

بررسی تأثیر سبک رهبری بر رقابت پذیری با توجه به نقش نوآوری با رویکرد
معادلات ساختاری
(مطالعه موردی: مخابرات منطقه یزد)

محسن فلاح رحمت آبادی

دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت اجرایی، دانشکده مدیریت - اقتصاد و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد، یزد، ایران
mohsen.fra69@gmail.com

شهناز نایب زاده

دانشیار و مدیر گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت - اقتصاد و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد، یزد، ایران
snayebzadeh@gmail.com

چکیده

در این تحقیق به ارزیابی مدل تأثیر سبک رهبری بر رقابت پذیری با توجه به نقش نوآوری در مخابرات منطقه یزد پرداخته شده است، روش این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را ۳۶۰ نفر از کارکنان مخابرات منطقه یزد در بر می گیرد. قلمرو زمانی تحقیق در سال های ۹۷-۱۳۹۶ می باشد. حجم نمونه با بهره مندی از روش نمونه گیری تصادفی ساده و فرمول کوکران، ۱۴۰ نفر به دست آمد. داده ها به کمک پرسشنامه گردآوری شدند که روایی و پایایی آن به تأیید رسید. برای تجزیه و تحلیل داده ها، از مدل سازی معادلات ساختاری و تکنیک حداقل مربعات جزئی در نرم افزار آماری Smart - PLS استفاده شده است. یافته ها نشان می دهد که سبک رهبری بر نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری و نیز نوآوری کارکنان بر فرایند نوآوری تأثیر مثبت و معناداری (مستقیم) داشته و همچنین فرایند نوآوری و نوآوری کارکنان با در نظر گرفتن اثر متغیر مداخله گر اثربخشی استراتژی نوآوری بر رقابت پذیری اثر مثبت و معناداری (مستقیم) دارند.

واژگان کلیدی: سبک رهبری، رقابت پذیری، نوآوری کارکنان، فرایند نوآوری، اثربخشی استراتژی نوآوری، مدل سازی معادلات ساختاری

مقدمه:

رقابت پذیری معیار کلیدی برای ارزیابی درجه موفقیت کشورها، صنایع و بنگاه ها در میدان های رقابتی سیاسی، اقتصادی و تجاری به حساب می آید، بدین معنی که هر کشور، صنعت یا بنگاهی که از توان رقابتی بالایی در بازارهای رقابتی برخوردار باشد، می توان گفت که از رقابت پذیری بالاتری برخوردار می باشد. در تحقیقات مختلف رقابت پذیری در سه سطح ملی، صنعت و بنگاه (سازمان / شرکت) مورد توجه قرار گرفته که در این میان سطح بنگاه بیشتر از دو سطح دیگر مورد بررسی واقع شده است (آقازاده و همکاران، ۱۳۸۶، ۳۷).

ما در زمانی که سازمان ها به طور فزاینده به وسیله محیط رقابتی به چالش طلبیده می شوند، بر حیاتی ترین عنصر یعنی رهبری تمرکز می کنیم. مطالعات و تحقیقات گسترده ای بر روی رابطه بین متغیرهای مختلف و عملکرد سازمانی انجام شده که نتایج حاصل از آنها نشان دهنده تأثیر بسزای سبک رهبری بر میزان و کارایی عملکرد سازمانی مدیران و کارکنان است (عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۳، ۶۴).

امروزه سازمان ها برای زنده ماندن و گریز از مرگ و ایستایی و انطباق با محیط ناپایدار و متغیر بیرون به تحول و نوآوری نیاز دارند. شعار «نابودی در انتظار شماسست مگر اینکه نوآور باشید» در پیش روی مدیران همه سازمان ها قرار دارد. مسائل امروز سازمان ها با راه حل های دیروز حل نشدنی نیست و شرایط محیطی به حدی پیچیده، پویا و نامطمئن گردیده که سازمان ها دیگر نمی توانند بدون نوآوری، حیات بلند مدت خود را تضمین کنند (میرکمالی و چوپانی، ۱۳۹۰، ۱۵۶).

لذا این پژوهش بر آن است تا نقش متغیر سبک رهبری را بر رقابت پذیری سازمان مشخص نماید که در این بین نیز از تأثیر متغیرهای مربوط به نوآوری (متغیرهای واسطه ای نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری و متغیر مداخله گر استراتژی نوآوری) بر شدت رابطه فوق استفاده شده است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق:

با توجه به تحقیقات فراوان در خصوص رهبری، همگان هنوز شاهد ابهام و عدم تعریف مفاهیم و نظریه ها در حوزه رهبری می باشند. برنز (۱۹۷۸) با بررسی کلمه مفهوم رهبری بیان می کند که ۱۳۰ تعریف از مفهوم رهبری در ادبیات تحقیقی وجود دارد (عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۳، ۶۶).

واژه رهبری بنا بر تحقیقات به ۱۳۰۰ سال قبل از میلاد بر می گردد و سابقه ای دیرینه دارد. تعریف هایی که از رهبری شده است، از نظر تعداد، معادل یا برابر تعداد کسانی است که در صدد ارائه تعریفی از آن برآمده اند (موسی خانی و محمدنیا، ۱۳۸۵، ۱۶۴).

سبک رهبری یکی از بحث های چالش برانگیزی است که مورد توجه بسیاری از صاحب نظران در حوزه مطالعات سازمان می باشد و بیشتر صاحب نظران با این موضوع که بقای سازمان در دنیای کنونی وابسته به توانایی پاسخ اثربخش به تغییرات هست، توافق نظر دارند. بقاء و موفقیت سازمان های آینده وابسته به توسعه مهارت های رهبری اثربخش در تمام سطوح سازمانی می باشند. ورود به وضعیت حاد رقابتی در دهه ۱۹۸۰ میلادی عرصه را بر بسیاری از سازمان های بزرگ تنگ کرد و توانایی آن ها را برای پاسخگویی به اوضاع تحول یافته محیطی در معرض چالش قرار داد. از این رو شمار زیادی از سازمان های غوطه ور در تلاطم های محیطی در صدد برآمدن تا با وقوف به درجه ناکارآمدی رویکردهای معمول و متداول رهبری و با تأمل و تجدیدنظر در بسیاری از پیش فرض ها و روش های سازمانی، در مقام بازسازی و تجدید بنای خود برآیند و تلاش کنند تا با مبادرت به ایجاد تغییرات اساسی و تحول در شاکله و زیربنای سازمانی، مزیت های راهبردی نوینی را به عرصه های حاد رقابتی وارد نمایند (میرکمالی و چوپانی، ۱۳۹۰، ۱۵۷-۱۶۱).

نخستین بار شومپتر^۱، در سال ۱۹۳۴ مفهوم نوآوری را تعریف کرد. او نوآوری را با توسعه اقتصادی مرتبط دانست و آن را به عنوان ترکیب جدیدی از منابع مولد ثروت، معرفی کرد. کار او شامل پنج مورد مشخص بود: معرفی محصولات جدید، شیوه‌های جدید تولید، شناسایی بازارهای جدید، تسخیر منابع جدید مواد اولیه و امکانات و شیوه‌های جدید سازماندهی تجارت (هادوی، ۱۳۸۸، ۳۵).

