

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



کارگاه آنلاین آشنایی با پایگاه های اطلاعات علمی بین المللی و ترند های جستجو



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛ شبکه های توجه گرافی (Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین مقاله نویسی IEEE و ISI ویژه فنی و مهندسی



بررسی نقش واسط یادگیری سازمانی بر رابطه بین نوآوری سازمانی و عدم اطمینان محیطی

علی شیر طاهری

عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد لارستان
Ashtaheeri2002@yahoo.com

لیلا آخوندزاده

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی
Laila.akhondzadeh.62@gmail.com

مصطفی آخوندزاده

کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی
mostafa.vegetarian@gmail.com

چکیده

امروزه تغییرات به صورتی برق آسا به وقوع می‌پیوندند و باید سازمان‌ها از این تغییرات به نفع خود بهره‌گیرند. امروزه سازمان‌هایی موفق هستند که در این دنیای پر رقابت بتوانند دست به تولید افکار و اندیشه‌های نو بزنند و خلاقیت و نوآوری را بر ثبات رویه‌های سنتی ترجیح دهند. روش تحقیق، توصیفی-پیمایشی و از نوع کاربردی است. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده گردیده و روایی و پایایی آن با استفاده از روش‌های مطرح از جمله روایی محتوایی و سازه و همچنین آلفای کرانباخ مورد تأیید قرار گرفت. جامعه آماری در این پژوهش شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهرک‌های صنعتی مشهد می‌باشد. طرح نمونه‌گیری احتمالی بوده و از نوع نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار PLS استفاده شده و تحلیل داده‌های مربوط به ۸۹ شرکت که به سوالات تحقیق پاسخ دادند حاکی از تأیید نقش میانجی یادگیری سازمانی در رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی است. به علاوه عدم اطمینان محیطی به طور مستقیم با یادگیری سازمانی و یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی رابطه معناداری دارند. همچنین رابطه مستقیم عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی مورد تأیید قرار نگرفت.

کلمات کلیدی: یادگیری سازمانی، عدم اطمینان محیطی، نوآوری سازمانی.



۱. مقدمه

در شرایط کنونی که سازمان ها به عنوان نظام اجتماعی باز در تعامل با محیط ، موقعیت های آشوب ناک و نامطمئن را تجربه می کنند ، تمرکز بر مفهوم عدم اطمینان محیطی اهمیت بسزایی دارد. همه سازمان ها در متن شرایط فیزیکی ، فناورانه ، فرهنگی و اجتماعی خاص که محیط آن ها نامیده می شود فعالیت می کنند. هیچ سازمانی مستقل از محیطی که در آن قرار دارد ، نمی تواند به حیات خود ادامه دهد. اما ، سختی و آسانی آن حیات و بقا به طور کامل به نوع رابطه سازمان ها با محیط ها که در واقع خود جزئی از آن به شمار می آیند ، مربوط است (رحمان سرشت ، ۱۳۷۷). از طرفی با توجه به روندهای جهانی و تغییرات فزاینده محیطی ، سازمان ها با دشواریهای بسیاری در راه حفظ بقا و رشد و توسعه خود رو به رو هستند. در همین راستا ، موضوع نوآوری به عنوان یکی از اجزای ضروری شرکت هایی که خواهان حفظ مزیت رقابتی بلند مدت هستند ، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است (ودادی و عبدالملیان ، ۱۳۹۱). امروزه با توجه به شرایط رقابتی ، سازمان ها در معرض تحول و دگرگونی بوده و موفقیت نهایی و حتی گاهی بقای سازمان ها به میزان توانایی برنامه ریزان در ایجاد نوآوری و زمینه های اجرای آن و به کارگیری افکار و ایده های نو بستگی دارد (ملاحسینی و برخوردار ، ۱۳۸۶).

مفهوم یادگیری سازمانی برای اولین بار در سال ۱۹۷۰ مطرح شد. این روزها فعالیت های یادگیری شرکت ها از طریق کارکنانی که برای آنها کار می کنند تحقق می یابد. نقش شرکت هایی که سیستم یادگیری سازمانی دارند ، ساده کردن و یا پیچیده کردن فعالیت های یادگیری کارکنان است. در گذشته بنای اساسی سازمان های موفق را سرمایه و نیروی کار تشکیل می داد ، اما در حال حاضر بدون شک سازمان هایی که یاد می گیرند و نوآور و خدمت محور هستند ، سازمان هایی موفق محسوب می شوند (شکری و خیر گو ، ۱۳۸۸). با توجه به اهمیت محیط برای یک سازمان و تأثیری که شرایط ناپایدار آن می تواند بر روند فعالیت های سازمان و همچنین نوآوری سازمانی داشته باشد ، در این پژوهش این تأثیر با نقش واسط یادگیری سازمانی همراه گشته و تأثیر آن روی نوآوری سازمانی شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ شهرک های صنعتی شهرستان مشهد سنجیده می شود. این موضوع ، یک موضوع جدید در حوزه محیط و نوآوری سازمانی است که تا به حال در پژوهش های صورت گرفته به آن پرداخته نشده است. در سایر تحقیقات اثر مستقیم عدم اطمینان محیطی بر روی نوآوری سازمان سنجیده شده است اما این تأثیر در هیچ کجا با واسطه گری نقش یادگیری سازمانی همراه نبوده است. در ادامه ابتدا مبانی نظری تحقیق مرور می شود سپس روش شناسی تحقیق در قالب موضوعات روش تحقیق ، ابزار جمع آوری داده ها ، جامعه آماری ، نمونه آماری ، روایی و پایایی تحقیق بیان می گردد. سپس به آزمون فرضیه های آماری پرداخته می شود و پس از آن نتیجه گیری و پیشنهادات تحقیق ارائه خواهد شد.

