

بررسی تاثیر قابلیت نوآوری باز بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن نقش تحول دیجیتال در حوزه مدیریت سازمانی

محمود باغبان طرقدری^{۱*}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۸ تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۱۲/۲۹

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر قابلیت نوآوری باز بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن نقش تحول دیجیتال در حوزه مدیریت سازمانی صورت گرفت. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی است و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه آزاد اسلامی واحدورامین می‌باشد که براساس روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و جدول مورگان ۲۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردیدند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. روایی پرسشنامه‌ها محتوایی و پایایی پرسشنامه‌ها بر اساس ضریب آلفای کرونباخ به دست آمد. داده‌ها توسط نرم افزار *spss* و *pls* مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که قابلیت نوآوری باز بر تحول دیجیتال اکتشافی، تحول دیجیتال بهره‌برداری و مدل کسب و کار موثر است. همچنین تحول دیجیتال اکتشافی بر عملکرد سازمان موثر است. تحول دیجیتال بهره‌برداری بر عملکرد سازمان موثر است و مدل کسب و کار بر عملکرد سازمان موثر است.

واژگان کلیدی

قابلیت نوآوری باز، عملکرد سازمانی، تحول دیجیتال.

^۱ استادیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحدورامین-پیشوا و قرچک، پیشوا، ایران. (نویسنده مسئول:

۱. مقدمه

ظهور فناوریهای دیجیتال جدید، مانند هوش مصنوعی، کلان داده و رایانش ابری، باعث شده است که جامعه بشری به عصر تحول دیجیتال وارد شود. تحول دیجیتال، موجب افزایش شتاب و توان شرکتها در مسیر حرکت توسعه نوین شده است. این مهم از طریق بهبود تخصیص منابع شرکت و کاهش تأثیر عدماطمینان بیرونی بر عملیات سازمانی بهواسطه جریان مؤثر داده ها در تمامی بخشها روی داده است (یو^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). انقلابی که مکرراً در سالهای اخیر از آن صحبت می شود، انقلاب صنعت چهارم است. این انقلاب آخرین انقلاب صنعتی است که جامعه اطلاعاتی می تواند ببیند (فرج الهی، ۱۳۹۵). سازمانها می تواند با تحول سازمانی پایداری، اثربخشی و کارآیی خود را توسعه دهند و با تغییرات، فرصتها و چالش ها به سرعت سازگار شود. خیلی از سازمانهای معاصر برای رفع چالش های ناشی از این انقلاب از فناوری های اطلاعاتی همین انقلاب استفاده می کنند. مهمترین عوامل تمایز صنعت چهارم سرعت، عرض و عمق تاثیرات این انقلاب می باشد (اسمیر و سیلان^۲، ۲۰۱۹). در انقلاب صنعت چهارم سازمانها با این موارد روبرو هستند: الف) دیجیتالی شدن و ادغام از روابط فنی و اقتصادی ساده به شبکه های فنی و اقتصادی پیچیده ب) دیجیتالی شدن محصولات و خدمات و ج) مدل های جدید بازار و کلیه فعالیتهای انسانی و ماشینی با بسیاری از سیستم های ارتباطی بهم وصل شده است. نوآوری دیجیتال با فعال نمودن شبکه ها، اکوسیستمها و جوامع نوآوری توسعه و تکامل محصولات و خدمات اغلب رادیکال را تسریع بخشیده است. همچنین شکل گیری مدل های کسب و کار مبتنی بر فناوریهای دیجیتال ساختارهای صنعت را تغییر داده است (صباغچی و همکاران، ۱۴۰۱). تحول دیجیتال یک تحول سازمانی مبتنی بر فناوری دیجیتال است. این به شرکت ها کمک می کند فرصت های جدید را شناسایی کرده و دانش ارزشمند و منابع کمیاب را جذب کنند. (لی و همکاران^۳، ۲۰۱۸)؛ بنابراین، تحول دیجیتال مبتنی بر نظریه دیدگاه مبتنی بر منابع، وسیله ای مؤثر برای شرکت ها برای بهبود عملکرد است. با این حال، اکثر مطالعات آکادمیک بر رابطه مستقیم بین تحول دیجیتال و عملکرد شرکت متمرکز شده اند (ژای^۴ و همکاران، ۲۰۲۲) موضوع نوآوری در سازمانها بیش از ۸۰ سال است که مورد توجه قرار گرفته است. مطالعه نوآوری در هر صنعت به دو موضوع مرتبط است. نخست، درک ابعاد داخلی نوآوری و دوم درک تأثیرات آن بر تکامل سازمان نوآوری در واقع، فرایند تغییر دانش بنیان معرفی یا اصلاح یک خط مشی، ساختار، روش، فرایند، ایده جدید، محصول یا خدمات در یک سازمان است (ملک الکلامی، ۱۴۰۱). بحث های کمی در مورد مکانیسم تأثیر نوآوری بر تحول دیجیتال در سازمانها و شرکتهای در حوزه مدیریت سازمانها وجود دارد. سازمانها در ایران، در سال های اخیر با مشکلاتی در زمینه سنتی بودن ساختار و خدمات مواجه شدند که این امر در بازار رقابتی امروزی خصوصاً در سطح بین المللی سبب کاهش سهم بازار آنها و عملکرد این سازمانها شده است که این امر سبب شده تا مدیران این سازمانها در صدد بهبود وضعیت و گذار به سمت دیجیتالی شدن در راستای بهبود نوآوری و عملکرد باشند. امروزه سازمانها، به عنوان نقاط تجلی شکل نوین زندگی در عصر ارتباطات و موج چهارم که به نهضت مجازی شدن تعبیر میشود و به سبب تمرکز خدمات و حجم بیشینه تعاملات اجتماعی و اقتصادی، در بالاترین سطح نیاز به بهره گیری از روشها و فناوریهای نوپیدای خدمات رسانی قرار دارند. بهره گیری از قابلیت های بی شمار فناوری اطلاعات و

