

رابطه بین قابلیت های پویا و عملکرد رقابتی شرکت با نقش میانجی نوآوری باز در شرکت های دانش بنیان مازندران

بهرام اصغری

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.
Bahram.asghari12345@gmail.com

شماره ۱۱۳ / بهار ۱۴۰۵ (جلد دوم) / صص ۲۱۷-۲۳۳
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره نهم)

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین قابلیت های پویا و عملکرد رقابتی شرکت با نقش میانجی نوآوری باز در شرکت های دانش بنیان استان مازندران انجام شد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-همبستگی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش را کلیه شرکت های دانش بنیان فعال در استان مازندران تشکیل می دهند و واحد تحلیل در این تحقیق، مدیران و کارشناسان آگاه به وضعیت راهبردی، نوآورانه و عملکردی شرکت ها هستند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد بوده است که روایی آن از طریق روایی محتوایی و روایی سازه و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد تأیید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها، از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد و برای آزمون فرضیه های پژوهش و بررسی روابط بین متغیرها، مدل یابی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و با بهره گیری از نرم افزار SmartPLS به کار گرفته شد. یافته های پژوهش نشان داد که قابلیت های پویا تأثیر مثبت و معناداری بر نوآوری باز و عملکرد رقابتی شرکت دارند. همچنین، نوآوری باز نیز تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد رقابتی شرکت های دانش بنیان دارد. نتایج همچنین بیانگر آن است که نوآوری باز در رابطه بین قابلیت های پویا و عملکرد رقابتی شرکت نقش میانجی معناداری ایفا می کند؛ به این معنا که شرکت هایی که از قابلیت های پویای بالاتری برخوردارند، از طریق توسعه و تقویت نوآوری باز، می توانند عملکرد رقابتی خود را بهبود بخشند. در مجموع، نتایج این پژوهش بر اهمیت توجه همزمان به قابلیت های پویا و نوآوری باز به عنوان دو عامل کلیدی در ارتقای عملکرد رقابتی شرکت های دانش بنیان تأکید دارد و می تواند راهنمایی مؤثر برای مدیران این شرکت ها در جهت افزایش انعطاف پذیری، بهره گیری از فرصت های محیطی و تقویت مزیت رقابتی باشد.

واژگان کلیدی: قابلیت های پویا، نوآوری باز، عملکرد رقابتی شرکت، شرکت های دانش بنیان.

مقدمه

در سال های اخیر، فضای رقابتی کسب و کار به طور چشمگیری دگرگون شده است و سازمان ها برای بقا، رشد و حفظ جایگاه خود ناگزیر از انطباق مستمر با تغییرات محیطی، فناوریانه و بازار شده اند. در چنین شرایطی، شرکت ها دیگر نمی توانند تنها با اتکا به منابع سنتی، ساختارهای ثابت و شیوه های مرسوم مدیریتی به موفقیت پایدار دست یابند، بلکه نیازمند توانمندی هایی هستند که آنها را در شناسایی تغییرات، بهره برداری از فرصت های نوظهور و بازآرایی منابع و

قابلیت‌های خود یاری دهد. این ضرورت در مورد شرکت‌های دانش‌بنیان بیش از سایر بنگاه‌ها مصداق دارد، زیرا این شرکت‌ها در محیطی فعالیت می‌کنند که از یک‌سو مبتنی بر دانش، فناوری و نوآوری است و از سوی دیگر، با عدم اطمینان، پیچیدگی و رقابت شدید همراه است. در چنین بستری، مسئله اصلی برای این شرکت‌ها صرفاً تولید دانش یا دستیابی به فناوری نیست، بلکه توان تبدیل ظرفیت‌های دانشی و فناورانه به عملکرد رقابتی برتر و پایدار است (چن و همکاران، ۲۰۲۲؛ صالحی و همکاران، ۱۴۰۱).

عملکرد رقابتی شرکت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پیامدهای راهبردی سازمان، نشان‌دهنده میزان موفقیت آن در دستیابی به جایگاهی متمایز و برتر نسبت به رقبای بازار است. این مفهوم تنها به شاخص‌های مالی محدود نمی‌شود، بلکه ابعاد گسترده‌تری همچون سهم بازار، توان جذب و حفظ مشتری، کیفیت محصولات و خدمات، سرعت پاسخ‌گویی به تغییرات بازار، انعطاف‌پذیری، توان نوآوری و قدرت حفظ مزیت در محیط رقابتی را نیز در بر می‌گیرد. از این رو، عملکرد رقابتی یکی از شاخص‌های اساسی ارزیابی موفقیت شرکت‌ها، به‌ویژه در محیط‌های پرتلاطم و دانش‌محور به شمار می‌آید. شرکت‌های دانش‌بنیان به‌دلیل نقش محوری دانش، فناوری و نوآوری در فعالیت‌های خود، بیش از سایر سازمان‌ها نیازمند آن هستند که بتوانند از سرمایه‌های فکری و فناورانه خود به‌گونه‌ای بهره‌گیرند که به برتری واقعی در بازار منجر شود. با این حال، تجربه نشان داده است که بسیاری از این شرکت‌ها علی‌رغم برخورداری از دانش تخصصی و توان فناورانه، در دستیابی به عملکرد رقابتی مطلوب با چالش مواجه‌اند و نمی‌توانند دانش و فناوری خود را به موفقیت بازار تبدیل کنند (فرناندز و همکاران، ۲۰۲۳؛ یوسفی و همکاران، ۱۴۰۲).

یکی از دلایل این مسئله آن است که در محیط‌های پیچیده و متغیر، صرف برخورداری از منابع دانشی و فناورانه برای موفقیت کافی نیست. بسیاری از شرکت‌ها ممکن است به دانش تخصصی، نیروی انسانی توانمند یا فناوری مناسب دسترسی داشته باشند، اما در صورت ناتوانی در درک تحولات محیطی، واکنش سریع به تغییرات و بازآفرینی منابع و فرایندهای خود، از دستیابی به جایگاه رقابتی برتر بازمی‌مانند. در این میان، مفهوم قابلیت‌های پویا به‌عنوان یکی از رویکردهای مهم در تبیین موفقیت سازمان‌ها در محیط‌های پویا مطرح شده است. قابلیت‌های پویا به توانایی سازمان در شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی، بهره‌برداری از فرصت‌های جدید و بازپیکربندی منابع و شایستگی‌ها در راستای انطباق با شرایط متغیر اشاره دارد. این قابلیت‌ها به شرکت کمک می‌کنند تا در مواجهه با تغییرات صرفاً منفعل نباشد، بلکه به‌طور فعال خود را بازسازی کند و از تحولات محیطی در جهت تقویت موقعیت رقابتی بهره‌گیرد (هلفتات و پیترف، ۲۰۲۱؛ موسوی و همکاران، ۱۴۰۳).

اهمیت قابلیت‌های پویا برای شرکت‌های دانش‌بنیان از آن جهت بیشتر است که این شرکت‌ها معمولاً در صناعی فعالیت می‌کنند که تغییر فناوری در آنها سریع، چرخه عمر محصولات کوتاه و نیازهای مشتریان به‌شدت متحول است. در چنین فضایی، ناتوانی در رصد محیط، ضعف در بهره‌برداری از فرصت‌های فناورانه و بازار، و نداشتن ظرفیت بازآرایی منابع می‌تواند به کاهش سرعت رشد، از دست رفتن مزیت و تضعیف عملکرد رقابتی منجر شود. از سوی دیگر، شرکت‌های دانش‌بنیان اغلب با محدودیت منابع مالی، ضعف شبکه‌های بازار، دشواری تجاری‌سازی و ناپایداری نهادی روبه‌رو هستند و این مسائل ضرورت برخورداری از قابلیت‌های پویا را دوچندان می‌سازد. بنابراین، این پرسش اساسی مطرح می‌شود که آیا قابلیت‌های پویا می‌توانند عملکرد رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان را بهبود دهند و اگر چنین است، این تأثیر از چه سازوکاری تحقق می‌یابد (کیم و همکاران، ۲۰۲۴؛ رحمانی و همکاران، ۱۴۰۴).

در پاسخ به این پرسش، بخشی از ادبیات جدید مدیریت و نوآوری بر این نکته تأکید دارد که تأثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد سازمانی و رقابتی، همواره مستقیم و ساده نیست، بلکه در بسیاری از موارد از طریق متغیرهای میانجی، به‌ویژه نوآوری، بروز می‌یابد. یکی از مهم‌ترین مفاهیمی که در این زمینه مورد توجه قرار گرفته، نوآوری باز است. نوآوری باز بر

این ایده استوار است که سازمان‌ها برای خلق و تجاری‌سازی نوآوری نباید صرفاً به منابع دانشی و ایده‌های داخلی خود متکی باشند، بلکه می‌توانند و باید از جریان‌های دانشی بیرونی، همکاری با دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی، مشتریان، تأمین‌کنندگان، شرکای فناور و حتی رقبا بهره ببرند. این رویکرد در دنیای امروز که پیچیدگی دانش و سرعت تغییرات بسیار بالا رفته است، به‌عنوان راهبردی مؤثر برای افزایش سرعت نوآوری، کاهش هزینه‌های توسعه، ارتقای کیفیت ایده‌ها و بهبود توان رقابتی شرکت‌ها شناخته می‌شود (لاورس و همکاران، ۲۰۲۲؛ تقوی و همکاران، ۱۴۰۱).

