



Received:
04 August 2024
Revised:
20 November 2024
Accepted:
21 April 2025
Published:
23 September 2025
P.P: 150-179

ISSN: 2008-3564
E-ISSN: 2645-5285



The mediating role of strategic agility on absorptive capacity and innovative performance (case study: Ports and Maritime Organization of the country)

Mohammad Javad Golzadeh*¹ | Neda Farahbakhsh²

Abstract

The absorptive capacity of knowledge refers to a set of organizational processes and processes during which the organization deals with the acquisition, stimulation, transfer and extraction of knowledge, to create dynamic capabilities. These capabilities increase the organization's ability to achieve and sustain competitive advantage. The aim of this study is to investigate the role of the mediating role of strategic agility in the impact of adsorption capacity of Ports and Maritime Organization of the country. The concepts and model of the research were defined by studying the literature. The population studied in this study is active Ports and Maritime Organization of the country; it is used to collect data from a survey. Questionnaires were collected through e – mail and social media and 200 applied questionnaires were collected in order to evaluate the reliability of measuring instruments above 0.7, and after statistical analysis by SEM revealed that absorptive capacity has a direct impact on firm performance, and strategic agility affects firm innovative performance. Moreover, it was found that the absorptive capacity using strategic agility has indirect effects on the innovative performance of insurance firms.

Keywords: Strategic agility, Strategic innovation, Innovative performance, Absorptive capacity

1. Corresponding Author: Graduated from the specialized doctorate level, Department of Technology Management - Innovation Management, Roudhen Branch, Islamic Azad University, Roudhen, Iran.
Email: mj.Golzadeh13610516@gmail.com

2. Assistant professor and faculty member, Department of Economic Sciences, Roudhen Branch, Islamic Azad University, Roudhen, Iran.
Email: neda-farahbakhsh@yahoo.com

Cite this Paper: Golzadeh, M & Farahbakhsh, N(2025). The mediating role of strategic agility on absorptive capacity and innovative performance (case study : Ports and Maritime Organization of the country). *Future Studies of the Islamic Revolution*, 3(6), 150–179.

Publisher: Imam Hussein University

© **Authors**



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (CC BY 4.0).

نقش میانجی چابکی استراتژیک بر ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه (مورد مطالعه: سازمان بنادر و دریانوری کشور)

محمدجواد گل زاده^{۱*} | ندا فرح بخش^۲

دوره ششم
پاییز ۱۴۰۴

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۱۴
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۰۱
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۷/۰۱
صص: ۱۷۹-۱۵۰

شابا چاپی: ۴۵۲۸-۲۰۰۸
الکترونیکی: ۲۶۴۵-۵۰۷۲



چکیده

ظرفیت جذب مربوط به توانایی شرکت در تشخیص ارزش اطلاعات جدید، جذب و به کارگیری آن برای اهداف تجاری است. این توانایی به عنوان یک قابلیت اصلی منجر به حفظ مزیت رقابتی کسب و کارها در بلندمدت می گردد. هدف از این مطالعه بررسی نقش میانجی چابکی استراتژیک در تأثیر ظرفیت جذب بر عملکرد نوآورانه، در سازمان بنادر و دریانوردی کشور است. مفاهیم و مدل پژوهش با مطالعه ادبیات موضوع تعریف شد. جامعه مورد بررسی در این پژوهش، سازمان بنادر و دریانوردی کشور می باشد؛ برای جمع آوری داده ها از یک نظرسنجی استفاده شده است. پرسش نامه ها از طریق پست الکترونیکی و رسانه های اجتماعی ارسال و ۲۰۰ پرسش نامه کاربردی جمع آوری شد که مقدار آلفای کرونباخ تمامی متغیرها به منظور بررسی پایایی ابزار اندازه گیری بالای ۰/۷ به دست آمد و داده به روش مدل پایی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart-PLS تجزیه و تحلیل شد. نتایج تحقیق حاکی از آن است که ظرفیت جذب تأثیر مستقیمی بر عملکرد نوآورانه شرکت دارد، همچنین ظرفیت جذب تأثیر مثبت و معناداری بر چابکی استراتژیک دارد و چابکی استراتژیک بر عملکرد نوآورانه شرکت تأثیر مثبت می گذارد. علاوه بر این، مشخص شد که ظرفیت جذب از طریق چابکی استراتژیک تأثیر غیرمستقیمی بر عملکرد نوآورانه سازمان بنادر و دریانوردی دارد.

کلیدواژه ها: چابکی استراتژیک، نوآوری استراتژیک، عملکرد نوآورانه، ظرفیت جذب.

۱. نویسنده مسئول: دانش آموخته مقطع دکتری، گروه مدیریت تکنولوژی-مدیریت نوآوری، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران.

Email: mj.Golzadeh13610516@gmail.com

۲. استادیار و عضو هیأت علمی، گروه اقتصاد و مدیریت، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران.

Email: neda-farabhakhsh@yahoo.com

استناد: گل زاده، محمدجواد و فرح بخش، ندا (۱۴۰۴). نقش میانجی چابکی استراتژیک بر ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه (مورد مطالعه: سازمان بنادر و دریانوردی کشور)، *نشریه علمی آینده پژوهی انقلاب اسلامی*، ۳ (۶)، ۱۷۹-۱۵۰.

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.27173674.1403.5.1.1.3>



مقدمه و بیان مسئله

سیاست گذاری علم و فناوری در دنیای امروزی، نقشی پررنگ در خط مشی گذاری کلان کشورها در راستای دستیابی به توسعه پایدار ایفا می کند و به شدت سیاست گذاری در دیگر حوزه ها را نیز تحت تأثیر قرار می دهد (میسنر و سروانتس، ۲۰۱۸). یکی از مهم ترین دغدغه های محققان حوزه مدیریت و مدیران در شرایط پیچیده کنونی، توانایی به واکنش به موقع در مواجهه با عدم قطعیت های محیطی است (وسچیاتو، ۲۰۱۲). لازمه حضور مؤثر سازمان ها در محیط کسب و کار امروزی، کسب مزیت رقابتی و عملکرد نوآورانه و پایدار است که منجر به بقا و تأمین خواسته های ذی نفعان خواهد شد. مطابق با رویکرد مبتنی بر منابع، عملکرد نوآورانه سازمان تابعی از منابع و قابلیت های سازمان هاست (تالون و همکاران^۱، ۲۰۲۰). عدم توجه به گزینه های مختلف استراتژیک، عدم استفاده درست از دانش و نداشتن نوآوری منجر به فلج استراتژیک در بلندمدت می گردد. یکی از مهم ترین استراتژی هایی که با این خطر مقابله می کند، چابکی استراتژیک است (دریس و همکاران^۲، ۲۰۲۱). چابکی استراتژیک مهم ترین عامل در توانایی در عرصه باقی ماندن و پیروزی در محیط های رقابتی، از طریق پاسخ سریع در بازارهای به شدت در حال تغییر می باشد. یک مؤسسه چابک به تغییرات غیر منتظره محیط پاسخ می دهد و مزایای مطلوبی کسب می نماید. توانایی پاسخ به تغییرات غیر منتظره به طور سنتی انعطاف پذیری نامیده می شود، با توجه به اینکه آینده غیرقابل پیش بینی است، کسب و کارهای امروزی بایستی چابک و به صورت کارآمد از دانش جهت رشد و توسعه سطح عملکرد، نوآوری پایدار و مقاوم کردن خود در برابر ریسک های بازار استفاده نمایند. چابکی استراتژیک، به عنوان توانایی سازمان برای تجدید ساختن خود و انعطاف پذیری بوده و به مثابه توانایی مدیریت و به کارگیری مؤثر دانش و نیز مهارت در مدیریت تغییر می باشد. سازمان ها از طریق مهارت تغییر می توانند دانش را به صورت اثربخش به کار گیرند. مهارت تغییر منجر به بقاء (مهارت تغییر واکنشی) و دستیابی به رهبری بازار (مهارت تغییر فعالانه) می گردد.

1 Tallon, P.P., Pinsonneault, A.

2 Dries, Nicky; Vantilborgh, Tim & Pepermans, Roland

مهارت تغییر به سازمان اجازه می‌دهد تا از طریق دانشش، ضمن به دست آوردن مزیت رقابتی، به طور مستمر در محصولات و خدمات خود نوآوری داشته باشد (داو^۱، ۲۰۱۹). ظرفیت جذب دانش تأثیر به سزایی بر منابع انسانی، بازدهی حقوق صاحبان سهام، عملکرد سرمایه‌گذاری‌های مشترک، توسعه سازمانی، رشد فروش در سرمایه‌گذاری‌های جدید و توسعه محصولات جدید و نوآورانه در کسب و کار دارد. دانش می‌تواند ابزاری برای فعالیت‌های نوآورانه سازمان باشد. فرایند نوآوری سازمان از طریق مدیریت، انتقال و مبادله دانش تسهیل می‌گردد؛ در نتیجه فرایند انتقال دانش به بهبود نوآوری سازمان می‌انجامد (پورآهنگریان و همکاران، ۱۴۰۰). امروزه سرمایه و نیروی کار نمی‌تواند به تنهایی بقاء و موفقیت یک سازمان را تضمین نماید؛ به همین دلیل استفاده از دانش به عنوان منبع کلیدی برای رشد و بقای سازمان می‌باشد و استفاده از چابکی استراتژیک در به کارگیری دانش و همچنین عملکرد نوآورانه از این طریق، از خصوصیات مهم شرکت‌های موفق و مدرن محسوب می‌شود؛ به عبارتی دیگر استفاده از چابکی استراتژیک می‌تواند در کسب و استفاده از دانش و افزایش عملکرد نوآورانه سازمان تأثیرگذار باشد (جوونی و همکاران، ۲۰۲۲).

