوان وسیله‌ای جهت دستیابی به رشد اقتصادی مطلوب و توسعه پایدار یاد می‌شود. در یک اقتصاد جهانی شده، رقابت‌پذیر بودن به معنای امکان به دست آوردن موقعیت مناسب و پایدار در بازار بین‌المللی است. یکی از ویژگی‌های شرکت‌های موفق امروز برخورداری از قدرت رقابت‌پذیری است و در عین حال ویژگی بارز شرکت‌های ناموفق، عدم برخورداری از این ویژگی است. افزایش رقابت در بازارهای جهانی در طول دو دهه گذشته ادامه داشته و برای تعدادی از شرکت‌ها مشکلاتی از قبیل از دست دادن سهم بازار و کاهش سود را به همراه داشته است (فیض و همکاران، ۱۳۹۶).

یادگیری سازمانی فرایند به‌روزرسانی و تغییر الگوهای ذهنی مشترک سازمان است که از طریق اکتساب و بکارگیری اطلاعات، خلق دانش و نهادینه کردن آن در سازمان منجر به کسب مزیت رقابتی، افزایش سودآوری و در نهایت بهبود عملکرد سازمان می‌شود. به عبارت دیگر، کارکرد اصلی فرایند یادگیری سازمانی کمک به سازمان در تطابق بهتر و مؤثرتر با محیط خارجی و افزایش قدرت پایداری در محیط رقابتی است (قربانی‌زاده و مشبکی، ۱۳۸۶).

امروزه سازمان‌ها برای زنده ماندن و گریز از مرگ و ایستایی و انطباق با محیط ناپایدار و متغیر بیرون به تحول و نوآوری نیاز دارند. شعار « نابودی در انتظار شماست مگر اینکه نوآور باشید » در پیش روی مدیران همه سازمان‌ها قرار دارد. مسائل امروز سازمان‌ها با راه‌حل‌های دیروز حل نشدنی نیست و شرایط محیطی به حدی پیچیده، پویا و نامطمئن گردیده که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند بدون نوآوری، حیات بلند مدت خود را تضمین کنند (میرکمالی و چوپانی، ۱۳۹۰).

این پژوهش بر آن است تا نقش متغیر یادگیری سازمانی را بر رقابت‌پذیری سازمان مشخص نماید که در این بین نیز از تأثیر متغیرهای مربوط به نوآوری (متغیرهای واسطه‌ای نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری و متغیر مداخله‌گر استراتژی نوآوری) بر شدت رابطه فوق استفاده شده است.

ادبیات پژوهش

واژه‌ی یادگیری سازمانی برای اولین بار توسط سایرت و مارچ^۱ در مطالعه اولیه‌شان روی جنبه‌های رفتاری تصمیم‌گیری سازمانی در سال ۱۹۶۳ به کار رفته است؛ به عبارت دیگر، تحقیق روی یادگیری سازمانی رشد فزاینده‌ای یافته است. صرفنظر از تاریخ دقیق شروع بحث یادگیری سازمانی، این موضوع تا اواخر دهه ۱۹۷۰ توجه چندانی را به خود جلب نکرد. در این هنگام بود که تعدادی از نظریه‌پردازان، فعالیت‌های خود را بر یادگیری سازمانی متمرکز کردند. اگرچه فعالیت‌های تحقیقاتی در دهه ۱۹۸۰ نیز روی موضوع ادامه داشت، در دهه ۱۹۹۰ موضوع یادگیری سازمانی تنها یکی از موضوع‌های مطرح در گرایش‌های مختلف رشته مدیریت مثل استراتژی و مدیریت تولید بود و از آن تاریخ به بعد بحث یادگیری سازمانی تحت الشعاع مباحث جدید مدیریتی از جمله موضوع سازمان‌های یادگیرنده قرار گرفت (کهنسال و همکاران، ۱۳۹۶).

یادگیری سازمانی فرایندی است پویا که سازمان را قادر می‌سازد تا به سرعت با تغییر سازگاری یابد. این فرایند شامل تولید دانش جدید، مهارت‌ها و رفتارها می‌شود. بدون وجود یادگیری، افراد و سازمان‌ها تنها تجارب گذشته خود را تکرار می‌نمایند و اگر نتوانند بیاموزند که چگونه یاد بگیرند، به صورت قابل ملاحظه‌ای در حاشیه باقی می‌مانند (ساداتی، ۱۳۸۹). یادگیری سه مرحله دارد: شناخت - یادگیری مفاهیم جدید - رفتار - توسعه مهارت‌ها و توانایی‌های جدید - و عملکرد - انجام کار به طور واقعی - (حسینی و چلی‌سریل، ۱۳۹۲).

نخستین بار شومپتر^۲، در سال ۱۹۳۴ مفهوم نوآوری را تعریف کرد. او نوآوری را با توسعه اقتصادی مرتبط دانست و آن را به عنوان ترکیب جدیدی از منابع مولد ثروت، معرفی کرد. کار او شامل پنج مورد مشخص بود: معرفی محصولات جدید، شیوه‌های جدید تولید، شناسایی بازارهای جدید، تسخیر منابع جدید مواد اولیه و امکانات و شیوه‌های جدید سازماندهی تجارت (هادوی، ۱۳۸۸).

¹ March

² Schumpeter

نوآوری کارکنان در محیط کار رفتاری پیچیده است که یک فرآیند سه مرحله‌ای را شامل می‌شود. در اولین مرحله، فرد نوآور مسأله را درک و راه‌حل‌ها و ایده‌هایی را ارائه می‌کند که ممکن است نو و یا اقتباس شده باشند. سپس این فرد سعی می‌کند ایده و راه‌حل خود را بهبود بخشد و قاعده‌ای منطقی برای دفاع از این ایده بیابد. در مرحله‌ی نهایی، فرد نوآور یک مدل یا نمونه تجربی برای پیاده‌سازی ایده‌ها و راه‌حلش ارائه می‌کند تا بتوان این ایده را در یک گروه یا سازمان به کار برد. بر این اساس می‌توان گفت، نوآوری یک فرآیند چند مرحله‌ای است که در طی آن فرد مسأله‌ای را که باید برای آن ایده و راه‌حل ارائه کند، درک کند و برای بهبود و اثبات این ایده‌ها کاری انجام دهد و یک مدل یا نمونه برای کاربرد عملی ایده‌هایش در سازمان و یا بخشی از آن معرفی کند (ملاحسینی و برخوردار، ۱۳۸۶).