برای شرکت‌های دانش‌بنیان، نوآوری باز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا این شرکت‌ها اغلب به‌رغم برخورداری از تخصص علمی، به همه منابع، ظرفیت‌ها و شبکه‌های لازم برای توسعه و تجاری‌سازی موفق نوآوری دسترسی ندارند. در نتیجه، گشودگی نسبت به محیط بیرونی و بهره‌گیری از دانش و همکاری‌های خارجی می‌تواند به آنها کمک کند تا خلأهای دانشی، فناورانه و بازار خود را جبران کرده و محصولات و خدمات خود را با اثربخشی بیشتری توسعه دهند. همچنین نوآوری باز می‌تواند زمینه ارتقای سرعت ورود به بازار، بهبود انطباق با نیاز مشتریان، تقویت یادگیری بین‌سازمانی و افزایش شانس موفقیت تجاری را فراهم آورد. از این رو، انتظار می‌رود شرکت‌هایی که از قابلیت‌های پویای بالاتری برخوردارند، آمادگی و توان بیشتری برای پذیرش و به‌کارگیری نوآوری باز داشته باشند و از این طریق عملکرد رقابتی خود را تقویت کنند (روسو و همکاران، ۲۰۲۳؛ عبداللّهی و همکاران، ۱۴۰۲).

با وجود اهمیت نظری این روابط، بررسی‌ها نشان می‌دهد که در بسیاری از پژوهش‌ها، رابطه میان قابلیت‌های پویا و عملکرد رقابتی یا به‌صورت مستقیم مطالعه شده یا نقش نوآوری به‌طور کلی در نظر گرفته شده است، در حالی که نقش خاص نوآوری باز به‌عنوان یک سازوکار میانجی هنوز نیازمند تبیین دقیق‌تر است. به‌ویژه در بستر شرکت‌های دانش‌بنیان ایران، پژوهش‌هایی که به‌طور هم‌زمان سه متغیر قابلیت‌های پویا، نوآوری باز و عملکرد رقابتی را در یک مدل منسجم بررسی کنند، محدود است. این خلأ در استان مازندران اهمیت بیشتری می‌یابد، زیرا این استان دارای ظرفیت‌های قابل توجهی در حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان، فعالیت‌های فناورانه، دانشگاه‌ها و مراکز علمی است، اما در عین حال شرکت‌های فعال در این بستر با چالش‌هایی همچون محدودیت در تجاری‌سازی، ضعف پیوندهای شبکه‌ای، فشارهای محیطی، محدودیت منابع و نیاز به ارتقای رقابت‌پذیری نیز مواجه‌اند. از این رو، شناخت عوامل مؤثر بر عملکرد رقابتی این شرکت‌ها می‌تواند هم از منظر علمی و هم از منظر کاربردی، ارزشمند و ضروری باشد (گارسیا و همکاران، ۲۰۲۱؛ امیری و همکاران، ۱۴۰۰).

مسئله اصلی این پژوهش از همین نقطه ناشی می‌شود که اگرچه شرکت‌های دانش‌بنیان برای موفقیت در بازار نیازمند عملکرد رقابتی برتر هستند و اگرچه قابلیت‌های پویا و نوآوری باز هر دو به‌عنوان عوامل اثرگذار بر موفقیت و مزیت رقابتی مطرح شده‌اند، اما هنوز روشن نیست که در شرکت‌های دانش‌بنیان استان مازندران، قابلیت‌های پویا تا چه اندازه بر عملکرد رقابتی اثر می‌گذارند و آیا این اثر از طریق نوآوری باز تقویت یا منتقل می‌شود یا خیر. به عبارت دیگر، پرسش بنیادین آن است که آیا شرکت‌های دانش‌بنیانی که توان بیشتری در حس کردن فرصت‌ها، بهره‌برداری از تغییرات و بازیگری منابع خود دارند، از سطح بالاتری از نوآوری باز برخوردار می‌شوند و آیا این نوآوری باز می‌تواند زمینه بهبود عملکرد رقابتی آنها را فراهم سازد. این مسئله هم از نظر نظری دارای اهمیت است، زیرا به غنای ادبیات مربوط به ارتباط میان قابلیت‌های پویا، نوآوری باز و عملکرد رقابتی کمک می‌کند، و هم از نظر مدیریتی حائز اهمیت است، زیرا می‌تواند مسیرهایی عملی برای ارتقای موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه دهد (شوارتز و همکاران، ۲۰۲۴؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۳).

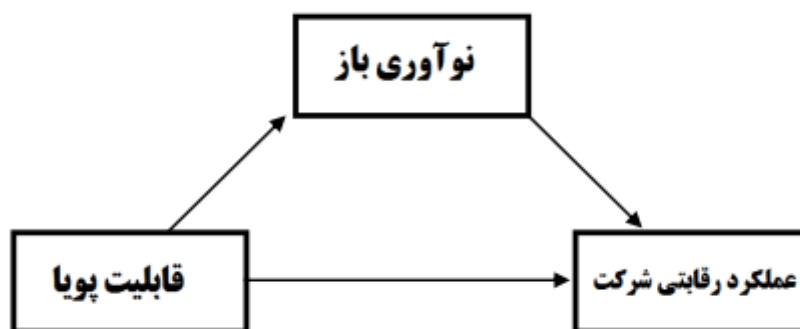
اهمیت انجام چنین پژوهشی از چند جنبه قابل توضیح است. نخست آنکه در شرایط کنونی، بسیاری از شرکت‌های دانش‌بنیان با وجود توانمندی علمی و فناورانه، در عرصه بازار و رقابت با دشواری روبه‌رو هستند و این نشان می‌دهد که

مسئله اصلی تنها خلق فناوری نیست، بلکه تبدیل آن به ارزش رقابتی است. دوم آنکه قابلیت‌های پویا می‌توانند به‌عنوان پشتوانه‌ای برای بازآفرینی مستمر سازمان در مواجهه با تغییرات عمل کنند، اما اثربخشی آنها در عمل ممکن است وابسته به این باشد که شرکت تا چه اندازه بتواند از طریق تعامل با محیط، شبکه‌سازی و جذب دانش بیرونی، نوآوری باز را توسعه دهد. سوم آنکه نوآوری باز به‌عنوان رویکردی تعاملی و شبکه‌محور، برای شرکت‌های دانش‌بنیان که با محدودیت منابع مواجه‌اند، می‌تواند راهکاری اثربخش برای جبران کمبودها و تقویت رقابت‌پذیری باشد. در نتیجه، بررسی هم‌زمان این سه متغیر می‌تواند تصویر روشن‌تری از سازوکارهای بهبود عملکرد رقابتی در شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه دهد (پائولینو و همکاران، ۲۰۲۲؛ جعفری و همکاران، ۱۴۰۴).

از منظر کاربردی نیز این پژوهش می‌تواند برای مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان، سیاست‌گذاران حوزه فناوری و نهادهای حمایتی مفید باشد. اگر مشخص شود که قابلیت‌های پویا از طریق نوآوری باز بر عملکرد رقابتی اثرگذارند، آنگاه مدیران شرکت‌ها می‌توانند به‌جای تمرکز صرف بر منابع داخلی، بر تقویت توانمندی‌های ادراکی، یادگیری، انعطاف‌پذیری، بازآرایی منابع و نیز توسعه شبکه‌های همکاری و تبادل دانش تمرکز کنند. همچنین سیاست‌گذاران می‌توانند با طراحی سازوکارهای حمایتی، بسترهای لازم برای تعامل بیشتر میان شرکت‌های دانش‌بنیان، دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و بازار را فراهم کنند تا ظرفیت نوآوری باز و در نهایت عملکرد رقابتی این شرکت‌ها ارتقا یابد. این موضوع به‌ویژه در سطح منطقه‌ای و استانی، از جمله در مازندران، می‌تواند به پویایی بیشتر اکوسیستم نوآوری و افزایش اثربخشی شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کند (مارتینز و همکاران، ۲۰۲۳؛ اکبری و همکاران، ۱۴۰۱).

بنابراین، مسئله محوری پژوهش حاضر آن است که در میان شرکت‌های دانش‌بنیان استان مازندران، رابطه قابلیت‌های پویا با عملکرد رقابتی چگونه است و نوآوری باز چه نقشی در این رابطه ایفا می‌کند. این پژوهش در پی آن است که روشن سازد آیا قابلیت‌های پویا به‌طور مستقیم موجب بهبود عملکرد رقابتی می‌شوند یا اینکه این تأثیر از طریق تقویت نوآوری باز تحقق می‌یابد. طرح این مسئله از آن جهت اهمیت دارد که می‌تواند هم به درک نظری بهتر از پیوند میان توانمندی‌های درونی و پیامدهای رقابتی بینجامد و هم راهنمایی برای مدیران و تصمیم‌گیران در جهت بهبود رقابت‌پذیری شرکت‌های دانش‌بنیان فراهم آورد. بر این اساس، پژوهش حاضر می‌کوشد با تمرکز بر شرکت‌های دانش‌بنیان مازندران، خلأ موجود در ادبیات را تا حدی پوشش داده و به این پرسش پاسخ دهد که چگونه قابلیت‌های پویا، با میانجی‌گری نوآوری باز، می‌توانند عملکرد رقابتی شرکت را تحت تأثیر قرار دهند.