1 Yu

2 ESMER ŞAYLAN

3 Li

4 Zhai

ارتباطات در عرصه مدیریت سازمانها نیز، پیامدها و تحولات شگرفی را به دنبال داشته است و توسعه آن در قالب خدمات هوشمند، در تعاملات و تراکتهای میان شهروندان و نهادهای مدیریتی یا سایر سازمانهای ارائه دهنده خدمات، به عنوان راهکاری اثربخش و کارآمد در راستای نوآوری و توسعه تنوع، کیفیت، سرعت و اطمینان در خدمات رسانی به شمار می رود. نظامهای مدیریت سازمانی در کلان سازمانها، به ناچار باید به سمت مدیریت دیجیتال و سیستمی که با الزامات شهرهای دیجیتال منطبق است، حرکت کنند. استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در زندگی روزمره و همچنین در انجام فعالیتهای اداری به خصوص حوزه منابع انسانی، منجر به ظهور پارادایم جدیدی به نام مدیریت منابع انسانی دیجیتال شده است (مسکی^۱ و همکاران، ۲۰۲۰) علیرغم سابقه طولانی نوآوری در حیات بشری، سازمانها اخیراً در مطالعه تجربی نشان می دهد که نوآوری سازمانی همواره نوآوری فناورانه را تحت تاثیر قرار می دهد. برخی از مطالعات اخیر نیز بر ماهیت مکمل بودن نوآوری سازمانی و نوآوری فناورانه تاکید نموده اند و نشان داده اند که خاصیت هم افزایی بین این دو نوع نوآوری این اجازه را می دهد که بتوان از فرایندهای مکمل به جای فرایندهای جایگزین بهره گرفت نوآوری سازمانی یکی از منابع مهم مزیت رقابتی است که می تواند منجر به بهبود در عملکرد بشود. بر اساس رویکرد مبتنی بر منابع، تنها شرکتهایی که داراییهای استراتژیک در اختیار دارند، می توانند به مزیت رقابتی پایدار دست یابند و متعاقب آن به عملکرد متعالی دست یابند (صفایی شایگان و فرزام فر، ۱۴۰۰) با توجه به سرعت شتابنده تغییرات و تحولات علمی، تکنولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و ... عصر کنونی، سازمانی موفق و کارآمد خواهند بود که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعه امروزی بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونیها را نیز در آینده پیش بینی کرده و قادر باشند که این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آیندهای بهتر هدایت کنند. به بیانی دیگر، سازمانها بایستی نسبت به گذشته خلاق تر و نوآورتر باشند تا بتوانند در چنین محیطی بقاء بیاورند، رقابت کنند و رشد نمایند. می توان گفت نوآوری یکی از مهمترین عوامل در موفقیت سازمان بوده و به عنوان یک مزیت رقابتی به حساب می آید. در این تحقیق به این سوال پاسخ می دهیم که آیا قابلیت نوآوری باز بر عملکرد سازمانی مدیریت شهری با در نظر گرفتن نقش تحول دیجیتال موثر است؟

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

تحول دیجیتال

از زمانی که تحول دیجیتال در اوایل دهه ۲۰۰۰ به یک مفهوم تبدیل شد، با پیامهای درهم آمیخته، آشفته، سوء تفاهمی، افسانه ها و تصورات نادرست مواجه شد و نظام منابع انسانی را سردرگم کرد که آیا تحول دیجیتال، چیزی است که آنها و کارکنان باید از آن بترسند یا از آن استقبال کنند. بسیاری از سردرگمی ها، نشئت گرفته از «عدم اطمینان درباره اینکه تحول دیجیتال دقیقاً چیست» بوده است. جنبه دیجیتالی شدن تحول دیجیتال را میتوان به عنوان جایگزین فرایندهای غیردیجیتالی (یا دستی) با فرایندهای دیجیتالی شده تعریف کرد (حیدری و همکاران، ۱۴۰۲) منظور از دیجیتالی شدن، استفاده از فناوری های دیجیتالی مانند فناوری اطلاعات، محاسبات و ارتباطات برای ارتقاء تغییرات سازمانی است. دیجیتالی شدن به فرایند تحول سازمانی از طریق پذیرش فناوریهای دیجیتال اشاره دارد که عمدتاً در سازمانها با عناوینی چون مصنوعات دیجیتالی، پلتفرمهای دیجیتالی، زیرساختهای دیجیتالی و همچنین، مدل های تجاری و مدیریت دیجیتال

ظاهر میشود (خسروی پور، ۱۴۰۱). تحول دیجیتالی بین صنایع و نهادها متفاوت است و بستگی به نحوه انتخاب و آنها برای پاسخگویی به فرصتهای رو به افزایش دارد (فرزانه کندری و روحانی، ۱۳۹۹).
قابلیت نوآوری باز

قابلیت نوآوری مرکب از فرآیندهای اصلی در داخل یک نظام است که از تجارب دیگر نمیتواند جدا باشد. قابلیت نوآوری و ابداع شامل دارایی غیرملموس یک نظام و توانایی استخراج این سرمایه به صورتی که این نظام بطور مداوم قادر به تولید نوآوریهای جدید باشد، است قابلیت نوآوری را به عنوان قدرت و توانایی برای تغییر ماهیت مداوم دانش و تجربیات به محصولات، فرآیندها و سیستمهایی برای سوددهی شرکت و سهامداران، تعریف میکنند. قابلیت نوآوری و ابداع خالقانه، انرژی پیش برنده ای است برای تولید و بررسی تصورات و عقاید جدید بنیادی و همچنین توسعه بخشیدن آنها به نوآوریهای تأثیرگذار و قابل عرضه و تأثیر گذاشتن بر روی منابع و توانمندیهای درونی و بیرونی است (حقیقی کفاش و همکاران، ۱۳۹۴).

نوآوری انواع متنوعی بر که دارد اساس بخشی آن به که اشاره می کند، حوزه و شدت آن قابل تفکیک است. این موارد از یکدیگر مستقل نیستند، اگرچه ویژگیهای قابل تشخیص و البته بدون به نیاز خطوط تقسیم وجود دارد در گروه اول، این دسته بندی بر اساس موضوعی است که نوآوری آن به اشاره دارد. نوآوری محصول و خدمات به حالت زمانی ای اشاره می که کند یک شرکت محصول جدیدی را معرفی کرده و خدمات جدیدی را فراهم می. کند نوآوری فرایند در مکانی است در که آن، زمان یک شرکت عناصر جدیدی در را فرایند تولید و بهره برداری آن معرفی می کند برای تولید محصول یا و ارائه فرایند استفاده می در شود. برخی از موارد خط تقسیم بین نوع دو این مشخص نیست. جدایی بستگی به نقش سازمان (به سازمان درگیر شده) دارد. تأکیدی که را شرکت از نوع هر بر نوآوری می با کند توجه به مرحله ی توسعه ی شرکت با هم متفاوت است. در مراحل اولیه، زمانی که شرکت، کوچک است، اساساً نوآوری های محصول را می پذیرد. زمانی که شرکت رشد کرد و پیچیده شد، نوآوری فرایند می پذیرد (حجازی و همکاران، ۱۳۹۹). نوآوری باز یک مدل مدیریت کسب و کار برای نوآوری است که همکاری با افراد و سازمان های خارج از شرکت را ترویج می کند (پایان سانچز^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). نوآوری باز به معنی باز کردن روند نوآوری فراتر از مرزهای شرکت به منظور افزایش پتانسیل نوآوری خود را از طریق استفاده استراتژیک فعال از محیط زیست است؛ بنابراین نوآوری از طریق تعامل ایده های داخلی و خارجی، فناوری ها، فرایندها و کانال های فروش با هدف شرکت به توسعه محصولات نوآورانه امیدوار کننده است (سانترو^۲ و همکاران، ۲۰۱۸). نوآوری باز، توصیف کننده جریان ورود و خروج دانش برای بهبود عملکرد نوآوری است، به طور گسترده ای به عنوان روشی مهم در مدیریت نوآوری شناخته می شود. بر این اساس نوآوری باز به معنای ورود و خروج آزادانه و عامدانه دانش به داخل و خارج صنعت و برای سرعت بخشیدن به فرایند نوآوری است و فرض می شود که شرکت ها می توانند علاوه بر ایده های داخلی، از ایده های برون سازمانی نیز بهره مند شوند (رادزیون و بوگرز^۳، ۲۰۱۹).

