



رابطه بین رهبری دانش محور، توسعه منابع انسانی، جو نوآوری و رفتار کاری خلاقانه با مزیت رقابتی پایدار با نقش میانجی نوآوری سازمانی

* علی خاکشور

** قاسم قاسمی

* دانش‌آموخته مدیریت، گروه حسابداری و مدیریت، واحد سبزوار، دانشگاه آزاد اسلامی، سبزوار، ایران.

khakiasghar@gmail.com

** استادیار گروه حسابداری و مدیریت، واحد سبزوار، دانشگاه آزاد اسلامی، سبزوار، ایران.

g.ghasemi627@iau.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۰/۱۸

چکیده

سازمان‌ها با افزایش رهبری دانش محور، اقدامات مدیریتی بیشتری انجام می‌دهند و با ارتقا سطح نوآوری در نهایت سبب بهبود عملکرد می‌شوند. از این رو، پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین رهبری دانش محور، توسعه منابع انسانی، جو نوآوری و رفتار کاری خلاقانه با مزیت رقابتی پایدار با نقش میانجی نوآوری سازمانی می‌پردازد. جامعه آماری این پژوهش ۸۰ نفر از مدیران و کارکنان شرکتهای کوچک و متوسط در سطح شهرستان سبزوار هستند که با استفاده از نمونه گیری در دسترس به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه است که روایی و پایایی آن با استفاده از روش اعتبار محتوا و آلفای کرونباخ تایید شده است. در این پژوهش برای بررسی و آزمون فرضیه‌ها، رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری و نرم افزار **spss** و **pls** به کار رفت. یافته‌ها نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵/۰ بین رهبری دانش محور و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد. بین توسعه منابع انسانی و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد. بین رهبری دانش محور و جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. بین توسعه منابع انسانی و جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین رهبری دانش محور و رفتار کاری خلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. بین توسعه منابع انسانی و رفتار کاری خلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. بین رفتار کاری خلاقانه و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: رهبری دانش محور، توسعه منابع انسانی، جو نوآوری، رفتار کاری خلاقانه، مزیت رقابتی پایدار.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه

دنباله‌داری است که به عملکرد عالی و رقابت‌پذیری سازمان منجر می‌شود. یعنی این‌که در صورتی‌که سازمان بتواند به واسطه شایستگی‌های خود، مزیت رقابتی پایدار خلق نماید که برای مشتریان ارزشمند بوده و همواره برتر از رقبا باشد، در واقع عملکردی شایسته از خود بر جای گذاشته و رقابت‌پذیری را به ارمغان آورده است. دوم، بخاطر افزایش پیچیدگی‌های محیطی و شدت رقابت، مزیت رقابتی پایدار یا

مفهوم مزیت رقابتی پایدار، ارتباط مستقیم با ارزش‌های مورد نظر مشتری دارد به نحوی که در یک طیف مقایسه‌ای هر چه قدر ارزش‌های عرضه شده یک سازمان به ارزش‌های مورد نظر مشتری نزدیک‌تر یا با آن منطبق‌تر باشد می‌توان گفت که سازمان، نسبت به رقبای خود در یک یا چند معیار رقابتی دارای برتری و مزیت است. در مسیر ایجاد مزیت رقابتی پایدار دو نکته مهم قابل تعمق می‌باشد: نخست، این مسیر فرآیند

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: قاسم قاسمی G.ghasemi627@iau.ac.ir



حیاتی کرده است. لذا در این پژوهش محقق به دنبال پاسخ به این سؤال است که آیا بین رهبری دانش محور، توسعه منابع انسانی، رفتار کاری خلاقانه با مزیت رقابتی پایدار با نقش میانجی نوآوری سازمانی و جو نوآوری رابطه‌ی وجود دارد؟

۲- مبانی نظری پژوهش

با تمرکز بر سطح سازمان، این سؤال مطرح می‌شود که چگونه رهبری می‌تواند نقش‌هایی را برای استفاده از تحول صنعتی ایفا کند. چندین سبک رهبری در ادبیات وجود دارد که یکی از آنها رویکرد "رهبری استراتژیک" است که ترکیبی از سبک‌های مختلف رهبری رهبر را توضیح می‌دهد. رهبری دانش محور یکی از ویژگی‌های قابل توجه استراتژی است [۱۰]. رهبری دانش محور به معنی بکارگیری دانش جدید در جهت ایجاد شیوه‌های نوین در سازمان است. این نوع رهبری باید در جهت استخراج، ایجاد و یا تسهیم دانش گام بردارد. سازمان‌هایی که سطح رهبری دانش محور خود را ارتقا می‌دهند، در نهایت نوع تفکر بهتری دارند. این سازمان بهتر می‌اندیشند و نسبت به شرایط بهتر پاسخگو هستند. سازمان‌ها با افزایش رهبری دانش محور، اقدامات مدیریتی بیشتری انجام می‌دهند و با ارتقا سطح نوآوری در نهایت سبب بهبود عملکرد می‌شوند. رهبری دانش محور در سازمان مرتبط اقتدار رسمی می‌باشد. سازمان‌هایی که از رهبری دانش محور استفاده می‌کنند معمولاً اقتدار رسمی بهتری دارند. این رهبران ممکن است جایگاهی بهتر در بین کارکنان به دست بیاورند [۶]. رهبری دانش محور قادر است مکانیسمی برای پاسخگویی و کنترل کارکنان خلق کند. این رهبری می‌تواند با استفاده از مدیریت دانش مشتری به اشتراک‌گذاری، یکپارچه‌سازی اطلاعات مشتریان کمک کند. نقش رهبری دانش ترویج یک دیدگاه فرهنگی مثبت نسبت به کسب و به اشتراک‌گذاری دانش است. به طوری که یادگیری مداوم را ارج نهاده و تجربه، تخصص، و نوآوری را جایگزین سلسله‌مراتب سازمانی نماید. علاوه بر این، رهبری دانش باید به جای ترویج رفتارهای منفی که انتقال، به اشتراک‌گذاری و به کارگیری دانش را به خطر می‌اندازد از اقدامات مدیریت دانش، کارکنان خود را تقدیر کرده و به آن‌ها پاداش دهند. رهبری دانش، باید نقش برجسته‌ای در سازمان به منظور دستیابی به اهداف آموزشی داشته باشد تا کارکنان بتوانند فرصت‌های نوآوری را درک و

به راحتی توسط رقبا تقلید می‌شود یا از نظر مشتریان به زودی رنگ می‌بازد و بایستی با مزیت‌های جدیدی جایگزین شوند. بر این اساس سازمان باید به فکر پیدا نمودن مزیت‌های رقابتی خود باشد. ایجاد و حفظ پایداری مزیت رقابتی پایدار، مستلزم شایستگی‌هایی است که با تکیه بر قابلیت‌های سازمان، برای مشتریان ارزش ایجاد می‌کند. منابع شرکت شامل انواع دارایی‌ها، توانمندی‌ها، فرآیندهای سازمانی، اطلاعات، دانش و... است که شرکت آن‌ها را طوری کنترل می‌کند که استراتژی‌های ارزش آفرین را توسعه داده و اجرا نماید. این منابع را در سه دسته‌بندی محسوس، نامحسوس و توانمندی‌های سازمانی می‌توان ملاحظه کرد [۱۲].

نوآوری و قابلیت‌های پویای سازمانی یکی از پرکاربرترین مفاهیم در ادبیات مدیریت استراتژیک است. در یک دهه اخیر شمار پژوهش‌های که درخصوص این موضوع انجام پذیرفته همواره رو به افزایش بوده است. این مفهوم در سال‌های اخیر در کشور خودمان نیز با استقبال مواجه شده است. با این حال عمده کسانی که از مفهوم نوآوری در گفته‌ها یا نوشته‌های خود بهره می‌برند، درک درستی از معنای آن ندارند. رقابت در دنیای امروز با گذشته متفاوت شده است. برخی از ابعاد این تفاوت‌ها عبارتند از: افزایش جهانی شدن رقابت، فشردگی تر شدن رقابت، اتکای بیشتر به نوآوری و فناوری‌های جدید و افزایش نقش منابع غیرفیزیکی در رقابت. آثار این تغییرات بر سازمان‌ها به طوری است که تطابق و سازگاری سازمان‌ها با این تغییرات به چالشی مهم تبدیل شده است. در نتیجه، صاحب نظران و نظریه پردازان برای غلبه بر آن مفاهیم و نظریه‌های جدیدی را توسعه داده‌اند. یکی از مفاهیمی که برای توضیح و تبیین چگونگی سازگار شدن با تغییرات شدید محیطی و کسب برتری رقابتی در طی حدود ده سال گذشته مطرح شده است، نوآوری پویا است. این مفهوم، ریشه در نظریه‌های جدید اقتصادی دارد و به همین دلیل، این حسن را دارد که می‌تواند برای سیاست‌گذاری‌های دولت برای ایجاد تحرک اقتصادی نیز مورد استفاده قرار گیرد. البته مطالعه و پژوهش بر روی نوآوری همچنان ادامه دارد و تصور بر این است که این روند ادامه نیز داشته باشد. نوآوری یکی از منابع کلیدی برای موفقیت یک شرکت است. در دو دهه گذشته، رقابت شدید و فناوری‌های چشمگیری در شکل دادن به صنعت کسب و کار ایفا کرده است و نوآوری را بیش از هر زمان دیگری