مدل مفهومی پژوهش



شکل (۱): منبع مدل برگرفته از مقاله یانگ و همکاران، (۲۰۲۲)

فرضیه های تحقیق

فرضیه اصلی

قابلیت های پویا بر عملکرد رقابتی شرکت های دانش بنیان مازندران با نقش میانجی نوآوری باز تاثیر مستقیمی دارد.

فرضیه های فرعی

✓ قابلیت های پویا تأثیر مستقیمی بر نوآوری باز در شرکت های دانش بنیان مازندران دارد.

✓ نوآوری باز تأثیر مستقیمی بر عملکرد رقابتی شرکت های دانش بنیان مازندران دارد.

ادبیات نظری

نوآوری باز

نوآوری باز به عنوان یکی از مهم ترین مفاهیم نوین در ادبیات مدیریت نوآوری، بر این ایده استوار است که سازمان ها برای خلق، توسعه و تجاری سازی ایده های جدید نباید صرفاً به منابع داخلی خود متکی باشند، بلکه می توانند و حتی باید از جریان های دانشی، فناورانه و اطلاعاتی بیرون از مرزهای سازمان نیز بهره بگیرند. این رویکرد در برابر الگوی سنتی نوآوری بسته قرار می گیرد؛ الگویی که در آن فرض بر این بود که ایده های ارزشمند باید درون سازمان ایجاد شوند، در همان جا توسعه یابند و نهایتاً توسط خود شرکت به بازار عرضه شوند. با پیچیده تر شدن محیط کسب و کار، افزایش سرعت تغییرات فناورانه، کوتاه شدن چرخه عمر محصولات و گسترش شبکه های دانشی، این منطق سنتی به تدریج کارایی خود را از دست داده و سازمان ها را به سمت بهره گیری از الگوهای بازتر و تعاملی تر در نوآوری سوق داده است (چسبرو، ۲۰۲۰؛ بوگرز و همکاران، ۲۰۲۲).

در رویکرد نوآوری باز، سازمان مرزهای خود را به گونه ای مدیریت می کند که بتواند هم از دانش و ایده های بیرونی استفاده کند و هم در صورت لزوم، بخشی از دانش و فناوری های خود را برای استفاده بیرونی در اختیار دیگران قرار دهد. بر این اساس، نوآوری باز تنها به ورود دانش از بیرون محدود نمی شود، بلکه شامل خروج دانش، تبادل فناوری، همکاری های مشترک و هم آفرینی ارزش نیز هست. در این معنا، نوآوری باز نوعی معماری راهبردی برای مدیریت جریان های دانشی میان سازمان و محیط پیرامون آن است؛ معماری ای که به سازمان امکان می دهد از ظرفیت دانشگاه ها، مراکز پژوهشی، مشتریان، تأمین کنندگان، رقبا، استارت آپ ها، مشاوران، پلتفرم های تخصصی و سایر بازیگران اکوسیستم نوآوری برای ارتقای توان نوآورانه خود بهره برداری کند (هوانگ و همکاران، ۲۰۲۲؛ سانتورو و همکاران، ۲۰۲۳).

بخش مهمی از ادبیات جدید، نوآوری باز را یک فرایند هدفمند برای مدیریت ورود و خروج دانش در راستای تسریع نوآوری داخلی و توسعه بازارهای استفاده از نوآوری می داند. در این برداشت، سازمان نه تنها دریافت کننده منفعل ایده های بیرونی نیست، بلکه فعالانه در جست و جو، انتخاب، جذب، ترکیب و تجاری سازی دانش عمل می کند. همچنین، شرکت می تواند دانش و فناوری توسعه یافته در درون خود را از طریق مجوزدهی، فروش حق بهره برداری، مشارکت فناورانه، ایجاد شرکت های زایشی یا واگذاری فناوری در اختیار دیگران قرار دهد و از این طریق ارزش اقتصادی جدیدی خلق کند (لی و همکاران، ۲۰۲۴). بنابراین، نوآوری باز صرفاً یک تعامل ساده با محیط نیست، بلکه نوعی رویکرد مدیریتی و راهبردی است که بر مدیریت هوشمندانه مرزهای سازمانی تأکید دارد.

از دیدگاه نظری، نوآوری باز با چند بنیان مهم قابل تبیین است. یکی از مهم ترین این بنیان ها، دیدگاه مبتنی بر دانش است. مطابق این دیدگاه، دانش مهم ترین منبع راهبردی سازمان محسوب می شود و مزیت رقابتی پایدار از توانایی سازمان در خلق، ترکیب و بهره برداری از دانش ناشی می شود. از آنجا که دانش در دنیای امروز به صورت گسترده در میان

بازیگران مختلف پراکنده است، سازمان‌ها نمی‌توانند مدعی مالکیت انحصاری بر همه منابع دانشی مورد نیاز خود باشند. در چنین شرایطی، نوآوری باز به شرکت‌ها کمک می‌کند تا دانش پراکنده در محیط بیرونی را شناسایی کرده و آن را با دانش درونی خود ترکیب کنند تا محصولات، خدمات و فرایندهای نوآورانه‌تری ایجاد شود (گران، ۲۰۲۱؛ نادری و همکاران، ۱۴۰۳).

بنیان نظری دیگر، نظریه قابلیت جذب است. بر اساس این نظریه، صرف دسترسی به منابع بیرونی برای موفقیت در نوآوری کافی نیست، بلکه سازمان باید بتواند ارزش دانش بیرونی را تشخیص دهد، آن را جذب کند، با دانش موجود خود تلفیق نماید و در نهایت از آن بهره‌برداری اقتصادی و فناوریانه انجام دهد. از این رو، اثربخشی نوآوری باز تا حد زیادی وابسته به سطح قابلیت جذب سازمان است. هرچه سازمان در یادگیری، تفسیر، انتقال و کاربرد دانش بیرونی توانمندتر باشد، امکان بیشتری برای بهره‌گیری از مزایای نوآوری باز خواهد داشت (ژو و همکاران، ۲۰۲۲؛ صادقی و همکاران، ۱۴۰۱). این موضوع به‌ویژه برای شرکت‌های دانش‌بنیان اهمیت دارد، زیرا چنین شرکت‌هایی برای حفظ مزیت خود ناگزیر از یادگیری مستمر و جذب دانش تخصصی از محیط هستند.

در ادبیات نوآوری باز، یکی از شناخته‌شده‌ترین دسته‌بندی‌ها، تقسیم این مفهوم به سه بعد ورودی، خروجی و هم‌پیوند است. در بعد ورودی، شرکت تلاش می‌کند از ایده‌ها، دانش، فناوری و تخصص موجود در بیرون سازمان برای تقویت نوآوری داخلی استفاده کند. این امر می‌تواند از طریق همکاری با دانشگاه‌ها، استفاده از بازخورد مشتریان، خرید دانش فنی، مشارکت با شرکت‌های مکمل، ارتباط با استارت‌آپ‌ها و تعامل با شبکه‌های تخصصی رخ دهد. در بعد خروجی، شرکت بخشی از دانش، فناوری یا دارایی‌های فکری خود را برای بهره‌برداری بیرونی عرضه می‌کند. این موضوع شامل مجوزدهی فناوری، واگذاری اختراعات، فروش دانش فنی و مشارکت در توسعه محصولات توسط دیگران است. در بعد هم‌پیوند نیز تعامل دوسویه میان ورود و خروج دانش شکل می‌گیرد و سازمان با سایر بازیگران در خلق مشترک نوآوری مشارکت می‌کند (بوگرز و همکاران، ۲۰۲۲؛ وانگ و همکاران، ۲۰۲۳).

یکی از مهم‌ترین دلایل توجه فزاینده به نوآوری باز، پیامدهای مثبت آن برای سازمان‌هاست. مطالعات متعدد نشان داده‌اند که نوآوری باز می‌تواند سرعت توسعه محصول را افزایش دهد، کیفیت نوآوری را بهبود بخشد، هزینه‌های تحقیق و توسعه را کاهش دهد، ریسک نوآوری را توزیع کند و احتمال موفقیت تجاری محصولات جدید را افزایش دهد. هنگامی که سازمان از دانش و تخصص بازیگران مختلف استفاده می‌کند، دیدگاه‌های متنوع‌تری در طراحی و توسعه راه‌حل‌ها وارد فرایند نوآوری می‌شود و این امر امکان خلق راه‌حل‌های خلاقانه‌تر و متناسب‌تر با نیاز بازار را فراهم می‌کند (لی و همکاران، ۲۰۲۵؛ نادری و همکاران، ۱۴۰۳). همچنین مشارکت با بازیگران بیرونی می‌تواند زمان دسترسی به منابع کلیدی و فناوری‌های مکمل را کاهش دهد و مسیر ورود محصول به بازار را کوتاه‌تر کند.