نوآوری کارکنان در محیط کار رفتاری پیچیده است که یک فرآیند سه مرحله‌ای را شامل می‌شود. در اولین مرحله، فرد نوآور مسأله را درک و راه‌حل‌ها و ایده‌هایی را ارائه می‌کند که ممکن است نو و یا اقتباس شده باشند. سپس این فرد سعی می‌کند ایده و راه‌حل خود را بهبود بخشد و قاعده‌های منطقی برای دفاع از این ایده بیابد. در مرحله‌ی نهایی، فرد نوآور یک مدل یا نمونه تجربی برای پیاده‌سازی ایده‌ها و راه‌حلش ارائه می‌کند تا بتوان این ایده را در یک گروه یا سازمان به کار برد. بر این اساس می‌توان گفت، نوآوری یک فرآیند چند مرحله‌ای است که در طی آن فرد مسأله‌ای را که باید برای آن ایده و راه‌حل ارائه کند، درک کند و برای بهبود و اثبات این ایده‌ها کاری انجام دهد و یک مدل یا نمونه برای کاربرد عملی ایده‌هایش در سازمان و یا بخشی از آن معرفی کند (ملاحسینی و برخوردار، ۱۳۸۶، ۱۰۱).

در مورد فرایند نوآوری تحقیقات زیادی انجام شده است، تفاوت در فرایندها و مراحل مختلف نوآوری که توسط اندیشمندان بیان شده است ناشی از تفاوت در تئوری‌های مختلف سازمان و مدیریت است که مبنای کار آنها قرار گرفته است. آنهایی که انگاره تکامل زیستی را مبنای قرار داده‌اند، بر فرایند سازگاری تدریجی و در طول زمان دراز توجه دارند و این فرایند را شامل دگرگونی، گزینش و ماندگاری می‌دانند. مدل وابستگی به منابع بر تطبیق تأکید می‌کند، به عبارت دیگر سازمان‌هایی بقا می‌یابند که در امر چانه‌زنی بر سر منابع محدود بهترین باشند. ماهیت و حدود وابستگی سازمان بر حسب اهمیت و کمیابی منابع مورد نیازش مشخص می‌شود. دیدگاه نهادی در موضوع نوآوری به نیروهای اجتماعی و سیاسی که سازمان را در محاصره خویش درآورده توجه دارد و بر این فرض استوار است که سازمان‌ها باید خود را با انتظارات و ارزش‌های اجتماعی تطبیق دهد (رحمان سرشت و هاشمی، ۱۳۸۷، ۲۷۸).

استراتژی‌های نوآوری، استراتژی‌هایی است که به شرکت‌ها نشان می‌دهند به چه میزان و در چه راهی از نوآوری برای توسعه عملکردشان استفاده کنند. لندل^۲ و وارموس^۳ (۲۰۱۱) نیز، استراتژی نوآوری را اینگونه تعریف کرده‌اند: طراحی از پیش تعیین شده، کاربردی و تدریجی، برای اداره تخصیص منابع به انواع مختلفی از نوآوری برای دستیابی به اهداف کلی استراتژیک و چارچوب تصمیم‌گیری راهنما برای صنایع و شرکت‌ها، در مورد اینکه چه زمانی بایستی به بهترین حالت گذشته را حذف کرد یا استراتژی و اهداف شرکت را برای متمرکز شدن به کسب و کار آینده تغییر داد. با توجه به این تعاریف، استراتژی نوآوری یکی از مهمترین عوامل پشتیبان برای قابلیت‌های نوآورانه است و شرکت‌ها می‌توانند عملکردشان را به کمک استراتژی نوآوری، بهبود و توسعه دهند. گوان^۴، یام^۵، تانگ^۶ و لو^۷ (۲۰۰۹) نیز ادعا کردند که بهبود عملکرد، مستلزم گزینش مناسب و مستحکم استراتژی‌های نوآوری است. بنابراین، یکی از راهکارهای رشد، تداوم (بقا) و توسعه عملکرد شرکت‌ها در صنعت مورد نظر در محیط‌های پویا و متغیر، ایجاد نوآوری‌ها است. به بیان ساده‌تر، نوآوری ابزار استراتژیک مهمی برای خلق مزیت رقابتی در محیط‌های پیچیده است. لو (۲۰۱۱) بر این باور است که اینگونه

^۱ Schumpeter

^۲ Lendel

^۳ Varmus

^۴ Guan

^۵ Yam

^۶ Tang

^۷ Lu

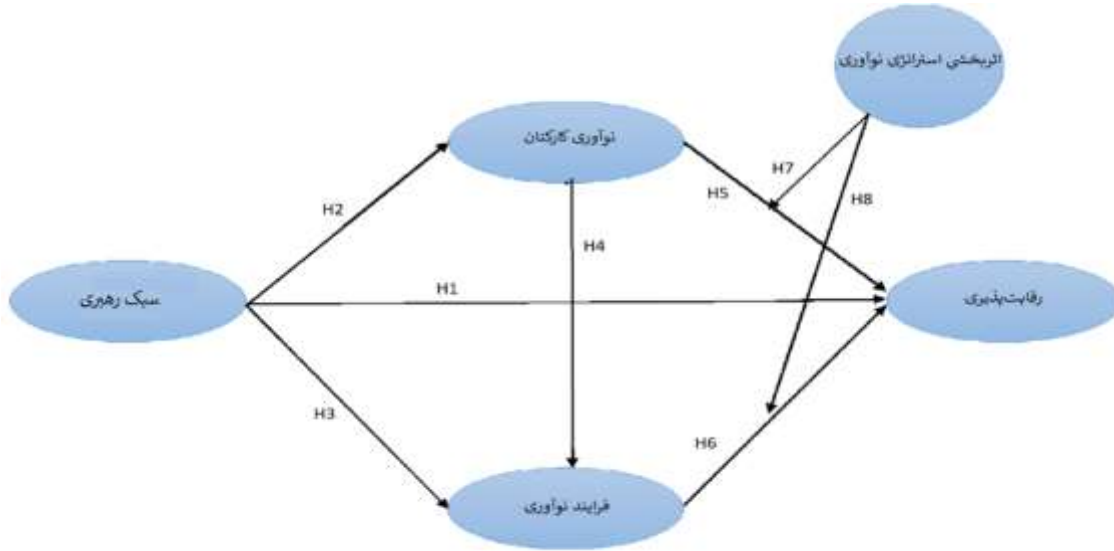
استراتژی‌ها برای تداوم شکوفایی صنایع در دنیای امروز با عدم اطمینان‌های فزاینده‌اش، حیاتی هستند (ملک‌اخلاق و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۵۰).

رقابت‌پذیری یک مفهوم چند بعدی است که برای افراد مختلف بسته به سطح و فضای که قرار دارند معنی مخالفی می‌دهد. می‌تواند در سه سطح مختلف اما وابسته به هم (سطح کشور، سطح صنعت و سطح شرکت) دیده شود. تحقیقات زیادی در ارتباط با رقابت‌پذیری انجام شده و تعاریف مختلفی ارائه گردیده است. گرچه تعاریف کاملاً مشابه نیستند. اما همه آنها دارای یک وجه مشترک هستند و آن بوجود آوردن یک محیط مساعد جهت توسعه سطح رفاه یک کشور است. در یک تعریف جامع، در رقابت‌پذیری یک کشور درجه‌ای است که بتواند تحت شرایط بازار آزاد و مناسب، کالاها و خدماتی را ارائه دهد که به استانداردهای بازارهای بین‌المللی دست یابد و در عین حال همزمان درآمد واقعی و کیفیت زندگی مردم آن کشور برای یک دوره بلند مدت بهبود می‌یابد. تعاریف موجود، رقابت‌پذیری را به صورت یک مفهوم ایستا می‌نگرد (برای مثال در یک مقطع زمانی، سازمان از نظر رقابتی چگونه است) و توجه کمتری به پایداری آن دارند (پارسائیان، ۱۳۹۶، ۱۱-۱۲).