1 Payán-Sánchez

2 Santoro

3 Radziwon

عملکرد سازمانی

عملکرد مفهومی است که به تنهایی قادر به توجیه فلسفه وجود بقا و حتی انحال سازمانهاست و اصولاً سازمانها همان عملکرد آنها می‌باشد. چرا که همه عناصر و زیرمجموعه‌های یک سازمان که یک نظام یا یک سیستم را می‌سازند، با عملکرد خود به صورت زنجیروار بقای کل سازمان را تضمین می‌کنند. عملکرد کارکنان، ترکیبی از توانایی و انگیزه است که توانایی شامل مهارتها، آموزش و منابع مورد نیاز برای انجام یک کار است. عملکرد عبارت است از حاصل فعالیتهای یک فرد، از لحاظ اجرای وظایف محوله در مدت زمان معین. مفهوم ارزیابی عملکرد برآوردی انتقادی و کاوشگرانه از فعالیتهای مختلف یک سازمان است. ارزشیابی مروری است مستمر و مداوم که همواره باید در کلیه فعالیتهای انسانی اعم از فردی و یا جمعی معمول و رایج گردد (نوروزی و همکاران، ۱۴۰۱). بهبود عملکرد از مهمترین اهداف یک سازمان محسوب میشود و هر سازمانی سعی در تقویت این ستاده‌ها از طرق گوناگون دارد. برای رسیدن به این هدف باید عوامل مرتبط و موثر بر عملکرد سازمانی را شناسایی و تقویت نمود (حبیب زاده و همکاران، ۱۴۰۰). ازدیدگاه اجتماعی، جالبترین نکته برای سازمانها داشتن کارکنانی است که کارهایشان را به خوبی انجام دهند؛ زیرا عملکرد خوب، بهره‌وری سازمان را بالا میبرد. در نتیجه، به افزایش اقتصاد ملی منجر میشود. عملکرد، یک سازه ترکیبی است که طبق آن کارکنان موفق در مجموعه‌ای از رفتارها مشخص میشوند؛ بنابراین، عملکرد شغلی یک مالک چندگانه و گسترده است که در آن مجموع رفتارهایی که به دقت تعریف شده‌اند برای بیان آن مورد استفاده قرار میگیرند (فانی و همکاران، ۱۴۰۰) مفهوم عملکرد سازمانی به دلیل اهمیت بالایی بهره‌وری، مورد توجه بسیاری از سازمانها قرار گرفته است. عملکرد سازمانی به نوعی، نتایج بعد از اتمام کار است و نشان دهنده سطحی از دستاوردهای یک شغل انجام مقررات سازمانی، انتظارات و یا التزامات برای هر یک از کارکنان می‌باشد. از سوی دیگر، بررسی‌ها نشان داده‌است که عملکرد سازمانی پدیده‌ای چند بعدی و سازه‌ای اجتماعی است که بهبود آن در سازمان، در بخش‌های عینی و ملموس مانند نتایج اقتصادی و مالی در سازمان بروز می‌کند (حسن نژاد و همکاران، ۱۴۰۰).

۱-۲. پیشینه پژوهش

حسون الخفاجی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی قابلیت نوآوری و تعدیلگری مقیاس شبکه‌سازی و قدرت ارتباط (مورد مطالعه شرکت‌های کوچک و متوسط عراق) نشان دادند که تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری با میانجی‌گری قابلیت نوآوری معنادار بوده است. زارعی و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان بررسی و تحلیل تأثیر عوامل نوآوری باز بر استراتژی و عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: شهرداری منطقه یک تهران) انجام داده‌اند. نتایج بررسی فرضیات حاکی از آن بوده است که به ترتیب عامل تولیدی، فرآیندی و اداری بر استراتژی و بر عملکرد سازمانی تأثیر دارد. شیروانی و نفری (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر یادگیری سازمانی و نوآوری در مدیریت دانش بر قابلیت‌های تکنولوژی در شهرداری بهارستان و سازمانهای تابع نشان دادند بررسی تأثیر یادگیری سازمانی و نوآوری در مدیریت دانش بر قابلیت‌های تکنولوژی، تأثیر معناداری دارد و اثر یادگیری استخراجی بر نوآوری در مدیریت دانش با ضریب بتای ۱/۷۳۲ بیشترین تأثیر و اثر نوآوری در مدیریت دانش بر قابلیت‌های تکنولوژی با ضریب بتای ۱/۹۳۳ کمترین تأثیر را نسبت به سایر متغیرها بر قابلیت‌های تکنولوژیکی می‌گذارند. صفایی شایگان و فرزام فر (۱۳۹۹) در بررسی تأثیر نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فناورانه و عملکرد شرکتهای تولیدی در شهر صنعتی کرمانشاه با رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری بیان

کردند که نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فرایند و قابلیت نوآوری تولید تاثیر معناداری دارد. همچنین قابلیت نوآوری فرایند و قابلیت نوآوری تولید بر عملکرد سازمانی تاثیر معناداری داشته است. مسعود و باساهر^۱ (۲۰۲۳) در تحقیقی با عنوان "تأثیرات تحول دیجیتال بر عملکرد شرکت: نقش تجربه مشتری و فناوری اطلاعات" به طور تجربی تأثیر تحول دیجیتال بر عملکرد شرکت را با طبقه‌بندی قابلیت‌های مورد نیاز برای تحقق تحول دیجیتال، تجربه مشتری و فناوری اطلاعات بررسی کردند. بر اساس یافته‌های این مطالعه، تحول دیجیتال، تجربه مشتری و فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت دارد و تجربه مشتری قوی‌ترین اثر را نشان می‌دهد. لی و همکاران^۲ (۲۰۲۳) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر تحول دیجیتال بر عملکرد شرکت ها بیان کردند تأثیر صنعت دیجیتال و دیجیتالی شدن شرکت بر عملکرد سازمانی به عنوان یک موضوع تحقیقاتی حیاتی ظاهر شده است. ژی و همکاران^۳ (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان "تحول دیجیتال و عملکرد مالی: نقش تعدیل کننده سرمایه اجتماعی کارآفرینان" بیان کردند تحول دیجیتال مبتنی بر فناوری به طور مثبت بر عملکرد مالی تأثیر می‌گذارد. تحول دیجیتال مبتنی بر بازار یک اثر مثبت با تأخیر زمانی بر عملکرد مالی دارد. سرمایه اجتماعی فن آوری کارآفرینان به طور مثبت رابطه بین تحول دیجیتال مبتنی بر بازار و عملکرد مالی را تعدیل می‌کند. سرمایه اجتماعی تجاری کارآفرینان به طور مثبت تأثیرات تحول دیجیتال مبتنی بر فناوری و تحول دیجیتال مبتنی بر بازار بر عملکرد مالی را تعدیل می‌کند. این یافته‌ها درک مفهوم و کاربرد تحول دیجیتال را غنی می‌کند. ژانگ و همکاران^۴ (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان تأثیر تحول دیجیتالی تولید بر عملکرد شرکت اثر میانجی مدل کسب و کار و اثر تعدیل کننده قابلیت نوآوری انجام داده اند. این مطالعه مکانیسم نفوذ داخلی تحول دیجیتال را بر عملکرد شرکتی صنعت تولید بر اساس نظریه دیدگاه مبتنی بر منابع نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که تحولات دیجیتالی استثماری و اکتشافی به‌طور معناداری و مثبت بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد و مدل کسب‌وکار تأثیر واسطه‌ای معناداری دارد. قابلیت نوآوری به طور مثبت تأثیر تحولات دیجیتالی استثماری و اکتشافی را بر مدل کسب‌وکار تعدیل می‌کند و اثر میانجی مدل کسب‌وکار را تعدیل می‌کند. ارهان^۵ و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی دو جنبه کاوش دیجیتالی و رفتار کاری نوآورانه در صنایع نساجی کشور ترکیه پرداختند و نتایج آنان نشان داد که ادراک کارکنان از رهبری دیجیتال تأثیر مثبت و معناداری بر تمام ابعاد رفتار کاری نوآورانه کارکنان دارد. همچنین، رهبران با مهارت‌های دیجیتالی بالا به طور مثبت توسط کارکنان درک می‌شوند و کارمندان با داشتن رهبران ماهر دیجیتالی تمایل به انطباق رفتارهای نوآورانه دارند. احمد^۶ و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل تأثیرگذار بر تحول دیجیتال سازمان و تصمیم‌گیری سازمان در طول همه‌گیری کووید ۱۹ پرداختند و نتایج نشان داد که پشتیبانی مدیریت ارشد و آمادگی زیرساخت فناوری یک ضریب تأثیر مثبت در تحول دیجیتال و عملکرد سازمان دارد، در نتیجه تهدیدات نقض داده‌ها تأثیر منفی بر پذیرش تحول دیجیتال سازمان دارد. در همین راستا مارتینز کار^۷ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی تأثیر تحول دیجیتال بر عملکرد شرکت با نقش میانجی فرهنگ سازمانی دیجیتال پرداختند. یافته