از منظر عملکردی نیز نوآوری باز با بهبود شاخص‌هایی مانند توسعه محصولات جدید، پاسخ‌گویی به تغییرات محیطی، ارتقای کیفیت خدمات، افزایش رضایت مشتری، گسترش بازار و بهبود رقابت‌پذیری مرتبط دانسته شده است. بسیاری از پژوهش‌ها تأیید کرده‌اند که شرکت‌هایی که رویکرد فعال‌تری به نوآوری باز دارند، در مقایسه با شرکت‌های بسته، توان بیشتری در شناسایی فرصت‌های جدید و تبدیل آنها به مزیت رقابتی دارند (سانتورو و همکاران، ۲۰۲۳؛ زارع و همکاران، ۱۴۰۱). به همین دلیل، نوآوری باز در مدل‌های پژوهشی معاصر اغلب به‌عنوان متغیری اثرگذار بر عملکرد نوآورانه، عملکرد بازار و عملکرد رقابتی در نظر گرفته می‌شود.

با وجود مزایای متعدد، نوآوری باز با چالش‌هایی نیز همراه است. یکی از مهم‌ترین این چالش‌ها، خطر افشای دانش و از دست رفتن کنترل بر دارایی‌های فکری است. هرچه تعامل شرکت با محیط بیرونی گسترده‌تر شود، احتمال نشت اطلاعات، تقلید رقا و سوءاستفاده از دانش نیز افزایش می‌یابد. از این رو، سازمان‌ها باید سازوکارهای مناسبی برای تنظیم

قراردادها، حفاظت حقوقی، سطح بندی دسترسی به اطلاعات و مدیریت مالکیت فکری طراحی کنند (بوگرز و همکاران، ۲۰۲۲؛ صادقی و همکاران، ۱۴۰۱). چالش دیگر، دشواری هماهنگی میان بازیگران مختلف است. تفاوت در اهداف، فرهنگ سازمانی، افق زمانی، زبان تخصصی و انتظارات شرکا می تواند همکاری های نوآورانه را پیچیده کرده و حتی به شکست بینجامد.

در مجموع، نوآوری باز را می توان رویکردی چندبعدی و راهبردی دانست که به سازمان اجازه می دهد از طریق مدیریت هدفمند جریان های دانش ورودی و خروجی، ظرفیت نوآوری خود را افزایش دهد. این مفهوم از یک سو با جذب ایده ها، فناوری ها و قابلیت های بیرونی، کمبودهای درونی شرکت را جبران می کند و از سوی دیگر با ایجاد بستر همکاری، هم آفرینی و تجاری سازی مشترک، امکان خلق ارزش بیشتر را فراهم می سازد. بر همین اساس، نوآوری باز در مطالعات معاصر نه تنها به عنوان یک متغیر مستقل مهم، بلکه به عنوان سازوکاری میانجی در تبدیل قابلیت های سازمانی به نتایج عملکردی مورد توجه قرار گرفته است. در شرکت های دانش بنیان نیز این متغیر می تواند نقش تعیین کننده ای در پیوند میان ظرفیت های درونی شرکت و پیامدهای رقابتی آن ایفا کند، زیرا بستری را فراهم می آورد که در آن دانش، روابط و فرصت های بیرونی به مزیت های ملموس سازمانی تبدیل شوند.

قابلیت های پویا

قابلیت های پویا یکی از مفاهیم محوری در ادبیات مدیریت راهبردی و مدیریت نوآوری است که برای تبیین چگونگی بقا، انطباق و موفقیت سازمان ها در محیط های پیچیده، متغیر و رقابتی مطرح شده است. در شرایطی که تغییرات فناورانه، تحولات بازار، نوسانات محیطی و تغییر ترجیحات مشتریان به صورت مستمر رخ می دهد، برخورداری از منابع و قابلیت های ثابت به تنهایی نمی تواند ضامن موفقیت بلندمدت شرکت باشد. آنچه در چنین فضایی اهمیت می یابد، توانایی سازمان در بازآرایی، نوسازی، یکپارچه سازی و باز ترکیب منابع، شایستگی ها و توانمندی های موجود متناسب با شرایط جدید است. این توانایی همان چیزی است که در ادبیات علمی با عنوان قابلیت های پویا شناخته می شود و به عنوان عاملی کلیدی در ایجاد و حفظ مزیت رقابتی در محیط های پویا مورد توجه قرار گرفته است (تیس، ۲۰۲۰؛ وانگ و همکاران، ۲۰۲۴).

قابلیت های پویا برخلاف قابلیت های عملیاتی که به انجام کارهای جاری و روزمره سازمان مربوط می شوند، بر توان شرکت در تغییر دادن شیوه انجام کارها، بازتعریف منابع و پاسخ گویی راهبردی به تحولات محیطی تأکید دارند. به بیان دیگر، قابلیت های عملیاتی به سازمان کمک می کنند فعالیت های فعلی خود را به طور کارا انجام دهد، اما قابلیت های پویا موجب می شوند سازمان بتواند آن فعالیت ها، فرایندها و منابع را در پاسخ به فرصت ها و تهدیدهای جدید بازطراحی و به روزرسانی کند (تیس، ۲۰۲۰). از این منظر، قابلیت های پویا یک سطح بالاتر از توانمندی سازمانی را نمایندگی می کنند؛ سطحی که با یادگیری، سازگاری، نوآفرینی و تصمیم گیری راهبردی در ارتباط است.

برخی مطالعات جدید، علاوه بر این سه بعد، مؤلفه هایی چون یادگیری سازمانی، یکپارچه سازی دانش، چابکی راهبردی، انعطاف پذیری ساختاری و توان تصمیم گیری مدیریتی را نیز به عنوان مصادیق یا پیش نیازهای قابلیت های پویا مطرح کرده اند. از این منظر، قابلیت های پویا در عمل از طریق فرایندهای یادگیری، آزمایش، تعاملات بین وظیفه ای، تجربه اندوزی، انتقال دانش و بازخورد مداوم شکل می گیرند. به همین دلیل، بسیاری از پژوهشگران تأکید می کنند که قابلیت های پویا ماهیتی انباشتی دارند و در طول زمان، بر اساس تجربه، یادگیری و انطباق مستمر توسعه می یابند (مارکو و همکاران، ۲۰۲۲؛ محمدی و همکاران، ۱۴۰۲). این ویژگی باعث می شود که توسعه قابلیت های پویا یک پروژه کوتاه مدت نباشد، بلکه نیازمند سرمایه گذاری مداوم مدیریتی و سازمانی باشد.

قابلیت‌های پویا پیوند نزدیکی با نوآوری دارند. بسیاری از مطالعات نشان داده‌اند که سازمان‌های برخوردار از قابلیت‌های پویای قوی، توان بیشتری در نوآوری محصول، نوآوری فرایند، نوآوری مدل کسب‌وکار و ورود به حوزه‌های جدید بازار دارند. دلیل این امر آن است که قابلیت‌های پویا به سازمان امکان می‌دهند تا فرصت‌های فناورانه و بازار را سریع‌تر شناسایی کرده، منابع مناسب را به‌کار گیرد و در صورت نیاز ساختارها و رویه‌های خود را بازآرایی کند. در نتیجه، قابلیت‌های پویا بستری مناسب برای شکل‌گیری رفتارهای نوآورانه و توسعه رویکردهایی مانند نوآوری باز فراهم می‌کنند (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳؛ زارع و همکاران، ۱۴۰۳). از این منظر، می‌توان گفت که قابلیت‌های پویا نه تنها مستقیماً بر عملکرد شرکت اثر می‌گذارند، بلکه از طریق سازوکارهایی مانند نوآوری باز، یادگیری سازمانی و انعطاف‌پذیری فناورانه نیز پیامدهای عملکردی خود را آشکار می‌سازند.

در تبیین قابلیت‌های پویا، نقش مدیریت و رهبری سازمان بسیار برجسته است. برخی پژوهشگران معتقدند که قابلیت‌های پویا بیش از هر چیز، ریشه در توانمندی‌های مدیریتی و شناختی مدیران ارشد دارد. مدیرانی که از بینش راهبردی، قدرت تفسیر محیط، جسارت تصمیم‌گیری، توان شبکه‌سازی و قابلیت یادگیری بالا برخوردارند، بهتر می‌توانند سازمان را در مسیر شناسایی فرصت‌ها، بهره‌برداری از آنها و بازیگراندی منابع هدایت کنند (تیس، ۲۰۲۰؛ رضایی و همکاران، ۱۴۰۲). از این رو، قابلیت‌های پویا را نباید صرفاً پدیده‌ای ساختاری یا فرایندی دانست، بلکه باید آن را نتیجه تعامل میان رهبری، فرهنگ، ساختار، دانش و تجربه سازمانی تلقی کرد.