در مورد فرایند نوآوری تحقیقات زیادی انجام شده است، تفاوت در فرایندها و مراحل مختلف نوآوری که توسط اندیشمندان بیان شده است ناشی از تفاوت در تئوری‌های مختلف سازمان و مدیریت است که مبنای کار آنها قرار گرفته است. آنهایی که انگاره تکامل زیستی را مبنا قرار داده‌اند، بر فرایند سازگاری تدریجی و در طول زمان دراز توجه دارند و این فرایند را شامل دگرگونی، گزینش و ماندگاری می‌دانند. مدل وابستگی به منابع بر تطبیق تأکید می‌کند، به عبارت دیگر سازمان‌هایی بقا می‌یابند که در امر چانه‌زنی بر سر منابع محدود بهترین باشند. ماهیت و حدود وابستگی سازمان بر حسب اهمیت و کمیابی منابع مورد نیازش مشخص می‌شود. دیدگاه نهادی در موضوع نوآوری به نیروهای اجتماعی و سیاسی که سازمان را در محاصره خویش درآورده توجه دارد و بر این فرض استوار است که سازمان‌ها باید خود را با انتظارات و ارزش‌های اجتماعی تطبیق دهد (رحمان‌سرشت و هاشمی، ۱۳۸۷).

استراتژی‌های نوآوری، استراتژی‌هایی است که به شرکت‌ها نشان می‌دهند به چه میزان و در چه راهی از نوآوری برای توسعه عملکردشان استفاده کنند. لندل^۳ و وارموس^۴ (۲۰۱۱) نیز، استراتژی نوآوری را اینگونه تعریف کرده‌اند: طراحی از پیش تعیین شده، کاربردی و تدریجی، برای اداره تخصیص منابع به انواع مختلفی از نوآوری برای دستیابی به اهداف کلی استراتژیک و چارچوب تصمیم‌گیری راهنما برای صنایع و شرکت‌ها، در مورد اینکه چه زمانی بایستی به بهترین حالت گذشته را حذف کرد یا استراتژی و اهداف شرکت را برای متمرکز شدن به کسب و کار آینده تغییر داد. با توجه به این تعاریف، استراتژی نوآوری یکی از مهمترین عوامل پشتیبان برای قابلیت‌های نوآورانه است و شرکت‌ها می‌توانند عملکردشان را به کمک استراتژی نوآوری، بهبود و توسعه دهند. گوان^۵، یام^۶، تانگ^۷ و لو^۸ (۲۰۰۹) نیز ادعا کردند که بهبود عملکرد، مستلزم گزینش مناسب و مستحکم استراتژی‌های نوآوری است. بنابراین، یکی از راهکارهای رشد، تداوم (بقا) و توسعه عملکرد شرکت‌ها در صنعت مورد نظر در محیط‌های پویا و متغیر، ایجاد نوآوری‌ها است. به بیان ساده‌تر، نوآوری ابزار استراتژیک مهمی برای خلق مزیت رقابتی در محیط‌های پیچیده است. لو (۲۰۱۱) بر این باور است که اینگونه استراتژی‌ها برای تداوم شکوفایی صنایع در دنیای امروز با عدم اطمینان‌های فزاینده‌اش، حیاتی هستند (ملک‌اخلاق و همکاران، ۱۳۹۲).

رقابت‌پذیری یک مفهوم چند بعدی است که برای افراد مختلف بسته به سطح و فضائی که قرار دارند معنی مخالفی می‌دهد. می‌تواند در سه سطح مختلف اما وابسته به هم (سطح کشور، سطح صنعت و سطح شرکت) دیده شود. تحقیقات زیادی در ارتباط با رقابت‌پذیری انجام شده و تعاریف مختلفی ارائه گردیده است. گرچه تعاریف کاملاً مشابه نیستند. اما همه آنها دارای یک وجه مشترک هستند و آن بوجود آوردن یک محیط مساعد جهت توسعه سطح رفاه یک کشور است. در یک تعریف جامع، در رقابت‌پذیری یک کشور درجه‌ای است که بتواند تحت شرایط بازار آزاد و مناسب، کالاهای و خدماتی را ارائه دهد که به استانداردهای بازارهای بین‌المللی دست یابد و در عین حال همزمان درآمد واقعی و کیفیت زندگی مردم آن کشور برای یک دوره بلند مدت بهبود می‌یابد. تعاریف موجود، رقابت‌پذیری را به صورت یک مفهوم ایستا می‌نگرد (برای مثال در یک مقطع زمانی، سازمان از نظر رقابتی چگونه است) و توجه کمتری به پایداری آن دارند (پارسائیان و نایب‌زاده، ۱۳۹۶).

³ Lendel

⁴ Varmus

⁵ Guan

⁶ Yam

⁷ Tang

⁸ Lu

با توجه به اینکه از طرفی یکی از حوزه‌های سرویس‌دهی شرکت مخابرات، حوزه ارتباطات ثابت بوده که اقدام به واگذاری سرویس‌های اینترنت پرسرعت و غیره می‌نماید و در حال حاضر شرکت‌های زیادی در حوزه ارائه خدمات اینترنتی (ISP) وجود آمده و در حال فعالیت می‌باشند و به نوعی بازار رقابتی در حوزه ارائه خدمات اینترنتی بوجود آمده است و از طرف دیگر در حوزه ارتباطات سیار نیز اپراتورهای دیگر نیز خدمات تلفن همراه و غیره را ارائه می‌دهند لذا در سال‌های اخیر شرکت مخابرات رقبای سرسخت و جدی پیدا کرده و با وضعیت موجود تنها راه موفقیت و ارتقاء این شرکت، توجه به بحث رقابت‌پذیری می‌باشد لذا اهمیت موضوع رقابت‌پذیری بیش از پیش در مخابرات احساس شده است و این تحقیق نیز در راستای تأمین این نیازمندی می‌باشد و همچنین با توجه به نقش یادگیری سازمانی و نوآوری بر ارتقای رقابت‌پذیری سازمان جهت نیل به اهداف سازمانی و خلا پژوهشی با این موضوع، تحقیق حاضر می‌تواند ضمن پاسخگویی و بررسی فرضیه‌های ذیل، توصیه و راهکارهایی را به مدیران و برنامه‌ریزان شرکت مخابرات در جهت افزایش رقابت‌پذیری آن شرکت به منظور دستیابی به اهداف اساسی و استراتژیک آن شرکت ارائه نماید:

H1: یادگیری سازمانی بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.