1 Masoud R, & Basahel

2 Li

3 Ji

4 Zhang

5 Erhan.

6 Ahmad

7 Martínez-Caro

های آنان نشان داد فرهنگ، یک پیش نیاز بسیار مؤثر در موفقیت تحول دیجیتال است. تحول دیجیتال از طریق فرهنگ سازمانی دیجیتال بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد. کامیسون و لوپز^۱ (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی اثرات نوآوری سازمانی بر قابلیت‌های نوآوری فنی و عملکرد سازمانی پرداختند. نتایج نشان داد که نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فرایند و قابلیت نوآوری فرآیند بر قابلیت نوآوری تولید تأثیر معناداری داشته است. همچنین قابلیت نوآوری تولید نیز بر عملکرد سازمانی تأثیر معناداری دارد. در حالیکه رابطه معناداری بین نوآوری سازمانی و قابلیت نوآوری تولید و همچنین قابلیت نوآوری فرایند و عملکرد سازمان وجود نداشته است.

۲-۲. فرضیات پژوهش

- ۱- قابلیت نوآوری باز بر تحول دیجیتال اکتشافی موثر است.
- ۲- قابلیت نوآوری باز بر تحول دیجیتال بهره برداری موثر است.
- ۳- قابلیت نوآوری باز بر مدل کسب و کار موثر است.
- ۴- تحول دیجیتال اکتشافی بر عملکرد سازمان موثر است.
- ۵- تحول دیجیتال بهره برداری بر عملکرد سازمان موثر است.
- ۶- مدل کسب و کار بر عملکرد سازمان موثر است.

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از حیث گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی می‌باشد جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه آزاد اسلامی واحدورامین می‌باشد که ۴۲۰ نفر می‌باشد که با استفاد از روش نمونه گیری تصادفی ساده، ۲۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و تدوین چارچوب نظری تحقیق، از منابع کتابخانه ای همانند کتاب، مقالات، همایش‌ها و همچنین منابع اینترنتی استفاده شد. به منظور جمع آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته ۲۰ گویه ای استفاده گردید. در پژوهش حاضر جهت روایی از نظرات اساتید راهنما و مشاور استفاده شد. برای بررسی پایایی ابزار از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که متغیرهای پژوهش از پایایی قابل قبولی برخوردارند.

جدول ۱: مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

متغیر مورد بررسی	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
تحول دیجیتال اکتشافی	۰/۸۶۸	۰/۷۹۷
تحول دیجیتال بهره برداری	۰/۸۴۹	۰/۷۶۴
عملکرد سازمان	۰/۸۶۴	۰/۷۹۰
قابلیت نوآوری باز	۰/۸۹۰	۰/۸۳۳
مدل کسب و کار	۰/۸۹۸	۰/۸۴۷
کل پرسشنامه	۰/۸۶۸	۰/۹۳۷

جهت تحلیل آمار استنباطی، از روش معالات ساختاری و از نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده گردید.

۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱- بررسی ارزیابی مدل کلی

ارزیابی برازش مدل برای یک مدل PLS - SEM بسیار پیچیده است و هنوز به درستی تعریف نشده است. با این حال، معیارهای زیادی پیشنهاد شده است، برخی از آنها به اختصار در زیر ارائه خواهد شد. علاوه بر مقادیر R^2 ، کیفیت یک مدل PLS-SEM را می توان با استفاده از شاخص های افزونگی و خوبی (GoF) ارزیابی کرد. برای هر متغیر پنهان درون زا، افزونگی مقدار واریانس در شاخص های اندازه گیری متغیر را اندازه گیری می کند که با متغیرهای پنهان برونزا که متغیر درونزا را پیش بینی می کنند توضیح داده می شود این شاخص با استفاده از میانگین هندسی شاخص R^2 و میانگین شاخص های افزونگی اندازه گیری می شود. با توجه به توضیحات داده شده، مقادیر اشتراکی (Communality) و R^2 (ضریب تعیین) در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: مقادیر اشتراکی و R^2 متغیرهای وابسته مدل

متغیر	مقادیر اشتراکی	ضریب تعیین R^2
تحول دیجیتال اکتشافی	۰/۶۲۲	۰/۴۵۲
تحول دیجیتال بهره برداری	۰/۵۹۳	۰/۳۱۶
عملکرد شرکت	۰/۶۱۵	۰/۸۳۵
قابلیت نوآوری	۰/۶۷۱	*
نوآوری مدل کسب و کار	۰/۶۸۸	۰/۷۲۴
میانگین	۰/۶۳۷	۰/۵۸۱

با توجه به جدول بالا، مقدار GoF به صورت زیر قابل محاسبه است:

$$\sqrt{GoF} = \sqrt{0.637 * 0.581} = 0.608$$

مقدار GoF برای مدل این پژوهش برابر با ۰/۶۰۸ شد که این نشانه ای از تناسب کلی و قابل قبول مدل مورد

بررسی در این تحقیق دارد.