فرهنگ سازمانی نیز در شکل‌گیری و تقویت قابلیت‌های پویا نقش اساسی دارد. فرهنگی که یادگیری، آزمایش، پذیرش تغییر، تحمل خطاهای معقول، مشارکت و انعطاف‌پذیری را تشویق می‌کند، بستر مناسبی برای توسعه قابلیت‌های پویا فراهم می‌آورد. در مقابل، فرهنگ‌هایی که بر تثبیت رویه‌ها، کنترل شدید، ترس از شکست و مقاومت در برابر تغییر تأکید دارند، مانع از شکل‌گیری این قابلیت‌ها می‌شوند (نادری و همکاران، ۱۴۰۳؛ مارکو و همکاران، ۲۰۲۲). به‌ویژه در محیط‌های دانش‌بنیان، وجود فرهنگی که تعامل با محیط، یادگیری مستمر و بازنگری در شیوه‌های موجود را ارزشمند بداند، برای پرورش قابلیت‌های پویا ضروری است.

برای مثال، یک شرکت دانش‌بنیان ممکن است در نتیجه تغییر نیاز بازار یا ظهور یک فناوری جدید، ناچار شود محصول خود را بازطراحی کند، شریک فناورانه جدیدی بیابد، تیم تخصصی خود را بازآرایی کند یا حتی مدل درآمدی خود را تغییر دهد. انجام موفق چنین تغییراتی نیازمند چیزی فراتر از منابع فنی اولیه است و دقیقاً به قابلیت‌های پویای سازمان وابسته است. از این رو، در ادبیات مربوط به شرکت‌های فناور و دانش‌بنیان، قابلیت‌های پویا به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پیش‌ران‌های رشد، نوآوری و بقا معرفی شده‌اند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۴؛ زارع و همکاران، ۱۴۰۳). این قابلیت‌ها به شرکت کمک می‌کنند تا نه تنها به تغییرات واکنش نشان دهد، بلکه در مواردی خود شکل‌دهنده مسیرهای جدید در بازار و فناوری باشد.

در محیط نهادی و اقتصادی ایران نیز اهمیت قابلیت‌های پویا برای شرکت‌های دانش‌بنیان قابل توجه است. این شرکت‌ها علاوه بر پویایی‌های معمول بازار و فناوری، با عدم اطمینان‌های نهادی، محدودیت‌های مالی، تغییرات سیاستی و چالش‌های تجاری‌سازی نیز مواجه‌اند. در چنین فضایی، سازمان‌هایی موفق‌تر خواهند بود که بتوانند به‌صورت مستمر شرایط را رصد کنند، فرصت‌های جدید را در میان محدودیت‌ها بیابند و منابع خود را متناسب با اقتضائات محیطی تنظیم نمایند (رضایی و همکاران، ۱۴۰۲؛ کریمی و همکاران، ۱۴۰۴). بنابراین، قابلیت‌های پویا در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی نه فقط یک مزیت مدیریتی، بلکه یک ضرورت راهبردی برای بقا و رشد محسوب می‌شود.

همچنین باید توجه داشت که قابلیت‌های پویا به‌صورت یکسان در همه سازمان‌ها شکل نمی‌گیرند و شدت و کیفیت آنها به پیشینه سازمان، سطح دانش، تجربه مدیریتی، گستره شبکه‌های بیرونی، نظام یادگیری و کیفیت تصمیم‌گیری بستگی

دارد. به همین دلیل، برخی شرکت‌ها حتی با وجود منابع مشابه، عملکرد بسیار متفاوتی در مواجهه با تغییرات از خود نشان می‌دهند. این تفاوت را می‌توان تا حد زیادی با تفاوت در سطح قابلیت‌های پویا توضیح داد (مارکو و همکاران، ۲۰۲۲؛ نادری و همکاران، ۱۴۰۳). به بیان دیگر، قابلیت‌های پویا نوعی مزیت سطح بالاتر هستند که تعیین می‌کنند شرکت چگونه از منابع موجود خود استفاده کند، چه زمانی آنها را تغییر دهد و چگونه با شرایط جدید هماهنگ شود. در مجموع، قابلیت‌های پویا را می‌توان مجموعه‌ای از توانمندی‌های سطح بالا دانست که سازمان را در شناسایی تغییرات محیطی، بهره‌برداری از فرصت‌ها و بازآرایی منابع و شایستگی‌ها برای انطباق مستمر با محیط توانمند می‌سازد. این قابلیت‌ها از طریق یادگیری، رهبری اثربخش، فرهنگ منعطف، ساختار چابک و تعامل فعال با محیط شکل می‌گیرند و به‌ویژه در سازمان‌های دانش‌بنیان و فناور نقش تعیین‌کننده‌ای در رشد و موفقیت دارند. بر اساس شواهد نظری و تجربی، قابلیت‌های پویا زمینه‌ساز توسعه نوآوری، افزایش چابکی، بهبود پاسخ‌گویی راهبردی و ارتقای عملکرد رقابتی هستند. از این رو، در پژوهش‌هایی که به بررسی رابطه میان قابلیت‌های پویا و عملکرد رقابتی شرکت می‌پردازند، توجه به نقش سازوکارهای میانجی مانند نوآوری باز از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا این سازوکارها توضیح می‌دهند که چگونه توانمندی‌های درونی سازمان به نتایج ملموس رقابتی تبدیل می‌شوند.

عملکرد رقابتی شرکت

عملکرد رقابتی شرکت یکی از مفاهیم بنیادین در ادبیات مدیریت راهبردی، مدیریت سازمان و مدیریت کسب‌وکار است که به توانایی شرکت در دستیابی به موقعیتی برتر نسبت به رقبای بازار اشاره دارد. این مفهوم نشان می‌دهد که یک شرکت تا چه اندازه می‌تواند در مقایسه با سایر بازیگران صنعت، مشتریان بیشتری جذب کند، سهم بازار خود را افزایش دهد، محصولات و خدمات بهتری ارائه دهد، به تغییرات محیطی پاسخ دهد و در نهایت جایگاه خود را در عرصه رقابت حفظ یا تقویت کند. در محیط‌های کسب‌وکار امروز که با پویایی بالا، تغییرات فناورانه سریع، تنوع نیازهای مشتریان و تشدید رقابت همراه است، عملکرد رقابتی به یکی از مهم‌ترین شاخص‌های موفقیت سازمانی تبدیل شده است و بسیاری از مطالعات آن را نتیجه نهایی تعامل میان منابع، قابلیت‌ها، راهبردها و رفتارهای نوآورانه سازمان می‌دانند (بارنی، ۲۰۲۱؛ لی و همکاران، ۲۰۲۵).

عملکرد رقابتی مفهومی گسترده‌تر از عملکرد مالی صرف است. اگرچه شاخص‌های مالی مانند سودآوری، بازده سرمایه‌گذاری، رشد فروش و بهره‌وری از مؤلفه‌های مهم ارزیابی عملکرد شرکت محسوب می‌شوند، اما عملکرد رقابتی تنها به این شاخص‌ها محدود نمی‌شود. این مفهوم بیشتر بر توانایی شرکت در رقابت اثربخش در بازار تمرکز دارد؛ یعنی اینکه سازمان تا چه اندازه می‌تواند در مقایسه با رقبای از مزیت‌های برتر برخوردار باشد و این مزیت‌ها را در طول زمان حفظ کند. از این منظر، عملکرد رقابتی ممکن است در قالب شاخص‌هایی مانند سهم بازار، کیفیت محصولات، نوآوری، سرعت پاسخ‌گویی به مشتری، انعطاف‌پذیری، شهرت برند، وفاداری مشتریان و قدرت نفوذ در بازار تجلی یابد (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۴؛ رضایی و همکاران، ۱۴۰۳). بنابراین، این متغیر را می‌توان بازتابی از جایگاه نسبی شرکت در میدان رقابت دانست.

در ادبیات نظری، عملکرد رقابتی پیوند نزدیکی با مفهوم مزیت رقابتی دارد، اما این دو مفهوم یکسان نیستند. مزیت رقابتی به شرایط و ویژگی‌هایی اشاره دارد که موجب برتری شرکت نسبت به رقبای می‌شود، در حالی که عملکرد رقابتی بیشتر به نتایج و پیامدهای حاصل از این برتری می‌پردازد. به بیان دیگر، مزیت رقابتی می‌تواند علت باشد و عملکرد رقابتی نتیجه آن. برای مثال، برخورداری از فناوری برتر، منابع انسانی متخصص، برند معتبر یا قابلیت‌های سازمانی خاص می‌تواند نوعی مزیت رقابتی تلقی شود، اما اینکه این مزیت‌ها تا چه اندازه به افزایش سهم بازار، جذب مشتری و موفقیت

در رقابت منجر شوند، در حیطه عملکرد رقابتی قرار می‌گیرد (بارنی، ۲۰۲۱؛ وانگ و همکاران، ۲۰۲۳). از این رو، عملکرد رقابتی را باید نتیجه عینی و قابل مشاهده میزان موفقیت شرکت در تبدیل منابع و قابلیت‌ها به موقعیت برتر بازار دانست. قابلیت‌های پویا نیز از جمله پیشایندهای مهم عملکرد رقابتی به شمار می‌روند. در محیط‌هایی که عدم اطمینان بالا و تغییر مداوم وجود دارد، شرکت برای حفظ عملکرد رقابتی خود باید بتواند فرصت‌ها را به موقع شناسایی کند، از آنها بهره‌برداری نماید و در صورت لزوم منابع، ساختارها و فرایندهای خود را بازآرایی کند. این توانایی باعث می‌شود شرکت نه تنها در برابر تهدیدها آسیب‌پذیری کمتری داشته باشد، بلکه بتواند از تغییرات محیطی به عنوان فرصتی برای برتری رقابتی استفاده کند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۳؛ نادری و همکاران، ۱۴۰۲). به همین دلیل، در بسیاری از پژوهش‌های جدید، عملکرد رقابتی پیامد نهایی قابلیت‌های پویا یا نوآوری سازمانی در نظر گرفته می‌شود.