H2: یادگیری سازمانی بر نوآوری کارکنان تأثیرگذار است.

H3: یادگیری سازمانی بر فرایند نوآوری تأثیرگذار است.

H4: نوآوری کارکنان بر فرایند نوآوری تأثیرگذار است.

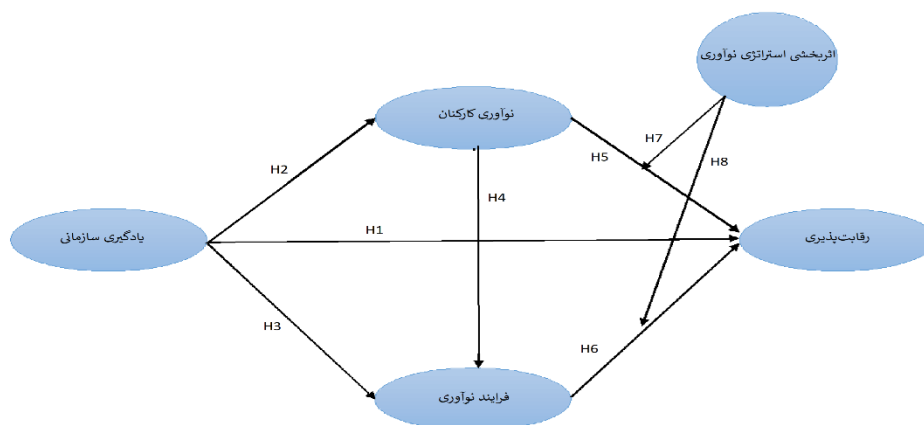
H5: نوآوری کارکنان بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.

H6: فرایند نوآوری بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.

H7: اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه بین نوآوری کارکنان و رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.

H8: اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه بین فرایند نوآوری و رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.

بنابراین این پژوهش بر آن است تا نقش متغیر یادگیری سازمانی را بر رقابت‌پذیری سازمان مشخص نماید که در این بین نیز از تأثیر متغیرهای مربوط به نوآوری (متغیرهای واسطه‌ای نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری و متغیر مداخله‌گر استراتژی نوآوری) بر شدت رابطه فوق استفاده شده که می‌توان مدل مفهومی شکل ۱ را ارائه نمود و آن را مورد بررسی قرار داد.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (حسین^۹ و همکاران، ۲۰۱۶ و گارسیا^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۲)

⁹ Husain Zafar

¹⁰ Garcia Victor

پیشینه تحقیق در داخل و خارج از کشور

جدول ۱: پیشینه تحقیق در داخل و خارج از ایران

ردیف	محقق	عنوان مقاله	نتایج
۱	ملاحسینی و برخوردار ۱۳۸۶	بررسی رابطه بین مهارت‌های خودمدیریتی و نوآوری کارکنان در سازمان‌های استان کرمان	نوآوری و نحوه نظارت بر آن در سازمان بر روی خودمدیریتی تأثیر مثبت دارد. درآمد و طول دوره تصدی شدیداً به رفتار نوآورانه در کار بستگی دارد.
۲	شکری و خیرگو ۱۳۸۸	نقش یادگیری در نوآوری سازمانی	نوآوری و یادگیری سازمانی دو مقوله مرتبط به یکدیگر هستند.
۳	عباسی و همکاران ۱۳۹۱	تحلیل روابط بین عوامل مؤثر بر مؤلفه‌های رقابت‌پذیری با استفاده از تکنیک همبستگی کانونی (مورد مطالعه: واحدهای ستادی شرکت های بیمه شهر تهران)	ترکیب خطی مناسبی بین مجموعه متغیرهای کانونی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری و مؤلفه‌های رقابت‌پذیری وجود دارد.
۴	زندحسامی و آشیانی‌پور ۱۳۹۲	تحلیل چگونگی تأثیر قابلیت‌های نوآوری فناورانه بر رقابت‌پذیری شرکت‌های کوچک و متوسط	ابعاد قابلیت‌های نوآوری فناورانه بر رقابت‌پذیری شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیرگذارند. در میان ابعاد قابلیت‌های نوآوری فناورانه، معیار قابلیت یادگیری به عنوان تأثیرگذارترین عامل و در میان ابعاد رقابت‌پذیری نیز سودآوری به عنوان تأثیرپذیرترین عامل شناخته شده است.
۵	بنیادی‌نائینی و همکاران ۱۳۹۵	بهبود کارایی در توانمندی‌های نوآورانه فناورانه و رقابت‌پذیری شرکت‌های داروسازی با اعمال هوشمندی فناوری با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها	بکارگیری هوشمندی فناوری بر کارایی توانمندی‌های نوآوری فناورانه و رقابت‌پذیری این شرکت‌ها تأثیری مثبت داشته و در اغلب موارد کارایی آنها را افزایش داده است.
۶	Bettis 2012	تأثیر تصمیم‌گیری بر یادگیری سازمانی و تراکم اطلاعات	تصمیم‌گیری جامع نیاز به در نظر گرفتن همه طرح‌ها و نتایج احتمالی دارد. در نتیجه هر رویکرد تصمیم‌گیری دارای تأثیری متفاوت بر یادگیری سازمانی و تراکم اطلاعات می‌باشد.
۷	Garcia and etc. 2012	تأثیر رهبری تحول‌گرا بر عملکرد سازمانی از طریق نوآوری و یادگیری سازمانی	رهبری تحول‌گرا به طور مثبت از طریق یادگیری سازمانی و نوآوری بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد. یادگیری سازمانی به طور مثبت هم به صورت مستقیم و هم غیر مستقیم از طریق نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد. نوآوری سازمانی به طور مثبت بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد.
۸	Hui Lee and etc. 2015	نقش نوآوری در بازده گردش موجودی	وجود رابطه مثبت بین بازده حوزه نوآوری و نرخ بازگشت سرمایه. مزیت استفاده از نوآوری در مدیریت عملیات و تدارکات.
۹	Honarpoer and etc. 2017	مدیریت کیفیت، مدیریت دانش و نوآوری: یک مطالعه تجربی در واحدهای R&D	رابطه متقابل بین TQM و دانش وجود دارد. TQM و دانش، رابطه‌ای مثبت با روند و نوآوری محصول را نشان داده‌اند.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف با توجه به اینکه نتایج مورد انتظار آن را می‌توان در افزایش قدرت رقابت‌پذیری در حوزه مخابرات را به خدمت گرفت، از نوع «کاربردی» و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها از نوع «توصیفی» و بر حسب چگونگی اجرا به روش غیرآزمایشی همبستگی و از نقطه نظر نتیجه کمی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان مخابرات منطقه یزد که ۳۶۰ نفر می‌باشد که از این تعداد ۱۴۰ نفر براساس فرمول کوکران انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده که هر یک از افراد شانس یکسانی برای انتخاب شدن داشتند. در این پژوهش از شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی جهت توصیف جامعه و نمونه مورد بررسی و از آمار استنباطی جهت تحلیل داده‌های مرتبط به فرضیات تحقیق استفاده می‌شود. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها در گروه آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار و ...) و هم در حوزه آمار استنباطی از مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار آماری SmartPLS 3.2.7 برای آزمون مدل پژوهش استفاده شده است.