۲. پیشینه و مدل مفهومی و روش شناسی و تحلیل داده ها

۲-۱. مبانی نظری و پیشینه تحقیق

عدم اطمینان محیطی

تعاریف مختلفی از عدم اطمینان محیطی مطرح شده است. از دیدگاه دفت (دفت ، ۱۹۸۶). نامطمئن بودن محیط به این معنی است که تصمیم گیرندگان درباره عوامل محیطی اطلاعات کافی ندارند و برای پیش بینی تغییرات خارجی با مشکل رو به رو می شوند. «ماری جو هچ» نگاهی دیگر به موضوع دارد. وی معتقد است آنچه بر سازمان ها تأثیر می گذارد شرایط محیطی نیست ، بلکه بیشتر برداشت های تصمیم گیرندگان سازمان در مورد میزان عدم اطمینان محیطی است. وی تصریح می کند که عدم اطمینان در محیط نهفته نیست بلکه در افرادی نهفته است که در زمان تصمیم گیری های سازمانی محیط را در نظر می گیرند. وی مدعی است که وقتی مدیران تصور می کنند محیط غیر قابل پیش بینی است ، احساس عدم اطمینان می کنند و این حالت زمانی اتفاق می افتد که احساس کنند فاقد اطلاعات مورد نیاز برای تصمیم گیری صحیح هستند (جو هچ ، ۱۳۸۷).



طبق نظر (محقر و همکاران، ۱۳۸۹) عدم اطمینان محیطی را می‌توان به مثابه منشأ حوادث و روندهای متغیری تعریف کرد که فرصت‌ها و تهدیدهایی را برای سازمان خلق می‌کنند.

لارنس و لورش نیز عدم اطمینان محیطی را فقدان اطلاعات درباره روابط علی و معلولی می‌دانند. در تحقیق دیگری نیز آمده است که عدم اطمینان به احساس افزایش تردید اشاره دارد. این تردید از طریق تغییرپذیری پیش‌بینی نشدنی ذاتی ایجاد می‌شود. چندلر بیان می‌کند عدم اطمینان محیطی شرایطی است که سازمان‌ها بر اساس آن چارچوب خود را تنظیم می‌نمایند و ناشی از فاکتورهای محیطی سازمان است که مربوط به درجه تغییر است که فعالیت‌های محیطی مربوط به عملیات سازمان، عدم پیش‌بینی مربوط به عملیات‌های مشتریان، عرضه‌کنندگان، رقیبان و نهادهای قانونی را مشخص می‌نماید.

یادگیری سازمانی

امروزه واژه یادگیری برداشت جدیدی دارد که با مفهوم آن در نظریه‌های اداری و سازمانی در چند دهه قبل تفاوت دارد، به علت ماهیت پیچیده مسائل امروزی پیشرفت‌های تکنولوژی، محیط ناپایدار و به‌ویژه تغییر ارزش‌های فردی و گروهی اینک تأکید بر فرآیند نوین توزیع و نشر اطلاعات و دانش درباره مسائل اجتماعی و سازمانی است، به نحوی که اتخاذ راه‌حل‌های عملی‌تر برای بررسی این مسائل و همچنین مشارکت دریافت‌کننده اطلاعات را در تمامی ماحل تنظیم و اجرای خط‌مشی‌ها میسر سازد (Bernolak, 1997). این روزها فعالیت‌های یادگیری شرکت‌ها از طریق کارکنانی که برای آن کار می‌کنند تحقق می‌یابد. در واقع نقش شرکت‌هایی که سیستم یادگیری سازمانی که به‌طور چشمگیری از سال ۱۹۹۰ به بعد مورد توجه بسیاری از مراکز دانشگاهی و صنعتی قرار گرفت یادگیری سازمانی را قابلیت سازمانی برای حفظ و بهبود عملکرد بر اساس تجارب گذشته تعریف می‌کنند و این قابلیت را توانایی کسب و بهره‌وری از دانش ضمنی و صریح به تشریح دانش و استفاده از دانش در سازمان می‌دانند. یادگیری به عنوان عاملی کلیدی برای تبدیل (توانایی تطبیق خود با شرایط متغیر) و تجدید سازمان است. یادگیری برای سازمان‌ها از این جهت اهمیت دارد که یادگیری به عنوان تمایل درونی به منظور شناسایی، جمع‌آوری و کسب دانش جدید، سازمان‌ها را قادر می‌کند تا کارمندان خود را برای رسیدن به اهدافشان آماده کنند، زمانی که یادگیری در رفتار کارکنان درونی شد، آن‌ها قادر به درک سهم مربوط به همکاری خودشان با سازمان خواهند شد. در سال ۲۰۰۸، دابنی بیان نمود که یادگیری سازمانی درجه تناسب فرصت‌های آموزشی و تربیتی کارکنان با اهداف نوآورانه است. در تعریفی دیگر نیز آمده است که اصطلاح یادگیری سازمانی ظاهراً اشاره به یادگیری فردی در سازمان دارد، اما یادگیری سازمانی بیشتر اشاره به گروه یا یادگیری سطح سازمانی دارد. یادگیری فردی از طریق مطالعه، مصاحبه، شناخت، تجربه، تمرین و توسعه مدل‌های ذهنی مؤثر در ذهن صورت می‌گیرد، اما یادگیری سازمانی زمانی اتفاق می‌افتد که گروه یاد می‌گیرد، تعامل داشته، دانشش را سهیم شده و به صورت جمعی عمل کند به گونه‌ای که ظرفیت ترکیب شده گروه افزایش یافته و توانایی فهم و انجام عمل مؤثر را به دست آورد (Bennet. Alex and Bennet. David, 2008)