از سوی دیگر، سرمایه فکری، دانش سازمانی، فرهنگ یادگیری، رهبری اثربخش، کیفیت منابع انسانی و چابکی سازمانی نیز از جمله عوامل مؤثر بر عملکرد رقابتی شناخته شده‌اند. شرکتی که از کارکنان توانمند، نظام‌های دانشی کارآمد، فرهنگ مبتنی بر یادگیری و ساختار منعطف برخوردار باشد، بهتر می‌تواند با محیط تعامل کند، ایده‌های جدید را به کار گیرد و ارزش متمایزی برای بازار خلق نماید (حسینی و همکاران، ۱۴۰۱؛ مارکو و همکاران، ۲۰۲۲). از این رو، عملکرد رقابتی نتیجه ترکیب پیچیده‌ای از عوامل ساختاری، انسانی، دانشی و راهبردی است و نمی‌توان آن را تنها با یک بعد یا یک عامل توضیح داد.

برخی پژوهشگران تأکید دارند که عملکرد رقابتی در اقتصاد امروز بیش از گذشته با قابلیت یادگیری و سازگاری سازمان پیوند خورده است. در گذشته ممکن بود برتری در قیمت یا دسترسی به منابع خاص برای حفظ عملکرد رقابتی کافی باشد، اما امروزه به دلیل سرعت بالای انتشار دانش و آسان‌تر شدن تقلید، مزیت‌ها به سرعت فرسوده می‌شوند. در چنین شرایطی، شرکت‌هایی عملکرد رقابتی پایدارتری دارند که بتوانند سریع‌تر یاد بگیرند، سریع‌تر تطبیق یابند و سریع‌تر نوآوری کنند (تی‌س، ۲۰۲۰؛ لی و همکاران، ۲۰۲۵). به همین دلیل، عملکرد رقابتی دیگر صرفاً حاصل داشتن منابع بیشتر نیست، بلکه نتیجه توانایی سازمان در استفاده هوشمندانه، پویا و نوآورانه از منابع است.

به طور کلی، عملکرد رقابتی را می‌توان بازتاب میزان موفقیت شرکت در دستیابی به برتری نسبی و پایدار نسبت به رقبای دانست؛ برتری‌ای که در قالب شاخص‌هایی مانند سهم بازار، رشد فروش، کیفیت، نوآوری، رضایت مشتری، سرعت پاسخ‌گویی و قدرت سازگاری با محیط بروز می‌یابد. این متغیر حاصل برهم‌کنش میان منابع، قابلیت‌ها، راهبردها و رفتارهای نوآورانه سازمان است و در محیط‌های پویا، بیش از هر زمان دیگری به توانایی یادگیری، نوسازی و تعامل اثربخش با محیط بستگی دارد. از این رو، در چارچوب پژوهش حاضر، عملکرد رقابتی را می‌توان نتیجه نهایی فرایندی دانست که در آن قابلیت‌های پویا با ایجاد زمینه برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها، و نوآوری باز با فراهم کردن امکان استفاده از جریان‌های دانشی درون و بیرون سازمان، به تقویت جایگاه رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان منجر می‌شوند.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، تحقیقی کاربردی^۱ است. زیرا از نظریه‌ها، قوانین، اصول و فنونی که در تحقیقات تدوین شده است برای حل مسائل اجرایی و سازمانی واقعی در سازمان استفاده می‌کند. این تحقیق از نظر روش، تحقیقی میدانی است. زیرا که اگر تحقیق میدانی^۲ جزئی از روش‌های تحقیق به حساب آورده شود، می‌توان این تحقیق را به نوعی تحقیق

^۱ Applied Res

^۲ Field Res

میدانی نیز به حساب آورد. با توجه به اهداف پژوهش و ماهیت آن مناسب‌ترین روش برای گردآوری اطلاعات موردنیاز، استفاده از تکمیل پرسشنامه بوده است. علت انتخاب این روش به عنوان یک روش جمع‌آوری اطلاعات، اقتضای هدف پژوهش و لزوم کسب اطلاعات معتبر بود. ابزار اصلی پژوهش جهت جمع‌آوری اطلاعات لازم پرسشنامه استاندارد بوده است که اطلاعات آن در جدول زیر آمده است:

جدول (۱): سوالات پرسشنامه

ردیف	متغیر	سوالات	منبع
۱	نوآوری باز	۱-۱۶	یانگ و همکاران، ۲۰۲۲
۲	قابلیت پویا	۱۷-۲۷	
۳	عملکرد رقابتی شرکت	۲۸-۳۳	

جامعه آماری و حجم نمونه و روش نمونه گیری

با توجه به موضوع پژوهش حاضر که به بررسی رابطه بین قابلیت‌های پویا و عملکرد رقابتی شرکت با نقش میانجی نوآوری باز می‌پردازد، جامعه آماری تحقیق شامل کلیه شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در استان مازندران است. منظور از شرکت‌های دانش‌بنیان در این پژوهش، شرکت‌هایی هستند که بر اساس ضوابط و معیارهای مصوب، در فهرست شرکت‌های دانش‌بنیان مورد تأیید نهادهای رسمی کشور قرار گرفته و در زمان انجام پژوهش در استان مازندران فعال بوده‌اند. از آنجا که متغیرهای مورد بررسی در این پژوهش ماهیتی سازمانی دارند، واحد تحلیل تحقیق شرکت است، اما با توجه به اینکه جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسشنامه انجام می‌شود، پاسخ‌دهندگان شامل مدیران عامل، اعضای هیئت‌مدیره، مدیران ارشد، مدیران تحقیق و توسعه و سایر افرادی خواهند بود که از وضعیت راهبردی، نوآورانه و عملکردی شرکت آگاهی کافی داشته باشند.

روایی و پایایی ابزار پژوهش

روایی ابزار، مورد تأیید اساتید و متخصصان قرار گرفته است و به‌منظور محاسبه پایایی توسط خود پژوهشگر، تعداد ۳۰ عدد پرسشنامه توزیع و پس از جمع‌آوری با استفاده از نرم‌افزار SPSS پایایی کل پرسشنامه و نیز تک‌تک سوالات از طریق آزمون کرونباخ مورد محاسبه قرار گرفت که مقدار آلفای کل بالاتر از ۰.۷ به دست آمد این مقدار از پایایی و قابلیت اطمینان مناسبی برخوردار می‌باشد.

جدول (۲): آزمون پایایی سوالات پرسشنامه

ردیف	متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
۱	نوآوری باز	۰/۸۳۳
۲	قابلیت پویا	۰/۸۴۰
۳	عملکرد رقابتی شرکت	۰/۸۳۱

به عبارت دیگر می‌توان بیان داشت که بین سوالات پرسشنامه هم‌خوانی وجود داشته است و ابزار اندازه‌گیری در این پژوهش قابلیت اطمینان قابل قبولی دارد.

نتایج و بحث

هرگاه یک یا چند خصیصه از طریق دو یا چند روش اندازه‌گیری شوند همبستگی بین این اندازه‌گیری‌ها دو شاخص مهم اعتبار را فراهم می‌سازد. اگر همبستگی بین نمرات آزمون‌هایی که خصیصه‌ی واحدی را اندازه‌گیری می‌کند بالا

باشد، پرسشنامه دارای اعتبار همگرا می‌باشد. وجود این همبستگی برای اطمینان از این که آزمون آنچه را که باید سنجیده شود می‌سنجد، ضروری است. برای روایی همگرا میانگین واریانس استخراج^۱ (AVE) و پایایی مرکب^۲ (CR) محاسبه می‌شود.

جدول (۳): بررسی پایایی سازه

متغیرهای پژوهش	میانگین واریانس (AVE)	پایایی ترکیبی (C.R)	آلفای کرونباخ
نوآوری باز	۰/۷۶۴	۰/۸۶۳	۰/۸۴۰
قابلیت پویا	۰/۵۷۶	۰/۸۴۷	۰/۸۳۱
عملکرد رقابتی شرکت	۰/۷۰۶	۰/۹۰۰	۰/۸۸۳

با توجه به این که برای تمام متغیرها این مقدار بالای ۰.۷ می‌باشد. در ادامه همان طور که می‌بینید برای تمام متغیرها مقدار AVE بیشتر از ۰.۵ و مقدار CR بیشتر از ۰.۷ می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت که ابزار از پایایی مناسب برخوردار است.