یافته ها

آمار توصیفی

یافته‌های تحقیق بیانگر این است که ۸۴ درصد از افراد نمونه مورد مطالعه مرد و ۱۶ درصد زن بوده‌اند. از کل پاسخگویان این پژوهش، کمترین تعداد در بین رده‌های سنی، رده سنی ۲۱ تا ۳۰ سال با درصد فراوانی ۱۲ درصد و بیشترین تعداد مربوط به رده سنی ۴۱ تا ۵۰ سال با فراوانی ۴۴ درصد بوده است.

آمارهای استخراج شده در رابطه با وضعیت تحصیلات پاسخگویان بیانگر این مطلب است که ۶ درصد از این پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم و پایین‌تر، ۱۸ درصد فوق دیپلم، ۶۸ درصد لیسانس، ۴۴ درصد فوق لیسانس و ۲ درصد دارای تحصیلات دکترا بوده‌اند. از کل کارکنان پاسخ دهنده، ۹ درصد سابقه کار زیر ۵ سال، ۲۱ درصد دارای سابقه کار بین ۶ تا ۱۰ سال، ۱۰ درصد سابقه کار بین ۱۱ تا ۱۵ سال، ۱۹ درصد سابقه کار بین ۱۶ تا ۲۰ سال، ۱۱ درصد سابقه کار بین ۲۱ تا ۲۵ سال و ۳۰ درصد سابقه کار بین ۲۶ تا ۳۰ سال داشته‌اند.

نتایج حاصله در رابطه با وضعیت سابقه کار پاسخگویان، بیانگر این مطلب است که از کل کارکنان پاسخ دهنده، ۱۶ درصد دارای پست سازمانی مدیریت، ۲۹ درصد کارشناس مسئول، ۴۱ درصد کارشناس و ۱۴ درصد از سایرین بوده‌اند.

آمار استنباطی

پایایی را در تحقیق کمی چنین تعریف کردند: گستره‌ای که در آن نتایج تحقیق طی زمان معین ثابت مانده و یک نمونه واقعی و دقیق از همه جمعیت تحت مطالعه برای پایایی، مورد مراجعه قرار می‌گیرد و اگر یافته‌های تحقیق بتواند از طریق تحقیق همسان، تکرار شود پس در این صورت روایی ابزار تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد، این بیان همان ایده تکرار پذیری یا تکرار کردن نتایج یا مشاهدات است (خاکی، ۱۳۷۸).

آزمون پایایی ترکیبی و آزمون آلفای کرونباخ

چنانچه در جدول ۷ مشاهده می‌شود مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای کلیه متغیرها، بالاتر از مقدار معنی‌داری ۰/۷ بوده و نشان دهنده پایایی قابل قبول ابزار تحقیق می‌باشد. این دو شاخص را می‌توان از جداول آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی در گزارش آزمون PLS Algorithm به دست آورد.

جدول ۷: آزمون روایی و پایایی سازه‌ها

Construct Reliability and Validity روایی و پایایی سازه‌ها	Cronbach's Alpha آلفای کرونباخ	rho_A پایایی	Composite Reliability پایایی ترکیبی	Average Variance Extracted (AVE) متوسط واریانس استخراج شده
استراتژی بر نوآوری کارکنان	1.000	1.000	1.000	1.000
استراتژی بر فرایند نوآوری	1.000	1.000	1.000	1.000
استراتژی نوآوری	0.925	0.930	0.937	0.598
رقابت‌پذیری	0.728	0.776	0.878	0.783
فرایند نوآوری	0.854	0.861	0.901	0.696
نوآوری کارکنان	0.832	0.834	0.900	0.749
یادگیری سازمانی	0.753	0.760	0.858	0.669

آزمون روایی

آزمون روایی همگرا

روایی همگرا به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات خود می‌پردازد. این روایی در نرم‌افزار Smart PLS 3 با استفاده از معیار «متوسط واریانس استخراج شده» یا AVE سنجیده می‌شود. همانطور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، تمامی متغیرهای مدل دارای مقادیری بیشتر از ۰/۵ بوده که روایی همگرای مدل را ثابت می‌کند و مورد تأیید قرار می‌دهد.

آزمون روایی واگرا

برای تشخیص روایی واگرا می‌توان یکی از سه ملاک « آزمون بارهای تقاطعی گویه‌ها»، « آزمون فروئل - لارکر » یا « آزمون HTMT » را بررسی نمود.

الف) آزمون بارهای تقاطعی گویه‌ها (Cross Loading):

آزمون «بارهای تقاطعی» در جدول ۸، بار تقاطعی هر یک از گویه‌ها بر سازه خود و سازه‌های دیگر را نشان می‌دهد. بار عاملی گویه بر سازه خود باید حداقل ۰/۱ بیشتر از بار عاملی آن بر دیگر سازه‌ها باشد که این شرایط تمامی سؤالات برقرار بوده و این آزمون مورد تأیید می‌باشد.