۱. García

۲. Banmairuroy



با توجه به اینکه رهبری دانش‌محور حاکی از تغییر چشمگیر چالش‌های فراروی مدیران در راستای ارزش‌آفرینی برای سازمان می‌باشد. امروزه چالش اصلی مدیران، افزایش دانایی و ارتقای کارایی کارکنان سازمان است. رهبری دانش می‌کوشد دانشی را که کارکنان تولید می‌کنند، تقویت نماید. رهبری دانش در سازمان سبب افزایش ارزش بازاری سازمان می‌گردد. رفتارهای کاری نوآورانه به اقدامات کارکنان برای خلق و پیاده سازی ایده‌های جدید در محصولات و فرایندها گفته می‌شود. توسعه منابع انسانی فرایند افزایش دانش و مهارت و قابلیت‌های افراد یک جامعه تعریف شده است که در سازمان‌ها به دنبال دستیابی به اهدافی نظیر انگیزش، یادگیری، عملکرد، توانایی تغییر، بهبود دانش، مهارت و شایستگی‌هاست در همین راستا رفتارهای کاری نوآورانه به عنوان تمام فعالیت‌های فردی در یک سازمان که در جهت توسعه و ترویج ایده‌های جدید و اجرای آن توسط افراد، تیم‌ها یا سازمان‌هاست بر توسعه منابع انسانی تاثیر می‌گذارد. رهبری دانش محور اقدام مشاهده شده یا اسناد شده است که خلق، تسهیم و کاربرد دانش جدید را بهبود می‌دهد و باعث می‌شود مدیریت دانش نقش برجسته‌ای در سازمان پیدا کن و فرصت‌های نوآوری و ایده‌های جدید درک و استفاده شوند. رفتارهای کاری خلاقانه شامل بررسی فرصت‌ها و تولید ایده‌های جدید، رفتارهای معطوف برای اعمال تغییر، به کار بستن دانش جدید یا بهبود فرایندهای برای تقویت عملکرد شخصی و شغلی باشد لذا برای اکتشاف و بهره برداری از ایده‌های کارکنان آن‌ها به حمایت رهبری نیاز دارند به بیان دیگر کارکنان به بهترین شکل می‌آموزند و وقتی رهبران‌شان از دریافت و ایده‌های جدید حمایت می‌کنند و آن‌ها را به ارتقاء تشویق می‌کنند واکنش بهتری نشان می‌دهند [۱۴].

اقتصاد دانش‌بنیان، دانش را در پرورش مزیت‌های رقابتی و طول عمر برای سازمان‌ها بیش از پیش برجسته می‌کند. به دلیل کمبود منابع انسانی و سرمایه، اکثر شرکت‌های کوچک و متوسط موظف به بهره برداری از دانش بیرونی برای رفاه شرکت‌ها هستند، از آنجایی که رهبران دانش‌محور یادگیری را تشویق می‌کنند و از یک محیط یادگیری که خطاها را تحمل می‌کند، حمایت می‌کنند، کارکنان می‌توانند از طریق رهبری دانش‌محور دانش را به نفع شرکت خود کشف و بهره‌برداری کنند. به عبارت دیگر، زمانی که رهبران آنها از

استفاده کنند. رهبری دانشی باید اطلاع‌رسانی شفاف در خصوص انتظارات نقش از کارمندان دانشی و اهداف شرکتی و ارائه مؤلفه‌های انگیزشی را در دستور کار خود قرار دهد [۱۳].

مدیریت منابع انسانی به عنوان یکی از با ارزش‌ترین دارایی‌های سازمانی، مهم‌ترین مزیت رقابتی و کمیاب‌ترین منبع در اقتصاد دانش‌محور به حساب می‌آید و به لحاظ برخورداری از قدرت اندیشه، خلاقیت و نوآوری بزرگترین دارایی هر سازمانی محسوب می‌شود، چرا که هرگونه بهبود و پیشرفت در ساختارهای فنی و سازمانی توسط نیروی انسانی صورت می‌گیرد. برای سازمان‌ها ضروری است که فرهنگ سازمانی آن‌ها از یادگیری سازمانی حمایت کند و کسب، بهبود و انتقال دانش مورد نیاز را تسهیل کند. علاوه بر این، اعتماد بین مدیران و کارکنان تأثیر زیادی بر موفقیت سازمان یادگیرنده دارد. به دلیل این که کارکنان به طور عمیقی بر فرهنگ سازمانی و فعالیت سازمان یادگیرنده تأثیر می‌گذارند، رابطه بین کارکنان و سازمان یادگیرنده موضوع مهم و حیاتی می‌باشد. کارکنان و فرهنگ سازمانی رابطه مهمی با ایجاد و توسعه سازمان یادگیرنده دارند و موجب تشویق کارکنان به استفاده از مکانیسم‌های یادگیری می‌شوند. هم‌چنین کارکنان و فرهنگ سازمانی به طور قابل توجهی بر برون داد کارکنان مثل بهره‌وری، غیبت کاری، و رضایت شغلی تأثیر می‌گذارند [۳].

مزیت رقابتی پایدار موضوع مهم بعدی است که سازمان‌ها باید در طول دوره‌های تکامل صنعتی به آن توجه کنند. در رقابت جهانی دو نوع مزیت رقابتی وجود دارد. یکی مزیت رقابتی موقتی است که معمولاً منجر به سود بالا، در مدت زمان محدود می‌شود. دیگری مزیت رقابتی پایدار است که زمانی ادامه می‌یابد که رقبا نتوانند از منبع مزیت استفاده کنند منابع سازمانی با ویژگی‌های دارای ارزش، کمیاب، تقلیدپذیری و غیرقابل جایگزینی بر اساس نظریه دیدگاه مبتنی بر منابع، عوامل کلیدی برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار هستند. مشخص شد که مزیت رقابتی پایدار می‌تواند برای شرکت‌ها مفید باشد تا در تغییر سریع چرخه عمر فناوری و وضعیت پویا، کسب‌وکار را به آرامی حفظ کنند. از این رو سازمان را قادر می‌سازد تا به مزایای بلندمدت دست یابد و از هرگونه رقابت استراتژیک بالقوه در صنعت اجتناب کند [۲].



وضعیت نیروی انسانی را بهبود بخشیده و تحولات مثبتی ایجاد نمایند، افراد نیز برای پیشرفت و نیل به اهداف شغلی، نیاز به آگاهی از سطح شایستگی‌های خود دارند. این آگاهی سبب می‌شود که ایشان به نقاط قوت و قابل بهبود خود و میزان انطباق فعالیت‌هایشان با اهداف سازمان پی برده و تمهیدات لازم را برای اثربخشی بیشتر تلاش‌هایشان به کار بفرهنگ سازمانی. در جهان متلاطم امروزی شرکت‌های پیشرو بیش از هر دوره و زمان دیگری به اهمیت و توجه به کارکنان خود پی برده‌اند آن‌ها دریافتند که چگونه می‌توان با تاکید بیشتر بر حفظ و توسعه مدیریت منابع انسانی خود در بالاترین نقطه اقتصاد جهانی جای گرفت [۳].

۴- پیشینه‌ی پژوهش

ظریف و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهشی به بررسی تاثیر توسعه منابع انسانی بر مزیت رقابتی پایدار با نقش میانجی نوآوری سازمانی (مورد مطالعه شرکت پالایش گاز پارسین) پرداختند. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که: توسعه منابع انسانی بر مزیت رقابتی پایدار با نقش میانجی نوآوری سازمانی تاثیر دارد. توسعه منابع انسانی بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر معناداری دارد. نوآوری سازمانی بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر معناداری دارد. [۴]، در پژوهشی به ارزیابی عملکرد بلندمدت بانک‌های تجاری مبتنی بر رویکرد مزیت رقابتی پایدار با تاکید بر نقش کارایی مدیریت: رویکردی مبتنی بر مقایسه بانک‌های دولتی و خصوصی ایران پرداختند. نتایج نشان داده است که بین متغیرهای قابلیت بازاریابی و مزیت رقابتی پایدار، قابلیت یادگیری بازار و نوآوری سازمانی، قابلیت بازاریابی و نوآوری سازمانی، قابلیت یادگیری بازار و قابلیت بازاریابی، نوآوری سازمانی و مزیت رقابتی پایدار، رابطه معن اداری و رابطه خطی وجود دارد. [۸]، در پژوهشی به بررسی تبیین و شناسایی عوامل تشکیل‌دهنده مزیت رقابتی در سازمانها بر اساس تکنیک کیفی پرداخت. نتایج تجربی نشان‌دهنده آن است که: ۱. قابلیت نوآوری به طور مستقیم کارآفرینی و مزیت رقابتی پایدار را تحت تاثیر قرار میدهد. ۲. کارآفرینی تاثیر غیرمستقیم بر نوآوری و تاثیر مستقیم بر مزیت رقابتی پایدار دارد. [۱]، در پژوهشی به تاثیر رهبری دانش محور بر رفتار نوآورانه شغلی با نقش میانجی توانمندسازی روانشناختی پرداختند. نتایج نشان می‌دهد سبک رهبری دانش‌محور بر توانمندسازی روانشناختی کارکنان و رفتار

شرکت‌ها برای کسب و به اشتراک گذاری دانش حمایت می‌کنند، کارمندان به بهترین وجه یاد می‌گیرند و نسبت به عدم اطمینان واکنش بهتری نشان می‌دهند. بنابراین، رهبری دانش‌محور به نظر می‌رسد به شرکت‌ها در بالابردن مزیت رقابتی خود کمک کند. اگرچه پیوند بین رهبری دانش‌محور و مزیت رقابتی در مقالات اخیر مورد مطالعه قرار گرفته است، تاثیر رهبری دانش‌محور بر مزیت رقابتی و نوآوری هنوز محدود است. از آنجایی که دانش به عنوان یکی از حیاتی‌ترین دارایی‌ها در نظر گرفته می‌شود برای مدیریت امروزه، شرکت‌ها به مدیریت دانش اولیه و دانش درخواستی از مشتریان نیاز دارند. که در این پژوهش به بررسی رابطه بین رهبری دانش محور، توسعه منابع انسانی، جو نوآوری و رفتار کاری خلاقانه با مزیت رقابتی پایدار با نقش میانجی نوآوری سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط شهرستان سبزوار پرداخته شد.