نوآوری سازمانی

در ادبیات مدیریت، واژه «نوآوری» از منظر اصطلاحی به معنی فرآیند کسب اندیشه‌ای خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمت، یا روش عملیاتی مفید است. نوآوری نقش مهمی در توسعه اقتصادی ایفا می‌کند، که این مسئله منجر به مطالعات زیادی در زمینه نوآوری سازمانی شده است.

طبق تعریف انجمن مدیریت آمریکا (American management association, 2004) نوآوری فرآیند ادراک و یا ایجاد دانش مربوط و تبدیل آن به محصولات و خدمات بهبود یافته و یا جدید برای افرادی که خواهان آن هستند، می‌باشد. در واقع نوآوری یک منبع مهم رشد و عامل اصلی مزیت رقابتی برای بسیاری از سازمان‌ها است. دستیابی به نوآوری نیاز به هماهنگ شدن تلاش‌های بسیاری از ایفاکنندگان نقش در سازمان، ادغام فعالیت تخصصی، حوزه‌های دانش و نیز زمینه‌های کاربرد آن دارد. در نظریه دیگری گرین و همکاران مطرح کردند که نوآوری یک مفهوم چند بعدی است که در آن تولیدکنندگان روی محصول، روند و خدمات تمرکز می‌کنند تا اصلاحات تدریجی را در آنها اعمال نمایند. (به عنوان مثال گسترش خط تولید

محصول ، عملکرد فعلی ، و تنظیمات جزئی در فعالیت های عملیاتی). ریچارد دفت در تعریف خود از نوآوری سازمانی بیان کرده است که نوآوری سازمانی ، عبارت است از پذیرفتن یک عقیده یا رفتاری که برای صنعت ، سازمان و یا محیط عمومی سازمان تازگی دارد. در نهایت باید گفت که محققان و صاحب نظران ، مطالعات و تحقیقات زیادی در زمینه نوآوری داشته اند ، و تاکنون به سه رویکرد اشاره کرده اند :

- ۱- رویکردی که نوآوری را بیشتر امری روان شناختی و مربوط به استعداد های فردی تلقی نموده است.
- ۲- رویکردی که نوآوری را امری اجتماعی و مربوط به فراهم آمدن محیط و زمینه مناسب در نظر گرفته است.
- ۳- رویکردی که نوآوری را یک امر سازمانی دانسته و معتقد است که نوآوری مستلزم مهیا شدن عوامل متعدد است .

(اسمی، ۱۳۸۵) (زکی، ۱۳۸۰) (مقیمی، ۱۳۸۳)

۲-۲. توسعه فرضیه ها و مدل مفهومی

با بررسی ادبیات موضوع و نیز با توجه به موضوع پژوهش به منظور دستیابی ارتباط موجود بین متغیرهای اصلی تحقیق ، عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی و با در نظر گرفتن نقش واسطه یادگیری سازمانی فرضیات زیر مطرح و صحت آن ها مورد بررسی قرار می گیرد.

نتایج حاصل از تحقیق تورناتزکی و فلیشر حاکی از آن است که محیط یکی از عوامل مهمی است که می تواند روی نوآوری سازمانی اثر بگذارد و اغلب اوقات وجود محیط متغیر و نامطمئن و تغییرات ناشی از آن به عنوان نیرویی عمل می کند که سازمان را به سمت نوآوری سوق می دهد. بر این اساس اولین فرضیه تحقیق به صورت زیر در نظر گرفته می شود.