ارتباط موضوع پژوهش با آینده‌پژوهی در انقلاب اسلامی

نگاه فلسفی شکل‌گیری انقلاب اسلامی بر رشد و توسعه و تعالی همه جانبه جامعه اسلامی، بنا نهاده شده که در ابعاد وسیعی بر آینده متمرکز می‌باشد. ابعاد این نگاه آینده‌محور، تقریباً تمامی حوزه‌های راهبردی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و بین‌المللی را در بر می‌گیرد. در عصر پیچیده و پرتلاطم حاضر، تمامی سازمان‌ها و جوامع، مایل به رشد و توسعه بوده، لذا با در نظر قرار دادن پیچیدگی‌های شرایط محیطی (فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، تحریم، تورم، معیشت و ...) در صدد پوشش نقاط ضعف خود و بهره‌برداری از فرصت‌های پیش‌رو هستند؛ لذا توجه به محرک‌هایی که باعث ایجاد حرکت، پویایی و رشد چندجانبه در سازمان خواهد شد بسیار ارزشمند و حائز اهمیت است که این پویایی در نهایت منجر به افزایش سطح توان رقابتی سیاسی، تجاری و بازرگانی و افزایش سطح تاب‌آوری سازمان در مواجهه با مشکلات و چالش‌های احتمالی حال و آینده در صنعت و امور بازرگانی سازمان بنادر و دریانوردی خواهد

شد. همچنین سبب افزایش قدرت سیاسی و دفاعی کشور خواهد بود که همه این موارد ارزشمند از عوامل ایجاد توسعه (اقتصادی، صنعتی، بازرگانی، سیاسی) هرچه بیش تر و سریع تر در سازمان می باشد، و به دنبال آن رشد نسبی اقتصادی بیش تر سازمان و کشور متصور خواهد بود. در شرایط محیطی و قواعد بازی رقابت، دیگر سازمان ها نمی توانند با بهره گیری از سناریوهای ساده و ایجاد تغییرات اندک به نتایج دلخواه مورد نظر برسند، بنابراین برای رسیدن به موفقیت داشتن یک استراتژی نوآورانه و چابک، ضروری به نظر می رسد. سازمان بنادر و دریانوردی کشور، دارای موقعیت چند بُعدی راهبردی (بازرگانی، اقتصادی، بین المللی، سیاسی و دفاعی) می باشد؛ لذا پیشرفت این سازمان از هر حیث، منجر به پیشرفت کشور و کمک به نیل اهداف آینده نگر انقلاب خواهد شد؛ بنابراین نتایج پژوهش حاضر، قدم مثبتی در این راستا و کمک به تحقق اهداف وسیع انقلاب و کشور خواهد بود.

کاربست رویکردی پیش فعال و فرا فعال در برابر آینده و پیش دستی در واکنش ها در محیط نیازمند اتخاذ آینده نگری و آینده سازی (طراحی راهبردهای چابک) است (روربک و همکاران، ۲۰۱۵). در تکمیل ارتباط پژوهش حاضر با پیشبرد اهداف آینده پژوهی انقلاب، می توان این گونه عنوان نمود که خروجی برنامه آینده نگاری: یعنی ایجاد اطلاعاتی در زمینه روندهای محتمل آینده و فرایند اجرای برنامه آینده نگاری یعنی تغییر طرز فکر و ایجاد نگاهی مشترک به آینده، تصمیم گیری درباره اینکه بر کدام مشخصه تمرکز کنیم، به هدف برنامه آینده نگاری وابسته خواهد بود. این هدف می تواند موارد زیر باشد:

فراهم نمودن اطلاعات برای مدیران و اثرگذاری بر تصمیمات آنان، تأثیرگذاری بر توانایی مدیران و ایجاد پاسخ های سناریو محور منعطف و اثرگذاری بر سیاست ها از این طریق، ایجاد اطلاعات و بسته اطلاعاتی لازم برای استفاده کنندگان مختلف در داخل و خارج سازمان؛ بنابراین برای رویارویی با تغییرات بدون سابقه قبلی، چابکی متکی به ابتکار، مهارت، دانش انسانی و دسترسی افراد به اطلاعات است.

سازمان‌ها به چند دلیل نیازمند ایجاد چابکی در خود هستند:

۱. وجود فرصت‌های تجاری محدود است، در واقع وجود رقبای بسیار زیاد مانع از وجود طولانی مدت فرصت‌های به وجود آمده می‌شود و هر سازمانی با تمام نیرو به دنبال دست یابی به این فرصت‌هاست؛

۲. نبود توانمندی‌های سازمانی لازم برای نفوذ سریع محصول جدید در بازار؛

۳. سومین عاملی که وجود سازماندهی چابکی را برای سازمان‌های فعلی ضروری ساخته است، پیش‌بینی‌ناپذیر بودن تغییرات مستمر در سطوح گوناگون بازار است؛

۴. چهارمین دلیل و مزیت مهم و کلیدی ایجاد سازمان مجازی است که به واسطه آن که سبب تجمع تمامی توانمندی‌های موجود در تمامی سازمان‌های پراکنده می‌شود، سازمان می‌تواند از فرصت‌های محدود و اندک بازار به سود بیش‌تری دست یابد. چابکی توانایی پاسخ مؤثر به حوادثی است که به سرعت در حال تغییر و غیر منتظره هستند. چابکی شامل دو مفهوم اساسی است:

۱. پاسخ به تغییرات پیش‌بینی‌شده و غیر منتظره با روش‌های مناسب و در زمان مناسب؛

۲. بهره‌برداری از تغییرات و کسب مزایای تغییر به عنوان فرصت‌ها.

سازمان‌ها امروزه با مسائلی چون تغییرات سریع و غیر قابل پیش‌بینی، سفارشات خاص و سلیقه‌های مشتریان، کیفیت کامل، انتظار دریافت سطح خیلی بالایی از خدمت و ... روبرو هستند از این‌رو سازمان‌ها برای بقا و حفظ موفقیت خود، شکل‌های متفاوتی به خود می‌گیرند. دلایل نیاز سازمان‌ها به تشکیل سازمان چابک عبارت است از:

۱. کوتاه مدت بودن فرصت‌های بازار؛

۲. غیر قابل پیش‌بینی بودن تغییرات مداوم در سطح بازار؛

۳. ادغام قابلیت‌های محوری شرکت‌های مستقل (توماس و همکاران، ۲۰۱۹).

به دلیل وجود ساختار قدیمی در سازمان بنادر و دریانوردی، این سازمان نمی‌تواند پاسخگوی همه نیازهای مشتریان داخلی و خارجی باشد، بنابراین انتظار می‌رود برای محقق شدن این امر، به موضوعات روز و چه بسا به موضوعات احتمالی آینده برای برون رفت از این ساختار، توجه جدی شود. مادامی که شرکت‌های تجاری و بازرگانی وارد بازارهای جذاب و کارآمد از

طریق طراحی محصولات جدید نشوند و به کانال‌های توزیع محصولات و خدمات خود، توجهی شایسته ننمایند، نمی‌توان انتظار داشت که ضریب موفقیت سازمان افزایش یابد. پس سازمان‌ها باید رویکرد خود را تغییر داده و با نگاه راهبردی، پویایی و بقاء خود را هم در زمان فروش محصول و هم در زمان ارائه خدمات تضمین نمایند (الیاسی و همکاران، ۱۳۹۹).

در بازارهای رقابتی و در حال تغییر، شرکت‌های تجاری نیازمند بهبود ظرفیت جذب و چابکی استراتژیک به منظور انعطاف‌پذیری در جهت دستیابی به عملکرد نوآورانه شرکت می‌باشند. شرکتی که قابلیت ظرفیت جذب و چابکی استراتژیک را ندارد به یقین در آینده‌ای نه چندان دور با ریزش مشتریان روبرو خواهد شد و طبیعتاً از دور رقابت خارج خواهد شد؛ لذا با عنایت به تغییرات سریع و شدت رقابتی محیط، سازمان‌ها ملزم به ایجاد نوآوری محصول، خدمات و فرایندها با نگاه به فرصت‌های پیش رو هستند (کرمی و همکاران، ۱۴۰۱). در سازمان بنادر، کانال‌های ارتباطی و توزیع به منظور ارائه خدمات و فروش محصولات از تنوع ناچیزی برخوردار می‌باشد و نوآوری و تمایز خاص و جالبی مشاهده نمی‌شود. محیط پویا همراه با پیشرفت‌های سریع در حوزه فناوری، اساساً جهان را تغییر داده است، پس سازمان با ارائه بهترین محصولات و خدمات در دسترس و به هنگام، می‌بایست خود را با این تغییرات سازگار نماید. همچنین سازمان می‌تواند با بهره‌مندی از روحیه کارآفرینی و نوآوری از این محیط پویا فرصتی را به دست بیاورد، تا بازاری را ایجاد و بر آینده متمرکز شود و با قدرت به رفع نیازهای در حال تغییر و متنوع، و اصلاح و تعالی در فرهنگ مشارکت و نوآوری بپردازد. همچنین یکی دیگر از چالش‌های این صنعت، عدم برخورداری از نیروی انسانی متخصص و توانمند به‌ویژه در شبکه فروش است (وانگ و همکاران، ۲۰۲۱). تجارت و گسترش ارتباطات به دنبال افزایش درآمد است که این امر مهم، جز با نوآوری در محصولات برای جذب مشتری و ارتقای سطح رضایت‌مندی مشتریان و ایجاد روحیه و اشتیاق برای پذیرش و انتخاب محصول در نظر مشتریان، محقق نخواهد شد (فارسیجانی، ۱۴۰۰).