۳- اهمیت و ضرورت پژوهش

مدیریت منابع انسانی بخشی حیاتی در هر سازمان می‌باشد. تغییرات سریع فناوری، بعد از انقلاب صنعتی در قرن ۱۸ لزوم تخصصی شدن وظایف و جذب نیروهای متخصص را مشخص نمود. امروز همه می‌دانند که وجود نیروی انسانی مناسب در هر سازمانی یکی از ابعاد اصلی تولید می‌باشد. منابع انسانی باید طوری مدیریت گردند که تمامی افراد و اعضای سازمان را تحت پوشش خود قرار بدهد. امروز، منابع انسانی تنها معطوف به ملزومات کاری در سازمان، ارزیابی‌ها، اخراج از خدمت و سایر امور مشخص نمی‌باشد. این روزها مدیریت منابع انسانی به بخشی حیاتی در امور مدیریتی بدل گشته است و حتی ابعاد جدیدی از جمله مدیریت منابع انسانی سبز به آن اضافه گردیده است. اهمیت فهم مدیریت منابع انسانی در ایجاد توسعه اقتصادی بلند مدت ملل را نمی‌توان نادیده گرفت. انتظار می‌رود که سیاست‌های اقتصاد کلان همه ملت‌ها به سمت توسعه انسانی و توسعه اقتصادی متمرکز می‌شود. مدیریت منابع انسانی ستون فقرات توسعه انسانی و توسعه اقتصادی در هر ملت است. مهروم (۲۰۱۸) پیشنهاد کرد که در سطح کلان، مدیریت منابع انسانی در حول سه ظرفیت کلیدی است، ظرفیتی برای توسعه استعداد، ظرفیتی برای به کارگیری استعداد و ظرفیتی برای ترسیم استعداد و... جمعاً، این سه ظرفیت ستون فقرات رقابت‌های مدیریت منابع انسانی کشورها را تشکیل می‌دهد. از سوی دیگر، همان‌گونه که سازمان‌ها به شناخت کارکنان خود نیاز دارند تا بر اساس آن



رقابتی پایدار از طریق عوامل مؤلفه نوآوری سازمانی تأثیر گذاشتند. [۱۱]، پژوهشی با عنوان قابلیت‌های پویا، توانایی خلاقیت و نوآوری و تأثیر آن بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت: نقش مدرن جهت‌گیری کارآفرینی انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد که قابلیت‌های پویا اثر غیر مستقیمی بر عملکرد دارند و رقابت، از طریق خلاقیت و قابلیت‌های پویا عمل می‌کنند تا به شرکت‌ها کمک می‌کند تا رقابتی‌تر و عملکرد بهتری داشته باشند.

۵- فرضیه‌های پژوهش

- ۱- بین رهبری دانش‌محور و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲- بین توسعه منابع انسانی و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد.
- ۳- بین رهبری دانش‌محور و جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۴- بین توسعه منابع انسانی و جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۵- بین جو نوآوری و رفتار کاری خلاقانه رابطه معناداری وجود دارد.
- ۶- بین رفتار کاری خلاقانه و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۷- بین نوآوری سازمانی و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد.
- ۸- بین رهبری دانش‌محور و رفتار کاری خلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۹- بین توسعه منابع انسانی و رفتار کاری خلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۰- بین رفتار کاری خلاقانه و مزیت رقابتی با نقش میانجی نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۱- بین رهبری دانش‌محور و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۲- بین توسعه منابع انسانی و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۳- بین رهبری دانش‌محور و جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۴- بین توسعه منابع انسانی و جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

نوآورانه آن‌ها در محیط کار تأثیر مثبت دارد. همچنین، نقش میانجی توانمندسازی روانشناختی در رابطه بین رهبری دانش‌محور و رفتار نوآورانه کارکنان مورد تأیید قرار می‌گیرد. یکی از نوآوری‌های پژوهش حاضر، انتخاب سازمان‌های عمومی به عنوان جامعه آماری پژوهش است. همچنین با توجه به اینکه در پژوهش‌های قبل، بیشتر به نقش واسطه مدیریت دانش در رابطه بین رهبری دانش‌محور و رفتار نوآورانه پرداخته شده است، بررسی نقش میانجی توانمندسازی روانشناختی نوآوری دیگر پژوهش حاضر محسوب می‌شود. [۹]، در پژوهشی به تأثیر توسعه منابع انسانی بر مزیت رقابتی پایدار با نقش میانجی جو نوآوری و رفتار نوآورانه پرداختند. یافته‌ها نشان داد توسعه منابع انسانی تأثیر مستقیمی بر مزیت رقابتی پایدار ندارد. [۷]، در پژوهشی به نقش رفتارهای نوآورانه بر مزیت رقابتی پایدار با نقش میانجی خلاقیت پرداختند. نتایج حاصل از تحقیقات نشان داد که رفتارهای نوآورانه بر مزیت رقابتی پایدار موثر است. و حاکی از آن است که رفتارهای ایجاد شده برای مشتریان، به طور غیرمستقیم رقابت را از طریق جهت‌گیری بازاریابی افزایش می‌دهد. علاوه بر این، توسعه نوآوری به طور مستقیم و مثبت علاوه بر ایجاد ارزش، بر رقابت پذیری نیز تأثیر می‌گذارد. همچنین پاسخ به رفتارهای نوآورانه بر خلاقیت کارکنان تأثیرگذار است. همچنین خلاقیت کارکنان بر مزیت رقابتی پایدار موثر است.

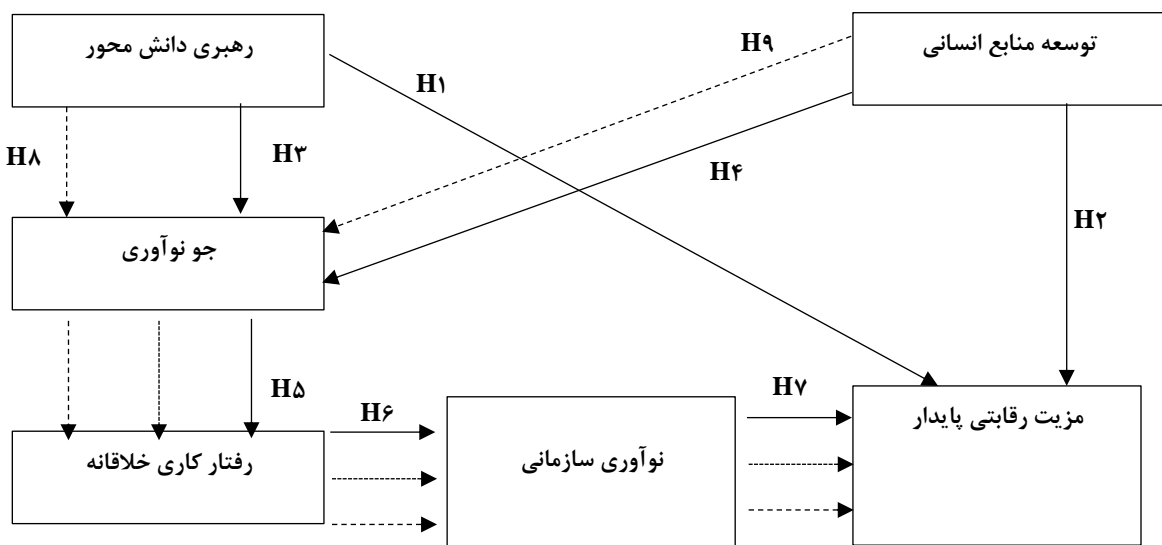
[۱۵]، در پژوهشی به بررسی تأثیر نوآوری باز بر مزیت رقابتی پایدار با نقش تعدیلی قابلیت مدیریت دانش و نقش میانجی یادگیری سازمانی از بعد دو سوتوانی اکتشاف و استخراج پرداختند. نتایج نشان داد؛ که نوآوری باز از طریق افزایش یادگیری سازمانی از جمله یادگیری اکتشافی و بهره‌کشی و همچنین تعادل آن‌ها به مزیت رقابتی پایدار کمک می‌کند. علاوه بر این، قابلیت مدیریت دانش به طور مثبت روابط نوآوری باز با اکتشاف و بهره‌برداری و همچنین ترکیب آن‌ها را تعدیل می‌کند. تحقیقات و مفاهیم عملی مورد بحث قرار می‌گیرد. [۱۰]، در پژوهشی به بررسی تأثیر رهبری دانش‌محور و توسعه منابع انسانی بر مزیت رقابتی پایدار از طریق عوامل مؤلفه نوآوری سازمانی پرداختند. نتایج نشان داد که رهبری دانش‌محور به طور مستقیم بر مزیت رقابتی پایدار تأثیر می‌گذارد، در حالی که توسعه منابع انسانی تأثیر مستقیم معناداری بر مزیت رقابتی پایدار ندارد. علاوه بر این، رهبری دانش‌محور و توسعه منابع انسانی به طور غیرمستقیم بر مزیت



در واقع نتایج حاصل از پژوهش قابل بکارگیری در سازمانهای مربوطه می‌باشد. علاوه بر این پژوهش در بازه زمانی خاصی صورت می‌گیرد این تحقیق از نوع توصیفی است. که در آن از روش تحقیق همبستگی استفاده می‌شود. برای بررسی روابط میان متغیرها، روش تحقیق همبستگی رابطه میان متغیرها بر اساس هر هدف تحقیق را تحلیل می‌کند و ضریب محاسبه شده ضریب همبستگی پیرسون است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل مدیران و کارکنان شرکت‌های کوچک و متوسط در سطح شهرستان سبزوار می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش بصورت تمام شماری بوده و کلیه افراد جامعه آماری را شامل می‌شود. پژوهش حاضر در دوره زمانی تیرماه تا آذرماه ۱۴۰۳ انجام شده است.