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

- H1: سبک رهبری بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
- H2: سبک رهبری بر نوآوری کارکنان تأثیرگذار است.
- H3: سبک رهبری بر فرایند نوآوری تأثیرگذار است.
- H4: نوآوری کارکنان بر فرایند نوآوری تأثیرگذار است.
- H5: نوآوری کارکنان بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
- H6: فرایند نوآوری بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
- H7: اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه بین نوآوری کارکنان و رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.
- H8: اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه بین فرایند نوآوری و رقابت‌پذیری تأثیرگذار است.

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



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

پیشینه تحقیق در داخل و خارج از کشور:

جدول ۱: پیشینه تحقیق در داخل و خارج از ایران

ردیف	محقق	عنوان مقاله	نتایج
۱	ملاحسینی و برخوردار ۱۳۸۶	بررسی رابطه بین مهارت های خودمدیریتی و نوآوری کارکنان در سازمان های استان کرمان	نوآوری و نحوه نظارت بر آن در سازمان بر روی خودمدیریتی تأثیر مثبت دارد. درآمد و طول دوره تصدی شدیداً به رفتار نوآورانه در کار بستگی دارد.
۲	عباسی و همکاران ۱۳۹۱	تحلیل روابط بین عوامل مؤثر بر مؤلفه های رقابت پذیری با استفاده از تکنیک همبستگی کانونی (مورد مطالعه: واحدهای ستادی شرکت های بیمه شهر تهران)	ترکیب خطی مناسبی بین مجموعه متغیرهای کانونی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری و مؤلفه های رقابت پذیری وجود دارد.
۳	زندحسامی و آشیانی پور ۱۳۹۲	تحلیل چگونگی تأثیر قابلیت های نوآوری فناورانه بر رقابت پذیری شرکت های کوچک و متوسط	ابعاد قابلیت های نوآوری فناورانه بر رقابت پذیری شرکت های کوچک و متوسط تأثیرگذارند. در میان ابعاد قابلیت های نوآوری فناورانه، معیار قابلیت یادگیری به عنوان تأثیرگذارترین عامل و در میان ابعاد رقابت پذیری نیز سودآوری به عنوان تأثیرپذیرترین عامل شناخته شده است.
۴	کرمانجانی و همکاران ۱۳۹۳	بررسی رابطه بین یادگیری سازمانی با سبک های رهبری مختلف مدیران دانشگاه، مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور ساوه	سبک های رهبری مدیریتی، مشارکتی، تبادل، اخلاقی، پست مدرن و اقتضایی با یادگیری سازمانی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد.

ردیف	محقق	عنوان مقاله	نتایج
۵	مقدم و عباس‌نژاد ۱۳۹۳	بررسی و تعیین رابطه بین سبک رهبری، جو سازمانی و نوآوری از دیدگاه اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم انتظامی امین	بین توزیع دو متغیر جو سازمانی و سبک رهبری و همچنین بین توزیع انواع سبک رهبری و نوآوری، رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد ولی بین توزیع دو متغیر جو سازمانی و نوآوری رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد مشاهده نشده است. همچنین نتایج نشان دهنده اثر مثبت و معنادار نوآوری بر جو سازمانی و رهبری و همچنین اثر مثبت و معنادار جو سازمانی بر رهبری است.
۶	یعقوبی و همکاران ۱۳۹۴	بررسی تأثیر سبک‌های رهبری بر عملکرد سازمانی با میانجی‌گرهای یادگیری و نوآوری سازمانی	سبک رهبری تحولی تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمانی از طریق یادگیری و نوآوری دارد؛ یادگیری سازمانی تأثیر مثبتی بر نوآوری و عملکرد سازمانی دارد و در نهایت نوآوری سازمانی تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمانی دارد. ولی رابطه میان سبک رهبری تبادلی با یادگیری، نوآوری و عملکرد سازمانی تأیید نشده است.
۷	رجب‌پور و شاکری ۱۳۹۵	بررسی رابطه بین سبک رهبری کریمانه و یادگیری سازمانی با تأکید بر فراموشی سازمانی هدفمند	رابطه بین رهبری کریمانه و فراموشی سازمانی هدفمند؛ رابطه بین رهبری کریمانه و یادگیری سازمانی؛ رابطه بین فراموشی سازمانی هدفمند و یادگیری سازمانی مورد تأیید قرار گرفته و این روابط مستقیم و معنادار می‌باشند.
۸	بنیادی‌نائینی و همکاران ۱۳۹۵	بهبود کارایی در توانمندی‌های نوآورانه فناورانه و رقابت‌پذیری شرکت‌های داروسازی با اعمال هوشمندی فناوری با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها	بکارگیری هوشمندی فناوری بر کارایی توانمندی‌های نوآوری فناورانه و رقابت‌پذیری این شرکت‌ها تأثیری مثبت داشته و در اغلب موارد کارایی آنها را افزایش داده است.
۹	رشیدآبادی و همکاران ۱۳۹۶	بررسی سبک رهبری مدیران و تأثیر آن بر تعهد سازمانی کارکنان و مدیران تأمین اجتماعی خراسان رضوی	بین سبک رهبری مدیران و تعهد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد
۱۰	Garcia and etc. ۲۰۱۲	تأثیر رهبری تحول‌گرا بر عملکرد سازمانی از طریق نوآوری و یادگیری سازمانی	رهبری تحول‌گرا به طور مثبت از طریق یادگیری سازمانی و نوآوری بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد. یادگیری سازمانی به طور مثبت هم به صورت مستقیم و هم غیر مستقیم از طریق نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد. نوآوری سازمانی به طور مثبت بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد.
۱۱	Birasnav ۲۰۱۳	مدیریت دانش و عملکرد سازمان در صنعت خدمات: نقش رهبری تحول‌گرا فراتر از تأثیرات رهبری تعامل‌گرا	رهبری تحول‌گرا تأثیرات قوی و مثبت بر فرایند KM و عملکرد سازمانی بعد از کنترل تأثیرات رهبری تعامل‌گرا دارد. علاوه بر این، فرایند KM تا حدی واسطه رابطه بین رهبری تحول‌گرا و عملکرد سازمانی بعد از کنترل تأثیرات رهبری تعامل‌گرا است.
۱۲	Hui Lee and etc. ۲۰۱۵	نقش نوآوری در بازده گردش موجودی	وجود رابطه مثبت بین بازده حوزه نوآوری و نرخ بازگشت سرمایه. مزیت استفاده از نوآوری در مدیریت عملیات و تدارکات.
۱۳	Honarpoer and etc. ۲۰۱۷	مدیریت کیفیت، مدیریت دانش و نوآوری: یک مطالعه تجربی در واحدهای R&D	رابطه متقابل بین TQM و دانش وجود دارد. TQM و دانش، رابطه‌ای مثبت با روند و نوآوری محصول را نشان داده‌اند.

روش تحقیق:

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

انحراف معیار و ...) و هم در حوزه آمار استنباطی از مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار آماری SmartPLS ۳,۲,۷ برای آزمون مدل پژوهش استفاده شده است.