ضرورت عملکرد نوآورانه

با افزایش تعداد بنگاه‌ها و سازمان‌ها، تغییرات گسترده در نیازهای روزافزون آن‌ها و نیازمندی‌ها و درخواست‌های مشتریان و همچنین شتاب سریع در تغییرات نوآورانه و فناورانه

در محصولات و خدمات، سبب گشته اند که محیط‌ها نامطمئن، پویا، مبهم و پیچیده گردند (شوارتز و همکاران، ۲۰۲۰). امروزه سعادت بشر در گرو خلاقیت و ایجاد تفکر خلاق همراه با افکار جدید است. عدم انجام وظایف محوله به صورت خلاق توسط افراد از جمله چالش‌هایی است که سازمان‌ها با آن روبرو هستند. درماندگی افراد ناشی از نداشتن خلاقیت شغلی و مهارت سازمانی است که از عدم آموزش می‌باشد. به کارگیری استعدادهای خلاق و پرورش آن‌ها این اطمینان را می‌دهد که تجزیه و تحلیل مشکلات آسان‌تر و ارائه راه حل‌ها به صورت اثربخش صورت پذیرد. قابلیت ارتباط و بهره‌گیری از دانش جمعی و تولید افکار نو جزء ملزوماتی است که می‌توان بر اساس آن مشکلات به وجود آمده را از بین برد. تنوع و رقابت سازمانی مستلزم نوآوری بوده که خود در قالب مزیتی اصلی و لازم، منجر به حیات و دوام شرکت‌ها می‌گردد. ایده‌های جدید به مثابه روحی در جسم، سازمان را از نابودی نجات می‌دهند. ظهور نوآوری علاوه بر اینکه مزیت رقابتی سازمان‌ها را در پی دارد، می‌تواند در جهت اعتلای عملکرد سازمانی کمک‌کننده باشد. خلاقیت و نوآوری از دیدگاه استراتژیک سازمانی، رویکردی در جهت ایجاد مزیت رقابتی در سازمان محسوب می‌شود (معطوفی و همکاران، ۱۴۰۰). به کارگیری نوآوری در سازمان، جایگاه سازمانی را نسبت به رقبای تقویت نموده و در طولانی مدت باعث حفظ و طول عمر مزیت رقابتی می‌شود. در جامعه رقابتی امروزی، سازمان‌هایی که با خلاقیت و نوآوری همراه می‌شوند، بقا و موفقیت خود را در محیط پیچیده و پویا تضمین می‌کنند (خداامادی و همکاران، ۱۳۹۹).

راهبرد چابک به مثابه دیده‌بانی و سناریو

۱. سناریو روشی علمی، برای تجسم آینده‌های ممکن است که در آن تصمیم‌های سازمانی می‌تواند به اجرا درآید. سناریو بخشی از برنامه‌ریزی راهبردی است که به عنوان ابزاری برای مدیریت عدم قطعیت‌های آینده استفاده می‌شود. از همین جهت می‌توان این گونه عنوان داشت که به کار بستن راهبردهای چابک، درحقیقت سناریوی بنیادین پژوهش حاضر می‌باشد.
۲. دیده‌بانی آینده اصطلاحی است که برای توصیف فرایندهای سازمان یافته برای جمع‌آوری، تحلیل و انتشار اطلاعات باارزش برای حمایت از تصمیم‌گیری، استفاده می‌شود. تعاریف مختلفی در زبان انگلیسی برای دیده‌بانی آینده وجود دارد. این اصطلاح با این عنوان معمولاً

در کشورهای توسعه یافته که به طور جدی در «فرایند آینده نگری» درگیر هستند، استفاده می‌شود. دیده‌بانی آینده به طور کلی برای اشاره به ارزیابی و کنترل نظام‌مند، مداوم و فعال از نظر فنی، تجاری، نظامی از محیط به منظور پیش‌بینی تغییراتی که به احتمال زیاد رخ می‌دهند، استفاده می‌شود. تداوم و تمرکز دیده‌بانی آینده برای سازمان‌هایی با اهداف بلندمدت در باب مسیرهای راهبردی و مدیریت ریسک مناسب است. بدین ترتیب این روش برای تشخیص و ارزیابی تهدیدها و فرصت‌های در حال ظهور و رهنمودهایی برای تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری پیش از حوادث واقعی استفاده می‌شود. برنامه‌ریزی برای آینده‌های بلندمدت (راهبرد)، با توجه به شرایط محیط‌های امروزی و این پیش فرض که شرایط ثابت باقی خواهد ماند و یا تغییرات جزئی و جبران پذیر دارند، دیگر چاره‌ساز نیست و باید نوعی آینده‌سازی و آینده‌نگری در مدیریت راهبردی به جهت پیش‌دست‌بودن در واکنش‌ها و همچنین کنشگر بودن در مقابل تغییرات مربوط به آینده را در نظر گرفت (دیکشنری مدیریت عمومی، ۲۰۲۲).

مبانی نظری پژوهش

عملکرد نوآورانه

نوآوری سازمانی بر مبنای تولیدات، فرایندها و نوآوری‌های اجرایی است. نوآوری سازمانی محرک رشد سازمانی، پدیدآورنده موفقیت‌های آتی و ابزاری است که اجازه می‌دهد کسب و کارها در اقتصاد جهانی موجودیت‌شان را ثابت کنند. واژه عملکرد نوآورانه را می‌توان مترادف با برون‌دادهای قابل اندازه‌گیری نوآوری‌های یک نظام ملی نوآور دانست. برون‌دادهای نوآوری با برون‌دادهای دانش خلق شده سر و کار دارند و اثرات نوآوری، شامل پیامدهایی هستند که نوآوری ممکن است در رشد اقتصادی، بهره‌وری نیروی کار، تعادل محیطی و سایر موارد داشته باشد. عملکرد و کارکرد محصولات و فرایندهای جدید سازمان‌ها در مقایسه با رقبا نیز بیانگر عملکرد نوآورانه سازمان است. فعالیت‌های نوآورانه متأثر از برخی سرمایه‌گذاری‌های کلیدی است که از آنها حمایت می‌کند و بر همه فعالیت‌های نوآوری محور اثر می‌گذارد (مووری و همکاران، ۲۰۲۱).

1 Mowery, D. & Oxley, J

چابکی استراتژیک

چابکی استراتژیک به لحاظ بُعد استراتژیک بودن به معنای پیشگیرانه بودن و به لحاظ بُعد عملیاتی آن پاسخ‌گویی به تغییر است. چابکی استراتژیک توانایی در جهت اصلاح یا احیاء و بازآفرینی پویای کسب و کار و استراتژی آن در زمان تغییرات محیطی می‌باشد. چابکی فرصتی را برای کسب و کارها فراهم می‌نماید تا به سرعت به تغییرات واکنش نشان دهند، انعطاف‌پذیر باشند، با تغییرات سازگار شوند و سایر اقداماتی را که ریسک و عدم اطمینان بازار را کنترل می‌کنند، اجرا نمایند (کومکاله^۱، ۲۰۱۸). درحقیقت تصور و تصویر سازی (طراحی راهبردهای چابک) از وضعیت و رویدادهایی است که در آینده قرار دارند و هنوز رخ نداده‌اند. تصویر آینده به عنوان روشی در آینده‌پژوهی ممکن است بر اساس تحلیل‌ها، پیشنهادها، رویدادهای فعلی و رویکردهای متنوع دیگری تشکیل شود. آینده‌پژوهی به دنبال شناسایی مسیرها، روندها، و اثرات محتمل در آینده است و در برخی موارد سعی می‌کند به تحلیل و پیش‌بینی واکنش‌های فردی و جمعی نسبت به تغییرات آینده بپردازد (مولر و همکاران، ۲۰۲۱).

نوآوری استراتژیک

هدف نوآوری استراتژیک، تغییر در بازار موجود، خلق کسب و کار جدید و کم‌ریسک و به دنبال خلق ارزش برای مشتری است. نوآوری استراتژیک با تمرکز بر رویکرد نوآوری گسسته با نگرشی سیستماتیک به قضیه می‌پردازد. این نوآوری به دنبال آن است تا با فرارفتن از مرزهای کسب و کار ایجاد شده، مدل‌های ذهنی قبلی را کنار گذاشته و به سمت بازارهای دست‌نخورده حرکت نماید که رقبا سازمان تاکنون به آن ورود پیدا نکرده‌اند (هوقس و همکاران^۲، ۲۰۲۱).

نوآوری فرایندی

نوآوری فرایندی به عنوان یک اقدام مهم و در نتیجه بهبود مستمر کیفیت است که بیانگر سیاست‌ها، ساختار سازمانی و فرایندهای جدید داخلی است. نوآوری‌های فرایندی یعنی کاهش هزینه تولید و افزایش کیفیت محصولات جدید توأم با بهبود آن (هوانگ و همکاران^۳، ۲۰۲۱).

1 Kumkalel

2 Hughes, B & Wareham, J

3 Hung, R. Y. Y., Lien, B. Y. H., Yang, B., Wu, C. M., & Kuo, Y. M

ظرفیت جذب

ظرفیت جذب از جمله دارایی‌های ناملموس سازمان‌ها و نیز مهم‌ترین منبع استراتژیک سازمان‌ها می‌باشد که منجر به مزیت رقابتی پایدار سازمان‌ها می‌شود و رابطه نزدیکی با مفهوم نوآوری دارد. ظرفیت جذب، ظرفیت پویایی است که خلق ارزش، کسب و مزیت رقابتی پایدار را از طریق مدیریت دانش خارجی به دست می‌آورد. ظرفیت جذب، توانایی سازمانی به منظور ارزش‌گذاری، انطباق و به‌کارگیری دانش از منابع خارج از شرکت برای پیشبرد اهداف سازمانی می‌باشد که افزون بر فعالیت‌های مرتبط با پیشرفت و توسعه، بسط و متنوع بودن بنیاد اطلاعات سازمانی، تجربه آموزش و یادگیری، رسیدن به درک مشترک و پتانسیل حل مشکلات افراد داخلی سازمان را در نظر می‌گیرد (شین و همکاران، ۲۰۲۱). ظرفیت جذب، مؤلفه کلیدی در ایجاد مزیت رقابتی از طریق خلاقیت و نوآوری و انعطاف‌پذیری استراتژیک است؛ همچنین ظرفیت جذب به قابلیت سازمانی برای رویارویی با قسمت ضمنی دانش انتقالی اشاره دارد. ظرفیت جذب طیف گسترده‌ای از مهارت‌های لازم جهت به‌کارگیری جنبه‌های ضمنی دانش منتقل شده و اصلاح دانش دریافت شده می‌باشد. عوامل حیاتی در ظرفیت جذب عبارتند از دانش مرتبط پیشین (مانند مهارت‌های اولیه و تجربه) و عوامل سازمانی (مانند ساختار ارتباطات و انتشار دانش). ظرفیت جذب، توانایی سازمان به لحاظ شناخت و بهره‌مندی از فرصت‌های خارجی و ظرفیت انتقال، توانایی سازمان به منظور بازتعریف پی‌درپی یک مجموعه محصول بر مبنای فرصت‌های فناورانه داخلی شرکت می‌باشد. به‌منظور دستیابی شرکت به عملکرد بالا در زمینه ظرفیت جذب، توانایی و انگیزه کارکنان لازم است؛ چرا که این ابعاد انتقال دانش را تسهیل می‌نماید (فلور و همکاران، ۲۰۱۸).