۷- مدل و متغیرهای پژوهش

در شکل زیر مدل مفهومی پژوهش آورده شده است:



نمودار ۱. مدل مفهومی پژوهش

- ۱۵- بین جو نوآوری و رفتار کاری اخلاقانه رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۶- بین رفتار کاری اخلاقانه و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۷- بین نوآوری سازمانی و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۸- بین رهبری دانش محور و رفتار کاری اخلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۹- بین توسعه منابع انسانی و رفتار کاری اخلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲۰- بین رفتار کاری اخلاقانه و مزیت رقابتی با نقش میانجی نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

۶- روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر روش جمع آوری داده‌ها توصیفی از نوع پیمایشی است. براساس هدف این تحقیق کاربردی است. استراتژی پژوهش از نوع قیاسی و روش پژوهش، کتابخانه‌ای و پیمایش و از نوع کاربردی و مقطعی می‌باشد.

در جدول زیر نیز نحوه اندازه‌گیری متغیرهای این پژوهش در قالب پرسشنامه‌های مورد استفاده آورده شده است:

جدول ۱. نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نوع متغیر	شیوه‌ی محاسبه	داده‌های مورد نیاز	منبع گردآوری
رهبری دانش محور	مستقل	طیف لیکرت	پرسشنامه	سؤالات ۱ تا ۶ مقاله‌ی دونات و سانچ ۲۰۱۵
توسعه منابع انسانی	مستقل	طیف لیکرت	پرسشنامه	سؤالات ۷ تا ۱۶ مقاله تونکه نژاد و داوری ۱۳۸۸
جو نوآوری	مستقل و میانجی	طیف لیکرت	پرسشنامه	سؤالات ۱۷ تا ۲۸ مقاله وینر ۲۰۱۶
رفتار کاری خلاقانه	مستقل	طیف لیکرت	پرسشنامه	سؤالات ۲۹ تا ۳۸ مقاله‌ی هیل و جونز (۲۰۱۰)
نوآوری سازمانی	مستقل و میانجی	طیف لیکرت	پرسشنامه	سؤالات ۳۹ تا ۴۱ مقاله‌ی وان تای ۲۰۲۱
مزیت رقابتی پایدار	وابسته	طیف لیکرت	پرسشنامه	سؤالات ۴۲ تا ۵۶ مقاله هیل و و جونز (۲۰۱۰)

۸- یافته‌های پژوهش

خصوصیات جمعیت شناختی مشتریان مورد مطالعه به شرح زیر است:

الف- آمار توصیفی

جدول ۲. خصوصیات جمعیت شناختی مشتریان

جنسیت	تعداد	درصد
مرد	۶۶	۸۲٫۵
زن	۱۴	۱۱٫۵
رده سنی / کمتر از ۳۰ سال	۱۰	۱۲٫۵
۳۰ تا ۴۰ سال	۳۸	۴۷٫۵
۴۱ سال به بالا	۳۲	۴۰
تحصیلات / کاردانی و پایین‌تر	۳۳	۴۱٫۲۵
کارشناسی	۳۷	۴۶٫۲۵
کارشناسی ارشد	۱۰	۱۲٫۵

آمار توصیفی کلیه متغیرهای تحقیق از نظر شاخص‌های آماری به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۳. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	نمونه آماره	میانگین آماره	انحراف معیار آماره	کمترین آماره	بیشترین آماره
توسعه منابع انسانی	۸۰	۳/۳۱۷	۰/۸۴۷	۱/۲۹	۵
جو نوآوری	۸۰	۲/۹۴۱	۰/۹۵۹	۱	۵
رفتار کاری خلاقانه	۸۰	۰/۳۰۳	۰/۷۸۶	۱	۵
نوآوری سازمانی	۸۰	۳/۲۰۳	۰/۷۸۰	۱	۵
مزیت رقابتی پایدار	۸۰	۳/۶۰۳	۰/۸۳۲	۱	۵



ب- آمار استنباطی

جدول ۴. شاخص‌های برازش مدل ساختاری پژوهش

متغیرها/ شاخص‌های برازش	رهبری دانش محور	توسعه منابع انسانی	جو نوآوری	رفتار کاری خلاقانه	نوآوری سازمانی	مزیت رقابتی پایدار
R^2			۰/۵۱۸	۰/۴۳۴	۰/۴۰۸	۰/۸۳۲
Composite reliability	۰/۸۴۱	۰/۸۶۸	۰/۹۳۰	۰/۷۴۲	۰/۸۱۸	۰/۵۵۷
Cronbach's alpha	۰/۷۷۹	۰/۷۹۷	۰/۹۲۱	۰/۶۶۶	۰/۷۵۵	۰/۸۶۴
Dijkstra's reliability	۰/۸۳۶	۰/۹۲۵	۰/۹۲۵	۰/۸۵۳	۰/۸۸۴	۰/۶۴۳
AVE	۰/۵۵۷	۰/۶۲۲	۰/۵۷۲	۰/۵۹۶	۰/۵۶۰	۰/۶۰۲
VIF	۱/۹۲۴	۲/۹۰۵	۳/۶۷۵	۰/۹۶۵	۲/۷۱۷	۰/۸۲۱
Q^2			۰/۵۲۱	۰/۴۳۲	۰/۴۱۰	۰/۴۷۱

مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای شدت رابطه معرفی می‌کنند. همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، معیار قدرت پیش‌بینی مدل برای تمامی متغیرهای وابسته و میانجی، بالاتر از ۰/۳۵ است، بنابراین قدرت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل در حد مطلوب برازش می‌شود.

برای سنجش ضریب تعیین هیر و همکاران (۱۳۹۵) سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به‌عنوان مقادیر ضعیف متوسط و قوی برای ضریب تعیین معرفی می‌کنند. طبق نتایج جدول فوق، متغیرهای وابسته از قدرت پیش‌بینی‌کنندگی متوسط رو به بالایی برخوردارند. همچنین طباطبایی و همکاران (۱۳۹۵) برای قدرت پیش‌بینی مدل سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به‌عنوان

جدول ۵. شاخص‌های برازش نهایی مدل

شاخص‌های برازش	میزان	ملاک	معناداری	برازش
میانگین نرخ تورم واریانس ^۱	۱/۵۶۵	$5 \leq$ قابل قبول $3/3 \leq$ ایده آل	-	مطلوب
شاخص نیکویی برازش کلی ^۲	۰/۴۸۳	$0/1 \geq$ ضعیف $0/25 \geq$ متوسط $0/36 \geq$ عالی	-	مطلوب
میانگین ضریب مسیر ^۳	۰/۳۴۸	$< 0/05$	$< 0/001$	مطلوب
میانگین ضریب تعیین ^۴	۰/۴۵۴	$< 0/05$	$< 0/001$	مطلوب

جدول ۶. نتایج بررسی فرضیه اول

آماره	ضریب مسیر مستقیم	T-value
رهبری دانش محور ← مزیت رقابتی پایدار	۰/۶۴	۳/۹۲۴

همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، مقدار ضریب مسیر بین رهبری دانش محور بر مزیت رقابتی

پایدار مقدار ۰/۶۴ و معناداری $T\text{-value} = 3/924$ بدست آمد، لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار

۱. Average Variance Inflation Factor (AVIF)

۲. Goodness-of Fit Index (GOF)

۳. Average path coefficient (APC)

۴. Average R-squared (ARS)

است از اینرو احتمال H_0 رد و احتمال H_1 پذیرفته می‌شود بنابراین نتیجه فرضیه اول به شرح زیر است: «بین رهبری دانش محور و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد».

جدول ۷. نتایج بررسی فرضیه دوم

T-value	ضریب مسیر	نوع رابطه
۳/۹۰۷	۰/۶۶	توسعه منابع انسانی ← مزیت رقابتی پایدار

همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، مقدار ضریب مسیر بین توسعه منابع انسانی بر مزیت رقابتی پایدار شرکت مقدار ۰/۶۶ و معناداری $T\text{-value}=۳/۹۰۷$ بدست آمد، لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است از اینرو احتمال H_0 رد و احتمال H_1 پذیرفته می‌شود بنابراین نتیجه فرضیه اول به شرح زیر است: «بین توسعه منابع انسانی و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد».

جدول ۸. نتایج بررسی فرضیه سوم

T-value	ضریب مسیر مستقیم	آماره
۲/۹۵۰	۰/۲۹	رهبری دانش محور ← جو نوآوری

همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، مقدار ضریب مسیر بین رهبری دانش محور بر جو نوآوری مقدار ۰/۲۹ و معناداری $T\text{-value}=۲/۹۵۰$ بدست آمد، لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است از اینرو احتمال H_0 رد و احتمال H_1 پذیرفته می‌شود بنابراین نتیجه فرضیه اول به شرح زیر است: «بین رهبری دانش محور و جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد».

جدول ۹. نتایج بررسی فرضیه سوم

T-value	ضریب مسیر مستقیم	آماره
۳/۴۵۰	۰/۴۳	توسعه منابع انسانی ← جو نوآوری

همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، مقدار ضریب مسیر بین توسعه منابع انسانی و جو نوآوری مقدار ۰/۴۳ و معناداری $T\text{-value}=۳/۴۵۰$ بدست آمد، لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است از اینرو احتمال H_0 رد و احتمال H_1 پذیرفته می‌شود بنابراین نتیجه فرضیه اول به شرح زیر است: «بین توسعه منابع انسانی و جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد».