جدول ۸: آزمون بار تقاطعی گویه‌ها

Cross Loadings	استراتژی بر نوآوری کارکنان	استراتژی بر فرایند نوآوری	استراتژی نوآوری	رقابت‌پذیری	فرایند نوآوری	نوآوری کارکنان	یادگیری سازمانی
Cq51	-0.066	-0.076	0.684	0.922	0.547	0.458	0.396
Cq52	-0.066	-0.140	0.483	0.846	0.403	0.396	0.379
EISq42	-0.026	-0.052	0.756	0.422	0.732	0.545	0.518
EISq44	-0.131	-0.037	0.775	0.496	0.568	0.447	0.428
EISq45	-0.110	-0.017	0.810	0.513	0.584	0.522	0.502
EISq46	-0.105	-0.029	0.840	0.485	0.604	0.512	0.526
EISq47	-0.073	-0.007	0.853	0.565	0.649	0.504	0.489
EISq48	0.028	0.087	0.812	0.595	0.618	0.487	0.401
EISq49	-0.142	-0.098	0.787	0.649	0.594	0.472	0.457
EISq50	-0.072	-0.015	0.767	0.525	0.564	0.305	0.299
EIq34	-0.010	-0.010	0.481	0.392	0.599	0.886	0.733
EIq35	0.080	-0.015	0.473	0.410	0.574	0.822	0.640
EIq36	0.076	0.019	0.577	0.460	0.634	0.887	0.639
IPq37	-0.008	-0.029	0.507	0.288	0.753	0.588	0.526
IPq38	0.055	0.066	0.636	0.477	0.860	0.581	0.548
IPq39	-0.038	-0.009	0.683	0.534	0.877	0.573	0.568
IPq40	-0.015	0.029	0.705	0.501	0.843	0.590	0.528
OLq31	-0.083	-0.145	0.475	0.348	0.503	0.492	0.778
OLq32	-0.052	-0.088	0.488	0.369	0.503	0.611	0.848
OLq33	0.016	-0.073	0.422	0.356	0.582	0.775	0.827
فرایند نوآوری * استراتژی نوآوری	0.798	1.000	-0.025	-0.116	0.019	-0.002	-0.121
نوآوری کارکنان * استراتژی نوآوری	1.000	0.798	-0.099	-0.074	-0.002	0.055	-0.045

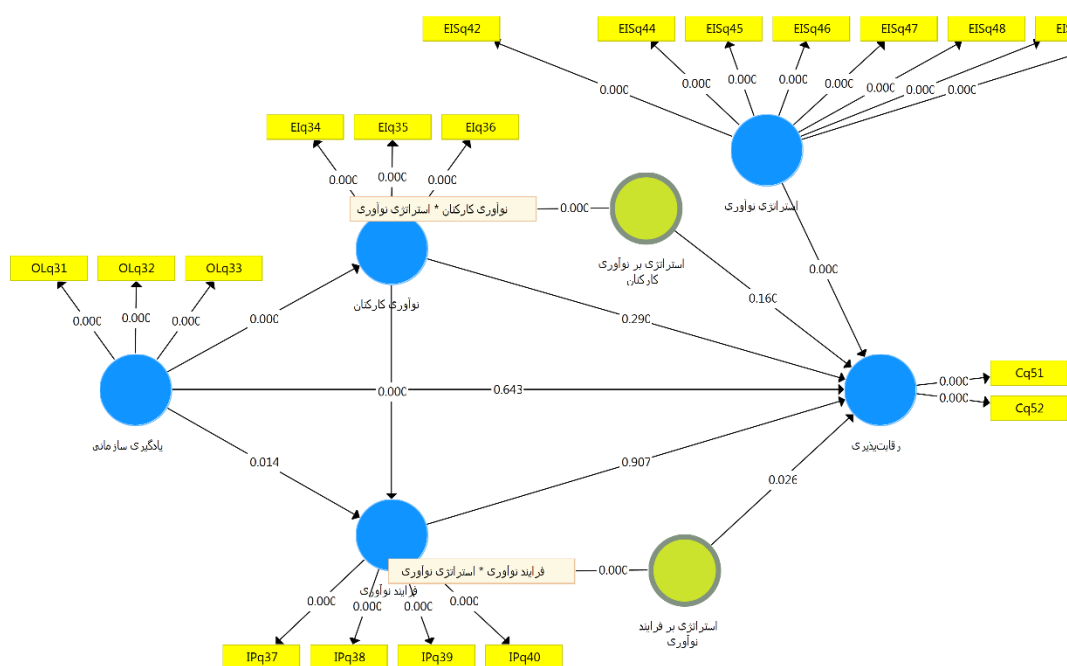
ب) آزمون فروئل - لارکر

مقادیر آزمون فروئل و لارکر در جدول ۹ نشان داده شده است که تأییدکننده روایی واگرا مدل تحقیق می‌باشد؛ زیرا تمامی مقادیر هر سطر از مقدار متناظر در قطر اصلی کمتر است.

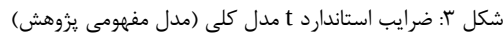
یادگیری سازمانی	نوآوری کارکنان	فرایند نوآوری	رقابت پذیری	استراتژی نوآوری	استراتژی بر فرایند نوآوری	استراتژی بر نوآوری کارکنان	Fornell-Larcker Criterion
						استراتژی بر نوآوری کارکنان	1.000
					1.000	استراتژی بر فرایند نوآوری	0.798
				0.801	-0.025	استراتژی نوآوری	-0.099
			0.885	0.673	-0.116	رقابت پذیری	-0.074
		0.835	0.547	0.763	0.019	فرایند نوآوری	-0.002
	0.866	0.696	0.486	0.590	-0.002	نوآوری کارکنان	0.055
0.818	0.775	0.649	0.437	0.561	-0.121	یادگیری سازمانی	-0.045

آزمون مدل مفهومی و فرضیات تحقیق

این بخش از تجزیه و تحلیل، به بررسی همزمان فرضیات مستقیم (فرضیات اصلی و آن دسته از فرضیات فرعی که نقش واسطه‌ای مد نظر نباشد) در قالب مدل مفهومی پژوهش پرداخته می‌شود. شکل ۲ ضرایب مسیر و شکل ۳ ضرایب استاندارد t برای مسیرهای مستقیم در مدل مفهومی پژوهش را ارائه می‌نماید.