۴-۲- کیفیت مدل اندازه گیری (Cv Com) و شاخص افزونگی (Cv Red)

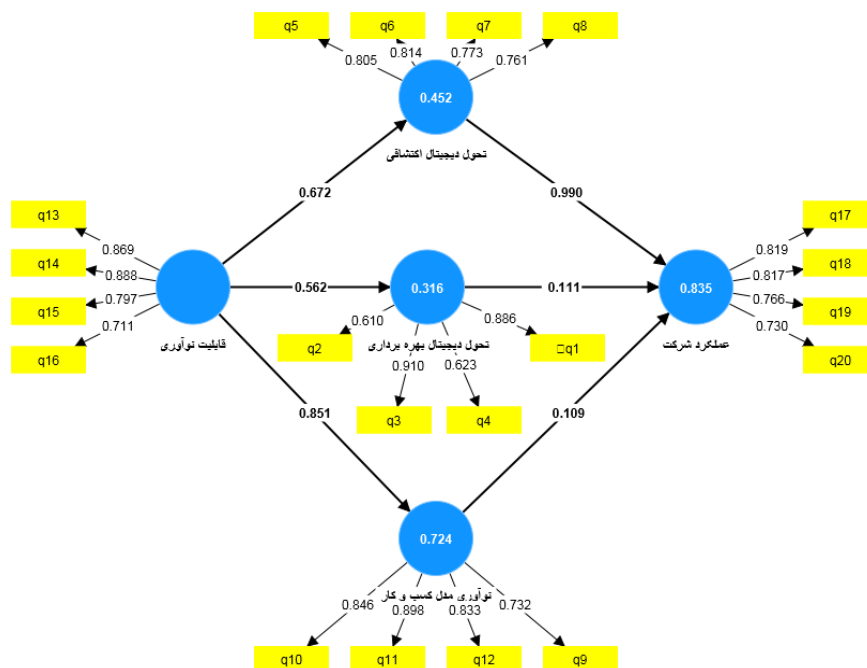
بر اساس مقدار Q^2 می توان در مورد مدل و تناسب آن نظر داد. ارزش های منفی قابل قبول نیستند و باید ارزش های مثبت باشند. در آزمون استون-گیسر دو مقدار ارائه شده است: افزونگی با اعتبار متقاطع و مشترک (CV-COM) با اعتبار متقاطع (CV-RED). ارزش افزونگی با اعتبارسنجی متقاطع با ارزیابی مدل ساختاری و مقدار اشتراک با اعتبارسنجی متقابل با ارزیابی مدل اندازه گیری واریانس میانگین استخراج شده سروکار دارد. شاخص Q^2 مثبت و بزرگ نشان دهنده توانایی پیش بینی بالای مدل است و مقادیر Q^2 منفی نشان دهنده برآورد بسیار ضعیف متغیر پنهان است. نتایج حاصل از این آزمون در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳: نتایج آزمون کیفیت مدل اندازه‌گیری

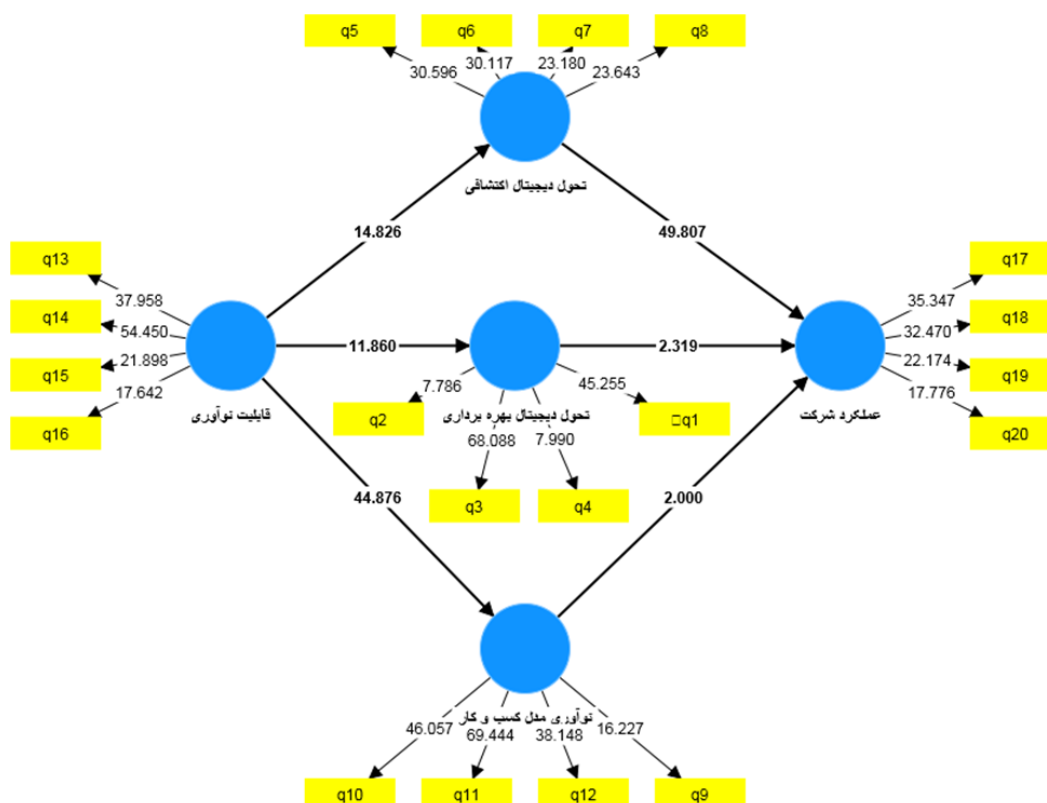
عنوان در مدل	Cv Red	Cv Com
تحول دیجیتال اکتشافی	۰/۲۷۲	۰/۳۶۷
تحول دیجیتال بهره برداری	۰/۱۷۳	۰/۳۵۶
عملکرد شرکت	۰/۵۰۷	۰/۳۵۹
قابلیت نوآوری باز	*	۰/۴۵۰
نوآوری مدل کسب و کار	۰/۴۹۴	۰/۴۷۶

همانطور که مشاهده شد، این دو شاخص برای تمامی متغیرهای مورد مطالعه مثبت هستند که کیفیت مطلوب مدل اندازه‌گیری شده را نشان می‌دهند؛ بنابراین تمامی معیارهای آلفای کرونباخ، بار عاملی بین سوالات و متغیرهای پنهان، ضریب پایایی مرکب، ضریب پایایی و روایی و اگرایی مدل نشان دهنده مناسب بودن مدل است.

۴-۳- مدل ساختاری



شکل ۱. مدل ساختاری در حالت استاندارد



شکل ۲. مدل ساختاری در حالت معناداری

۴-۴- نتایج فرضیات

فرضیه اول: قابلیت نوآوری باز بر تحول دیجیتال اکتشافی موثر است.