پیشینه پژوهش

کاله، آکنار و باشار (۲۰۲۰)، در مطالعه‌ای به بررسی ظرفیت جذب و عملکرد مؤسسات اقامتی: نقش واسطه‌ای چابکی استراتژیک، با استفاده از ۱۹۰ پرسش‌نامه و تجزیه و تحلیل عامل اکتشافی پرداختند. آن‌ها ظرفیت جذب را با دو بُعد (اکتساب و به‌کارگیری) در مطالعه خود، مورد استفاده قرار دادند. نتایج نشان داد که بُعد اکتساب اثر مستقیمی بر عملکرد شرکت ندارد

1 Shin, H., Lee, J. N., Kim, D., & Rhim, H

2 Flor, M. L., Cooper, S. Y., & Oltra, M. J.

و بُعد به کارگیری تأثیر مستقیمی بر عملکرد شرکت داشته است. همچنین ابعاد اکتساب و به کارگیری اثر مثبت بر چابکی استراتژیک و چابکی استراتژیک تأثیر مثبتی بر عملکرد شرکت دارد. علاوه بر این، مشخص شد که ابعاد اکتساب و به کارگیری، تأثیرات غیر مستقیم بر عملکرد شرکت با میانجی گری چابکی استراتژیک دارد.

راویچاندوران (۲۰۱۹)، در مقاله‌ای با عنوان بررسی رابطه بین شایستگی فناوری اطلاعات، ظرفیت نوآوری و چابکی سازمانی، دو عامل کلیدی چابکی سازمانی را مورد بررسی قرار داد، یعنی شایستگی فناوری اطلاعات یک شرکت و ظرفیت نوآوری آن و بررسی اثرات مستقل و مشترک آن‌ها بر چابکی. وی مدل خود را با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده از شرکت‌های بزرگ در ایالات متحده آزمایش نمود. نتایج حاکی از آن است که شرکت‌های با قابلیت‌های سیستم‌های اطلاعاتی برتر همراه با جهت‌گیری سرمایه‌گذاری بر روی فناوری اطلاعات، پلتفرم‌های دیجیتالی را ایجاد می‌کنند که آن‌ها را قادر می‌سازد که چابک باشند. همچنین مشخص شد که ظرفیت نوآوری شرکت رابطه مثبتی با چابکی سازمانی دارد و این که شرکت‌های با قابلیت نوآوری بالاتر، قادر به بهره‌برداری از پلتفرم‌های دیجیتال خود برای افزایش چابکی هستند. نتایج نشان داد که چابکی سازمانی، تأثیر مثبتی بر عملکرد شرکت دارد. چان، نای و مون (۲۰۱۹)، در مطالعه خود با عنوان تأثیر انعطاف‌پذیری استراتژیک و انعطاف‌پذیری تولید و چابکی زنجیره تامین بر عملکرد شرکت در صنعت مُد، یک چارچوب مفهومی برای این مباحث به وسیله یک مطالعه تجربی از مشاغل صنعتی منتخب، مورد آزمایش و توسعه قرار دادند. تجزیه و تحلیل داده‌ها بر مبنای ۱۴۱ تولیدکننده پوشاک از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که انعطاف‌پذیری استراتژیک و انعطاف‌پذیری تولید بر چابکی زنجیره تامین تأثیر گذار بوده و رابطه مثبتی دارد. با این حال، انعطاف‌پذیری استراتژیک به صورت مستقیم بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد، اما انعطاف‌پذیری تولید این گونه نیست. چابکی زنجیره تامین تأثیرات انعطاف‌پذیری استراتژیک و انعطاف‌پذیری تولید بر عملکرد شرکت را میانجی نموده و نقش مهمی را عهده‌دار است. یافته‌های این مطالعه به درک مدیریت زنجیره تامین، با توجه به چابکی زنجیره تامین در صنعت مُد می‌پردازد.

زوکاس، کیم، اکبر و المدجانی (۲۰۱۹)، در مقاله‌ای با عنوان ظرفیت جذب و عملکرد: نقش ارتباط با مشتری و قابلیت‌های تکنولوژیکی در بنگاه‌های کوچک و متوسط دارای تکنولوژی پیشرفته، بر چگونگی اثر متقابل بین یک ظرفیت جذب شرکت و قابلیت ارتباط تکنولوژیکی و مشتری با عملکرد کلی آن تمرکز نمودند. با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نمونه‌ای از ۱۵۸ شرکت (۳۱۶ پرسش‌نامه، دو پاسخگو در هر شرکت)، از صنعت نیمه رسانا کره جنوبی، دریافتند که ظرفیت جذب شرکت منجر به عملکرد بهتر در زمینه توسعه محصولات جدید، عملکرد بازار و سودآوری می‌شود. هنگامی که در ترکیب با قابلیت شرکت‌ها برای مشارکت در توسعه فن‌آوری‌های هنری در برنامه توسعه محصول جدید خود (قابلیت‌های تکنولوژیکی) و همچنین ایجاد روابط قوی مشتری برای به دست آوردن بینش مشتری در توسعه محصول جدید (قابلیت ارتباط با مشتری) استفاده می‌شود.

لیو، ویلینگ، کی وی و ژونگس شنگ (۲۰۱۸)، در تحقیقی با عنوان تأثیر قابلیت‌های فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت: نقش میانجی ظرفیت جذب و چابکی زنجیره تأمین، بر اساس دیدگاه قابلیت‌های پویا و دیدگاه سلسله‌مراتب توانایی‌ها، مدلی را برای بررسی این که چگونه قابلیت‌های فناوری اطلاعات (یعنی زیرساخت فناوری اطلاعات منعطف و جذب فناوری اطلاعات) بر عملکرد شرکت در زمینه زنجیره تأمین، از طریق ظرفیت جذب و چابکی زنجیره تأمین تحت تأثیر قرار می‌دهد پیشنهاد می‌دهد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ظرفیت جذب و چابکی زنجیره تأمین به طور کلی تأثیرات توانایی‌های فناوری اطلاعات را بر عملکرد شرکت می‌سنجند. علاوه بر اثرات مستقیم، ظرفیت جذب تأثیر غیر مستقیمی بر عملکرد شرکت با شکل دادن چابکی زنجیره تأمین دارد.

ریتالا و هرملینا (۲۰۱۸)، نیز در تحقیق خود با عنوان نوآوری فزاینده و رادیکال و نقش ظرفیت جذب، بیان می‌کنند که ظرفیت جذب با نوآوری تدریجی نیز در ارتباط است؛ زیرا رقبا دائماً دانش فعلی خود را به روزرسانی و تغییر می‌دهند تا به تدریج فناوری و محصولاتشان را بهبود ببخشند.

جسیموودین (۲۰۱۷)، در مطالعه خود با عنوان آریترژ علمی در گلوبال فارما: دیدگاه مصنوعی ظرفیت جذب و نوآوری باز، به این نتیجه رسیدند که ظرفیت جذب و نوآوری باز

ارتباط معناداری دارند، زیرا هر دو مولفه بر قابلیت جذب ایده‌های بیرونی تأکید دارند. با این نگاه، شرکت‌ها از قابلیت‌های تحقیق و توسعه داخلی خود برای شناسایی و پایش فناوری‌های خارجی و بهره‌برداری مؤثر از آن‌ها استفاده می‌کنند.

چن، لین و هشان چانگ (۲۰۱۶)، در مطالعه‌ای با عنوان اثرات مثبت یادگیری و ظرفیت جذب بر عملکرد نوآوری و مزیت رقابتی در بازارهای صنعتی، به این نتیجه رسیدند که ظرفیت جذب و توسعه آن بستگی به مسیر دارد و در صورتی که بر روی ظرفیت جذب سرمایه‌گذاری نشود، توسعه قابلیت‌های فنی در آینده امکان‌پذیر نیست. ظرفیت جذب علاوه بر این که نوآوری محصول یا خدمت را برای سازمان به ارمغان می‌آورد، منجر به ایجاد نوآوری استراتژیک نیز می‌گردد. نوآوری‌های استراتژیک به منظور ارائه مدل‌های کسب و کار جدید، خلق مدل‌های جدید متناظر با بازارهای جدید و و ارائه و خلق ارزش به مشتری مورد استفاده قرار می‌گیرد.

اکبری، ایمانی، محمودی، عابدی و طلوع اصل (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان بررسی اثرات ساختار شبکه، ذخیره دانش و ظرفیت جذب بر عملکرد نوآورانه شرکت‌های دانش بنیان، با تکیه بر اهمیت ارتقاء پیوسته عملکرد نوآورانه سازمان‌ها، و با هدف بررسی اثرات ساختار شبکه، ذخیره دانش و ظرفیت جذب بر عملکرد نوآورانه سازمان، در جامعه آماری به تعداد ۲۲۰ شرکت انتخابی، با استفاده از فرمول حجم نمونه کوکران، ۲۳۰ شرکت دانش بنیان مستقر در شهر تهران از طریق روش نمونه‌گیری ساده به عنوان نمونه آماری انتخاب شد که نتایج پژوهش حاکی از آن است که با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری شبکه، ذخیره دانش و ظرفیت جذب بر عملکرد نوآورانه مؤثرند. همچنین، ظرفیت جذب نقش میانجی‌گری جزئی و میانجی‌گری کلی را به ترتیب در رابطه بین ذخیره دانش با عملکرد نوآورانه و ساختار شبکه با عملکرد نوآورانه ایفا می‌نماید. ضمن اینکه ظرفیت جذب با بیش‌ترین سهم و ساختار شبکه نیز کم‌ترین سهم را در مدل پژوهش، در تبیین عملکرد نوآورانه ایفا می‌کند.

کرمی، عرب و فلاح لاجیمی (۱۴۰۱) در تحقیقی با عنوان بررسی اثرات عوامل کلیدی موفقیت چابکی زنجیره تأمین بر عملکرد استراتژیک شرکت‌های صنایع الکترونیک در ایران

به این نتیجه رسیدند که عوامل کلیدی چابکی تأثیر مستقیم و مثبتی بر عملکرد سازمانی و نیز بر مزیت رقابتی دارد.