شکل ۲: ضرایب مسیر مدل کلی، (مدل مفہومی، یژوہش)



جدول ۱۰: جدول آماره t برای مسیرهای مدل کلی

جدول ۱۱: خلاصه آزمون مدل کلی

فرضیات مدل اصلی	ضریب مسیر	ضریب آماره T	نتیجه فرضیه
یادگیری سازمانی < نوآوری کارکنان	0.000	19.394	تأیید
یادگیری سازمانی < فرایند نوآوری	0.014	2.471	تأیید
یادگیری سازمانی < رقابت پذیری	0.643	0.464	رد

فرضیات مدل اصلی	ضریب مسیر	ضریب آماره T	نتیجه فرضیه
نوآوری کارکنان < فرایند نوآوری	0.000	4.665	تأیید
نوآوری کارکنان < رقابت‌پذیری	0.290	1.058	رد
فرایند نوآوری < رقابت‌پذیری	0.907	0.117	رد
نقش اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه نوآوری کارکنان < رقابت‌پذیری	0.160	1.406	عدم ایفای نقش مثبت رابطه اصلی
نقش اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه فرایند نوآوری < رقابت‌پذیری	0.026	2.231	ایفای نقش مثبت در رابطه اصلی

آزمون فرضیه‌های تحقیق

پس از بررسی و تأیید مدل اصلی، فرضیه‌های مدل تحقیق مورد ارزیابی می‌گیرند و اگر مقدار قدر مطلق آماره T کوچکتر از مقدار ۱/۹۶ باشد، فرضیه رد و در صورتی که مقدار قدر مطلق آماره T بزرگتر از ۱/۹۶ باشد، فرضیه تأیید می‌شود:

H1: یادگیری سازمانی بر روی نوآوری کارکنان تأثیر دارد.

با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۱۹/۳۹۴ و بزرگتر از ۱/۹۶ است پس فرض فرض صفر رد می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ یادگیری سازمانی بر روی نوآوری کارکنان تأثیر معناداری دارد.

H2: یادگیری سازمانی بر روی فرایند نوآوری تأثیر دارد.

با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۲/۴۷۱ و بزرگتر از ۱/۹۶ است پس فرض فرض صفر رد می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ یادگیری سازمانی بر روی فرایند نوآوری تأثیر معناداری دارد.

H3: یادگیری سازمانی بر روی رقابت‌پذیری تأثیر دارد.

با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۰/۴۶۴ و کوچکتر از ۱/۹۶ است پس فرض فرض صفر تأیید می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ یادگیری سازمانی بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری ندارد.

H4: نوآوری کارکنان بر روی فرایند نوآوری تأثیر دارد.

با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۴/۶۶۵ و بزرگتر از ۱/۹۶ است پس فرض فرض صفر رد می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ نوآوری کارکنان بر روی فرایند نوآوری تأثیر معناداری دارد.

H5: نوآوری کارکنان بر روی رقابت‌پذیری تأثیر دارد.

با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۱/۰۵۸ و کوچکتر از ۱/۹۶ است پس فرض فرض صفر تأیید می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ نوآوری کارکنان بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری ندارد.

H6: فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری تأثیر دارد.

با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۰/۱۱۷ و کوچکتر از ۱/۹۶ است پس فرض فرض صفر تأیید می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری ندارد.

H7: اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه نوآوری کارکنان بر روی رقابت‌پذیری تأثیر دارد.

با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۱/۴۰۶ و کوچکتر از ۱/۹۶ است پس فرض فرض صفر تأیید می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه نوآوری کارکنان بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری ندارد.

H8: اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری تأثیر دارد.

با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۲/۲۳۱ و بزرگتر از ۱/۹۶ است پس فرض فرض صفر رد می‌شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتیجه فرضیه اول با نتایج تحقیق کریمی و همکاران (۱۳۹۲) مبنی بر وجود رابطه مثبت و معنادار بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن با نوآوری و نیز بین قابلیت یادگیری سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری، نتایج تحقیق چانگ^{۱۱} و همکاران (۲۰۰۶)

مبنی بر اثرگذاری یادگیری سازمانی به شکل معناداری بر سطح نوآوری و خلاقیت و تحقیقات یو^{۱۲} و همکاران (۲۰۰۹) مبنی بر تأثیر یادگیری سازمانی به صورت معنادار و مثبت بر عملکرد نوآوری همسو و مطابقت دارد.

نتیجه فرضیه دوم با نتیجه تحقیق جیمنز و سانزوالی^{۱۳} (۲۰۱۱) مبنی بر وجود رابطه مثبت هر دو متغیر نوآوری و یادگیری سازمانی با عملکرد تجاری (کسب و کار) و یادگیری سازمانی بر نوآوری، نتیجه تحقیق خانلری و سبزه‌علی (۱۳۹۳) مبنی بر رابطه مثبت یادگیری سازمانی بر نوآوری، نتیجه تحقیقات نادری‌فر و همکاران (۱۳۹۵) مبنی بر وجود همبستگی و معناداری بین ابعاد یادگیری سازمانی و ابعاد نوآوری سازمانی در مراکز آموزش عالی شهرستان زابل مطابقت دارد.

در مورد نتیجه فرضیه چهارم باید گفت که در این زمینه تحقیقات بسیار کمی وجود دارد که شاید بتوان دلیل آن را نزدیک بودن ماهیت متغیرهای نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری دانست، علی‌الحد در این پژوهش به این نتیجه دست یافته شده است که نوآوری کارکنان بر روی فرایند نوآوری تأثیر مثبت و معناداری دارد و جالب توجه اینکه در مدل تحقیق، تأثیر این دو متغیر (متغیر نوآوری کارکنان و متغیر فرایند نوآوری) بر روی متغیر وابسته رقابت‌پذیری سنجیده می‌شود که در ابتدای امر هیچ تأثیر مثبت و معناداری بر آن ندارند لذا تأثیر نوآوری کارکنان و بر روی فرایند نوآوری است که بین متغیرهای وابسته و مستقل مدل، مسیری ایجاد می‌کند که می‌توان متغیرهای سبک رهبری و یادگیری سازمانی را به متغیر رقابت‌پذیری مرتبط نمود و فرضیه اصلی و کلی مدل را بررسی و تأیید کرد.