با توجه به شکل ۱ و ضریب مسیر، قابلیت نوآوری باز به میزان ۰/۶۷۲ بر تحول دیجیتال اکتشافی تاثیر دارد. اگر قابلیت به میزان ۱ واحد افزایش پیدا کند، به احتمال ۹۵ درصد تحول دیجیتال اکتشافی ۶۷/۲ واحد افزایش دارد. بارهای عاملی نیز مقدار آنها بیشتر از ۰/۵ است که نشان دهنده قابل قبول بودن آنها می باشد. با توجه به شکل ۲، ضریب معناداری t میان قابلیت و تحول دیجیتال اکتشافی در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۱۴/۸۲۶ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر قابلیت بر تحول دیجیتال اکتشافی دارد. همچنین مقدار ضریب مسیر ۰/۶۷۲، تاثیر مستقیم و قوی متغیر قابلیت بر تحول دیجیتال اکتشافی را نشان می دهد.

فرضیه دوم: قابلیت نوآوری باز بر تحول دیجیتال بهره برداری موثر است.

با توجه به شکل ۱ و ضریب مسیر، قابلیت به میزان ۰/۵۶۲ بر تحول دیجیتال بهره برداری تاثیر دارد. اگر قابلیت به میزان ۱ واحد افزایش پیدا کند، به احتمال ۹۵ درصد تحول دیجیتال بهره برداری ۵۶/۲ واحد افزایش دارد. بارهای عاملی نیز مقدار آنها بیشتر از ۰/۵ است که نشان دهنده قابل قبول بودن آنها می باشد. با توجه به شکل ۲، ضریب معناداری t میان قابلیت و تحول دیجیتال بهره برداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۱۱/۸۶۰ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر قابلیت بر تحول دیجیتال بهره برداری دارد. همچنین مقدار ضریب مسیر ۰/۵۶۲، تاثیر مستقیم و قوی متغیر قابلیت بر تحول دیجیتال بهره برداری را نشان می دهد.

فرضیه سوم: قابلیت نوآوری باز بر مدل کسب و کار موثر است.

با توجه به شکل ۱ و ضریب مسیر، قابلیت به میزان $0/851$ بر مدل کسب و کار تاثیر دارد. اگر قابلیت به میزان ۱ واحد افزایش پیدا کند، به احتمال ۹۵ درصد مدل کسب و کار $85/1$ واحد افزایش دارد. بارهای عاملی نیز مقدار آن‌های بیشتر از $0/5$ است که نشان دهنده قابل قبول بودن آن‌ها می‌باشد. با توجه به شکل ۲ ضریب معناداری t میان قابلیت و مدل کسب و کار در سطح اطمینان ۹۵ درصد $44/876$ شده که از $1/96$ بیشتر می‌باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر قابلیت بر مدل کسب و کار دارد. همچنین مقدار ضریب مسیر $0/851$ ، تاثیر مستقیم و قوی متغیر قابلیت بر مدل کسب و کار را نشان می‌دهد.

فرضیه چهارم: تحول دیجیتال اکتشافی بر عملکرد سازمان موثر است.

با توجه به شکل ۱ و ضریب مسیر، تحول دیجیتال اکتشافی به میزان $0/990$ بر عملکرد شرکت تاثیر دارد. اگر تحول دیجیتال اکتشافی به میزان ۱ واحد افزایش پیدا کند، به احتمال ۹۵ درصد عملکرد شرکت ۹۹ واحد افزایش دارد. بارهای عاملی نیز مقدار آن‌های بیشتر از $0/5$ است که نشان دهنده قابل قبول بودن آن‌ها می‌باشد. با توجه به شکل ۲ ضریب معناداری t میان تحول دیجیتال اکتشافی و عملکرد شرکت در سطح اطمینان ۹۵ درصد $49/807$ شده که از $1/96$ بیشتر می‌باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر تحول دیجیتال اکتشافی بر عملکرد شرکت دارد. همچنین مقدار ضریب مسیر $0/990$ ، تاثیر مستقیم و قوی متغیر تحول دیجیتال اکتشافی بر عملکرد شرکت را نشان می‌دهد.

فرضیه پنجم: تحول دیجیتال بهره برداری بر عملکرد سازمان موثر است.

با توجه به شکل ۱ و ضریب مسیر، تحول دیجیتال بهره برداری به میزان $0/111$ بر عملکرد شرکت تاثیر دارد. اگر تحول دیجیتال بهره برداری به میزان ۱ واحد افزایش پیدا کند، به احتمال ۹۵ درصد عملکرد شرکت $11/1$ واحد افزایش دارد. بارهای عاملی نیز مقدار آن‌های بیشتر از $0/5$ است که نشان دهنده قابل قبول بودن آن‌ها می‌باشد. با توجه به شکل ۲ ضریب معناداری t میان تحول دیجیتال بهره برداری و عملکرد شرکت در سطح اطمینان ۹۵ درصد $2/319$ شده که از $1/96$ بیشتر می‌باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر تحول دیجیتال بهره برداری بر عملکرد شرکت دارد. همچنین مقدار ضریب مسیر $0/111$ ، تاثیر مستقیم و ضعیف متغیر تحول دیجیتال بهره برداری بر عملکرد شرکت را نشان می‌دهد.

فرضیه ششم: مدل کسب و کار بر عملکرد سازمان موثر است.

با توجه به شکل ۱ و ضریب مسیر، مدل کسب و کار به میزان $0/109$ بر عملکرد شرکت تاثیر دارد. اگر مدل کسب و کار به میزان ۱ واحد افزایش پیدا کند، به احتمال ۹۵ درصد عملکرد شرکت $10/9$ واحد افزایش دارد. بارهای عاملی نیز مقدار آن‌های بیشتر از $0/5$ است که نشان دهنده قابل قبول بودن آن‌ها می‌باشد. با توجه به شکل ۲، ضریب معناداری t میان مدل کسب و کار و عملکرد شرکت در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۲ شده که از $1/96$ بیشتر می‌باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر مدل کسب و کار بر عملکرد شرکت دارد. همچنین مقدار ضریب مسیر $0/109$ ، تاثیر مستقیم و ضعیف متغیر مدل کسب و کار بر عملکرد شرکت را نشان می‌دهد.

۵. بحث و نتیجه گیری

نتایج فرضیه اول نشان داد که قابلیت نوآوری باز بر تحول دیجیتال اکتشافی سازمان موثر است. ضریب معناداری t میان قابلیت نوآوری باز و تحول دیجیتال اکتشافی در سطح اطمینان ۹۵ درصد $14/826$ شده که از $1/96$ بیشتر می‌باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر قابلیت نوآوری باز بر تحول دیجیتال اکتشافی دارد. این نتیجه با تحقیقات حسون الخفاجی و