ویسی، کوزه‌چیان، احسانی و کشتی‌دار (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان ارائه مدل اثر چابکی سازمانی بر عملکرد سازمانی در شرکت‌های تولیدی ورزشی، به این نتیجه رسیدند که بین چابکی سازمانی و ابعاد آن با عملکرد شرکت‌های تولیدی ورزشی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج بیانگر آن است که میزان چابکی سازمانی و ابعاد آن در شرکت‌های تولیدی ورزشی از وضعیت مطلوبی برخوردار می‌باشد. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که مدل اثر چابکی سازمانی بر عملکرد شرکت‌های تولیدی ورزشی از برازش خوبی برخوردار بوده و چابکی سازمانی می‌تواند به طور مناسبی ۳۸ درصد از تغییرات عملکرد شرکت‌های تولیدی ورزشی را پیش‌بینی نماید. به طور کلی، شرکت‌های تولیدی ورزشی به منظور افزایش عملکرد سازمانی می‌بایست عوامل و زمینه‌های ایجادکننده چابکی سازمانی را فراهم و تقویت نمایند.

صمدی و بصیری (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی رابطه بین به کارگیری استراتژی‌های نوآوری و عملکرد نوآورانه سازمان‌ها با در نظر گرفتن نقش ظرفیت جذب به عنوان متغیر تعدیل‌گر در شرکت‌های مستقر در پارک فناوری پردیس پرداخته‌اند. نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه‌ها، حاکی از آن است که به کارگیری انواع استراتژی‌های نوآوری با عملکرد نوآورانه رابطه معنادار و با ظرفیت جذب نیز رابطه معناداری دارد. و ظرفیت جذب با عملکرد نوآورانه دارای همبستگی مثبت و معناداری می‌باشد. همچنین ظرفیت جذب در رابطه بین استفاده از استراتژی پیشرو و عملکرد نوآورانه نقش تعدیل‌گری دارد و در رابطه بین استفاده از استراتژی تدافعی و عملکرد نوآورانه نیز نقش تعدیل‌گری دارد. همچنین، بررسی شاخص‌های برازش مدل، بیانگر این است که مدل مورد استفاده در پژوهش از برازندگی قابل قبولی برخوردار می‌باشد.

پورآهنگریان، خاطره؛ موقر، مرتضی و شیرخدايي، میثم (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان نقش رویکرد کارآفرینانه و ظرفیت جذب دانش بر عملکرد شرکت‌های صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی، نشان دادند که رویکرد کارآفرینانه و ظرفیت جذب دانش تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت‌ها داشته‌اند. به عبارت دیگر، سطح بالاتر فعالیت‌های مبتنی بر رویکرد

کارآفرینانه، منجر به عملکرد بالاتر گردیده است. یافته‌های پژوهش مبین آن است که با اکتشاف مستمر دانش بیرون از شرکت و جذب بخش‌های مورد نیاز آن و به عبارتی درونی‌سازی این دانش در بین افراد و تیم‌ها می‌توان سطح بالاتری از عملکرد شرکت را شاهد بود. با توجه به همین نتایج به مدیران این شرکت‌ها پیشنهاد گردید تا برای بهبود عملکرد نسبت به اتخاذ رویکرد کارآفرینانه و فراهم ساختن بستر مناسب برای جذب دانش در سازمان، اهتمام بیش از پیش به عمل آورند.

روش‌شناسی پژوهش

در پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی بوده و به منظور جمع‌آوری داده‌های کمی از رویکرد توصیفی - پیمایشی بهره گرفته شده است. روش تحقیق، کمی بوده و قلمرو پژوهش شامل سه حوزه موضوعی، مکانی و زمانی می‌باشد که از جهت موضوعی، به دنبال بررسی نقش میانجی چابکی استراتژیک بر ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه در سازمان بنادر و دریانوردی بوده است. از جهت مکانی قلمرو پژوهش (جامعه آماری پژوهش) سازمان بنادر و دریانوردی کشور می‌باشد که تحقیق حاضر از جهت زمانی، در مهرماه سال ۱۴۰۱ با تهیه پروپوزال آغاز شد و تا اسفندماه سال ۱۴۰۲ ادامه داشت. نمونه آماری پژوهش، مدیران و متخصصین و مشاوران سازمان بنادر و دریانوردی، اعم از مدیران ارشد و کارشناسان است که پرسش‌نامه‌های تحقیق با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، میان آنها توزیع گردید. به کمک یک نظرسنجی و با استفاده از ابزارهای کمی (پژوهش پرسش‌نامه ساختاریافته با سؤالات بسته طبق طیف لیکرت) داده‌های کمی، جمع‌آوری و در مرحله بعدی، به آزمون فرضیه‌های موجود پرداخته شده است. با استفاده از روش کتابخانه‌ای و میدانی، اطلاعات و داده‌ها گردآوری شده که با توجه به محدودیت‌های موجود از نظر اطلاعات، منابع رسمی و منتشره، علاوه بر بهره‌گیری از روش کتابخانه‌ای، در راستای به روزآوری اطلاعات، از روش تحقیق میدانی به مصاحبه با خبرگان (مدیران و متخصصین و مشاوران سازمان بنادر اعم از مدیران ارشد و کارشناسان با تجربه) هم پرداخته شده است. به علاوه، فرضیات تحقیق از طریق میدانی (پیمایشی) و پرسش‌نامه محقق ساخته با توجه به روش‌های آماری مربوط، مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته است. برای سنجش عملکرد نوآورانه، ظرفیت جذب و چابکی استراتژیک از

پرسش‌نامه استفاده شد که پرسش‌نامه‌ها از طریق پست الکترونیکی و رسانه‌های اجتماعی ارسال و ۲۰۰ پرسش‌نامه کاربردی جمع‌آوری گردید که مقدار آلفای کرونباخ تمامی متغیرها به منظور بررسی پایایی ابزار اندازه‌گیری، بالای ۰/۷ به دست آمد و داده به روش مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس^۱ تجزیه و تحلیل شد. روش این پژوهش کمی بوده و در بخش کمی این پژوهش از شاخص‌های آماری مثل میانگین، واریانس و انحراف معیار و تحلیل عاملی و همچنین برای مدل‌یابی معادلات ساختاری از نرم افزار اسمارت پی ال اس بهره گرفته شده است. جهت جمع‌آوری داده‌های اولیه نیز از پرسش‌نامه به عنوان اصلی‌ترین منبع، بهره گرفته شد. در این مرحله پرسش‌نامه به صورت سؤالات بسته و گزینه‌دار طراحی گردید. پرسش‌نامه حاضر برای سنجش آزمون روایی صوری و محتوا در اختیار استاد راهنما و مشاور و سایر خبرگان قرار گرفت و پس از انجام تغییراتی طبق نظرات آن‌ها، مورد تأیید واقع گشت. سپس برای کسب اطمینان در رابطه با پایایی پرسش‌نامه و جهت جلوگیری از دوباره کاری و اتلاف وقت و انرژی، آزمون پایایی به شکل پیش‌آزمون انجام گرفت. با توجه به این که پژوهش حاضر به وسیله پرسش‌نامه به گردآوری داده‌ها پرداخته شده است، برای سنجش روایی از دیدگاه صاحب نظران و خبرگان استفاده شد و پرسش‌نامه اندکی میان جامعه آماری توزیع شد که پس از تحلیل ۳۰ نمونه اولیه، به وسیله آلفای کرونباخ، پایایی آن محاسبه شد. در این پژوهش از دو دسته روش آماری بهره گرفته شده است که به ترتیب عبارتند از روش آمار توصیفی و روش آمار استنباطی.

برای نمایش و وصف خصوصیات عمومی پاسخ‌دهندگان از روش‌های آمار توصیفی بهره گرفته شده و برای آزمون مدل و بررسی تعمیم‌پذیری آن از روش معادلات ساختاری استفاده شده و در تجزیه و تحلیل داده‌ها از R^2 و Q^2 بهره گرفته شده و در آخر از GOF برای برازش کلی مدل استفاده شده است (هومن، ۱۳۸۴).

1 Smart PLS (Smart Partial Least Squares)

یافته‌های پژوهش

داده‌ها به روش میدانی جمع‌آوری و پس از تجزیه و تحلیل، نتایج حاصله به تفصیل ارائه و بیان گردیده که در این راستا با استفاده از جدول فراوانی به تشریح ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پرداخته شده‌است. در بخش تحلیل‌های چند متغیره، مدلیابی معادلات ساختاری ارائه و با به‌کارگیری نرم‌افزار اسمارت پی ال اس تحلیل عاملی تأییدی صورت پذیرفت تا معلوم شود سؤالات (متغیرهای آشکار) چه میزان همبستگی با متغیر پنهان خود دارند که پس از بررسی بارهای عاملی به این نتیجه حاصل شد که سؤالات پرسش‌نامه توانسته‌اند متغیرهای پنهان خود را سنجیده و توضیح دهند. در ادامه آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE بررسی شد و مشخص گردید همه ابعاد مدل قابل قبول بوده و روایی لازم را دارند. سپس به بررسی مدل ساختاری پژوهش پرداخته شد تا بر اساس ضرایب مسیرها و اعداد معناداری آن، وضعیت تأیید یا رد فرضیات تحقیق مشخص شود و در ادامه، شدت تأثیر متغیر میانجی نیز ارائه شد.

جدول ۱. نتایج آماری جنسیت نمونه

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۱۳۹	۶۹.۵٪
زن	۶۱	۳۰.۵٪
مجموع	۲۰۰	۱۰۰٪

مطابق جدول ۱، بر مبنای اطلاعات پرسش‌نامه، فراوانی آزمودنی‌ها بر اساس جنسیت پاسخ‌دهندگان نشانگر آن است که بیش‌ترین فراوانی برای پاسخ‌دهندگان «مرد» با (۶۹/۵) درصد و کم‌ترین فراوانی برای پاسخ‌دهندگان «زن» با (۳۰/۵) درصد می‌باشد.