نتیجه فرضیه پنجم با نتایج تحقیقات صحت و همکاران (۱۳۹۴) مبنی بر وجود رابطه مثبت و معناداری میان نوآوری سازمانی به طور کلی و انواع آن با مزیت رقابتی در شرکت‌های بیمه، رن^{۱۴} و همکاران (۲۰۱۰) مبنی بر اینکه نوآوری در بازاریابی باعث کسب مزیت رقابتی برای سازمان و بهبود عملکرد سازمانی می‌گردد، اپیتیمین^{۱۵} (۲۰۱۱) مبنی بر بهبود کسب و کار در صنعت از طریق خلاقیت و نوآوری در بازاریابی مطابقت داشته و در مجموع نتایج تحقیقات یادشده و تحقیقات متعدد دیگر حاکی از تأثیر مثبت نوآوری کارکنان بر رقابت‌پذیری می‌باشند.

نتیجه فرضیه هشتم چنین بوده که در سطح اطمینان ۹۵٪ اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری تأثیر معناداری دارد ولی فرایند نوآوری رابطه مثبت و معناداری با رقابت‌پذیری نداشته لیکن با در نظر گرفتن اثر مثبت متغیر مداخله‌گر استراتژی نوآوری در این رابطه می‌توان به این نتیجه دست یافت که با افزایش سطح استراتژی نوآوری، رابطه بین فرایند نوآوری و رقابت‌پذیری را بهبود بخشید تا جایی که فرایند نوآوری بر روی رقابت‌پذیری اثر مثبت و معناداری داشته باشد.

شاید یکی از مهمترین بخش از هر تحقیق ارائه راهکارهای عملی و واقع‌بینانه در جهت رفع مشکلی که در طول تحقیق، محقق به دنبال آن بوده است، می‌باشد. با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهادهای تحقیق عبارتند از:

- به منظور ارتقای فرایند نوآوری که شامل اجرای به موقع پروژه‌ها، دقت در اطلاعات مربوط به نیازهای مشتریان، بهره‌گیری از ایده‌ها و راه‌حل‌های مفید و جستجو جهت راه‌حل‌های نوآورانه سیستماتیک می‌باشد به نوآوری کارکنان به خصوص در تقویت توانمندی در نوآوری در زمینه تجارت، یافتن راه‌حل‌های نوآورانه جهت غلبه بر محدودیت‌ها و ارزش قائل شدن به کسب تجربه در زمینه فعالیت‌های تجاری توجه شود.

- در راستای ارتقای فرایند نوآوری به یادگیری سازمانی در زمینه مقایسه قابلیت‌های خود با سایر شرکت‌ها، به اشتراک‌گذاری تجربیات کارکنان با سایر شرکت‌های فعال و تلاش در جهت یادگیری مستمر توجه شود.

- برای ارتقای رقابت‌پذیری که شامل افزایش قدرت رقابتی از طریق قابلیت‌های نوآورانه و انتخاب راه‌حل‌های نوآورانه مبتنی بر تکنولوژی بدلیل انعطاف‌پذیری در تکنولوژی می‌باشد به نوآوری عنایت شود و همچنین به اثربخشی استراتژی نوآوری در زمینه وجود اتفاق نظر در چگونگی افزایش توان رقابتی با استفاده از نوآوری، درک واضح از استراتژی در حوزه نوآوری، آگاهی از چگونگی ارتقای رقابت‌پذیری، کسب مزیت رقابتی از طریق سیستم‌های نوآور و مناسب، غلبه بر چالش‌ها با استفاده از راه‌حل‌های

¹² Wu

¹³ Jimens and Sanz valle

¹⁴ Ren

¹⁵ Epetimehin

کاملاً جدید و مناسب، غلبه بر مشکلات از طریق وجود ساختار سازمانی نوآور، رشد و توسعه بعنوان آرمان مشترک، حمایت مدیران از راه‌کارها و ایده‌های نوآور و وجود تناسب بین پروژه‌ها و استراتژی کسب و کار توجه گردد.