اعتبارسنجی مدل

مقدار GOF محاسبه شده برای مدل، نزدیک به مقدار ۰/۴۰ بود که بر خوبی برازش مدل برای داده‌ها دلالت دارد.

یافته های تحقیق

تفسیر و نتیجه گیری فرضیه اصلی

نتایج آزمون فرضیه اصلی نشان داد که قابلیت‌های پویا از طریق نقش میانجی نوآوری باز بر عملکرد رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان مازندران تأثیر مثبت و معناداری دارد. مقدار ضریب اثر غیرمستقیم برابر با ۰.۳۱۸، مقدار آماره t برابر با ۴.۹۲۷ و سطح معناداری ۰.۰۰۱ به دست آمد که نشان می‌دهد این رابطه در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. همچنین از آنجا که مقدار آماره t از ۱.۹۶ بیشتر و مقدار p کمتر از ۰.۰۵ است، فرضیه اصلی پژوهش تأیید می‌شود. این یافته بیانگر آن است که قابلیت‌های پویا به تنهایی فقط یک توانمندی درونی نیستند، بلکه از طریق تقویت فرایندهای نوآوری باز می‌توانند به بهبود عملکرد رقابتی شرکت منجر شوند. به عبارت دیگر، شرکت‌هایی که در شناسایی فرصت‌ها، بهره‌برداری از منابع و بازپیکربندی قابلیت‌های خود توانمندترند، زمینه مناسب‌تری برای جذب دانش بیرونی، همکاری با بازیگران خارجی و توسعه نوآوری باز فراهم می‌کنند. این امر در نهایت باعث بهبود جایگاه رقابتی، افزایش سرعت پاسخ‌گویی به بازار و ارتقای توان رقابت شرکت می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که نوآوری باز نقش واسطه‌ای مهمی در انتقال اثر قابلیت‌های پویا به عملکرد رقابتی ایفا می‌کند و توجه مدیران به این سازوکار می‌تواند مزیت رقابتی پایدارتری برای شرکت‌های دانش‌بنیان ایجاد کند.

تفسیر و نتیجه گیری فرضیه فرعی اول

نتایج بررسی فرضیه فرعی اول نشان داد که قابلیت‌های پویا تأثیر مثبت و معناداری بر نوآوری باز در شرکت‌های دانش‌بنیان مازندران دارد. بر اساس نتایج مدل ساختاری، ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰.۶۴۱، مقدار آماره t برابر با ۸.۲۱۴ و سطح معناداری ۰.۰۰۰ بوده است. این نتایج نشان می‌دهد که فرضیه مذکور در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد

¹ Average Variance Extracted (AVE)

² Composite Reliability (CR)

تأیید قرار می‌گیرد. مقدار نسبتاً بالای ضریب مسیر بیانگر آن است که با افزایش یک واحد در قابلیت‌های پویا، میزان نوآوری باز نیز به صورت قابل توجهی افزایش می‌یابد. این یافته نشان می‌دهد شرکت‌هایی که توانایی بیشتری در شناسایی تغییرات محیطی، بهره‌گیری از فرصت‌های جدید و بازآرایی منابع و فرایندهای خود دارند، آمادگی بیشتری برای تعامل با محیط بیرونی و استفاده از ایده‌ها، دانش و فناوری‌های خارج از سازمان خواهند داشت. در واقع، قابلیت‌های پویا بستر لازم را برای توسعه همکاری‌های بین‌سازمانی، یادگیری از شبکه‌های بیرونی و بهره‌برداری از ظرفیت‌های نوآوری باز فراهم می‌کند. از این رو می‌توان نتیجه گرفت که تقویت قابلیت‌های پویا یکی از پیش‌نیازهای اساسی گسترش نوآوری باز در شرکت‌های دانش‌بنیان است و مدیران باید به توسعه این قابلیت‌ها به عنوان عاملی اثرگذار بر ظرفیت نوآوری سازمان توجه ویژه داشته باشند.

تفسیر و نتیجه‌گیری فرضیه فرعی دوم

نتایج آزمون فرضیه فرعی دوم نشان داد که نوآوری باز تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان مازندران دارد. مقدار ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰.۴۹۶، مقدار آماره t برابر با ۶.۱۰۳ و سطح معناداری ۰.۰۰۰ گزارش شد. با توجه به اینکه مقدار t بزرگ‌تر از ۱.۹۶ و مقدار p کوچک‌تر از ۰.۰۵ است، این فرضیه نیز تأیید می‌شود. این یافته نشان می‌دهد که هرچه شرکت‌های دانش‌بنیان بیشتر از سازوکارهای نوآوری باز استفاده کنند، عملکرد رقابتی آنها نیز بهبود بیشتری خواهد یافت. به بیان دیگر، بهره‌گیری از دانش بیرونی، همکاری با دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی، مشتریان، تأمین‌کنندگان و سایر شرکای فناورانه می‌تواند به افزایش کیفیت محصولات، سرعت توسعه خدمات، کاهش هزینه‌های نوآوری و بهبود قدرت رقابتی شرکت منجر شود. مقدار ضریب مسیر نزدیک به ۰.۵۰ نیز بیانگر شدت مناسب این اثر است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که نوآوری باز یکی از عوامل کلیدی در ارتقای عملکرد رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان محسوب می‌شود و هرچه سازمان‌ها در ایجاد و توسعه شبکه‌های تعاملی و جذب دانش بیرونی موفق‌تر باشند، از نظر رقابتی نیز در موقعیت بهتری قرار خواهند گرفت.

پیشنهادهای کاربردی

- ✓ یکی از مهم‌ترین پیشنهادهای کاربردی این پژوهش آن است که مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان استان مازندران به تقویت قابلیت‌های پویای سازمان خود توجه ویژه داشته باشند. این امر از طریق ایجاد نظام‌های مستمر رصد محیط، تحلیل تغییرات بازار، شناسایی فرصت‌های فناورانه و ارزیابی تهدیدهای رقابتی امکان‌پذیر است. شرکت‌هایی که بتوانند تحولات بیرونی را سریع‌تر تشخیص دهند و واکنش مناسب‌تری نشان دهند، در موقعیت بهتری برای حفظ مزیت رقابتی قرار می‌گیرند. از این رو پیشنهاد می‌شود مدیران با طراحی سازوکارهای منظم پایش محیطی و آینده‌نگری راهبردی، زمینه ارتقای قابلیت‌های پویا را در سازمان خود فراهم سازند.
- ✓ پیشنهاد می‌شود شرکت‌های دانش‌بنیان برای افزایش نوآوری باز، تعاملات خود را با دانشگاه‌ها، مراکز علمی، پارک‌های علم و فناوری، شتاب‌دهنده‌ها و سایر بازیگران زیست‌بوم نوآوری گسترش دهند. توسعه این شبکه‌های ارتباطی می‌تواند دسترسی شرکت‌ها به ایده‌ها، دانش تخصصی، فناوری‌های نو و فرصت‌های همکاری مشترک را افزایش دهد. در بسیاری از موارد، نوآوری صرفاً در درون سازمان شکل نمی‌گیرد، بلکه از طریق همکاری و هم‌افزایی با محیط بیرونی تقویت می‌شود. بنابراین، ایجاد مشارکت‌های راهبردی و قراردادهای همکاری فناورانه می‌تواند به تسریع نوآوری و در نهایت بهبود عملکرد رقابتی شرکت‌ها منجر شود.
- ✓ با توجه به نقش معنادار نوآوری باز در بهبود عملکرد رقابتی، پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت‌ها سازوکارهایی برای جذب، اشتراک‌گذاری و بهره‌برداری از دانش بیرونی طراحی کنند. این سازوکارها می‌تواند شامل برگزاری

نشست‌های مشترک با مشتریان و تأمین‌کنندگان، استفاده از سامانه‌های مدیریت ایده، همکاری در پروژه‌های تحقیق و توسعه مشترک و مشارکت در رویدادهای تخصصی باشد. هرچه شرکت‌ها در دریافت و تبدیل دانش بیرونی به محصولات، خدمات و فرایندهای جدید موفق‌تر عمل کنند، توان رقابتی آنها نیز افزایش خواهد یافت. در نتیجه، طراحی فرایندهای رسمی برای مدیریت دانش بیرونی یک ضرورت مدیریتی برای این شرکت‌هاست.

✓ پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان به بازپیکربندی مستمر منابع و قابلیت‌های داخلی توجه کنند تا بتوانند در شرایط متغیر محیطی، عملکرد رقابتی مطلوبی را حفظ کنند. بسیاری از شرکت‌ها به دلیل اتکا به رویه‌های سنتی و منابع ثابت، در برابر تغییرات بازار و فناوری دچار ضعف می‌شوند. در حالی که بازآرایی منابع انسانی، فناوریانه و دانشی می‌تواند انعطاف‌پذیری سازمان را افزایش داده و سرعت پاسخ‌گویی به نیازهای جدید بازار را بیشتر کند. از این‌رو توصیه می‌شود شرکت‌ها ساختارها و فرایندهای خود را به‌گونه‌ای طراحی کنند که امکان تغییر، یادگیری و تطبیق مستمر در آنها وجود داشته باشد.