جدول ۲. نتایج آماری میزان تحصیلات نمونه

تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
دیپلم	۱	۰.۵٪
فوق دیپلم	۲	۱٪
لیسانس	۶۱	۳۰.۵٪
فوق لیسانس	۱۱۲	۵۶٪
دکتری	۲۴	۱۲٪
مجموع	۲۰۰	۱۰۰٪

مطابق جدول ۲، بر مبنای اطلاعات پرسش نامه، فراوانی آزمودنی ها بر حسب تحصیلات پاسخ دهندگان، بیشترین فراوانی پاسخ دهندگان با تحصیلات «فوق لیسانس» با (۵۶) درصد و کمترین فراوانی پاسخ دهندگان با تحصیلات «دیپلم» با (۰/۵) درصد می باشد. در بررسی به عمل آمده از ویژگی های جنسیتی داده ها، نتایج حاکی از آن است که ۶۹/۵ درصد مرد و ۳۰/۵ درصد زن می باشد. از طرفی میزان تحصیلات پاسخ دهندگان بیانگر این است که اکثر افراد از تحصیلات لیسانس به بالا برخوردار هستند. این امر در بهبود عملکرد نوآورانه سازمان ها می تواند تأثیر گذار باشد و همچنین میزان سن پاسخ دهندگان نشانه تجربه کافی اکثریت افراد در امر مدیریت عملکرد نوآورانه و بهبود چابکی استراتژیک شرکت های تجاری است.

جدول ۳. نتایج آماری میزان سن نمونه

سن پاسخ دهندگان	فراوانی	درصد فراوانی
کمتر از ۳۰ سال	۲۸	۱۴٪
۳۰ تا ۴۰ سال	۹۸	۴۹٪
۴۰ تا ۵۰ سال	۵۶	۲۸٪
بالا تر از ۵۰ سال	۱۸	۹٪
مجموع	۲۰۰	۱۰۰٪

مطابق جدول ۳، بر مبنای اطلاعات پرسش‌نامه، فراوانی آزمودنی‌ها بر اساس سن کارکنان، بیش‌ترین فراوانی پاسخ‌دهندگان با سن «۳۰ تا ۴۰ سال» با (۴۹) درصد و کم‌ترین فراوانی پاسخ‌دهندگان با رده سنی «بالتر از ۵۰ سال» با (۹) درصد می‌باشد.

جدول ۴. نتایج آماری میزان سابقه کاری نمونه

سابقه کاری پاسخ‌دهندگان	فراوانی	درصد فراوانی
از یک تا ۵ سال	۳۲	۱۶٪
از ۵ تا ۱۰ سال	۵۱	۲۵.۵٪
بین ۱۰ تا ۲۰ سال	۷۳	۳۶.۵٪
بیش‌تر از ۲۰ سال	۴۴	۲۲٪
مجموع	۲۰۰	۱۰۰٪

مطابق جدول ۴، بر مبنای اطلاعات پرسش‌نامه، در فراوانی آزمودنی‌ها بر اساس سابقه کاری پاسخ‌دهندگان، بیش‌ترین فراوانی پاسخ‌دهندگان «بین ۱۰ تا ۲۰ سال» با (۳۶/۵) درصد و کم‌ترین فراوانی پاسخ‌دهندگان «از یک تا ۵ سال» با (۱۶) درصد می‌باشد.

جدول ۵. نتایج آماری سمت سازمانی نمونه

سمت سازمانی	فراوانی	درصد فراوانی
مدیر ارشد	۲۲	۱۱٪
مدیر میانی	۴۳	۲۱.۵٪
مدیر عملیاتی	۳۲	۱۶٪
رئیس اداره	۳۰	۱۵٪
معاون اداره	۲۶	۱۳٪
کارشناس	۳۶	۱۸٪
نماینده	۱۱	۵.۵٪
مجموع	۲۰۰	۱۰۰٪

مطابق جدول ۵، بر مبنای اطلاعات پرسش‌نامه، فراوانی آزمودنی‌ها بر اساس سمت پاسخ‌دهندگان، بیش‌ترین فراوانی پاسخ‌دهندگان «مدیر میانی» با (۲۱/۵) درصد و کم‌ترین فراوانی مربوط به پاسخ‌دهندگان «نماینده» با (۵/۵) درصد می‌باشد.

جدول ۶. توصیف داده‌های پژوهش حاصل از پاسخ‌های ارائه شده به سؤالات تخصصی

ردیف	متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار
۱	ظرفیت جذب	۲۰۰	۴/۱۵۱۲۵	۰/۸۹۱۲۷۲
۲	چابکی استراتژیک	۲۰۰	۴/۰۵۱۲۵	۰/۹۸۶۰۷۲
۳	عملکرد نوآورانه	۲۰۰	۴/۲۷۲۵	۰/۷۸۳۵۸۹

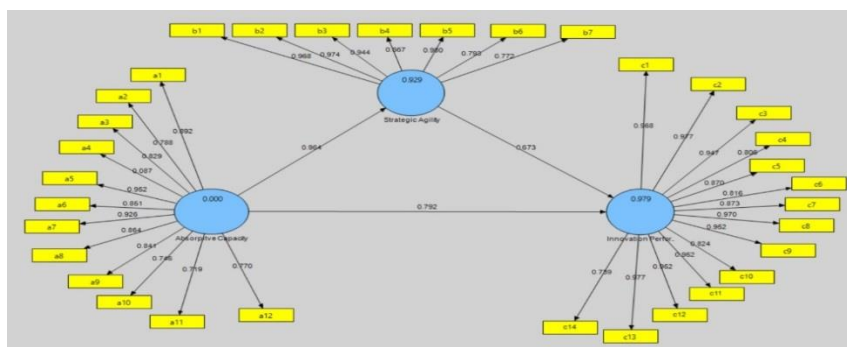
در جدول ۶، به توصیف داده‌های پاسخ‌دهندگان به سؤالات اصلی پرسش‌نامه بر اساس شاخص میانگین و انحراف معیار پرداخته شده است.

فرضیه‌های تحقیق

با توجه به مدل مفهومی پژوهش، فرضیه‌های زیر مورد آزمون قرار گرفته است:

۱. ظرفیت جذب بر عملکرد نوآورانه سازمان تأثیر مثبت دارد.
۲. ظرفیت جذب بر چابکی استراتژیک تأثیر مثبت دارد.
۳. چابکی استراتژیک بر عملکرد نوآورانه سازمان تأثیر مثبت دارد.
۴. چابکی استراتژیک، نقش میانجی در ارتباط بین ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه سازمان ایفا می‌نماید.

شکل ۱. بررسی آزمون فرضیات تحقیق با استفاده از نرم افزار PLS (مدل ساختاری نهایی تحقیق همراه با ضرایب معناداری)



جدول ۷. نتایج معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

متغیرهای پنهان	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha>0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR>0.7)
ظرفیت جذب	۰/۹۱۴	۰/۹۳۵
چابکی استراتژیک	۰/۹۴۷	۰/۹۵۸
عملکرد نوآورانه	۰/۹۶۶	۰/۹۷۲

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰/۷ است و مطابق با یافته‌های جدول شماره (۷)، این معیارها در مورد متغیرهای پنهان مقدار مناسبی را نشان می‌دهد، بنابراین مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش مورد تأیید است.

جدول ۸. روایی همگرا متغیرهای پنهان

متغیرهای پنهان	میانگین واریانس استخراجی (AVE>0.5)
ظرفیت جذب	۰/۵۸۵
چابکی استراتژیک	۰/۷۷۲
عملکرد نوآورانه	۰/۷۲۷

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای AVE^۱، ۰/۵ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیار در مورد متغیرهای پنهان مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، در نتیجه مناسب بودن روایی همگرای پژوهش تأیید می‌شود.

ضرایب معناداری Z (مقادیر t_values)

با توجه به یافته‌های پژوهش، چون ضرایب t برای پیکان‌های تحقیق بیش‌تر از ۱/۹۶ به دست آمده‌اند، لذا در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است.

¹Average Variance Extracted

جدول ۹. نتایج معیار R^2 برای سازه درونزا

R^2	متغیرهای پنهان
	ظرفیت جذب
۰/۹۲۸	چابکی استراتژیک
۰/۹۷۸	عملکرد نوآورانه

با توجه به جدول ۹، دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش ضرایب R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درونزای (وابسته) مدل است. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می شود. مطابق با جدول شماره (۹)، مقدار R^2 برای سازه های درونزای پژوهش محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک، مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید می سازد.

جدول ۱۰. نتایج معیار Q^2 برای سازه درونزا

Q^2	متغیرهای پنهان
۰/۵۸۵	ظرفیت جذب
۰/۷۷۲	چابکی استراتژیک
۰/۷۲۷	عملکرد نوآورانه

معیار Q^2

این معیار قدرت پیش بینی مدل را بیان می دارد و در صورتی که مقدار Q^2 در مورد یک سازه درونزا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه یا سازه های برونزای مربوط به آن را دارد. نتایج جدول فوق نشان از قدرت پیش بینی مناسب مدل در خصوص سازه های درونزای پژوهش دارد و برازش مناسب مدل ساختاری را تأیید می سازد.

برآزش مدل کلی (معیار GOF)

برای بررسی برآزش مدل کلی از معیار GOF^1 استفاده می‌شود که سه مقدار ۰/۲۵، ۰/۰۱ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌گردد.

$$GOF = \sqrt{Average(Communalities) \times Average(R^2)} = 0/8132$$

جدول ۱۱. معیار GOF

متغیرهای پنهان	معیار R^2	معیار Q^2	GOF
ظرفیت جذب		۰/۵۸۵	
چابکی استراتژیک	۰/۹۲۸	۰/۷۷۲	
عملکرد نوآورانه	۰/۹۷۸	۰/۷۲۷	
میانگین	۰/۹۵۳	۰/۶۹۵	۰/۸۱۳۲

با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF به میزان برآزش بسیار مناسب مدل کلی تأیید می‌شود.

آزمون فرضیات تحقیق

فرضیه ۱:

ظرفیت جذب بر عملکرد نوآورانه شرکت تأثیر مثبت دارد. تحلیل داده‌ها نشان داد که ظرفیت جذب با ضریب مسیر ۰/۷۹۲ بر عملکرد نوآورانه تأثیر دارد. لیکن با توجه به اینکه مقدار معناداری ($t=2/394$) از قدر مطلق ۱/۹۶ بیش تر است، می‌توان گفت که این رابطه معنادار بوده و فرضیه مورد تأیید می‌باشد.