جدول ۱۰. نتایج بررسی فرضیه پنجم

T-value	ضریب مسیر مستقیم	آماره
۵/۷۲۴	۰/۵۷۶	جو نوآوری ← رفتار کاری خلاقانه

همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، مقدار ضریب مسیر بین جو نوآوری بر رفتار کاری خلاقانه مقدار ۰/۶۷۸ و معناداری $T\text{-value}=۵/۷۲۴$ بدست آمد، لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است از اینرو احتمال H_0 رد و احتمال H_1 پذیرفته می‌شود بنابراین نتیجه فرضیه اول به شرح زیر است: «بین جو نوآوری و رفتار کاری خلاقانه رابطه معناداری وجود دارد».



رد و احتمال H_1 پذیرفته می‌شود بنابراین نتیجه فرضیه اول معناداری وجود دارد. به شرح زیر است: «بین جو نوآوری رفتار کاری خلاقانه رابطه

جدول ۱۱. نتایج بررسی فرضیه ششم

آماره	ضریب مسیر مستقیم	T-value
مدیریت دانش مشتری ← عملکرد شرکت	۰/۸۹۳	۴/۹۴۳

همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، مقدار ضریب مسیر بین رفتار کاری خلاقانه و نوآوری سازمانی مقدار ۰/۸۹۳ و معناداری $T\text{-value} = ۴/۹۴۳$ بدست آمد، لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است از اینرو احتمال H_0 رد و احتمال H_1 پذیرفته می‌شود بنابراین نتیجه فرضیه اول به شرح زیر است: «بین رفتار کاری خلاقانه و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۱۲. نتایج بررسی فرضیه هفتم

آماره	ضریب مسیر مستقیم	T-value
نوآوری سازمانی ← مزیت رقابتی پایدار	۰/۷۹۶	۴/۲۲۳

همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، مقدار ضریب مسیر بین نوآوری سازمانی و مزیت رقابتی پایدار مقدار ۰/۷۹۶ و معناداری $T\text{-value} = ۴/۲۲۳$ بدست آمد، لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است از اینرو احتمال H_0 رد و احتمال H_1 پذیرفته می‌شود بنابراین نتیجه فرضیه اول به شرح زیر است: «بین نوآوری سازمانی و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۱۳. نتایج بررسی کل متغیرهای میانجی فرضیه هشتم

نوع رابطه	رابطه مستقیم	رابطه غیر مستقیم	رابطه کل براساس مدل سوبل (۱۹۷۲) $t = \frac{ab}{\sqrt{a^2s_b^2 + b^2s_a^2 + s_a^2s_b^2}}$
بین توسعه منابع انسانی و رفتار کاری خلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری را معناداری وجود دارد.	۰/۳۸۰	۰/۴۴۱ × ۰/۵۰۹	۲/۱۴

منبع: محاسبات آماری محقق

همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، مقدار رابطه کلی طبق مدل سوبل (۱۹۷۲) بر مبنای آماره t فرضیه فوق مقدار ۲/۱۴ بدست آمد، از اینرو فرضیه H_1 تأیید می‌گردد لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است. بنابراین نتیجه فرضیه یازدهم به شرح زیر است: بین توسعه منابع انسانی و رفتار کاری خلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری را معناداری وجود دارد. لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است.

جدول ۱۴. نتایج بررسی کل متغیرهای میانجی فرضیه نهم

نوع رابطه	رابطه مستقیم	رابطه غیر مستقیم	رابطه کل براساس مدل سوبل (۱۹۷۲)
بین توسعه منابع انسانی و رفتار کاری خلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری را معناداری وجود دارد.	۰/۴۴۱	۰/۳۷۵ × ۰/۵۰۹	$t = \frac{ab}{\sqrt{a^2s_b^2 + b^2s_a^2 + s_a^2s_b^2}}$
			۳/۱۱

منبع: محاسبات آماری محقق

معنی دار است. بنابراین نتیجه فرضیه یازدهم به شرح زیر است: بین توسعه منابع انسانی و رفتار کاری خلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است.

همان طور که در جدول فوق مشاهده می شود، مقدار رابطه کلی طبق مدل سوبل (۱۹۷۲) بر مبنای اماره t فرضیه فوق مقدار ۳/۱۱ بدست آمد، از اینرو فرضیه H_۱ تأیید می گردد لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد

جدول ۱۵. نتایج بررسی کل متغیرهای میانجی فرضیه نهم

نوع رابطه	رابطه مستقیم	رابطه غیر مستقیم	رابطه کل براساس مدل سوبل (۱۹۷۲)
بین رفتار کاری خلاقانه و مزیت رقابتی با نقش میانجی نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.	۰/۴۶۱	۰/۳۰۷ × ۰/۴۱۹	$t = \frac{ab}{\sqrt{a^2s_b^2 + b^2s_a^2 + s_a^2s_b^2}}$
			۲/۸۹

منبع: محاسبات آماری محقق

اهمیت یافته است. اعتقاد بر این بود که رهبری دانش محور می تواند به جستجوی نوآوری باز کمک کند و در نهایت، به مزیت رقابتی پایدار منجر شود. امروزه، اجرای رهبری دانش محور به عنوان یکی از مؤلفه های شایستگی های مدیریت به منظور موفقیت شرکت ها و مؤسسات، امری ضروری تلقی می شود که به طرز چشم گیر مورد توجه پژوهشگران در سراسر جهان قرار گرفته است. رهبری دانش محور به کشف دانش جدید، تغییر و بهبود روش و توسعه فرآیندها منجر می شود و از این طریق، مزیت های رقابتی را در سازمان پدید می آورد. مزیت رقابتی برتری شرکت در مقایسه با رقبا است. مزیت رقابتی پایدار باعث ایجاد قابلیت های پایدار و برتر از رقبا برای سازمان خواهد شد که توسط دیگر رقبا تقلیدناپذیری، کشفناپذیری و جایگزین ناپذیری است. این نشان می دهد که هر چه این رهبری از مدیریت دانشی بالایی برخوردار باشد از مزیت رقابتی بالاتری برخوردار است که این نتیجه با یافته های [۴] و [۱۰] منطبق است. با توجه به تایید فرضیه اول می توان پیشنهاد نمود که برنامه های مدیریت دانش نیز همانند تمامی برنامه های بهبودی نیازمند حمایت مدیران ارشد می باشد. اجرای اقدامات مدیریت دانش تنها با وجود

همان طور که در جدول فوق مشاهده می شود، مقدار رابطه کلی طبق مدل سوبل (۱۹۷۲) بر مبنای اماره t فرضیه فوق مقدار ۲/۸۹ بدست آمد، از اینرو فرضیه H_۱ تأیید می گردد لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است. بنابراین نتیجه فرضیه یازدهم به شرح زیر است: بین رفتار کاری خلاقانه و مزیت رقابتی با نقش میانجی نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است.

۹- بحث و نتیجه گیری

فرضیه اول؛ بین رهبری دانش محور و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به تغییرات روزافزون در سازمان ها در دهه های اخیر، موضوع مدیریت و رهبری سازمان ها یکی از بحث های چالش برانگیز است که مورد توجه بسیاری از صاحب نظران در حوزه مطالعات سازمانی قرار گرفته است. بیش تر صاحب نظران با این موضوع که بقای سازمان در دنیای کنونی به توانایی پاسخ اثربخش به تغییرات وابسته است، توافق نظر دارند. رهبری دانش محور یکی از ویژگی های جالب توجه رهبری راهبردی است و هم اکنون در سازمان ها

به این که نیروی انسانی نباید به عنوان یک منبع نگریده شود، بلکه سرمایه‌ای استراتژیک است که می‌تواند سازمان‌ها را به مزیت رقابتی پایدار مجهز کند. جذب و توسعه استعدادها به همراه ایجاد محیطی انگیزشی، نقش مهمی در موفقیت سازمان‌ها دارد.

فرضیه سوم؛ بین رهبری دانش محور و جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. نوآوری به عنوان عامل مهم و حیاتی برای سازمان‌ها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار است. سازمان‌ها با نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط‌های متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت‌های جدیدی که به آن‌ها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند، موفق‌تر خواهند بود ولی این فرآیند کاملاً پیچیده است و مستلزم مدیریت موثر و کارآمد در بسیاری از فعالیت‌های مختلف است. با بررسی ادبیات موجود در زمینه ی نوآوری مشخص می‌شود که شاخه‌های مختلفی از علوم برای پاسخ به سؤال بالا بوجود آمده‌اند. با ظهور مدیریت دانش به عنوان یک رشته، سازه جدیدی برای خلق و بهبود نوآوری (تولید، محصول، رویه‌ها، فرآیندها و ...) حاصل شده است. برای تقویت نوآوری، سبک‌های رهبری را پیشنهاد می‌نمایند. رهبران دانشی باید رفتارهایی بسته به تقاضای هر وضعیت داشته باشند. برای رسیدن به سطح بالای نوآوری شرکت‌ها باید اکتشاف و بهره‌برداری از دانش را ترکیب کنند. این بیان می‌کند که رهبری دانش محور در توسعه مدیریت دانش، جنبه‌های سبک‌های رهبری قابل تغییر و تبادل را ترکیب کرده و هم‌چنین شامل عناصر انگیزشی و ارتباطی است. این‌ها همگی از ابعاد رهبری دانش محور هستند، که بر جو نوآوری تاثیر می‌گذارند و گویای ارتباط معنادار این دو متغیر بر همدیگر هستند. که با باینومری و همکاران (۲۰۲۱) منطبق است. با توجه به تایید فرضیه سوم می‌توان پیشنهاد نمود که با توجه به این که مدیریت دانش به ارتباط بین افراد و چگونگی به کارگیری فناوری اطلاعات وابسته است؛ قابل درک است؛ که هدف از رهبری دانش محور معرفی راهکارهایی است که سازمان را در نیل به سوی اهدافش یاری رساند. در این راستا نوآوری به عنوان یک ابزار حیاتی توانمندسازی برای خلق ارزش و پایداری مزیت رقابتی سازمان‌ها در محیط بسیار متغیر با پیچیدگی‌های روزافزون شناخته می‌شود. سازمان‌های دارای قدرت نوآوری بیشتر، در پاس به محیط‌های متغیر

رهبری توانمند، تاثیرگذار، انعطاف‌پذیر، پویا و مشتاق با موفقیت امکان‌پذیر است؛ بنابراین از انتخاب افراد با نگرش منفی اجتناب کنید. علاوه بر این اعضای تیم مدیریت دانش نیز باید با توانمندی و برقراری ارتباط مناسب مانع از شکست برنامه‌های مدیریت دانش شوند این برنامه‌ریزی‌ها خود به کسب تمایز در فروش و مزیت رقابتی کمک می‌نمایند.