H1 . رابطه مثبت و معنی داری بین عدم اطمینان محیطی شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ و نوآوری سازمانی آنان وجود دارد. تئوری یادگیری اجتماعی باندورا (Bandura, 1977) بیان می کند که "افراد تنها بوسیله نیروهای درونی یا تغییرات محیطی برانگیخته نمی شوند؛ عملیات روانشناختی شامل تأثیرات همزمان مشخه های محیطی و فردی می باشد." تغییرات محیطی همواره به عنوان محرکی برای یادگیری مورد تأکید محققان بوده و بیان گردیده که هر چه عدم اطمینان محیطی بیشتر گردد ، نیاز به یادگیری بیشتر می گردد. سازمان ها و نیز اشکال یادگیری فردی و جمعی ، فرآیند یادگیری و خروج آن را تحت تأثیر قرار می دهد. یادگیری سازمانی هم بوسیله عدم اطمینان و تغییرات محیطی و هم فاکتورهای داخلی در هر دو حالت پیچیده (Complex) و تکرار شونده (Iterative) برانگیخته می شود و تحت تأثیر قرار می گیرد. بر این اساس دومین فرضیه تحقیق به صورت زیر مطرح می شود.

H2 . رابطه مثبت و معنی داری بین عدم اطمینان محیطی شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ و یادگیری سازمانی آنان وجود دارد.

بسیاری از مطالعات درباره یادگیری سازمانی (Calantone et al, 2002) نشان می دهند که یادگیری سازمانی تأثیر مثبتی بر نوآوری در سازمان ها دارد چرا که یادگیری سازمانی از خلاقیت و نوآوری حمایت می کند و منجر به خلق دانش و ایده های جدید می شود و توانایی درک و به کارگیری آنها را افزایش می دهد. نتایج حاصل از تحقیقی حاکی از آن است که یادگیری سازمانی بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. به عبارت دیگر، قابلیت یادگیری سازمانی منجر به عملکرد بهتر سازمانی به عنوان یک متغیر واسطه برای پرهیز از قضاوت نادرست و به دست آوردن عملکرد بهتر توجه بیشتری نشان دهند. بورنز و استالکر معتقدند یک سازمان یادگیرنده موفق می تواند ظرفیت نوآوری خود را افزایش دهد که منظور از آن افزایش توانایی های سازمان برای پذیرفتن یا اجرای ایده های جدید، محصولات و فرآیندها به نحو موفقیت آمیز است. بر این اساس دومین فرضیه تحقیق به صورت زیر خواهد بود.

H3 . رابطه مثبت و معنی داری بین یادگیری سازمانی شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ و نوآوری سازمانی آنان وجود دارد. این موضوع که یادگیری سازمانی رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی را در شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ واسطه گری می کند، یک موضوع جدید در حوزه محیط و نوآوری سازمانی است که تا به حال در پژوهش های صورت

گرفته به آن پرداخته نشده است. در تحقیقاتی که تاکنون انجام شده، اثر مستقیم عدم اطمینان محیطی بر نوآوری سازمانی سنجیده شده است اما این تأثیر در هیچ کجا با واسطه گری نقش یادگیری سازمانی همراه نبوده است؛ اما در این پژوهش این رابطه در نظر گرفته شده و بر این اساس فرضیه زیر در این پژوهش ارائه می گردد.

H4. یادگیری سازمانی رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ را واسطه گری می کند.

لذا با کمک بررسی ادبیات موضوع و با توجه به دغدغه اصلی این تحقیق مدل تئوریک تحقیق شکل یافته است.

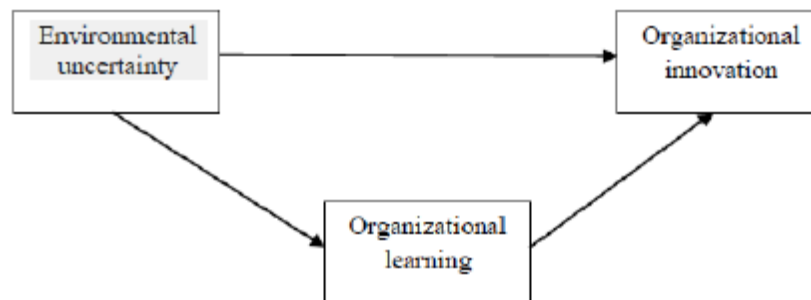


Figure 1: Conceptual model of research

۳-۲. روش شناسی

پژوهش حاضر بدین دلیل که دانش کاربردی را در مورد کیفیت رابطه و تاثیرپذیری میان متغیرها توسعه می دهد از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری دادهها، توصیفی است. روش انجام تحقیق نیز به صورت پیمایشی بوده چرا که به توصیف وضعیت متغیرها و نیز روابط میان آن ها می پردازد.

ابزار جمع آوری داده ها

پرسشنامه ی این تحقیق شامل ۲۵ گویه در سه بخش عدم اطمینان محیطی، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی می باشد که پاسخ های آن در یک طیف ۵ تایی لیکرت قسمت بندی شده است. قسمت اول (عدم اطمینان محیطی) شامل ۵ گویه می باشد. قسمت دوم (نوآوری سازمانی) شامل ۸ گویه می باشد. از این ۸ گویه ۴ گویه مربوط به نوآوری در محصول و ۴ گویه مربوط به نوآوری در فرآیند است. قسمت سوم (یادگیری سازمانی) شامل ۱۲ گویه است که از چهار بخش کسب دانش، توزیع اطلاعات، تفسیر اطلاعات و حافظه سازمانی تشکیل شده است.