فرضیه ۲:

ظرفیت جذب بر چابکی استراتژیک تأثیر مثبت دارد. تحلیل داده‌ها نشان داد که ظرفیت جذب با ضریب مسیر ۰/۹۶۴ بر چابکی استراتژیک تأثیر دارد. لیکن با توجه به اینکه مقدار معناداری

¹Goodness of Fit

($t=116/631$) از قدر مطلق $1/96$ بیش تر است، می توان گفت که این رابطه معنادار بوده و فرضیه مورد تأیید می باشد.

فرضیه ۳:

چابکی استراتژیک بر عملکرد نوآورانه شرکت تأثیر مثبت دارد. تحلیل داده ها نشان داد که چابکی استراتژیک با ضریب مسیر $0/673$ بر عملکرد نوآورانه تأثیر دارد. لیکن با توجه به اینکه مقدار معناداری ($t=15/479$) از قدر مطلق $1/96$ بیش تر است، می توان گفت که این رابطه معنادار بوده و فرضیه مورد تأیید می باشد.

فرضیه ۴:

چابکی استراتژیک ارتباط بین ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه شرکت را میانجی می کند. با توجه به اینکه مقدار معناداری ($t=7/415$) از قدر مطلق $1/96$ بیش تر است، می توان گفت که این رابطه معنادار بوده و فرضیه مورد تأیید می باشد.

جدول ۱۲. خلاصه نتایج آزمون فرضیات تحقیق

فرضیه های تحقیق	ضریب مسیر بتا	آماره t	نتیجه
ظرفیت جذب بر عملکرد نوآورانه شرکت تأثیر مثبت دارد.	0/792	2/394	تأیید
ظرفیت جذب بر چابکی استراتژیک تأثیر مثبت دارد.	0/964	116/631	تأیید
چابکی استراتژیک بر عملکرد نوآورانه شرکت تأثیر مثبت دارد.	0/673	15/479	تأیید
چابکی استراتژیک ارتباط بین ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه شرکت را میانجی می کند.	0/543	7/415	تأیید

بار عاملی و ضریب معناداری

به منظور تحلیل ساختار پرسش نامه و کشف عوامل تشکیل دهنده هر متغیر از بارهای عاملی استفاده شده است. بار عاملی نشان دهنده این موضوع است که چه میزان از واریانس های شاخص ها توسط متغیر پنهان خود توضیح داده می شود. مقدار این شاخص باید از $0/4$ بزرگ تر و در فاصله اطمینان 95% معنادار باشد. معنی داری این شاخص توسط بوت استرپ^۱ یا جک کفینگ^۲ به دست می آید. شاخصی که بار عاملی بیش تری داشته باشد، اهمیت بالاتری در اندازه گیری مؤلفه مربوطه

1 Bootstrapping

2 Jackknifing

دارد. تمامی شاخص‌ها دارای بارعاملی بزرگتر از $0/4$ و مقدار آماره تی بیش‌تر از $1/96$ بوده‌اند (سطح معناداری کم‌تر از $0/05$ شده است).

اگر مقدار بارعاملی بین سؤالات پرسش‌نامه و متغیرهای پنهان بیش‌تر از $0/4$ باشد نتیجه می‌شود که سؤالی که برای آن سازه به کار رفته، به خوبی متغیر پنهان مورد نظر را سنجیده است. مقدار آماره تی در واقع ملاک اصلی تأیید یا رد فرضیات است. اگر این مقدار آماره به ترتیب از $1/96$ ، $1/64$ و $2/58$ بیش‌تر باشد نتیجه می‌شود که آن فرضیه در سطوح 90 ، 95 و 99 درصد، مورد تأیید است. با توجه به بارهای عاملی به دست آمده در پژوهش تأثیر فرضیه ظرفیت جذب بر چابکی استراتژیک با ضریب معناداری $116/631$ در فاصله اطمینان 99% بیش‌ترین معناداری را دارد؛ لذا رابطه بین سؤالات و متغیر مورد نظر معنی‌دار بوده و بنابراین سؤالات تبیین‌کننده بسیار مناسبی برای متغیر مورد نظر هستند.

تأثیر فرضیه چابکی استراتژیک بر عملکرد نوآورانه با ضریب معناداری $2/394$ در فاصله اطمینان 95% بیش‌ترین معناداری را دارد؛ لذا رابطه بین سؤالات و متغیر مورد نظر معنی‌دار بوده و بنابراین سؤالات تبیین‌کننده بسیار مناسبی بعد از فرضیه ظرفیت جذب بر چابکی استراتژیک برای متغیر مورد نظر هستند.

تأثیر فرضیه چابکی استراتژیک بر عملکرد نوآورانه با ضریب معناداری $15/479$ در فاصله اطمینان 99% بیش‌ترین معناداری را دارد؛ لذا رابطه بین سؤالات و متغیر مورد نظر معنی‌دار بوده و بنابراین سؤالات تبیین‌کننده بسیار مناسبی بعد از فرضیه چابکی استراتژیک بر عملکرد نوآورانه برای متغیر مورد نظر هستند. از ضریب بارهای عاملی می‌توان برای رتبه‌بندی کردن و اولویت‌بندی متغیرها بهره برد.

جدول ۱۳. اولویت‌بندی متغیرها

رتبه	ضریب مسیر بتا	متغیر تحقیق
۲	$0/792$	ظرفیت جذب بر عملکرد نوآورانه
۱	$0/964$	ظرفیت جذب بر چابکی استراتژیک
۳	$0/673$	چابکی استراتژیک بر عملکرد نوآورانه

نتیجه گیری و پیشنهادها

نتیجه فرضیه اول

ظرفیت جذب بر عملکرد نوآورانه شرکت تأثیر مثبت دارد. می توان عنوان داشت که این رابطه معنادار بوده و فرضیه مورد تأیید است. نتیجه حاصله به صورت کلی نشان می دهد که ظرفیت جذب به صورت مستقیم و غیر مستقیم از طریق چابکی استراتژیک بر عملکرد نوآورانه تأثیر مثبت و معنادار دارد. به عبارتی می توان گفت که چابکی استراتژیک نقش میانجی گری را در تأثیر ظرفیت جذب بر عملکرد نوآورانه بر عهده دارد.

نتیجه فرضیه دوم

ظرفیت جذب بر چابکی استراتژیک تأثیر مثبت دارد. می توان گفت که این رابطه معنادار بوده و فرضیه مورد تأیید است.

نتیجه فرضیه سوم

چابکی استراتژیک بر عملکرد نوآورانه شرکت تأثیر مثبت دارد. می توان گفت که این رابطه معنادار بوده و فرضیه مورد تأیید است.

نتیجه فرضیه چهارم

چابکی استراتژیک ارتباط بین ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه سازمان را میانجی می نماید. لذا می توان اذعان داشت که این رابطه معنادار بوده و فرضیه مورد تأیید است.

بحث و نتیجه گیری نهایی

مطالعات ظرفیت جذب بر تأثیر توسعه محصول جدید و عملکرد نوآوری در بخش های با تکنولوژی بالا متمرکز شده است. با این حال، از آنجا که سازمان بنادر تحت تأثیر متغیرهای محیطی، تغییرات در ترجیحات مشتری، رقابت بالا و غیره قرار دارد، مهم است که اثرات دستیابی، تبدیل، بهره برداری و استفاده از اطلاعات خارجی در عملکرد نوآورانه سازمان مذکور بررسی شود. یافته های این تحقیق با نقش میانجی گری چابکی استراتژیک در اثرگذاری ظرفیت جذب بر عملکرد نوآورانه سازمان بنادر به درک اثرات استفاده از اطلاعات جذب شده و اقدام چابکی استراتژیک کمک می نماید. مطالعات بر روی ظرفیت جذب و چابکی استراتژیک می تواند به مدیران (به خصوص در کشورهای با تغییرات شدید محیطی) در

زمینه عملکرد نوآورانه کمک نماید، چرا که این تغییرات به سرعت در صنعت ارتباطات و تجارت منعکس خواهد شد. به دلیل رقابت شدید بین شرکت‌ها بر حسب مقصد و انتظارات در حال تغییر مشتریان و سایر ذینفعان، شرکت‌ها ملزم هستند که هم ظرفیت جذب و هم چابکی استراتژیک را به لحاظ حفاظت و توسعه سهم بازار موجود و عملکرد شرکت در نظر بگیرند. سازمان مذکور در راستای تعالی در تصمیم‌گیری‌ها و نیز ارتقاء عملکرد نوآورانه، ضروری است با به روز رسانی سریع اطلاعات، استراتژی‌های نوآورانه راهبردی و آینده‌نگر را همیشه سرلوحه کار سازمان قرار دهد. لذا پیشنهاد می‌گردد ضمن تدوین استراتژی فناوریانه آینده‌محور، به متخصص پروری با توجه به استعدادها و مهارت‌های منابع انسانی در سازمان بنادر و دریانوری کشور پرداخته شود. در این راستا، به کارگیری بهینه امکانات و تجهیزات فنی سازمان و به روزرسانی آنها براساس استانداردهای روز حائز اهمیت است. همچنین امکان ارتقای سخت‌افزارهای سازمان جهت همسویی ظرفیت‌های سخت‌افزاری سازمان بنادر و دریانوری کشور با جهان نیز باید مدنظر مدیران ذی‌ربط قرار بگیرد. در نهایت بهره‌برداری مطلوب از وضعیت جغرافیایی استراتژی‌گونه‌های منفعل بنادر ایران نیز توصیه می‌شود. پیش‌بینی آینده و به تبع آن، ایجاد و احیاء آمادگی برای رویارویی با اتفاقات جدید، احتمال دستیابی سازمان به مدارج بالاتر کسب و کار را فراهم می‌کند و در سرعت شناسایی مسائل، بهبود هماهنگی و ارتقاء قدرت تصمیم‌های صحیح، مؤثر خواهد بود. تفکر آینده‌محور، نوعی روش‌شناسی است که در نقطه اتصال آینده‌نگری و راهبرد قرار دارد و معیارهای سازمانی مرتبطی را فراهم می‌سازد که به ذهن افراد اجازه تشخیص و تمیز اطلاعات دانش و بینش از حجم انبوهی از علائم روزمره را می‌دهد.