فرضیه دوم؛ بین توسعه منابع انسانی و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد. محیط اقتصادی متلاطم و متغیر شرکت‌ها که مشخصه اصلی آن جهانی شدن بازارها، تغییر نیازهای مشتریان و افزایش رقابت در بازار محصولات می‌باشد شرکت‌ها را مجبور می‌سازد تا بطور مداوم بدنال بهبود عملکردشان باشند. در این عرصه رقابت، شرکت‌ها بدنال کسب مزیت‌هایی هستند که نه تنها برای شرکت ایجاد ارزش می‌نمایند بلکه امکان کپی‌برداری و تقلید آن توسط رقبا مشکل باشد. در میان منابع شرکت، منابع انسانی بخاطر دو ویژگی ابهام علی و وابستگی به مسیر در کسب مزیت رقابتی، می‌تواند منشاء مزیت رقابتی پایدار برای شرکت گردد. در حالی که بسیاری از مطالعات ارتباط معنی‌دار میان فرآیندهای منابع انسانی و ارزش ایجاد شده برای سودآوری شرکت را نشان داده‌اند، اما این مطالعات بندرت به بررسی فرآیند ایجاد ارزش پرداخته‌اند. تغییر جهت در ادبیات مدیریت استراتژیک از تاکید بر محیط‌های خارجی به منابع درون سازمانی بر مبنای نگرش منبع‌مدار، بستری را برای محققان مدیریت منابع انسانی فراهم آورده است تا اهمیت منابع انسانی، به عنوان مهم‌ترین منبع درون سازمانی، را مورد بحث قرار دهند. لذا در دهه اخیر، کتب و مقالات متعددی در زمینه کسب مزیت رقابتی از طریق منابع انسانی ارائه گشته‌اند. البته اغلب این متون صرفاً به توصیف وجود ارتباط میان سیستم‌های منابع انسانی و عملکرد برتر شرکت اشاره نموده‌اند و بندرت به این موضوع پرداخته‌اند که این سیستم‌ها چگونه موجب کسب مزیت رقابتی می‌شوند. لذا می‌توان بیان داشت در چنین عرصه‌ای منابع انسانی می‌تواند یک منشاء بسیار مهم از مزیت رقابتی باشد. بر خلاف سایر منابع، منابع انسانی یک دارایی غیرملموس می‌باشد که با قرار گرفتن در سیستم‌های عملیاتی یک شرکت، قابلیت‌های آن را افزایش داده و موجب ایجاد ارزش می‌گردد که در مجموع بهبود توسعه منابع انسانی باعث افزایش مزیت رقابتی شرکت می‌شود. این نتیجه با یافته‌ی [۱۰] منطبق است. اما با پژوهش [۹] تناقض دارد. با توجه به تایید فرضیه دوم می‌توان پیشنهاد نمود که با توجه

و ایجاد قابلیت‌های جدیدی که به آن‌ها اجازه نیل به نوآوری بهتر را می‌دهد، موفق تر هستند. که بر مبنای رویکرد موفق رهبری سازمان جو نوآوری هم در جهت موفقیت امیز می‌تواند به تحقق اهداف عالی سازمان کمک نماید.

فرضیه چهارم؛ بین توسعه منابع انسانی و جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. منابع انسانی مهم‌ترین سرمایه و مزیت رقابتی هر سازمان بوده و توسعه منابع انسانی از محوری‌ترین فرآیندها در مدیریت منابع انسانی است. سازمان‌ها برای حفظ بقای خود در دنیای رقابتی امروز راهی جز کسب مزیت رقابتی ندارند. از طرفی، امروزه که عصر ارتباطات و اطلاعات است تغییرات به قدری شدید شده که طول عمر فناوری‌ها و محصولات را به حداقل رسانده است، در چنین شرایطی خلق و حفظ پایدار مزیت رقابتی با تکیه بر قابلیت‌ها و شایستگی‌های سنتی و قدیمی برای حضور موفق بنگاه در محیط و بازارهای رقابتی کافی نیست. این امر مستلزم تدابیری نو و رویآوری به شایستگی‌های جدیدی بوده است. نوآوری به معنای کاربردی ساختن آن افکار نو و تازه است. نوآوری سازمانی عبارت از پذیرفتن یک عقیده یا رفتاری که برای محیط عمومی سازمان تازگی دارد. گرایش به نوآوری سازمانی می‌تواند در بخش نیروی انسانی مطالعات رفتاری و روانشناختی کارکنان و شناخت ارزش‌ها و توانایی‌های آنان یا در بخش فنی و تکنولوژی تجهیزات مدرنیزه و فنون جدید و یا در بخش ساختار که شامل مجموعه قواعد، روش‌ها، هنجارها و ضوابط می‌باشد، روی دهد. باید اهمیت نوآوری را در هنگام مواجهه با تغییر سریع در زمینه کسب و کار که ناشی از نوآوری و فناوری است، درک کرد. مزیت رقابتی پایدار موضوع حیاتی دیگر سازمان برای تضمین بقا در زمان مواجهه با یک محیط نامطمئن و چالش برانگیز بود. نوآوری باعث می‌شود سازمان‌ها از رقابت بیش‌تری برخوردار شوند. مزیت رقابتی برای پیروزی در هر سازمان بسیار مهم است. برای مزیت رقابتی پایدار، معیار فراتر از سطح عملیاتی است و به دامنه وسیعی از سطوح زنجیره ارزش، استراتژیک، عملیاتی و پروژه می‌رود. در بازارهای بین‌المللی عدم اطمینان محیطی، رقابت، پیچیدگی، جهانی سازی و تغییرات فرآیند و فناوری نقش مهمی در عملکرد سازمان ایفا می‌کنند. این در حالی است که مهم‌ترین دغدغه سازمان‌ها، تدوین و پیاده‌سازی استراتژی‌هایی است که عملکرد سازمان‌ها را در شرایط رقابتی بازارهای بین‌المللی

تضمین کند. دلیل اصلی رکود شرکت‌ها و این‌که عملکرد بسیاری پایینی دارند، عدم استفاده از استراتژی‌های نوآوری است. نبود نوآوری، سازمان‌ها را در تولیدات گذشته خود محصور کرده و این باعث می‌شود که تولیدات کهنه و قدیمی دیگر توانایی کسب سهم بازار، فروش و سود بیش‌تر را نداشته باشند. پس می‌توان بیان داشت که بین توسعه منابع انسانی و جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. و با [۹]، [۵] و [۱۰] منطبق است. با توجه به تایید فرضیه چهارم پژوهش می‌توان به مدیران پیشنهاد نمود که افراد هدف‌گرا را در سازمان شناسایی نمایند و به آن‌ها موقعیت‌های مدیریتی بدهند که در آن نقش‌های مهم تصمیم‌گیری دارند. که باعث بهبود محیط نوآوری می‌گردد. فرضیه پنجم؛ بین رفتار کاری خلاقانه و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. نوآوری به توانایی تلفیق منابع در روش تازه برای خلق کالا و روش‌های تولید جدید و گشودن بازارهای جدید و حتی بعضی اوقات به سازماندهی مجدد صنعت اشاره دارد. نوآوری تولید، پذیرش و اجرا و تحقق ایده‌ها، فرآیندهای کالاها و خدمات جدید است. در محیط‌های رقابتی امروز اگر سازمان‌ها بخواهند مزیت رقابتی کسب کنند به نوآوری مستمر متوسل خواهند شد. نوآوری یکی از راه‌هایی است که شرایط رشد مداوم را فراهم می‌کند. هم‌چنین یک عامل ضروری برای باقی ماندن در رقابت و تضمینی برای آینده نا شناخته (احتمالی) سازمان نیز است. نوآوری سازمانی محرک رشد سازمانی پدید آورنده موفقیت‌های آتی و ابزاری است که اجازه می‌دهد کسب و کارها در اقتصاد جهانی موجودیتشان را ثابت کنند. پیتز دراکر به طور اختصار بیان می‌کند که هر سازمانی نیازمند یک قابلیت اصلی است که این شایستگی مهم نوآوری است. نوآوری به شرکت‌ها کمک می‌کند تا در محیط نامطمئن مزیت رقابتی کسب کنند و بر حریفان غالب شوند و این مهم روی عملکرد شرکت در بلندمدت تأثیر دارد و هم‌چنین عامل اصلی که موجب رشد کسب و کارها می‌شود نوآوری است. این باعث می‌گردد که رفتار کاری خلاقانه بر نوآوری سازمانی در محیط کار تأثیر مثبتی بگذارد که با یافته‌های بانیموری و همکاران (۲۰۲۱) منطبق است. با توجه به تایید فرضیه پنجم پژوهش می‌توان پیشنهاد نمود که فضایی را در سازمان ایجاد کنید که مدیران را تشویق می‌کند تا به کارمندان کمک کنند تا بر احساسات خود



مانند فشارهای اجتماعی، بی اثر بودن و غیره غلبه کنند. این را می‌توان با شروع برخی کارگاه‌ها یا جلسات مربوط به تمرینات و تکنیک‌های آرامش بخش برای ریشه‌یابی چنین نگرانی‌ها انجام داد.