روایی و پایایی ابزار

با اینکه ابزار مورد استفاده در تحقیق استاندارد بوده و از منابع معتبری استخراج شده است، اما به جهت کسب اطمینان بیشتر و تطابق هر چه بیشتر گویه های آن با محیط واقعی شرکت های تولیدی، پرسش نامه در اختیار چند تن از اساتید گروه مدیریت قرار گرفت تا از نقطه نظرات آنان در جهت بهبود هر چه بیشتر گزاره ها استفاده نموده و اقدامات اصلاحی لازم صورت گیرد. همچنین روایی سازه پرسش نامه نیز با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی بررسی و در جدول شماره یک نشان داده شده است.

Table 1: Results of Exploratory Factor Analysis

Environmental uncertainty (EU)	EU1 0.587	EU2 0.657	EU3 0.692	EU4 0.469	EU5 0.609								
Organizational innovation (IN)	IN1 0.662	IN2 0.696	IN3 0.684	IN4 0.707	IN5 0.574	IN6 0.458	IN7 0.312	IN8 0.646					
Organizational Learning (OL)	OL1 0.694	OL2 0.656	OL3 0.625	OL4 0.525	OL5 0.756	OL6 0.591	OL7 0.579	OL8 0.675	OL9 0.673	OL10 0.638	OL11 0.682	OL12 0.561	

پایایی ابزار نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ کخه رایج ترین آزمون سازگاری داخلی برای مقیاس های چند عاملی است مورد ارزیابی قرار گرفت. جدول شماره ۲ مقدار این ضریب این ضریب را برای مولفه های تحقیق نشان می دهد.

Table 2: Results of the reliability study

EU	IN	OL
0.833	0.900	0.701

جامعه و نمونه تحقیق

با توجه به اینکه شرکت ها تولیدی در اقتصاد کشور نقش بسزایی دارند و می توانند تاثیر شگرفی در پیشبرد اهداف کلان کشور داشته باشند، لذا در تحقیق حاضر کلیه شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ واقع در سطح شهرک های صنعتی شهرستان مشهد که با توجه به آمار سازمان صنایع و معادن استان خراسان رضوی جمعا ۱۲۰ شرکت بوده، جامعه تحقیق حاضر قرار گرفتند. با توجه به اینکه آگاه ترین افراد نسبت به شرکت، مدیران ارشد می باشند؛ لذا جامعه مورد بررسی این پژوهش مدیران این شرکت ها قرار داده شدند. با توجه به اینکه تعداد دقیق شرکت های متوسط و بزرگ بر اساس لیست اخذ شده از اداره کل صنایع و معادن موجود است، لذا از شیوه نمونه گیری تصادفی استفاده شده است. بنابراین تعداد ۱۱۰ پرسشنامه توزیع شد که از این تعداد پرسشنامه توزیع شده، تعداد ۸۹ پرسشنامه کامل برگشت داده شد.

۴-۲. تحلیل داده ها

بررسی ویژگیهای جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

متوسط سن پاسخ دهندگان به پرسشنامه ۴۱ سال، متوسط سابقه خدمت ۱۶ سال و متوسط خدمت در پست مدیریتی آن ها ۱۲ سال بوده است. حداقل سابقه مدیریتی در بین پاسخ دهندگان ۵.۱ سال و حداکثر ۴۵ سال می باشد. از بین پاسخ دهندگان معتبر برای سؤال جنسیت ۳.۸۴٪ مرد و ۷.۱۵٪ زن بوده اند و از پاسخ دهندگان معتبر به سؤال سطح تحصیلات از مجموع ۸۹ نفر، ۱۵ نفر دیپلم، ۷ نفر فوق دیپلم، ۴۳ نفر لیسانس، ۱۷ نفر فوق لیسانس و دکترا ۷ نفر هستند. از بین صنایع مورد مطالعه قرار گرفته صنایع غذایی با ۲۹.۲٪ بیشترین و صنایع کشاورزی، ماشین سازی و دارویی با ۲.۲٪ کمترین فراوانی را دارا بوده اند.

آزمون فرضیه‌ها

شکل شماره ۲ مدل معادلات ساختاری و نمودار مسیر تحقیق را نشان می‌دهد. همانطور که در مدل مشخص شده است ضریب مسیر روابط بین متغیرها و همچنین معنی دار بودن آن در آن نیز مشخص شده است. مقادیر p -value، مقدار احتمالی هستند که بوسیله‌ی آنها معنی داری ضرایب مسیر بررسی می‌شود. اگر مقدار مورد نظر از 0.05 بیشتر باشد، مسیر و ضریب مسیر معنی دار نیست و فرضیه مربوط نیز رد می‌شود.