پیشنهادهای کاربردی

۱. پیشنهاد به طراحی و تدوین استراتژی‌های فناوری محور آینده‌نگر؛
۲. پیشنهاد به طراحی و تدوین استراتژی‌های تخصص محور آینده‌نگر؛
۳. پویایی در تحقیق و توسعه، ارزیابی، کنترل، رصد، پیش‌بینی و دیده‌بانی؛
۴. اتخاذ تصمیمات آینده‌پژوهانه چابک و راهبردی متناسب با تغییرات محیطی و نیازهای جدید مشتریان.

۵. بهره برداری صحیح و آینده محور از ظرفیت‌های جغرافیایی بنادر کشور؛
۶. اقدام به نوآوری‌های آینده محور و حفظ و توسعه مزیت رقابتی سازمان؛
۷. تمرکز بر پرورش متخصصان آینده‌نگر، و نیز تمرکز بر جانشین‌پروری؛
۸. به منظور چابکی استراتژیک، به سازمان‌های تجاری توصیه می‌گردد که به دنبال استراتژی تمایز باشند به این معنی که با بهره‌گیری از توانمندی‌های واحد تحقیق و توسعه و با هدف نیازسنجی تجاری، به دنبال طراحی و به روزرسانی راهبردهای منطبق با نیازهای مشتریان باشند و همچنین توصیه می‌گردد قیمت‌ها را متناسب با بازار هدف ارائه نمایند؛
۹. برای توسعه قابلیت ظرفیت جذب دانش به شرکت‌های تجاری توصیه می‌گردد تا ابتدا از طریق سیستم آموزشی هدفمند به دنبال شناسایی، تهیه و تدوین محتوای آموزشی، مشارکت افراد و نهایتاً به منظور اثر بخشی به دنبال بازخوردگیری از فراگیران باشند. این رویکرد آموزشی می‌تواند به صورت مطالعه موردی و آموزش مشارکتی با هدف رفع اشکال و افزایش سهم بازار و با مشارکت منابع انسانی و شبکه فروش باشد؛
۱۰. توصیه می‌گردد شرکت‌های تجاری با افزایش تنوع و توسعه محصولات جدید و پوشش ریسک‌های ناشناخته، فضای رقابتی ایجاد نمایند و به طور دائم و مستمر، بازار را رصد و پایش نمایند و نسبت به پاسخ‌هایی که از بازار می‌گیرند چابک و انعطاف پذیر عمل کنند و بدین ترتیب نسبت به خلق مدل کسب و کار جدید اقدام نمایند؛
۱۱. توصیه می‌شود با واکنش سریع، اثربخش و انعطاف پذیر، به تغییرات و نیاز مشتریان پاسخ داده و با ارائه محصولات و خدمات نوآورانه از رقابت ناسالم پرهیز نمایند؛
۱۲. توصیه می‌گردد مدیریت منابع انسانی شرکت‌های تجاری با همکاری سایر واحدها نسبت به تقویت سیستم ارزیابی عملکرد و تشویق کارکنان در اکتساب و به کارگیری دانش برای دستیابی سازمان به عملکرد نوآورانه تلاش نمایند؛
۱۳. در بازارهای رقابتی به منظور بقا و موفقیت سازمان و همچنین دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و ایجاد تمایز به لحاظ عملکرد نوآورانه، توصیه می‌گردد شرکت‌های تجاری به چابکی استراتژیک توجه جدی نمایند.

فهرست منابع

- Akbari, Morteza; Imani, saheb; Mahmoudi, Roya; Abedi, Hoda and Tolo Asl, Hadi (1401), the effects of network structure, knowledge storage and absorptive capacity on the innovative performance of knowledge-based companies, *Innovation and Value Creation Quarterly*, Volume 6, Number 12.
- Chen, Y, Lin, J & Hsun Chang, Ch, (2016), The positive effects of relationship learning and absorptive capacity on innovation performance and competitive advantage in industrial markets, *Industrial Marketing Management*, Volume 38, Issue 2.
- Chan, A, Ngai, E & Moon, K (2019), The effects of strategic and manufacturing flexibilities and supply chain agility on firm performance in the fashion industry, *European Journal of Operational Research* 259.
- Dries, Nicky; Vantilborgh, Tim & Pepermans, Roland (2021). The role of learning agility and career variety in the identification and development of high potential, *Personnel Review*, Vol. 41, Issue. 3. 1.
- Dove, R. (2019). Agile supply-chain management. *Automotive Production*, 1(5).
- Eliyasi, Mahdi, Safardoost, Atiyeh, Mohammad Rouzesara, Maryam. (2019). Investigating the role of innovation strategy on the innovative performance of organizations (case study: knowledge-based companies in the field of biotechnology). *Strategic Management Thought (Management Thought)*, 12(1).
- Farsijani, Hassan and Samii Nistani, Abolfazl (1400). Investigating the role of integration between comprehensive quality management and technology management in determining quality and innovation functions (a study on manufacturing companies in Central Province (*Information Technology Management Journal* 4.2).
- Flor, M. L., Cooper, S. Y., & Oltra, M. J. (2018). External knowledge search, absorptive capacity and radical innovation in high-technology firms. *European Management Journal*, 36(2).
- Hughes, B & Wareham, J (2021), Knowledge arbitrage in global pharma: a synthetic view of absorptive capacity and open innovation, *R&D Management*, Volume 40, Issue 3.
- Hung, R. Y. Y., Lien, B. Y. H., Yang, B., Wu, C. M., & Kuo, Y. M. (2021). Impact of TQM and Organizational Learning on Innovation Performance in the High-Tech Industry. *International Business Review*, 20(2).
- Homan, Haider Ali (2004), *Modeling Structural Equations Using Lisrel Software*, Samet Publications.
- Jasimuddin S.M. (2017) «Exploring knowledge transfer mechanisms: The case of a UK-based group within a high-tech global corporation», *International Journal of Information Management*, Vol. 27.
- Junni, P, Sarala, R, Tarba, SH and Weber, Y (2022), the Role of Strategic Agility in Acquisitions, *British Journal of Management*, Vol. 26.
- Kale, E, Aknar, A & Başar, O, (2020), Absorptive capacity and firm performance: The mediating role of strategic agility, *International Journal of Hospitality Management*.
- Kalea, E, Aknar, A, Özlem, B (2018), Absorptive capacity and firm performance: The mediating role of strategic agility, *International Journal of Hospitality Management*.
- Karami, Elham; Arab, Alireza; Falah Lajimi, Hamid Reza; (1401), the effects of key success factors of supply chain agility on the strategic performance of electronic industry companies in Iran, 19th period - scientific-research number 4 (Ministry of Science)/ISC.
- Kumkale, I., (2018). Organization's tool for creating competitive advantage: strategic agility. *Balkan Near East. J. Soc. Sci.* 2 (3).
- Khodamoradi, Saeed and Khalili, Hassan (2019), Investigating the effect of knowledge absorption and transfer capacity on the performance of multi-business holding companies, *executive management research journal*, fifth year - number 9.
- Liu, H, Ke, W, Wei, K & Hua, Zh, (2018), the impact of IT capabilities on firm performance: The mediating roles of absorptive capacity and supply chain agility, *Decision Support Systems* 54.
- Matofi, Ali, Tajdini, Kayhan, Aghajani, Hassan Ali and Tajdini, Keyvan (1400). The role of learning orientation on innovation and organizational performance, management perspective.
- Meissner, D. & Cervantes, M. (2018). Results and impact of national Foresight-studies. Paper presented at the third international Seville seminar on future-oriented technology analysis: impacts and implications for policy and decision-making, Seville, 16–17 October.

- Mowery, D. & Oxley, J., (2021). Inward technology transfer and competitiveness: the role of national innovation systems. *Cambridge Journal of Economics*, Volume 19.
- Möller, R., Furnari, A., Battiato, S., Härmä, A., & Farinella, G. M. (2021). A survey on human-aware robot navigation. *Robotics and Autonomous Systems*, 145, ۱۰۳۸۳۷. <https://doi.org/10.1016/j.robot.2021.103837>.
- Pourahangarian, Memory; Moqar, Morteza and Shirkhodaei, Maitham (1400), the role of entrepreneurial approach and knowledge absorption capacity on the performance of agricultural transformation and complementary industries companies, *entrepreneurial strategies in agriculture*, volume 3, number 6.
- Ravichandran, T (2019), exploring the relationships between IT competence, innovation capacity and organizational agility, *Journal of Strategic Information Systems* 27.
- Ritala, P & Hurmelinna-L.P (2018), Incremental and Radical Innovation in Coopetition—The Role of Absorptive Capacity and Appropriability, *The Journal of Product Innovation Management*, Volume 30, Issue 1.
- Rohrbeck, R., Battistella, C., & Huizingh, E. (2015). Corporate foresight: An emerging field with a rich tradition. *Technological Forecasting and Social Change*, 101, 1-9.
- Samadi, Abbas and Basiri, Razieh (1400), the relationship between the application of innovation strategies and the innovative performance of organizations considering the role of absorptive capacity as a moderating variable in companies based in Fardis Technology Park, master's thesis, Bu Ali Sina University, Hamedan.
- Shin, H., Lee, J. N., Kim, D., & Rhim, H. (2021). Strategic agility of Korean small and medium enterprises and its influence on operational and firm performance. *International Journal of Production Economics*, 168.
- Schwarz, J. O., Rohrbeck, R., & Wach, B. (2020). "Corporate foresight as a microfoundation of dynamic capabilities. *Futures & Foresight Science*, 2(2), e28.
- Tallon, P.P., Pinsonneault, A. (2020). Competing perspectives on the link between strategic information technology alignment and organizational agility: insights from a mediation model. *Mis Q.* 35 (2).
- Thomas, R., Wood, E., (2019). The absorptive capacity of tourism organisations. *Ann. Tour. Res.* 54.
- Veisi, Cyrus; Koze Chian, Hashem; Ehsani, Mohammad and Keshti Dar, Mohammad (1400), Presenting the model of the effect of organizational agility on organizational performance in sports manufacturing companies, Volume 8, Number 39.
- Vecchiato, R. (2012). Strategic foresight and environmental uncertainty: a research agenda. *foresight*, 14(5), 387-400.
- Wang P et al. (2021), «An integrated model of knowledge transfer from MNC parent to China subsidiary», *Journal of World Business*, Vol. 39.
- Zhang, M. J. (2019). "Information systems, strategic flexibility and firm performance: An empirical investigation." *Journal of Engineering and Technology Management*, NO.22