منابع و مآخذ

۱. بنیادی‌نائینی علی؛ احدزاده‌نمین مهناز و امینی علی (۱۳۹۵). «بهبود کارایی در توانمندی‌های نوآورانه فناورانه و رقابت‌پذیری شرکت‌های داروسازی با اعمال هوشمندی فناوری با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها»، مجله مدیریت بهداشت و درمان، شماره ۷، تابستان، ۶۳ - ۷۳.
۲. پارسائیان حمیده و نایب‌زاده شهناز (۱۳۹۶). «تحلیل رقابت‌پذیری دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد براساس مدل مایکل پورتر»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد.
۳. حسینی، سید یعقوب؛ چلی سربل، نینا (۱۳۹۲). «تأثیر هوش سازمانی بر یادگیری سازمانی»، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، شماره ۷۱، پاییز، ۱۳۱-۱۵۹.
۴. خاکی غلامرضا، (۱۳۷۸). «روش تحقیق به رویکردی به پایان‌نامه نویسی»، وزارت فرهنگ و آموزش عالی، مرکز تحقیقات علمی کشور با همکاری کانون فرهنگی انتشاراتی درایت، ۱۵۵.
۵. خانلری امیر و سبزه‌علی رضوان، (۱۳۹۳). «بررسی رابطه یادگیری سازمانی و عملکرد مالی از طریق فرایند نوآوری در شرکت‌های صنعتی گلپایگان»، مجله مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، زمستان، ۷۷۳ - ۷۹۰.
۶. رحمان‌سرشت حسین و هاشمی سید کمال (۱۳۸۷). «فرایند و استراتژی نوآوری در شرکت‌های عمرانی ایران»، چشم‌انداز مدیریت، شماره ۲۹، زمستان، ۲۷۵-۲۹۷.
۷. زندحسامی حسام و آشتیانی‌پور زینب، (۱۳۹۲). «تحلیل چگونگی تأثیر قابلیت‌های نوآوری فناورانه بر رقابت‌پذیری شرکت‌های کوچک و متوسط»، نشریه علمی - پژوهشی مدیریت نوآوری، شماره ۲، تابستان، ۱ - ۲۴.
۸. ساداتی شیدنصراله، (۱۳۸۴) «یادگیری سازمانی و سازمان‌های یادگیرنده (اصول و فرامین)»، انتشارات جامعه‌شناسان، تهران.
۹. شکری زینب و خیرگو منصور، (۱۳۸۸). «نقش یادگیری در نوآوری سازمانی»، مجله تدبیر، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره ۲۱۲، زمستان، ۴۵ - ۴۸.
۱۰. صحت سعید، مظلومی نادر و فخریمی محمدپور حمید، (۱۳۹۴). «رابطه بین نوآوری سازمانب و مزیت رقابتی در شرکت‌های بیمه»، پژوهشنامه بیمه، شماره ۲، تابستان، ۱ - ۳۴.
۱۱. عباسی، محمدرضا، محمودی‌میمند، محمد، امینی محمدتقی و رحیمی کلور حسین، (۱۳۹۱). «تحلیل روابط بین عوامل مؤثر بر مؤلفه‌های رقابت‌پذیری با استفاده از تکنیک همبستگی کانونی (مورد مطالعه: واحدهای ستادی شرکت‌های بیمه شهر تهران)»، پژوهش‌نامه مدیریت تحول، شماره ۷، بهار و تابستان، ۱-۲۰.
۱۲. فیض داود، موتمنی علیرضا، کردنائیچ اسداله، زارعی عظیم و دهقانی سلطانی مهدی، (۱۳۹۶). «تأثیر عملکرد برند بر رقابت‌پذیری برند با تبیین نقش فرصت‌طلبی فناورانه»، پژوهش‌های مدیریت عمومی، بهار، شماره ۳۵، ۱۵۹ - ۱۸۲.
۱۳. قربانی‌زاده وجهاله و مشبکی اصفهانی اصغر، (۱۳۸۷). «ساخت و اعتباریابی مقیاسی برای سنجش فرایند یادگیری سازمانی»، دوماهنامه علمی پژوهشی دانشور رفتار، دانشگاه شاهد، شماره ۲۹، تیرماه، ۸۵-۱۰۰.
۱۴. کریمی فریبا، احمدی دستجردی سمیه و رجایی‌پور سعید، (۱۳۹۲). «الگوی ساختاری روابط بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان»، مجله مدیریت بهره‌وری، شماره ۲۷، زمستان، ۱۶۵ - ۱۸۲.
۱۵. کهنسال زیدی مهدی، حجازی سیدشهاب‌الدین و طحانی غلامرضا، (۱۳۹۶). «تأثیر یادگیری سازمانی بر اشتیاق شغلی کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر»، فصلنامه علمی پژوهشی آموزش علوم دریایی، شماره ۸، بهار، ۸۱ - ۹۱.
۱۶. ملاحسینی علی و برخوردار بابک، (۱۳۸۶). «بررسی رابطه بین مهارت‌های خودمدیریتی و نوآوری کارکنان در سازمان‌های استان کرمان»، پژوهشنامه‌ی علوم انسانی و اجتماعی ویژه مدیریت، شماره ۲۷، زمستان، ۹۷-۱۱۲.

۱۷. ملک‌اخلاق اسماعیل، مرادی محمود، مهدی‌زاده مهران و درستکاراحمدی ناهید، (۱۳۹۲). «گزینش استراتژی‌های نوآوری با استفاده از رویکرد ترکیبی دلفی - فرایند تحلیل شبکه در شرکت مدیریت پروژه‌های ساختمانی ایران - مپسا»، مدیریت بازرگانی، شماره ۳، پاییز، ۱۴۵-۱۷۲.
۱۸. میرکمالی سیدمحمد و چوپانی حیدر، (۱۳۹۰). «بررسی رابطه بین رهبری تحول‌آفرین با گرایش به نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه‌ای»، پژوهشنامه بیمه، شماره ۱۰۳، پاییز، ۱۵۷-۱۶۱.
۱۹. نادری‌فر علیرضا، هادیان‌مهر هانیه و معینی‌زاد ناهید، (۱۳۹۵). «تأملی بر رابطه یادگیری سازمانی و نوآوری در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی شهرستان زابل و حومه»، چهارمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری سازمان مدیریت صنعتی آذربایجان شرقی.
۲۰. هادوی سیدعلی، (۱۳۸۸). «ابزارهای مدیریت نوآوری: مروری بر نظریه و عمل»، تدبیر، شماره ۲۰۴، بهار، ۳۵-۳۹.
21. Bettis H. (2012). Decision-making's impact on organizational learning and information overload, *Journal of Business Research*, Volume 65, Issue 6, June 2012, Pages 814-820.
22. Dawes, P. L. (2003). A model of the effects of technical consultants on organizational learning in high-technology purchase situations. *Journal of high technology management research*, 14 (1), 11-20.
23. Epetimehin, F., 2011. Achieving competitive advantage in insurance industry: The impact of marketing innovation and creativity. *European Journal of Social Sciences*, 19(1), pp.123-127.
24. Garcia V., Jimenez M. , Gutierrez L. (2012). Transformational leadership influence on organizational performance through organizational learning and innovation, *Journal of Business Research*, Volume 65, Issue 7, July 2012, Pages 1040-1050.
25. Honarpour A, Jusoh A & Nor KH Md. (2017). Total quality management, knowledge management, and innovation: an empirical study in R&D units, *Journal Total Quality Management & Business Excellence*, January, 1 – 19.
26. Hui Lee H., Zhou J. & Hsu p. (2015). The role of innovation in inventory turnover performance, *Decision Support Systems*, Volume 76, August 2015, Pages 35-44.
27. Husain Z, Dayan M & Benedetto C, (2016). The impact of networking on competitiveness via organizational learning, employee innovativeness, and innovation process: A mediation model, *Journal of Engineering and Technology Management*, Volume 40, April-June 2016, Pages 15-28.
28. Jimens, J.D. and Sanz Valle, R., 2011. Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of Business Research*, 64(4), pp. 408-417.
29. Karlsson, A. K. (2007). Knowledge and Learning in Aid Organizations- A literature review with suggestions for further studies. SADEV.
30. Ren, L., Xie, G. and Krabbendam, K., 2010. Sustainable competitive advantage and marketing innovation within firms: A pragmatic approach for Chinese firms. *Management Research Review*. 33(1), pp.79-89.