همکاران (۱۴۰۲)، زارعی و همکاران (۱۴۰۱)، صفایی و فرزام فر (۱۳۹۹) و ژانگ و همکاران (۲۰۲۲) همسو می‌باشد. نتیجه فرضیه دوم نشان داد که قابلیت نوآوری باز بر تحول دیجیتال بهره برداری موثر است. ضریب معناداری t میان قابلیت نوآوری باز و تحول دیجیتال بهره برداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۱۱/۸۶۰ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر قابلیت نوآوری باز بر تحول دیجیتال بهره برداری دارد. این نتیجه با تحقیقات حسون الخفاجی و همکاران (۱۴۰۲) زارعی و همکاران (۱۴۰۱) صفایی و فرزام فر (۱۳۹۹) ژانگ و همکاران (۲۰۲۲) و کامیسون و لویز (۲۰۱۴) همسو می‌باشد. قابلیت نوآوری باز می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا فرصت‌های جدید را در محیط خارجی به سرعت درک کنند، به چالش‌های ناشی از تغییرات محیطی پاسخ دهند. سازمان‌هایی با قابلیت‌های نوآوری قوی می‌توانند پایگاه دانش خود را گسترش دهند و بر تحولات فناورانه موثر باشند. نتیجه فرضیه سوم نشان داد که قابلیت نوآوری باز بر مدل کسب و کار موثر است. ضریب معناداری t میان قابلیت نوآوری باز و مدل کسب و کار در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۴۴/۸۷۶ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر قابلیت نوآوری باز بر مدل کسب و کار دارد. این نتیجه با تحقیقات حسون الخفاجی و همکاران (۱۴۰۲) زارعی و همکاران (۱۴۰۱) صفایی و فرزام فر (۱۳۹۹) ژانگ و همکاران (۲۰۲۲) و کامیسون و لویز (۲۰۱۴) همسو می‌باشد. سازمان‌هایی با سیستم دیجیتال قوی رهبری را در تطبیق عملیات داخلی با تغییرات احتمالی در محیط کسب و کار بر عهده خواهند گرفت و با تمرکز بر بهبود ارزش پیشنهادی، مدل‌های کسب و کار را نوآوری خواهند کرد و تحول دیجیتال میزان استفاده از منابع و سطح آزمایش مدل کسب و کار را بهبود می‌بخشد. نتیجه فرضیه چهارم نشان داد که تحول دیجیتال اکتشافی بر عملکرد سازمان موثر است. ضریب معناداری t میان تحول دیجیتال اکتشافی و عملکرد سازمان در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۴۹/۸۰۷ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر تحول دیجیتال اکتشافی بر عملکرد سازمان دارد. این نتیجه با تحقیقات مسعود و باساهر (۲۰۲۳) لی و همکاران (۲۰۲۳) ژی و همکاران (۲۰۲۲) احمد و همکاران (۲۰۲۱) و مارتینز کارو همکاران (۲۰۲۰) همسو می‌باشد. سازمان‌هایی که می‌توانند مدل‌های تجاری کارآمدتر و نوآورانه‌تری بر اساس تحولات دیجیتالی طراحی کنند، می‌توانند ارزش بازار بیشتری کسب کنند. نتیجه فرضیه پنجم نشان داد که تحول دیجیتال بهره برداری بر عملکرد سازمان موثر است. ضریب معناداری t میان تحول دیجیتال بهره برداری و عملکرد شرکت در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۲/۳۱۹ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر تحول دیجیتال بهره برداری بر عملکرد سازمان دارد. این نتیجه با تحقیقات مسعود و باساهر (۲۰۲۳) لی و همکاران (۲۰۲۳) ژی و همکاران (۲۰۲۲) همسو می‌باشد. تحولات دیجیتالی در ارتقای شاخص سازمانی مهم هستند، بنابراین بینش جدیدی در مورد عوامل محرک مدل کسب و کار در سطح سازمانی ارائه می‌دهند باید بیشتر بر نحوه معرفی دیجیتالی شدن به مدل کسب و کار و نحوه طراحی مدل کسب و کار دیجیتال فرامرزی متمرکز شد. نتیجه فرضیه ششم نشان داد که مدل کسب و کار بر عملکرد سازمان موثر است. ضریب معناداری t میان مدل کسب و کار و عملکرد سازمان در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۲ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر مدل کسب و کار بر عملکرد سازمان دارد. این نتیجه با تحقیقات مسعود و باساهر (۲۰۲۳) لی و همکاران (۲۰۲۳) ژانگ و همکاران (۲۰۲۲) و ژی و همکاران (۲۰۲۲) همسو می‌باشد. دیجیتالی شدن قابلیت‌های پویای سازمان را بهبود می‌بخشد و نوآوری محصول را تسهیل می‌کند، به طور قابل توجهی بر پیشنهادات ارزش مشتری تأثیر می‌گذارد و به تغییر مدل کسب و کار کمک می‌کند. یک سازمان با ظرفیت بالا نه تنها می‌تواند به سرعت به فعالیت‌های غیرمنتظره فناوری و فرصت‌های غیرمنتظره ایجاد شده توسط رقبا پاسخ دهد، بلکه فناوری‌های

جدید و منابع جدید با ارزش تری را به مدل کسب و کار اختصاص می دهد و در نهایت مزیت های رقابتی افزایش یافته و عملکرد بهبود یافته را به دست می آورد، لذا با توجه به نتایج این پژوهش به برنامه ریزان و مدیران سازمانی پیشنهاد می گردد که از فناوری دیجیتال برای اختراع محصولات و خدمات جدید، کشف کانال های توزیع جدید، توسعه و ورود به بازارهای جدید، گسترش خدمات به مشتریان فعلی و کاهش هزینه ها برای کاهش هزینه های تولید کالا یا خدمات استفاده کنند. اگرچه تحولات دیجیتال بر اساس یک دیدگاه نظری انتخاب می شوند و می توانند نشان دهنده تغییر (تحول دیجیتال بهره برداری) و (تحول دیجیتال اکتشافی) شرکت های محرک تحول دیجیتال باشند، ممکن است روش های طبقه بندی دیگری از دیدگاه های نظری مختلف وجود داشته باشد؛ بنابراین، سایر روش های طبقه بندی تبدیل دیجیتال باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد. با توجه به پیچیدگی و جدید بودن مدل های کسب و کار و تحولات دیجیتالی، ترکیبی از تحقیقات کمی و کیفی برای دستیابی به بینش و درک عمیق تر توصیه می شود.