یافته ها:

آمار توصیفی:

یافته های تحقیق بیانگر این است که ۸۴ درصد از افراد نمونه مورد مطالعه مرد و ۱۶ درصد زن بوده اند. از کل پاسخگویان این پژوهش، کمترین تعداد در بین رده های سنی، رده سنی ۲۱ تا ۳۰ سال با درصد فراوانی ۱۲ درصد و بیشترین تعداد مربوط به رده سنی ۴۱ تا ۵۰ سال با فراوانی ۴۴ درصد بوده است. آمارهای استخراج شده در رابطه با وضعیت تحصیلات پاسخگویان بیانگر این مطلب است که ۶۸ درصد از این پاسخگویان دارای تحصیلات لیسانس و ۲ درصد دارای تحصیلات دکترا بوده اند. از کل کارکنان پاسخ دهنده، ۹ درصد سابقه کار زیر ۵ سال، ۲۱ درصد دارای سابقه کار بین ۶ تا ۱۰ سال، ۱۰ درصد سابقه کار بین ۱۱ تا ۱۵ سال، ۱۹ درصد سابقه کار بین ۱۶ تا ۲۰ سال، ۱۱ درصد سابقه کار بین ۲۱ تا ۲۵ سال و ۳۰ درصد سابقه کار بین ۲۶ تا ۳۰ سال داشته اند و از کل کارکنان پاسخ دهنده، ۱۶ درصد دارای پست سازمانی مدیریت، ۲۹ درصد کارشناس مسئول، ۴۱ درصد کارشناس و ۱۴ درصد از سایرین بوده اند.

آمار استنباطی:

پایایی را در تحقیق کمی چنین تعریف کردند: گستره ای که در آن نتایج تحقیق طی زمان معین ثابت مانده و یک نمونه واقعی و دقیق از همه جمعیت تحت مطالعه برای پایایی، مورد مراجعه قرار می گیرد و اگر یافته های تحقیق بتواند از طریق تحقیق همسان، تکرار شود پس در این صورت روایی ابزار تحقیق مورد تأیید قرار می گیرد، این بیان همان ایده تکرار پذیری یا تکرار کردن نتایج یا مشاهدات است (خاکی، ۱۳۷۸، ۲۹۲).

آزمون پایایی ترکیبی و آزمون آلفای کرونباخ:

چنانچه در جدول ۷ مشاهده می شود مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای کلیه متغیرها، بالاتر از مقدار معنی داری ۰,۷ بوده و نشان دهنده پایایی قابل قبول ابزار تحقیق می باشد. این دو شاخص را می توان از جداول آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی در گزارش آزمون PLS Algorithm به دست آورد.

جدول ۷: آزمون روایی و پایایی سازه ها

Construct Reliability and Validity روایی و پایایی سازه ها	Cronbach's Alpha آلفای کرونباخ	rho_A پایایی	Composite Reliability پایایی ترکیبی	Average Variance Extracted (AVE) متوسط واریانس استخراج شده
استراتژی بر نوآوری کارکنان	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰
استراتژی بر فرایند نوآوری	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰
استراتژی نوآوری	۰,۹۱۵	۰,۹۲۱	۰,۹۲۹	۰,۵۷۰
رقابت پذیری	۰,۷۵۴	۰,۷۹۳	۰,۸۸۹	۰,۸۰۰
سبک رهبری	۰,۷۶۷	۰,۸۱۸	۰,۸۱۷	۰,۵۳۲
فرایند نوآوری	۰,۸۶۷	۰,۸۸۰	۰,۹۱۰	۰,۷۱۸
نوآوری کارکنان	۰,۸۲۲	۰,۸۳۲	۰,۸۹۴	۰,۷۳۸

آزمون روایی:

آزمون روایی همگرا:

روایی همگرا به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات خود می‌پردازد. این روایی در نرم‌افزار Smart PLS ۳ با استفاده از معیار «متوسط واریانس استخراج شده» یا AVE سنجیده می‌شود. همانطور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، تمامی متغیرهای مدل دارای مقادیری بیشتر از ۰/۵ بوده که روایی همگرایی مدل را ثابت می‌کند و مورد تأیید قرار می‌دهد.

آزمون روایی واگرا:

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

الف) آزمون بارهای تقاطعی گویه‌ها (Cross Loading):

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

جدول ۸: آزمون بار تقاطعی گویه‌ها

Cross Loadings	استراتژی بر نوآوری کارکنان	استراتژی بر فرایند نوآوری	استراتژی نوآوری	رقابت پذیری	سبک رهبری	فرایند نوآوری	نوآوری کارکنان
Cq۵۱	۰,۱۶۴	۰,۱۰۷	۰,۶۱۰	۰,۹۲۴	۰,۳۵۲	۰,۵۵۸	۰,۵۲۲
Cq۵۲	۰,۱۰۱	-۰,۰۳۷	۰,۴۹۸	۰,۸۶۴	۰,۴۱۸	۰,۴۰۹	۰,۴۱۷
EISq۴۱	۰,۱۳۷	۰,۲۷۵	۰,۶۶۳	۰,۴۱۸	۰,۳۴۱	۰,۵۶۳	۰,۴۸۶
EISq۴۲	۰,۰۸۲	۰,۰۶۱	۰,۷۶۰	۰,۴۲۴	۰,۴۴۰	۰,۷۶۵	۰,۵۶۸
EISq۴۳	۰,۰۸۱	۰,۱۰۸	۰,۶۲۰	۰,۴۶۸	۰,۴۵۴	۰,۵۵۹	۰,۴۱۶
EISq۴۴	۰,۰۲۸	۰,۱۰۲	۰,۷۶۵	۰,۵۱۵	۰,۳۹۶	۰,۵۸۵	۰,۴۵۹
EISq۴۵	۰,۰۵۵	۰,۰۹۷	۰,۷۵۱	۰,۴۸۰	۰,۴۰۴	۰,۶۰۴	۰,۵۵۹
EISq۴۶	۰,۰۰۶	۰,۰۷۳	۰,۷۹۵	۰,۴۲۲	۰,۴۷۵	۰,۵۹۰	۰,۴۳۸
EISq۴۷	۰,۰۵۳	۰,۰۸۶	۰,۸۱۸	۰,۵۲۸	۰,۴۶۱	۰,۶۵۱	۰,۵۷۲
EISq۴۸	۰,۱۵۶	۰,۱۴۶	۰,۷۹۴	۰,۵۸۹	۰,۴۵۴	۰,۶۱۲	۰,۴۷۷
EISq۴۹	۰,۱۰۴	۰,۱۰۶	۰,۷۸۹	۰,۶۲۲	۰,۴۸۶	۰,۶۵۸	۰,۵۷۷
EISq۵۰	۰,۱۱۹	۰,۱۴۸	۰,۷۷۰	۰,۵۳۵	۰,۳۹۵	۰,۵۸۵	۰,۳۲۷
EIQ۳۴	۰,۱۲۹	۰,۱۱۸	۰,۴۷۲	۰,۳۶۲	۰,۳۹۱	۰,۵۸۴	۰,۸۷۳
EIQ۳۵	۰,۱۸۰	۰,۰۵۳	۰,۵۱۷	۰,۴۵۲	۰,۳۶۱	۰,۵۸۳	۰,۸۰۲
EIQ۳۶	۰,۲۵۶	۰,۱۹۵	۰,۵۰۴	۰,۵۳۹	۰,۳۹۰	۰,۶۸۳	۰,۹۰۱
IPq۳۷	۰,۰۴۹	-۰,۰۱۳	۰,۵۳۱	۰,۲۷۳	۰,۴۴۶	۰,۷۳۷	۰,۵۲۳
IPq۳۸	۰,۱۷۴	۰,۱۷۷	۰,۵۳۵	۰,۵۳۲	۰,۴۲۷	۰,۸۷۴	۰,۶۰۵
IPq۳۹	۰,۱۲۰	۰,۱۳۴	۰,۳۱۵	۰,۵۰۴	۰,۴۹۰	۰,۹۰۲	۰,۶۶۳
IPq۴۰	۰,۱۵۷	۰,۲۲۸	۰,۴۶۲	۰,۵۱۹	۰,۳۰۱	۰,۸۶۶	۰,۶۴۴
Lq۱۲	-۰,۰۸۶	-۰,۱۵۱	۰,۲۴۶	۰,۳۲۱	۰,۶۴۲	۰,۲۷۵	۰,۱۱۳
Lq۱۵	-۰,۱۷۶	-۰,۱۵۹	۰,۲۱۰	۰,۲۴۵	۰,۵۷۱	۰,۲۷۵	۰,۰۵۰
Lq۱۸	-۰,۰۵۲	-۰,۱۰۶	۰,۴۵۰	۰,۳۴۸	۰,۷۷۳	۰,۵۶۰	۰,۳۷۵
Lq۲۱	-۰,۱۰۴	-۰,۱۱۲	۰,۳۰۵	۰,۱۹۳	۰,۵۷۵	۰,۲۵۶	۰,۲۵۶