✓ با توجه به تأثیر قابلیت‌های پویا بر نوآوری باز، پیشنهاد می‌شود آموزش‌های تخصصی برای مدیران و کارکنان در زمینه تفکر راهبردی، یادگیری سازمانی، مدیریت تغییر و مدیریت نوآوری برگزار شود. ارتقای مهارت‌های مدیریتی و تحلیلی می‌تواند توان سازمان را در شناسایی فرصت‌ها، بهره‌گیری از ظرفیت‌های بیرونی و توسعه همکاری‌های نوآورانه افزایش دهد. در واقع، قابلیت‌های پویا بدون وجود نیروی انسانی توانمند و یادگیرنده شکل نمی‌گیرد. بنابراین، سرمایه‌گذاری در آموزش و توانمندسازی منابع انسانی می‌تواند به‌عنوان یک اقدام عملی در جهت تقویت نوآوری و رقابت‌پذیری شرکت‌های دانش‌بنیان مورد توجه قرار گیرد.

✓ پیشنهاد می‌شود شرکت‌های دانش‌بنیان برای بهبود عملکرد رقابتی خود، نظام ارزیابی و پایش مستمر شاخص‌های رقابتی را در سازمان مستقر کنند. شاخص‌هایی مانند رضایت مشتری، سهم بازار، سرعت ارائه محصول جدید، کیفیت خدمات، میزان نوآوری و توان پاسخ‌گویی به تغییرات بازار باید به‌صورت دوره‌ای اندازه‌گیری و تحلیل شوند. این امر به مدیران کمک می‌کند تا نقاط قوت و ضعف شرکت را بهتر شناسایی کرده و تصمیمات اصلاحی مناسب‌تری اتخاذ کنند. در واقع، بدون سنجش مستمر عملکرد رقابتی، امکان مدیریت اثربخش و بهبود پایدار موقعیت رقابتی شرکت فراهم نخواهد شد.

منابع

- ✓ احمدی، م، حسینی، ر، کریمی، س، (۱۴۰۰)، بررسی تأثیر تعاملات دانشی بر نوآوری در شرکت‌های دانش‌بنیان، فصلنامه مدیریت فناوری، دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۴۵-۶۸.
- ✓ تقوی، ا، مرادی، ح، شریفی، ن، (۱۴۰۱)، نوآوری باز و توسعه همکاری‌های فناورانه در شرکت‌های دانش‌بنیان، فصلنامه تحقیقات مدیریت فناوری، دوره ۱۱، شماره ۱، صص ۶۱-۸۴.
- ✓ تیس، د، (۲۰۲۰)، قابلیت‌های پویا و مدیریت راهبردی در عصر تحول، ژورنال مدیریت استراتژیک، دوره ۴۱، شماره ۴، صص ۲۳۳-۲۵۲.
- ✓ جعفری، پ، کاظمی، ر، طاهری، س، (۱۴۰۴)، نقش شبکه‌های همکاری در ارتقای مزیت رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۵، شماره ۱، صص ۳۳-۵۸.
- ✓ حسینی، ع، نوری، م، اسدی، ل، (۱۴۰۱)، سرمایه انسانی و بهبود عملکرد رقابتی در شرکت‌های متوسط و کوچک، پژوهشنامه مدیریت منابع انسانی، دوره ۹، شماره ۳، صص ۲۵-۴۹.

- ✓ حیدری، ن، صادقی، ف، موسوی، م، (۱۴۰۳)، مدل سازی روابط بین قابلیت های پویا، نوآوری باز و عملکرد رقابتی، فصلنامه مدیریت نوآوری، دوره ۱۴، شماره ۲، صص ۷۱-۹۶.
- ✓ رحمانی، س، اکبری، ع، شفیعی، ر، (۱۴۰۴)، قابلیت های پویا و توان رقابت پذیری در شرکت های نوآور ایرانی، فصلنامه مدیریت راهبردی نوین، دوره ۶، شماره ۱، صص ۹۱-۱۱۶.
- ✓ زارع، ح، محمدی، ع، کریمی، س، (۱۴۰۳)، قابلیت های پویا، نوآوری و عملکرد سازمانی در شرکت های فناور، فصلنامه پژوهش های مدیریت صنعتی، دوره ۱۷، شماره ۲، صص ۵۷-۸۲.
- ✓ کریمی، س، رضایی، ک، موسوی، ن، (۱۴۰۴)، تأثیر بازاریابی منابع بر ارتقای قابلیت های راهبردی شرکت های دانش بنیان، فصلنامه مدیریت کسب و کار، دوره ۱۶، شماره ۱، صص ۸۴-۱۰۹.
- ✓ موسوی، پ، حیدری، ن، رضوی، ع، (۱۴۰۳)، تأثیر قابلیت های پویا بر توسعه راهبردی شرکت های نوآور، فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، دوره ۱۴، شماره ۳، صص ۶۳-۸۷.
- ✓ نادری، ف، رضایی، ک، اسدی، م، (۱۴۰۲)، جهت گیری بازار و عملکرد رقابتی در شرکت های نوپا، فصلنامه مدیریت بازاریابی، دوره ۸، شماره ۱، صص ۴۱-۶۵.
- ✓ Barney, J. (2021). Firm resources and sustained competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 42(3), 99–118.
- ✓ Bogers, M., Chesbrough, H., & Monaghan, S. (2022). Open innovation: Research, practices, and future directions. *Innovation Management Review*, 24(1), 15–37.
- ✓ Chen, Y., Lu, K., & Huang, P. (2022). Organizational capabilities and competitive performance in technology firms. *Journal of Technological Business*, 16(3), 211–230.
- ✓ Chesbrough, H. (2020). Open innovation: From theory to application in innovation ecosystems. *R&D Journal*, 29(2), 101–119.
- ✓ Fernandez, M., Lopez, S., & Carrera, J. (2023). Knowledge commercialization and competitive performance in knowledge-based firms. *International Journal of Knowledge-Based Business*, 14(4), 201–224.
- ✓ Garcia, L., Rodriguez, M., & Torres, P. (2021). Firm competitiveness in regional innovation ecosystems. *Journal of Regional Development and Innovation*, 11(3), 133–156.
- ✓ Helfat, C., & Peteraf, M. (2021). Rethinking dynamic capabilities and competitive advantage. *Journal of Management and Organization*, 27(4), 245–268.
- ✓ Huang, P., Liu, S., & Chen, R. (2022). Absorptive capacity and open innovation in technology firms. *Journal of Knowledge and Innovation Management*, 13(3), 111–134.
- ✓ Kim, S., Park, J., & Lee, D. (2024). Dynamic capabilities and adaptability in high-technology firms. *Journal of Advanced Technology Management*, 19(1), 54–76.
- ✓ Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2022). Market management and competitive advantage in the digital economy. *Strategic Marketing Journal*, 30(5), 210–228.
- ✓ Lauwers, A., Nicolau, K., & Peterson, J. (2022). Open innovation and inter-organizational collaboration in the knowledge economy. *Journal of Innovation Studies*, 20(2), 98–121.
- ✓ Lee, J., Wang, H., & Zhao, Y. (2024). Open innovation and firm performance improvement in dynamic environments. *International Journal of Innovation Management*, 18(3), 140–163.
- ✓ Lee, J., Zhang, W., & Chen, L. (2025). Dynamic capabilities, innovation, and firm competitive performance. *Journal of Strategic Management and Innovation*, 31(1), 1–24.
- ✓ Marco, A., Rossi, F., & Bianchi, L. (2022). Organizational learning and the development of dynamic capabilities. *Journal of Organizational Learning and Change*, 12(2), 66–88.
- ✓ Martinez, K., Herrera, D., & Gomez, S. (2023). Support policies and the enhancement of competitiveness in knowledge-based firms. *Journal of Innovation Policy*, 17(4), 177–199.

- ✓ Paulino, R., Diaz, F., & Costa, M. (2022). Networked innovation and competitiveness in knowledge-intensive firms. *Journal of Business and Innovation*, 18(2), 144–166.
- ✓ Russo, L., Bento, J., & Marques, H. (2023). Open innovation and the performance of small technology firms. *International Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 21(1), 67–88.
- ✓ Santoro, G., Ferrara, M., & Bianchi, F. (2023). Open innovation strategies and value creation in firms. *Journal of Innovation and Knowledge*, 8(2), 90–111.
- ✓ Schwartz, P., Meyer, T., & Klein, R. (2024). The mediating role of open innovation in the relationship between dynamic capabilities and competitive performance. *Journal of Technology and Innovation Management*, 27(2), 122–145.
- ✓ Teece, D. (2020). Dynamic capabilities and strategic management in the age of transformation. *Strategic Management Journal*, 41(4), 233–252.
- ✓ Wang, H., Lee, J., & Zhou, K. (2023). Competitive advantage and firm performance in unstable environments. *International Journal of Business Management*, 25(2), 87–109.