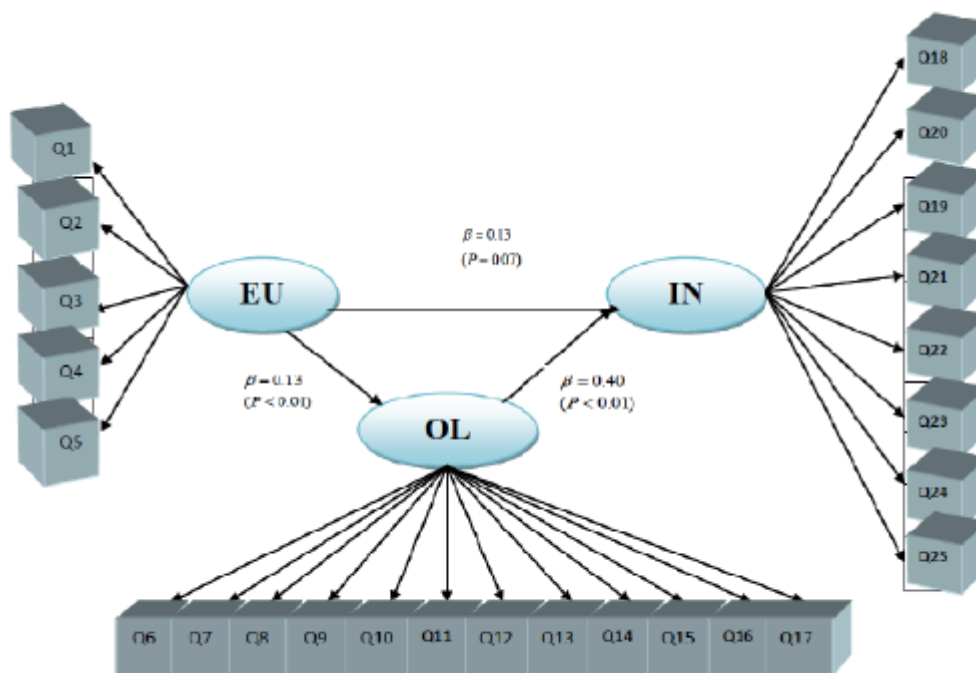


Figure 2: Diagram structural equation modeling and path

بررسی فرضیه‌های تحقیق

به منظور بررسی فرضیه‌های تحقیق با استفاده از ضرایب مسیر و سطح معنی داری آن‌ها و همچنین نتایج حاصل شده برای متغیرهای واسطه، فرضیه‌های تحقیق مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. مقدار p -value (مقدار احتمال) معنی داری ضرایب بررسی نشان می‌دهد، اگر مقدار مورد نظر از 0.05 کمتر باشد مسیر و ضریب مسیر مورد نظر تایید می‌گردد؛ در غیر اینصورت، آن ضریب مسیر معنی دار نبوده و فرضیه مورد نظر رد می‌باشد.

با توجه به داده‌های جدول شماره ۳ ضریب مسیر بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی، 0.130 می‌باشد که با توجه به درجه معناداری $P=0.075$ که بیشتر از 0.05 می‌باشد؛ فرضیه مذکور رد می‌شود. همچنین با توجه به داده‌های جدول مذکور ضریب مسیر بین عدم اطمینان محیطی و یادگیری سازمانی 0.134 می‌باشد که با توجه به درجه معناداری $P<0.001$ که کمتر از 0.05 می‌باشد، فرضیه مذکور تایید می‌گردد. ضریب مسیر بین یادگیری و نوآوری سازمانی نیز 0.400 می‌باشد که با توجه به درجه معناداری $P<0.001$ که کمتر از 0.05 می‌باشد فرضیه مذکور نیز تایید می‌گردد.

Table 3: Results of hypotheses

Direct path	Path coefficient	S.E	Significant level	Hypotheses	Results
EU → IN	0.130	0.091	P=0.075	H ₁	Rejected
EU → OL	0.134	0.095	P<0.001	H ₂	Confirmed
OL → IN	0.400	0.080	P<0.001	H ₃	Confirmed

پس از اینکه روابط موجود در مسیرهای مستقیم بین متغیرها در فرضیه‌های پیشین بررسی گردید و معنادار بودن یا نبودن این فرضیه‌ها مشخص شد؛ می‌توان در خصوص فرضیه‌های مرتبط یا با متغیری که نقش واسط میانجی دارد به بحث پرداخت. همانطوری که مشاهده گردید بخاطر اینکه روابط مستقیم بین عدم اطمینان محیطی و یادگیری سازمانی، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی مورد تایید قرار گرفت، پس طبق جدول شماره ۴ می‌توان نتیجه‌گیری نمود که رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی تنها از طریق یادگیری سازمانی معنادار است.

Table 4: The results of the relationship between environmental uncertainty and organizational innovation with the mediator role of organizational learning

Indirect path	By variable	Hypotheses	Results
EU → IN	OL	H ₄	Confirmed

با توجه به فرضیه‌های تایید و رد شده می‌توان مدل نهایی این تحقیق را ارائه نمود. همانطوری که در شکل شماره ۳ مشاهده می‌شود روابط تایید شده با خط کامل و روابط تایید نشده بصورت نقطه چین نمایش داده می‌شود.