Cross Loadings	استراتژی بر نوآوری کارکنان	استراتژی بر فرایند نوآوری	استراتژی نوآوری	رقابت پذیری	سیک رهبری	فرایند نوآوری	نوآوری کارکنان
Lq24	۰,۰۶۰	-۰,۰۱۴	۰,۳۷۸	۰,۱۸۱	۰,۶۷۵	۰,۴۲۳	۰,۲۸۸
Lq3	۰,۱۴۸	۰,۰۳۳	۰,۲۳۱	۰,۰۸۰	۰,۵۵۲	۰,۲۵۷	۰,۱۸۸
Lq30	-۰,۰۴۰	-۰,۰۶۴	۰,۵۵۲	۰,۳۷۰	۰,۶۹۱	۰,۵۶۲	۰,۴۴۷
Lq6	۰,۰۰۷	۰,۰۰۶	۰,۴۱۰	۰,۲۹۱	۰,۶۶۷	۰,۴۲۵	۰,۲۷۷
Lq9	-۰,۱۲۳	-۰,۲۰۱	۰,۲۸۹	۰,۰۸۴	۰,۶۱۴	۰,۲۶۹	۰,۲۰۶
فرایند نوآوری * استراتژی نوآوری	۰,۸۵۶	۱,۰۰۰	۰,۱۵۸	۰,۰۵۰	-۰,۱۰۲	۰,۱۶۵	۰,۱۴۶
نوآوری کارکنان * استراتژی نوآوری	۱,۰۰۰	۰,۸۵۶	۰,۱۱۱	۰,۱۵۳	-۰,۰۴۳	۰,۱۵۲	۰,۲۲۴

(ب) آزمون فورنل - لارکر:

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

جدول ۹: آزمون فورنل - لارکر

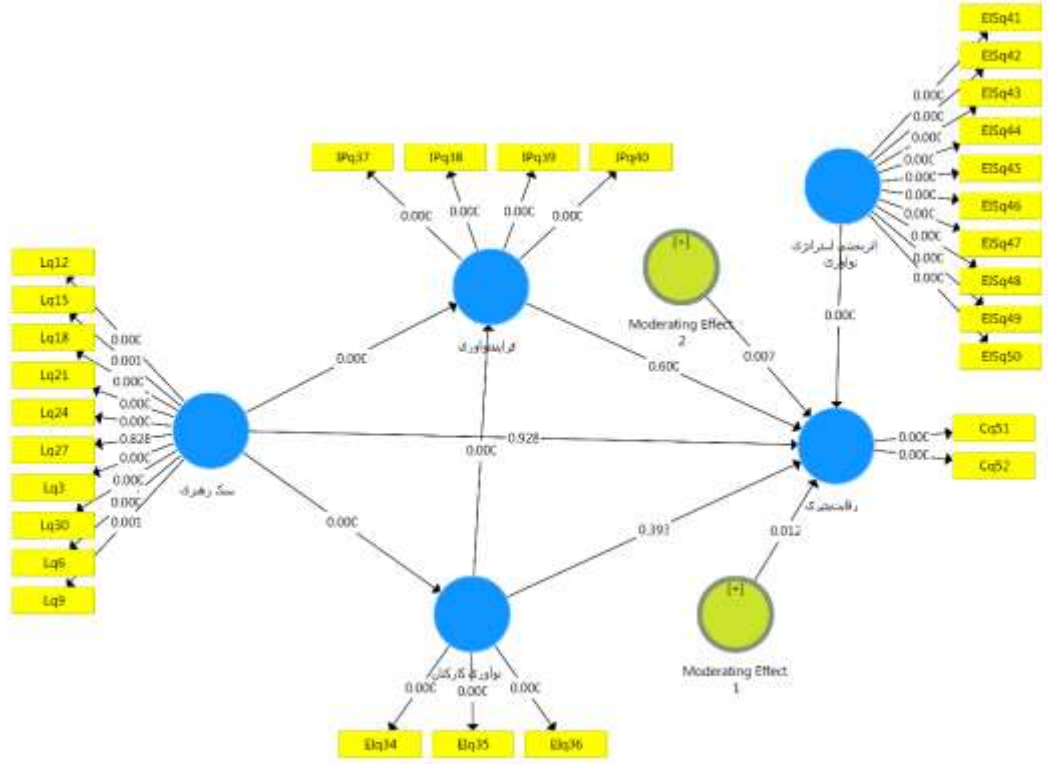
Fornell-Larcker Criterion	استراتژی بر نوآوری کارکنان	استراتژی بر فرایند نوآوری	استراتژی نوآوری	رقابت پذیری	سیک رهبری	فرایند نوآوری	نوآوری کارکنان
استراتژی بر نوآوری کارکنان	۱,۰۰۰						
استراتژی بر فرایند نوآوری	۰,۸۵۶	۱,۰۰۰					
استراتژی نوآوری	۰,۱۱۱	۰,۱۵۸	۰,۷۵۵				
رقابت پذیری	۰,۱۵۳	۰,۰۵۰	۰,۶۷۳	۰,۸۹۴			
سیک رهبری	-۰,۰۴۳	-۰,۱۰۲	۰,۵۹۷	۰,۴۲۴	۰,۶۵۱		
فرایند نوآوری	۰,۱۵۲	۰,۱۶۵	۰,۸۱۶	۰,۵۵۰	۰,۵۸۵	۰,۸۴۷	
نوآوری کارکنان	۰,۲۲۴	۰,۱۴۶	۰,۶۴۴	۰,۵۳۱	۰,۴۴۳	۰,۷۲۱	۰,۸۵۹

با توجه به این که آزمون‌های بارهای تقاطعی و فورنل - لارکر مورد تأیید قرار گرفت لذا روایی مدل هم مورد تأیید قرار می‌گیرد.