فرضیه ششم؛ بین جو نوآوری و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. تغییرات و تحولات پیوسته و مدام که با شتابی چشمگیر در حال وقوع است یکی از بارزترین ویژگی‌های عصر حاضر است که در بسیاری از ابعاد زندگی به چشم می‌خورد. این تغییر و تحولات مداوم همراه با پیشرفت تکنولوژی، دستیابی سازمان‌ها را به اهدافشان را در مسیر پیچیده و دشواری قرار داده است. امروزه سازمان‌ها برای بقا و ادامه حیات نیاز دارند که بتوانند به سرعت خود را با تحولاتی که در عرصه‌های مختلف روی می‌دهد تطبیق دهند تا در عرصه رقابت باقی بمانند و جوابگوی نیازهای جامعه باشند. در همین راستا خلاقیت و نوآوری به عنوان عامل تعیین کننده در عملکرد سازمان موفقیت و بقای بلند مدت آن محسوب می‌شوند. پیتز راکر معتقد است در جهانی که دستخوش دگرگونی بوده و امنیت آن هر روز در معرض تهدید می‌باشد. تنها راه ابقاء، خلاقیت است. بدین منظور توجه به خلاقیت و نوآوری به عنوان یک دیدگاه که برای سازمان مزیت راهبردی به همراه دارد نگرینسته می‌شود. پیشرفت روزافزون دانش و فناوری و جریان گسترده اطلاعات، سازمان‌های امروزی را نیازمند آموزش مهارت‌هایی نموده است که با کمک آنها بتوانند همگام با توسعه علم و فناوری به پیش بروند. هدف پرورش انسان‌هایی است که بتوانند با تفکری خلاق، با مشکلات روبرو شده و به حل آنها بپردازند، به گونه‌ای که افراد بتوانند به خوبی با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و با بهره‌گیری از دانش جمعی و تولید افکار نو، مشکلات را از میان بردارند. رشد فزاینده اطلاعات سبب شده است که هر انسانی از تجربه، علم و دانشی برخوردار باشد که دیگری فرصت کسب آنها را نداشته است، لذا به جریان انداختن اطلاعات حاوی علم، دانش و تجربه در بین انسان‌ها یکی از رموز موفقیت در دنیای امروز است. نوآوری نه صرفاً به عنوان یک خواسته مدیریتی بلکه به عنوان یک ضرورت در کسب و کار سازمان‌ها تلقی می‌گردد. تا حدی که برخی از تحقیقات، تحقق نوآوری در سازمان‌ها (نوآوری سازمانی) را امری حیاتی در رقابت پذیری و عاملی مؤثر برای ارتقاء عملکرد سازمان‌ها معرفی نموده اند که منجر به تغییر و بهبود در

استراتژی، ساختار، رویه‌ها، ارتباطات، سیاست‌های مربوط به کارکنان، کار تیمی، به اشتراک گذاری اطلاعات، تشریح مساعی و هماهنگی می‌گردد. به نظر بعضی محققین سازمان نوآور باید از نظر جو، متفاوت از سازمان‌های دیگر باشد؛ زیرا احساسات، نگرش‌ها و رفتارهای شکل‌دهنده نوآوری از یکسو و هم‌راستایی اهداف کلیدی سازمان با علایق و فعالیت‌های اعضای سازمان از سوی دیگر، از جمله مبانی کلیدی بوده که در ارتقای نوآوری سازمانی مؤثر می‌باشند. براین اساس در سازمان‌هایی که دارای جو نوآوری هستند، سطح آزادی، خودمختاری انعطاف پذیری و تحمل‌پذیری مخاطره بیشتر بوده. این گویای ارتباط معنادار بین جو نوآوری و نوآوری سازمانی می‌باشد. که نتایج این پژوهش با یافته‌های منطقی و همکاران (۱۳۹۷) و بانیموری و همکاران (۲۰۲۱) منطبق است. با توجه به تایید فرضیه ششم پژوهش می‌توان پیشنهاد نمود که با استفاده از چند ابزار استراتژیک، شغل و مسئولیت‌های کارمندان را برای بهبود جریان اطلاعات بین رشته‌ای، چه در تیم و چه در خارج از تیم، طراحی و نوآوری کنید. این خود باعث بهبود نوآوری در سازمان می‌گردد

فرضیه هفتم؛ بین نوآوری سازمانی و مزیت رقابتی پایدار رابطه معناداری وجود دارد. نوآوری بازاریابی از طریق استراتژی‌های رهبری هزینه و تمایز، به توسعه و حفظ مزیت رقابتی کمک می‌کند. یک شرکت برای ارتقاء ارزش مشتری و کسب مزیت رقابتی، به ایجاد ایده نو احتیاج دارد. بعضی محققین معتقدند که موضوع نوآوری خواه فناورانه و خواه غیر فناورانه، می‌تواند مزیت رقابتی پایدار شرکت را ارتقاء دهد. نوآوری می‌تواند به عنوان منبع مهم مزیت رقابتی در راه عملکرد بهتر باشد. همچنین نوآوری برای شرکت‌ها مکانیزمی است تا از دشواری تقلید دارایی‌های استراتژیک اطمینان حاصل کنند این امر تا زمانی تداوم می‌یابد که نوآوری ادامه داشته باشد و جریان منابع به موجودی دارایی‌های استراتژیک افزوده شود. یک شرکت برای اینکه بتواند به نوآوری برسد باید منبع مزیت رقابتی پایدار را حفظ کند. نوآوری و فرآیندهای مزیت رقابتی وابستگی زیادی به هم دارند. پورتر بیان می‌کند هر یک از شیوه‌های جدیدی که شرکت‌ها از طریق آن‌ها برای تنظیم فعالیت‌ها در زنجیره ارزش و ارائه ارزش بهتر به مشتریان، مزیت رقابتی ایجاد می‌کنند، یک اقدام نوآوری می‌باشد. شواهد تجربی از این دیدگاه که نوآوری منجر به مزیت رقابتی می‌شود مورد تایید قرار می‌گیرند که با یافته‌های [۵] و [۱۰]

رسمیت شناخته شوند و به خاطر نوآوری‌ها و ایده‌هایشان پاداش بگیرند. این کار می‌تواند پیامدهای بسیار خوبی برای سازمان داشته باشد. یکی از دلایلی که کارمندان معمولاً ایده‌های خود را بیان نمی‌کنند، ترس از مورد استقبال قرار نگرفتن ایده‌شان است. آن‌ها نمی‌خواهند اگر مشکلی پیش آمد مقصر محسوب شوند. این باعث می‌گردد که کیفیت نوآوری ارتقا یابد. همچنین قابلیت‌های پویای کارآفرینی با سرمایه‌گذاری در سیستم‌های فناورانه و آموزش تخصصی به مدیران و پرسنل خود، ضمن افزایش سطح درک محتوایی این فعالیت‌ها، نسبت به افزایش سطح قدرت شناخت تغییرات محیطی و پاسخگویی به این تغییرات با سرعت عمل بیشتر تلاش نمایند. شرکت‌ها لازم است با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فناورانه تلاش نمایند تا داده‌های محیطی را جذب و نسبت به تحلیل آن‌ها در محیط شرکت جهت اتخاذ بهترین تصمیم تلاش کنند. که با یافته‌های [۱] و [۱۰] منطبق است. با توجه به تایید فرضیه نهم پژوهش می‌توان پیشنهاد نمود که با توجه به اهمیت نیروی انسانی کارا از جمله توانمندی‌هایی نظیر مهارت‌های حل مسئله، خلاقیت، مدیریت بحران، و مهارت‌های بین‌فردی از جمله ویژگی‌هایی هستند که به نیروی انسانی اجازه می‌دهند به سرمایه‌ای استراتژیک تبدیل شوند. این مهارت‌ها، همراه با دانش فنی، می‌توانند نوآوری و بهره‌وری را تقویت کنند که می‌تواند باعث بهبود رفتار کاری خلاقانه شود.

فرضیه دهم؛ بین رفتار کاری خلاقانه و مزیت رقابتی با نقش میانجی نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. همه سازمان‌ها برای رشد و بقا نیازمند اندیشه‌های نو، نظرات بدیع و به عبارتی، نوآوری می‌باشند. نوآوری به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا یک مفهوم جدید است. در تعریفی دیگر گفته می‌شود نوآوری به معنی توانایی ترکیب ایده‌ها در یک روش منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین ایده‌هاست. نوآوری به فرآیند ادراک یا ایجاد دانش مربوط و تبدیل آن به محصولات و خدمات بهبود یافته و یا جدید، برای افرادی که خواهان آن هستند، می‌باشد. افکار و نظرات جدید همچون روحی در کالبد سازمان دمیده می‌شود و آن را از نیستی و فنا نجات می‌دهد. در عصر ما برای بقا و حتی حفظ وضع موجود باید جریان تازه‌ی را در سازمان تداوم بخشید و از رکود و نابودی آن جلوگیری کرد. همچنین، برای آن که بتوان در دنیای متلاطم و متغیر امروز به حیات ادامه داد،

منطبق است. با توجه به تایید فرضیه ششم می‌توان پیشنهاد نمود که با توجه به محیط پویا و رقابتی کنونی، موفقیت هر سازمانی جهت افزایش و حفظ سهم بازار و بهبود وضعیت رقابتی در گرو شناسایی عواملی است که باعث ایجاد مزیت رقابتی می‌گردند. کسب توانمند یهای رقابتی در جهان امروز به یکی از چالش‌های اصلی صنایع مختلف تبدیل شده است که می‌طلبد توجه جدی به نوآوری شرکتها داشته باشند.