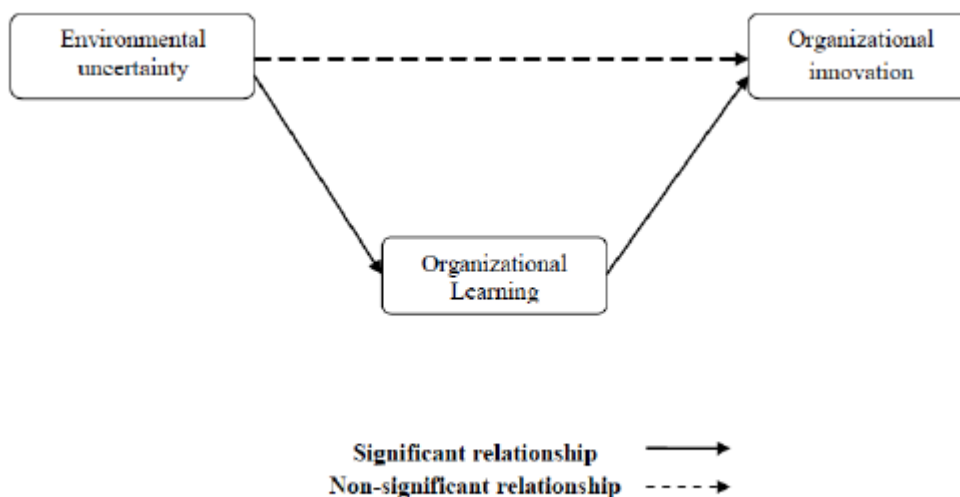


Figure 3: The final result of the research model

۳. نتیجه‌گیری

با توجه به آزمون‌های انجام شده مشاهده گردید که به طور مستقیم هیچگونه رابطه‌ای بین عدم اطمینان و نوآوری سازمانی در شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهرک‌های صنعتی شهرستان مشهد وجود ندارد. رابطه بین عدم اطمینان محیطی و یادگیری سازمانی و همچنین یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی در شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ تایید می‌شود.



گردد که این یافته ها با تئوری یادگیری باندورا (Bandura, 1977) که بیان می دارد "افراد تنها به وسیله نیروهای درونی یا تغییرات محیطی برانگیخته نمی شوند؛ عملیات روانشناختی شامل تاثیرات همزمان مشخصه های محیطی و فردی می باشد" و تغییرات محیطی همواره به عنوان محرکی برای یادگیری مورد تاکید محققان بوده و بیان گردیده که هرچه عدم اطمینان محیطی بیشتر گردد، نیاز به یادگیری بیشتر می گردد، همخوانی دارد. همچنین معنادار بودن ارتباط بین یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی در این پژوهش نیز با مطالعات (Calantone et al, 2002) که معتقدند یادگیری سازمانی تاثیر مثبتی بر نوآوری در سازمان ها دارد، سازگار است. نتایج حاصل از تحقیق، همچنین از اظهارات بورنز و استالکر که معتقدند یک سازمان یادگیرنده موفق می تواند ظرفیت های نوآوری خود را افزایش دهد حمایت می کند. با توجه به معنادار بودن این دو رابطه می توان نتیجه گرفت که یادگیری سازمانی رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی را در شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ واسطه گری می کند یا به عبارتی دیگر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی تنها از طریق یادگیری سازمانی معنادار است. همانطور که بیان گردید در تحقیقاتی که تا کنون انجام شده، اثر مستقیم عدم اطمینان محیطی بر نوآوری سازمانی سنجیده شده است اما این تاثیر در هیچ کجا با واسطه گری نقش یادگیری سازمانی همراه نبوده است؛ این موضوع که یادگیری سازمانی رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی را در شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ واسطه گری می کند یا خیر، یک موضوع جدید در حوزه محیط و نوآوری سازمانی بود که در این پژوهش این رابطه در نظر گرفته شدو با توجه به نتایج بدست آمده این رابطه مورد تایید نیز قرار گرفت. لذا به سازمان ها به ویژه آن دسته از سازمان هایی که عدم اطمینان محیطی بیشتری را در حوزه ی فعالیت خود تجربه می کنند توصیه می شود یادگیری سازمانی و اهمیت آن را همواره در حوزه ی کاری خود در اولویت قرار دهند تا از کسب مزیت رقابتی به واسطه نوآوری در محصولات و فرآیندهای خود از سایر رقبا عقب نمانند.

با توجه به گذشت زمان ممکن است بر نتایج بدست آمده از این پژوهش تاثیر گذار باشد لذا در استفاده از این نتایج در زمان های دیگر باید احتیاط لازم به عمل آید. و در نهایت این تحقیق در شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ شهرک های صنعتی شهرستان مشهد انجام شده و نتایج آن با توجه به سیاست گذاری ها و شرایط درون شرکت ها و تعداد نمونه انتخاب شده و همچنین استراتژی نمونه گیری، کاملاً نتوانست از استراتژی نمونه گیر تصادفی پروی نماید؛ بنابراین در تعمیم نتایج به سایر شرکت ها و سازمان ها با احتیاط باید برخورد شود.