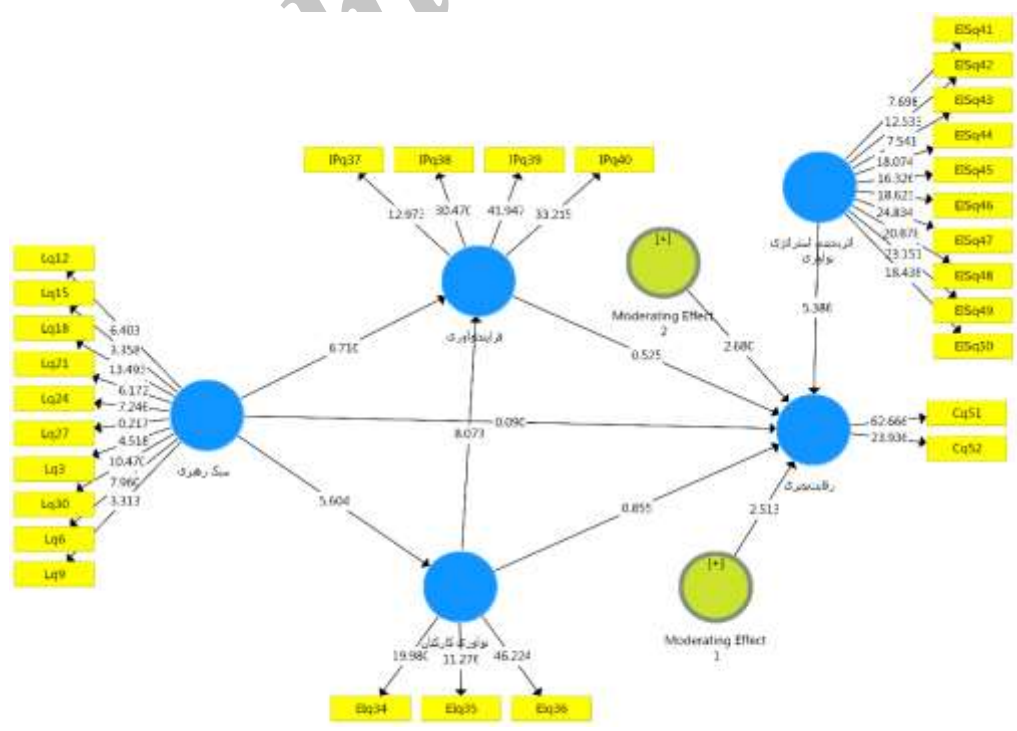
نتیجه اینکه با اقدامات انجام شده در این قسمت هم پایایی و هم روایی مدل مورد تأیید قرار گرفته است لذا در قسمت بعد به آزمون مدل مفهومی و فرضیات تحقیق می‌پردازیم.

آزمون مدل مفهومی و فرضیات تحقیق:

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



شکل ۲: ضرایب مسیر مدل کلی (مدل مفهومی پژوهش)



شکل ۳: ضرایب استاندارد t مدل کلی (مدل مفهومی پژوهش)

مقادیر بالاتر از ۱,۹۶ در آماره t نشان دهنده تأیید رابطه علی بین دو متغیر بوده و قدرت رابطه بر اساس مقدار ضریب مسیر تعیین می شود لذا به منظور سهولت در بررسی مقادیر، جدول ۱۰ این مقادیر را به صورت خلاصه ارائه نموده است.

جدول ۱۰: جدول آماره t برای مسیرهای مدل کلی

Path Coefficients	Original Sample (O) نمونه اصلی	Sample Mean (M) میانگین نمونه	Standard Deviation (STDEV) انحراف معیار	T Statistics (O/STDEV) آماره استاندارد t	P Values
استراتژی بر نوآوری کارکنان < - رقابت پذیری	۰,۳۴۹	۰,۳۳۵	۰,۱۳۹	۲,۵۱۳	۰,۰۱۲
استراتژی بر فرایند نوآوری < - رقابت پذیری	-۰,۳۳۶	-۰,۳۲۱	۰,۱۲۵	۲,۶۸۰	۰,۰۰۷
استراتژی نوآوری < - رقابت پذیری	۰,۷۰۲	۰,۶۹۶	۰,۱۳۰	۵,۳۸۶	۰,۰۰۰
سبک رهبری < - رقابت پذیری	-۰,۰۱۲	۰,۰۰۵	۰,۱۳۱	۰,۰۹۰	۰,۹۲۸
سبک رهبری < - فرایند نوآوری	۰,۴۱۳	۰,۴۲۵	۰,۰۶۲	۶,۷۱۰	۰,۰۰۰
سبک رهبری < - نوآوری کارکنان	۰,۴۴۳	۰,۴۶۸	۰,۰۷۹	۵,۶۰۴	۰,۰۰۰
فرایند نوآوری < - رقابت پذیری	-۰,۰۹۶	-۰,۱۰۹	۰,۱۸۳	۰,۵۲۵	۰,۶۰۰
نوآوری کارکنان < - رقابت پذیری	۰,۱۱۹	۰,۱۲۷	۰,۱۳۹	۰,۸۵۵	۰,۳۹۳
نوآوری کارکنان < - فرایند نوآوری	۰,۵۳۹	۰,۵۲۶	۰,۰۶۷	۸,۰۷۳	۰,۰۰۰

باتوجه به آزمون مدل کلی انجام شده، خلاصه آزمون مدل کلی که شامل ضرایب مسیر، ضرایب ضرایب آماره T و نتیجه فرضیه مدل اصلی بوده در جدول ۱۱ نشان داده شده است.

جدول ۱۱: خلاصه آزمون مدل کلی

نتیجه فرضیه	ضریب آماره T	ضریب مسیر	فرضیات مدل اصلی
تأیید	۵,۶۰۴	۰,۰۰۰	سبک رهبری < نوآوری کارکنان
تأیید	۶,۷۱۰	۰,۰۰۰	سبک رهبری < فرایند نوآوری
رد	۰,۰۹۰	۰,۹۲۸	سبک رهبری < رقابت پذیری
تأیید	۸,۰۷۳	۰,۰۰۰	نوآوری کارکنان < فرایند نوآوری
رد	۰,۸۵۵	۰,۳۹۳	نوآوری کارکنان < رقابت پذیری
رد	۰,۵۲۵	۰,۶۰۰	فرایند نوآوری < رقابت پذیری
ایفای نقش مثبت در رابطه اصلی	۲,۵۱۳	۰,۰۱۲	نقش اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه نوآوری کارکنان < رقابت پذیری
ایفای نقش مثبت در رابطه اصلی	۲,۶۸۰	۰,۰۰۷	نقش اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه فرایند نوآوری < رقابت پذیری

آزمون فرضیه های تحقیق:

پس از بررسی و تأیید مدل اصلی، فرضیه های مدل تحقیق مورد ارزیابی می گیرند و اگر مقدار قدر مطلق آماره T کوچکتر از مقدار ۱,۹۶ باشد، فرضیه رد و در صورتی که مقدار قدر مطلق آماره T بزرگتر از ۱,۹۶ باشد، فرضیه تأیید می شود:
H۱: سبک رهبری بر روی نوآوری کارکنان تأثیر دارد.