فرضیه هشتم؛ بین رهبری دانش محور و رفتار کاری خلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. هر سازمانی دارای فرهنگ، آداب و رسوم و روش‌های علمی ویژه ای است که در مجموع جو آن سازمان را تشکیل می‌دهند. به طوری که این خصوصیات منحصر به فرد، جو سازمان‌ها را از یکدیگر متمایز می‌سازد. جو را مجموعه ویژگی‌های سازمانی یا موقعیتی تعریف می‌کنند که اعضای سازمان، آن‌ها را درک کرده اند. سازمان نوآور باید از نظر جوی متفاوت از سازمان‌های دیگر باشد؛ زیرا احساسات، نگرش‌ها و رفتارهای شکل‌دهنده نوآوری از یکسو و هم راستایی اهداف کلیدی سازمان با فعالیت‌های اعضای سازمان از سوی دیگر از جمله مبانی کلیدی جو سازمانی می‌باشند که در ارتقای نوآوری سازمانی مؤثر می‌باشند. بنابراین تغییر خلاقانه در هر بخش از جو سازمانی منجر به تغییر عمیق در نحوه عملکرد کارکنان می‌شود. در همین راستا ادواردز طی تحقیقی نشان داد در زمانی که جو سازمان، پذیرنده و تسهیل‌کننده تغییر باشد و رهبری خلاق و نوآور، سازمان را اداره کند؛ کارکنان به میزان بیشتری پذیرای نوآوری در سازمان هستند و به نوآوری روی می‌آورند که این باعث تاثیر رهبری دانش محور بر رفتار کاری خلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری می‌گردد که با یافته‌های بانیموری و همکاران (۲۰۲۱) منطبق است. با توجه به تایید فرضیه هشتم می‌توان پیشنهاد نمود که رهبران دانش‌محور نقش مهمی در شکل‌گیری گرش سیستم و رفتار نیروی انسانی خود دارند. این نوع رهبران می‌توانند بستر لازم را برای شکل‌گیری رفتار خلاقانه کارکنان در محیط ایجاد نمایند. بنابراین به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود که بستر لازم را برای شکل‌گیری رفتار خلاقانه در محیط کار برای کارکنان فراهم نمایند.

فرضیه نهم؛ بین رهبری دانش محور و رفتار کاری خلاقانه با نقش میانجی جو نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. یکی از قوی‌ترین ابزارها برای ترویج نوآوری و خلاقیت کارکنان این است که آنها به رسمیت شناخته شوند. افراد می‌خواهند به



برای تبدیل ایده‌های نو به راهکارهای عملی و پیاده‌سازی آنها در فعالیت کاری سازمانی‌اش اشاره دارد. که با یافته‌های [۷] و [۱۰] سازگاری دارد. با توجه به تایید فرضیه دهم پژوهش می‌توان پیشنهاد نمود که عملکرد عالی کارمندان همیشه برای بدست آوردن یک مزیت رقابتی کافی نیست، بلکه در آن، رفتارها و خلاقیت‌های نوآورانه را می‌توان از ترکیبات ضروری برای ساختن آن دانست که می‌تواند نقش مهمی در مزیت رقابتی سازمان داشته باشد.

باید به نوآوری روی آورد. از تجمع انواع ایده‌ها یک برنامه شکل می‌گیرد و برنامه‌ریزی را برای کسب هدف معنی می‌بخشد. نوآورانه در محیط کار، رفتار پیچیده‌ای است که شامل سه زمینه تولید ایده، ترویج ایده و پیاده‌سازی ایده است. تولید ایده، به ایده‌پردازی و ارزیابی ایده‌های نو می‌پردازد و نشان‌دهنده میزانی است که یک فرد ایده‌های جدید را تولید می‌کند. ترویج ایده به تلاش افراد برای جلب پشتیبانی و تعهد دیگران در پیاده‌سازی ایده‌های جدید اشاره دارد. پیاده‌سازی ایده به تلاش‌های عملی‌تر

منابع

۱. اکبری، مینا و قادری، هانیه و ارشک، زینب. "تأثیر رهبری دانش محور بر رفتار نوآورانه شغلی با نقش میانجی توانمندسازی روانشناختی"، سومین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری، چابهار، (۱۴۰۱).
۲. حسینی، عذرا و بابایی، لیلا. "بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی سبز و رهبری سبز بر روی مزیت رقابتی سبز در شرکت‌های صنایع غذایی استان زنجان"، کنفرانس بین‌المللی مدل‌ها و تکنیک‌های کمی در مدیریت، قزوین، (۱۳۹۹).
۳. سبک‌رو، مهدی، سعید اردکانی، سعید، کایدیان، آذین. "تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد محیطی با میانجی‌گری عوامل توانمندسازی فرهنگ سازمانی سبز"، تعهد سازمانی و رفتار زیست محیطی (مورد مطالعه هتل‌های شهر یزد). گردشگری و توسعه، (۲)۳، ۱۴۰۰، ۸۶-۱۱۲.
۴. سجادی حمید، حمیدیان محسن، اسماعیل زاده مقری علی. ارائه الگویی از ارزیابی عملکرد بلندمدت بانک‌های تجاری مبتنی بر رویکرد مزیت رقابتی پایدار. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۱۱(۴۲): ۷۱-۸۵.
۵. ظریف، افشین؛ خلیلی، عبدالجواد و رنجبر، مختار. "بررسی تأثیر توسعه منابع انسانی بر مزیت رقابتی پایدار با نقش میانجی نوآوری سازمانی (مورد مطالعه شرکت پالایش گاز پارسیان)". *فصلنامه آموزش و بهبود منابع انسانی*. دوره ۱۲، سال چهارم، شماره سوم، پاییز ۱۴۰۲ - شماره پیاپی ۱۲، آذر ۱۴۰۲: ۸۱-۶۷.
۶. فرهادی محلی، علی، شرافتی، نرجس. "تأثیر اقدامات توسعه رهبری بر عملکرد سازمان با میانجیگری سرمایه انسانی و اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی (مورد مطالعه: تأمین اجتماعی استان گلستان)". *فصلنامه تامین اجتماعی*، ۱۶(۴): ۱۴۵-۱۷۰.
۷. فلاحتی ساروی، سید سینا، حسینی امیری، سید محمود، & علی نژاد، مریم. "نقش رفتارهای نوآورانه بر مزیت رقابتی پایدار با نقش میانجی خلاقیت". *مطالعات مدیریت، اقتصاد و کارآفرینی*، ۲(۱): ۱۴۰۰-۳۹.
۸. کرمی‌خواه، بهزاد. "تبیین و شناسایی عوامل تشکیل دهنده مزیت رقابتی در سازمانها بر اساس تکنیک کیفی". *چشم انداز حسابداری و مدیریت*، ۵(۷۶): ۱۴۰۱: ۱۲۸-۱۴۳.
۹. وظیفه، زهرا و قاسمی، کیمیا. "تأثیر توسعه منابع انسانی بر مزیت رقابتی پایدار با نقش میانجی جو نوآوری و رفتار نوآورانه". *فصلنامه مطالعات زیست بوم اقتصاد نوآوری*، ۲(۲): ۱۴۰۱: ۴۸-۶۳.
۱۰. Banmairuroy, Wichai; Kritjaroen, Thiti; & Homsombat, Wanthana. "The effect of knowledge-oriented leadership and human resource development on sustainable competitive advantage through organizational innovation's component factors: Evidence from Thailand's new S-curve industries." *Asia Pacific Management Review*, ۲۰۲۱.
۱۱. Ferreira, Catherine, Cavusgil, Tamer, & Roath, Andrew. "Investigating the relationship between emotional feelings, work morale and job satisfaction of employees." *Journal of Vocational Behavior*, Vol. ۶۰, ۲۰۱۸.
۱۲. García-Machado, José Javier & Martínez-Ávila, "Environmental performance and green culture: The



Innovation for Vietnamese SMEs: The Roles of Transformational Leadership and Organizational Culture.” *Journal of International Business and Management*. ۵(۱). ۲۰۲۲: ۰۱-۱۲.

۱۵. Zhang, Xiaoxiang, Chu, Zhenhua; Ren, Li & Xing, Jian. “Open innovation and sustainable competitive advantage: The role of organizational learning.” *Technological Forecasting & Social Change*. ۱۸۶. ۲۰۲۳: ۱۲۲-۱۱۴.

mediating effect of green innovation. An application to the automotive industry.” *Sustainability*, ۱۱(۱۸). ۲۰۱۹: ۴۸-۷۴.

۱۳. Nabi, Mohammad N., Liu, Zheng. & Hasan, Nabeel. “Investigating the effects of leaders’ stewardship behavior on radical innovation: a mediating role of knowledge management dynamic capability and moderating role of environmental uncertainty.” *Management Research Review*. ۲۰۲۲.

۱۴. Tung, Hoàng Thị ., & Dung, Trần Minh. “Antecedents of Product