یادگیری سازمانی رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی را در شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ واسطه گری می کند یا به عبارتی دیگر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری تنها از طریق یادگیری سازمانی معنادار است. همانطور که بیان گردید در تحقیقاتی که تاکنون انجام شده، اثر مستقیم عدم اطمینان محیطی بر نوآوری سازمانی سنجیده شده است اما این تاثیر در هیچ کجا با واسطه گری نقش یادگیری سازمانی همراه نبوده است؛ این موضوع که یادگیری سازمانی رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی را در شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ واسطه گری می کند یا خیر، یک موضوع جدید در حوزه محیط و نوآوری سازمانی بود که در این پژوهش این رابطه در نظر گرفته شد و با توجه به نتایج بدست آمده این رابطه مورد تایید نیز قرار گرفت. لذا به سازمان ها به ویژه آن دسته از سازمان هایی که عدم اطمینان محیطی بیشتری را در حوزه فعالیت خود تجربه می کنند توصیه می شود یادگیری سازمانی و اهمیت آن همواره در حوزه ی کاری خود در اولویت قرار دهند تا از کسب مزیت رقابتی به واسطه نوآوری در محصولات و فرآیندهای خود از سایر رقبا عقب نمانند.

با توجه به اینکه گذشت زمان ممکن است بر نتایج بدست آمده از این پژوهش تاثیر گذار باشد لذا در استفاده از این نتایج در زمان های دیگر باید احتیاط لازم بعمل آید. و در نهایت این تحقیق در شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ شهرک های صنعتی شهرستان مشهد انجام شده و نتایج آن با توجه به سیاست گذاری ها و شرایط درون شرکت ها و تعداد نمونه انتخاب



شده و همچنین استراتژی نمونه گیری ، کاملا نتوانست از استراتژی نمونه گیری تصادفی پیروی نماید ؛ بنابراین در تعمیم نتایج به سایر شرکت ها و سازمان با احتیاط باید برخورد شود.

منابع:

- ۱- اسمی ، کرامت. ۱۳۸۵ " بررسی تحلیلی رابطه نوع ساختار و خلاقیت سازمانی مدارس متوسطه شیراز " ، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شیراز.
- ۲- جوهرچ ، ماری. ۱۳۸۷. تئوری سازمان : مدرن ، نمادین - تفسیری و پست مدرن. ترجمه حسن دانایی فرد. نشر افکار ، تهران ، چاپ سوم.
- ۳- دفت ، ریچارد ال. ۱۹۸۶. تئوری و طراحی سازمان. ترجمه علی پارسیان و سید محمد اعرابی. ۱۳۸۳. چاپ ۵. تهران : دفتر پژوهش فرهنگی
- ۴- رحمان سرشت ، حسین. ۱۳۷۷. تئوری های سازمان و مدیریت از نوین گرایی تا پسانوگرایی. تهران : موسسه انتشاراتی فرهنگی فن و هنر.
- ۵- زکی ، محمد علی. ۱۳۸۰. " بررسی نقش عوامل شخصیتی ، سازمانی و اجتماعی در نوآوری مدیران آموزشی " ، مجله رهیافت ، شماره ۲۶.
- ۶- شکری ، ز. و خیر گو ، م. ۱۳۸۸ ، نقش یادگیری در نوآوری سازمانی. ماهنامه علمی - آموزشی تدبیر(۲۱۲).
- ۷- ودادی ، ا. و عبدالملیان ، ح. ۱۳۹۱. بررسی رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در منابع انسانی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران. ۱۳ ، ۱۴۱-۱۵۸.
- ۸- ملاحسینی ، علی ؛ برخوردار ، بابک ۱۳۸۶. بررسی رابطه بین مهارت های خود مدیریتی و نوآوری کارکنان در سازمان های استان کرمان. پژوهش نامه علوم انسانی و اجتماعی ، ۷(۲۷)۹۸-۱۱۱.
- ۹- محقر ، علی ، امیر احمدی ، فاطمه محقر ، و نسیم معصوم زاده. ۱۳۸۹. " بررسی عوامل اثرگذار درون و برون سازمانی بر تسهیم اطلاعات و کیفیت تسهیم اطلاعات در زنجیره تامین " تهران ، ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری و اطلاعات و ارتباطات.
- ۱۰- مقیمی ، سید محمد. ۱۳۸۳. " سازمان و مدیریت ، رویکردی تحقیقی " ، انتشارات ترمه ، چاپ سوم.

11-- American management association, Strategies and tactics of product and tactics of product innovation. Managingadvancing technology.J. 2004. (23), Pp: 124-132

12- Bennet. Alex and Bennet. David. (2008). The partnership between organizational learningbased onknowledge management.

13- Bernolak, I., 1997, "Effective Measurement and successful Elementscompany productivity: the basis of competitiveness and world prosperity" International Journal of production Economics, Vol.52.

14- Bandura, A. 1977, social learning theory. Engelwood cliffs NJ. Prentice-Hall.

15 - Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. Industrial Marketing Management.

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه

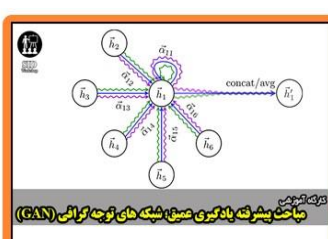


فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



کارگاه آنلاین آشنایی با پایگاه های اطلاعات علمی بین المللی و ترند های جستجو



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛ شبکه های توجه گرافی (Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین مقاله نویسی IEEE و ISI ویژه فنی و مهندسی