- با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۵,۶۰۴ و بزرگتر از ۱,۹۶ است پس فرض صفر رد می شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ سبک رهبری بر روی نوآوری کارکنان تأثیر معناداری دارد.
- H۲: سبک رهبری بر روی فرآیند نوآوری تأثیر دارد.
- با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۶,۷۱۰ و بزرگتر از ۱,۹۶ است پس فرض صفر رد می شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ سبک رهبری بر روی فرآیند نوآوری تأثیر معناداری دارد.
- H۳: سبک رهبری بر روی رقابت پذیری تأثیر دارد.
- با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۰,۰۹۰ و کوچکتر از ۱,۹۶ است پس فرض صفر تأیید می شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ سبک رهبری بر روی رقابت پذیری تأثیر معناداری ندارد.
- H۴: نوآوری کارکنان بر روی فرآیند نوآوری تأثیر دارد.
- با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۸,۰۷۳ و بزرگتر از ۱,۹۶ است پس فرض صفر رد می شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ نوآوری کارکنان بر روی فرآیند نوآوری تأثیر معناداری دارد.
- H۵: نوآوری کارکنان بر روی رقابت پذیری تأثیر دارد.
- با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۰,۸۵۵ و کوچکتر از ۱,۹۶ است پس فرض صفر تأیید می شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ نوآوری کارکنان بر روی رقابت پذیری تأثیر معناداری ندارد.
- H۶: فرآیند نوآوری بر روی رقابت پذیری تأثیر دارد.
- با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۰,۵۲۵ و کوچکتر از ۱,۹۶ است پس فرض صفر تأیید می شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ فرآیند نوآوری بر روی رقابت پذیری تأثیر معناداری ندارد.
- H۷: اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه نوآوری کارکنان بر روی رقابت پذیری تأثیر دارد.
- با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۲,۵۱۳ و بزرگتر از ۱,۹۶ است پس فرض صفر رد می شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه نوآوری کارکنان بر روی رقابت پذیری تأثیر معناداری دارد.
- H۸: اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه فرآیند نوآوری بر روی رقابت پذیری تأثیر دارد.
- با توجه به جدول ۱۱ مقدار قدر مطلق آماره T برابر ۲,۶۸۰ و بزرگتر از ۱,۹۶ است پس فرض صفر رد می شود یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه فرآیند نوآوری بر روی رقابت پذیری تأثیر معناداری دارد.

بحث و نتیجه گیری:

نتیجه فرضیات اول و دوم با نتایج تحقیق پاداش و گل پرور (۱۳۸۹) مبنی بر وجود رابطه مثبت و معنادار رهبری اخلاق مدار بر انگیزش درونی در نوآوری، نتیجه پژوهش بدری و نودهی (۱۳۹۵) مبنی بر وجود رابطه و پیش بینی قابلیت نوآوری بر اساس سبک اصیل رهبری، نتیجه تحقیق راوند و همکاران (۱۳۹۶) مبنی بر تأثیر سبک رهبری تحول آفرین بر ایجاد نوآوری در سازمان و تحقیقات گاماسلگلو^۱ و ایلسو^۲ (۲۰۰۹) مبنی بر ارتباط مثبت رهبری تحول آفرین با نوآوری سازمانی و تحقیقات دیگر همسو و مطابقت دارد.

در مورد نتیجه فرضیه چهارم باید گفت که در این زمینه تحقیقات بسیار کمی وجود دارد که شاید بتوان دلیل آن را نزدیک بودن ماهیت متغیرهای نوآوری کارکنان و فرآیند نوآوری دانست، علی ایحال در این پژوهش به این نتیجه دست یافته شده است که نوآوری کارکنان بر روی فرآیند نوآوری تأثیر مثبت و معناداری دارد و جالب توجه اینکه در مدل تحقیق، تأثیر این

^۱ Gumusluoglu

^۲ Elsev

دو متغیر (متغیر نوآوری کارکنان و متغیر فرایند نوآوری) بر روی متغیر وابسته رقابت پذیری سنجیده می شود که در ابتدای امر هیچ تأثیر مثبت و معناداری بر آن ندارند لذا تأثیر نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری بر روی رقابت پذیری از طریق افزایش اثربخشی استراتژی نوآوری قابل دستیابی می باشد.

نتیجه فرضیات هفتم و هشتم چنین بوده که در سطح اطمینان ۹۵٪ اثربخشی استراتژی نوآوری بر رابطه فرایند نوآوری بر روی رقابت پذیری و رابطه نوآوری کارکنان بر روی رقابت پذیری تأثیر معناداری دارد ولی هرکدام از رابطه های فرایند نوآوری بر روی رقابت پذیری و یا نوآوری کارکنان بر روی رقابت پذیری تأثیر مثبت و معناداری ندارند لیکن با در نظر گرفتن اثر مثبت متغیر مداخله گر استراتژی نوآوری در این رابطه می توان به این نتیجه دست یافت که با افزایش سطح استراتژی نوآوری، رابطه بین فرایند نوآوری و رقابت پذیری و رابطه بین نوآوری کارکنان و رقابت پذیری را بهبود بخشید تا جایی که فرایند نوآوری و نوآوری کارکنان بر روی رقابت پذیری اثر مثبت و معناداری داشته باشند.

شاید یکی از مهمترین بخش از هر تحقیق ارائه راهکارهای عملی و واقع بینانه در جهت رفع مشکلی که در طول تحقیق، محقق به دنبال آن بوده است، می باشد. با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهاد های تحقیق عبارتند از:

- به منظور ارتقای فرایند نوآوری که شامل اجرای به موقع پروژه ها، دقت در اطلاعات مربوط به نیاز های مشتریان، بهره گیری از ایده ها و راه حل های مفید و جستجو جهت راه حل های نوآورانه سیستماتیک می باشد به نوآوری کارکنان به خصوص در تقویت توانمندی در نوآوری در زمینه تجارت، یافتن راه حل های نوآورانه جهت غلبه بر محدودیت ها و ارزش قائل شدن به کسب تجربه در زمینه فعالیت های تجاری توجه شود.

- به منظور ارتقای نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری می بایست مدیریت مجموعه به عناصر مرتبط با سبک رهبری از جمله رأی گیری در تصمیمات مهم، موافقت اکثریت افراد در جهت اخذ تصمیمات قطعی، اجازه به کارکنان در تعیین نحوه کارکردشان، واگذاری کار به افراد در روندهای کاری جدید، تقسیم قدرت ریاست، تعیین اهداف سازمانی توسط کارکنان و غیره توجه و در جهت ارتقای آنان تلاش نماید.

- برای ارتقای رقابت پذیری که شامل افزایش قدرت رقابتی از طریق قابلیت های نوآورانه و انتخاب راه حل های نوآورانه مبتنی بر تکنولوژی بدلیل انعطاف پذیری در تکنولوژی می باشد به نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری عنایت شود و همچنین به اثربخشی استراتژی نوآوری در زمینه وجود اتفاق نظر در چگونگی افزایش توان رقابتی با استفاده از نوآوری، درک واضح از استراتژی در حوزه نوآوری، آگاهی از چگونگی ارتقای رقابت پذیری، کسب مزیت رقابتی از طریق سیستم های نوآور و مناسب، غلبه بر چالش ها با استفاده از راه حل های کاملاً جدید و مناسب، غلبه بر مشکلات از طریق وجود ساختار سازمانی نوآور، رشد و توسعه بعنوان آرمان مشترک، حمایت مدیران از راه کارها و ایده های نوآور و وجود تناسب بین پروژه ها و استراتژی کسب و کار توجه گردد.

- در پایان باید توجه داشت که براساس نتایج این پژوهش، ارتقا و افزایش رقابت پذیری از طریق ارتقای نوآوری کارکنان و فرایند نوآوری بوده البته متغیرهای یاد شده بطور مستقل بر رقابت پذیری تأثیر نداشته که باید بمنظور ارتقای آنان، متغیرهای مربوط به اثربخشی استراتژی نوآوری را ارتقا و افزایش داده تا نتیجه مورد نظر حاصل گردد.

منابع:

- [۱]. آقازاده ه و طبیبی م.ر. (۱۳۸۶). «ماهیت رقابت پذیری: نگاهی چند بعدی»، نشریه دانش مدیریت، شماره ۷۶، بهار، ۱۳۹ - ۱۵۸.
- [۲]. بدری، م و نودهی، ح. (۱۳۹۵). «پیش بینی قابلیت های نوآوری بر اساس سبک رهبری اصیل در آموزش و پرورش»، نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، شماره ۳، زمستان، ۱۲۵ - ۱۵۰.

- [۳]. بنیادی نائینی، ع؛ احدزاده نمین، م و امینی، ع (۱۳۹۵). «بهبود کارایی در توانمندی های نوآورانه فناورانه و رقابت پذیری شرکت های داروسازی با اعمال هوشمندی فناوری با استفاده از تحلیل پوششی داده ها»، مجله مدیریت بهداشت و درمان، شماره ۷، تابستان، ۶۳ - ۷۳.
- [۴]. پارسائیان، ح (۱۳۹۶). «تحلیل رقابت پذیری دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد براساس مدل مایکل پورتر»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد.
- [۵]. پاداش، ف و گل پرور، م (۱۳۸۹). «رابطه رهبری اخلاق مدار با انگیزش درونی برای نوآوری و خلاقیت کارکنان»، نشریه اخلاق در علوم و فناوری، شماره ۲، بهار و تابستان، ۱۳۰ - ۱۱۰.
- [۶]. خاکی غ، (۱۳۷۸). «روش تحقیق به رویکردی به پایان نامه نویسی»، وزارت فرهنگ و آموزش عالی، مرکز تحقیقات علمی کشور با همکاری کانون فرهنگی انتشاراتی درایت، ۱۵۵.
- [۷]. راوند، ح؛ درویش، ح و نیکبخت نصرآبادی، ع (۱۳۹۶). «ارتباط رهبری تحول آفرین و نوآوری فرایند و خدمت در بیمارستان آموزشی منتخب دانشگاه علوم پزشکی تهران»، نشریه پژوهش پرستاری، شماره ۴۸، مرداد و شهریور، ۵۸ - ۶۶.
- [۸]. رجب پور، ا و شاکری، س (۱۳۹۵). «بررسی رابطه بین سبک رهبری کریمانه و یادگیری سازمانی با تأکید بر فراموشی سازمانی هدفمند»، دو فصلنامه علمی - تخصصی اسلام و مدیریت، شماره ۸ و ۹، بهار و تابستان، ۵۱ - ۷۳.
- [۹]. رحمان سرشت، ح و هاشمی، س ک (۱۳۸۷). «فرایند و استراتژی نوآوری در شرکت های عمرانی ایران»، چشم انداز مدیریت، شماره ۲۹، زمستان، ۲۷۵ - ۲۹۷.
- [۱۰]. رشیدآبادی س، م، دهنوی م و بهمدی م (۱۳۹۶). «بررسی سبک رهبری مدیران و تأثیر آن بر تعهد سازمانی کارکنان و مدیران تأمین اجتماعی خراسان رضوی»، فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، شماره ۲، تابستان، ۲۰۹ - ۲۱۵.
- [۱۱]. زندحسامی، ح و آشتیانی چور، ز (۱۳۹۲). «تحلیل چگونگی تأثیر قابلیت های نوآوری فناورانه بر رقابت پذیری شرکت های کوچک و متوسط»، نشریه علمی - پژوهشی مدیریت نوآوری، شماره ۲، تابستان، ۱ - ۲۴.
- [۱۲]. عباس زاده، ن، احمدی، ح و عبدالملکی، ص (۱۳۹۳). «بررسی رابطه رهبری توزیع شده با عملکرد سازمانی معلمان مدارس دولتی ابتدایی شهر تهران»، نوآوری های مدیریت آموزشی، شماره ۳۵، تابستان، ص ۶۶.
- [۱۳]. اکرم انجانی، ف، نظری، ح و سقایی، س (۱۳۹۳). «بررسی رابطه بین یادگیری سازمانی با سبک های رهبری مختلف مدیران دانشگاه در دانشگاه پیام نور ساوه»، دومین همایش ملی مدیریت کسب و کار.
- [۱۴]. مقدم، ع و عباس نژاد، م ح (۱۳۹۳). «بررسی و تعیین رابطه بین سبک رهبری، جو سازمانی و نوآوری از دیدگاه اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم انتظامی امین»، فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت منابع در نیروی انتظامی، شماره ۳، تابستان، ۱ - ۲۴.
- [۱۵]. ملاحسینی، ع و برخوردار، ب (۱۳۸۶). «بررسی رابطه بین مهارت های خودمدیریتی و نوآوری کارکنان در سازمان های استان کرمان»، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی ویژه مدیریت، شماره ۲۷، زمستان، ۹۷ - ۱۱۲.
- [۱۶]. ملک اخلاق، ا، مرادی، م، مهدی زاده، م و درستکار احمدی، ن (۱۳۹۲). «گزینه های استراتژی های نوآوری با استفاده از رویکرد ترکیبی دلفی - فرایند تحلیل شبکه در شرکت مدیریت پروژه های ساختمانی ایران - مپسا»، مدیریت بازرگانی، شماره ۳، پاییز، ۱۴۵ - ۱۷۲.
- [۱۷]. موسی خانی، م و محمدنیا، ع (۱۳۸۵). «ارائه و تبیین شاخص های انتخاب مدل رهبری نوین و نحوه یکپارچه سازی آن در سازمان ها»، فرهنگ مدیریت، شماره ۱۴، زمستان، ۱۶۳ - ۲۰۱.
- [۱۸]. میرکمالی، م، چوپانی، ح (۱۳۹۰). «بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین با گرایش به نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه ای»، پژوهشنامه بیمه، شماره ۱۰۳، پاییز، ۱۵۷ - ۱۶۱.
- [۱۹]. هادوی، س ع (۱۳۸۸). «ابزارهای مدیریت نوآوری: مروری بر نظریه و عمل»، تدبیر، شماره ۲۰۴، بهار، ۳۵ - ۳۹.
- [۲۰]. یعقوبی، ن؛ شکوهی، ج؛ رئیسی شهروئی، ح و همکاران (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر سبک های رهبری بر عملکرد سازمانی با میانجی گری های یادگیری و نوآوری سازمانی»، پژوهش نامه مدیریت تحول، شماره ۱۴، پاییز و زمستان، ۳۳ - ۵۶.

- [۲۱]. Birasnav M. (۲۰۱۳). Knowledge management and organizational performance in the service industry: The role of transformational leadership beyond the effects of transactional leadership, *Journal of Business Research*, Volume ۶۷, Issue ۸, August ۲۰۱۴, Pages ۱۶۲۲-۱۶۲۹
- [۲۲]. Garcia V., Jimenez M. , Gutierrez L. (۲۰۱۲). Transformational leadership influence on organizational performance through organizational learning and innovation, *Journal of Business Research*, Volume ۶۵, Issue ۷, July ۲۰۱۲, Pages ۱۰۴۰-۱۰۵۰.
- [۲۳]. Gumusluoglu L. & Elsev A. (۲۰۰۹). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation, *Journal of Business Research*, Volume ۶۲, Issue ۴, April ۲۰۰۹, Pages ۴۶۱-۴۷۳.
- [۲۴]. Honarpour A, Jusoh A & Nor KH Md. (۲۰۱۷). Total quality management, knowledge management, and innovation: an empirical study in R&D units, *Journal Total Quality Management & Business Excellence*, January, ۱ - ۱۹.
- [۲۵]. Hui Lee H., Zhou J. & Hsu p. (۲۰۱۵). The role of innovation in inventory turnover performance, *Decision Support Systems*, Volume ۷۶, August ۲۰۱۵, Pages ۳۵-۴۴.

Archive of SID