۶. منابع و مآخذ

۱. حبیب زاده، شیوا؛ مهاجران، مهناز، قلعه ای، علیرضا و حسینی، محمد. (۱۴۰۰). تبیین نقش میانجی تعهد سازمانی در رابطه بین چابکی و هوش سازمانی با عملکرد سازمانی، نوآوری و ارزش آفرینی، دوره ۱۰، شماره ۲۰، ۵۷-۷۴.
۲. حجازی، سیده مونا؛ اولادیان، معصومه و حسینی، سیدرسول. (۱۳۹۹). نقش مدیریت استعداد در بروز قابلیت های نوآورانه در شرکت نفت و گاز پارس. *مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی* (مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت)، دوره ۱۱، شماره ۴۴، ۲۶۵-۲۹۳.
۳. حسن نژاد، رضا؛ صفانیا، علی محمد و آفرینش خاکی، اکبر. (۱۴۰۰). همبستگی تنبلی سازمانی با عملکرد سازمانی با میانجی گری اینرسی سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان، مدیریت ارتقای سلامت، دوره ۱۱، شماره ۱، ۷۲-۸۴.
۴. حسون الخفاجی، امیرعدنان؛ بهبودی، امید و مرادی، محسن. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی قابلیت نوآوری و تعدیلگری مقیاس شبکه سازی و قدرت ارتباط (مورد مطالعه شرکت های کوچک و متوسط عراق)، مدیریت دانش سازمانی، دوره ۶، شماره ۲۰، ۱۱-۴۷.
۵. حقیقی کفاش، مهدی؛ حاجی پور، بهمن، مظلومی، نادر و مومنی، مصطفی. (۱۳۹۴). مدل سازی قابلیت نوآوری سازمانی، مدیریت سازمان های دولتی، دوره ۳، شماره ۴، ۲۷-۴۰.
۶. حیدری، شبنم؛ سرآبادانی، ابوالقاسم؛ حسنزاده، علیرضا و اعتمادی، احمدرضا. (۱۴۰۲). تبیین مدل مدیریت استعدادهای دیجیتال در صنعت بانکداری ایران؛ مطالعات منابع انسانی، دوره ۲، شماره ۱۳، ۲۴-۵۰.
۷. خسروی پور، الهام. (۱۴۰۱). تاثیر تحول دیجیتال بر مدیریت منابع انسانی با تاکید بر نقش فرهنگ سازمانی، سومین کنفرانس بین المللی علوم انسانی، حقوق، مطالعات اجتماعی و روانشناسی.
۸. زارعی، عظیم؛ اسحاقی، مجیدو فرخی زاده، فرشید. (۱۴۰۰). بررسی و تحلیل تأثیر عوامل نوآوری باز بر استراتژی و عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: شهرداری منطقه یک تهران)، توسعه تکنولوژی صنعتی، دوره ۱۹، شماره ۳۰-۱۵، ۴۶.

۹. صباغچی، سارا؛ قاضی نوری، سپهر، ثقفی، فاطمه و صحرایی، شقایق. (۱۴۰۲). مفهومی سازی و شناسایی ابعاد اصلی نوآوری دیجیتال در سازمانهای صنعتی: یک رویکرد داده بنیاد، *مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند*، سال یازدهم، شماره ۲۴، ۴۶۲-۴۲۲.
۱۰. فانی، مجید؛ ترابی، محمد.، مقدم، متینه، غمخواری، معصومه و حیدری، حسام. (۱۴۰۰). نقش میانجی شایسته هراسی بر ارتباط سازمانی با عملکرد کارکنان.، *مطالعات فرهنگی پلیس*، دوره ۸، شماره ۳، ۵۷-۶۵.
۱۱. فرج الهی، مهران؛ حسنی، اعظم، صفری، ثنا و عینی کیا، مهدی. (۱۳۹۵). طراحی الگوی ساختار سازمانی دانشگاههای باز و از دور (مطالعه موردی دانشگاه پیام نور)، *پژوهش در یادگیری آموزشگاهی و مجازی*، دوره ۴، شماره ۳، ۴۹-۶۴.
۱۲. فرزاد صفایی، شایگان و صبا، فرزاد فر. (۱۳۹۹). نوآوری سازمانی قابلیت نوآوری فرایند قابلیت نوآوری تولید عملکرد سازمانی، *رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، شماره ۳۵، دوره ۳، ۱۳۲-۱۵۳.
۱۳. فرزانه کندری، نرگس و روحانی، سعید. (۱۳۹۹). ارائه چارچوب مفهومی تحول دیجیتال قضایی در راستای حکمرانی دیجیتال، *مدیریت دولتی*، دوره ۱۲، شماره ۴، ۶۹۵-۷۲۲.
۱۴. ملک الکلامی، میلا؛ حسن زاده، محمد، شریف، عاطفه و رزقی، منصور. (۱۴۰۱). ارائه مدل استخراج دانش در صنایع خدماتی جهت دستیابی به نوآوری با استفاده از مدل نظریه ای داده بنیاد، *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، دوره ۳۸، شماره ۲، ۶۳-۹۳.
۱۵. نفری، محمد حسین و شیروانی، علیرضا. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر یادگیری سازمانی و نوآوری در مدیریت دانش بر قابلیت های تکنولوژی در شهرداری بهارستان و سازمان های تابع، *مطالعات جغرافیا، عمران و مدیریت شهری*، دوره ۷، شماره ۴، ۱۵-۳۰.
۱۶. نوروزی، مهدی؛ شهابی، مهرداد و نادری هشی، خسرو. (۱۴۰۱). رهبری خدمتگزار بر رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی فرهنگ سازمانی و تعهد سازمانی، *اکتشاف و پردازش هوشمند دانش*، دوره ۲، شماره ۲، ۸۵-۶۴.
17. Ahmad A, Alshurideh M T, Al Kurdi B H, Salloum S A(2021) Factors Impacts Organization Digital Transformation and Organization Decision Making During Covid19 Pandemic. In The Effect of Coronavirus Disease (COVID-19) on Business Intelligence, 95-106.
18. Camisón, C & Villar-López, A (2014). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business Research*, Volume 67, Issue 1, 2891-2902.
19. Erhan T, Uzunbacak H H, Aydin E(2022) From conventional to digital leadership: exploring digitalization of leadership and innovative work behavior. *Management Research Review*.
20. ESMER Yusuf.ŞAYLAN, Onur(2019)The Link of Industry 4.0 and Organizational Transformation, *Journal of Social Research*, Volume 3, Issue 1, 1-8.
21. Ji, H., Zhongzhen, M, Jun, W. & Lei, L. (2022). Digital transformation and financial performance: the moderating role of entrepreneurs' social capital, *Technology Analysis & Strategic Management*, DOI: 10.1080/09537325.2022.2118110
22. Li, S., Luwen. G., Chunjia, H., Brij, G., Wadee, A. & Sultan, A, (2023). Exploring the effect of digital transformation on Firms' innovation performance, *Journal of Innovation & Knowledge*, Volume 8, Issue 1, 100317, ISSN 2444-569X,
23. Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J. Y. (2018). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, Volume 28, Issue 6, 1129-1157.

24. Martínez-Caro E, Cegarra-Navarro J G, Alfonso-Ruiz F J. 2020. Digital technologies and firm performance: The role of digital organisational culture. *Technological Forecasting and Social Change*, 154, 119962.
25. Masoud R, & Basahel S. (2023). The Effects of Digital Transformation on Firm Performance: The Role of Customer Experience and IT Innovation. *Digital*, Volume 3, Issue 2, 109-126.
26. Meske, Christian., Kissmer, Tobias., Stieglitz, Stefan. (2020). Bridging formal barriers in digital work environments Investigating technology-enabled interactions across organizational hierarchies, *Telematics and Informatics*, Volume 48
27. Payán-Sánchez, B., Belmonte-Ureña, L. J., Plaza-Úbeda, J. A., Vazquez-Brust, D., Yakovleva, N., & Pérez-Valls, M. (2021). Open innovation for sustainability or not: *Literature reviews of global research trends. Sustainability*, Volume 13, Issue 3, 1136.
28. Radziwon, A., & Bogers, M. (2019). Open innovation in SMEs: Exploring inter-organizational relationships in an ecosystem. *Technological Forecasting and Social Change*, Issue 146, 573-587.
29. Santoro G., Vrontis D., Thrassou A., Dezi L. (2018). The internet of things: building a knowledge management system for open innovation and knowledge management capacity. *Technol. Forecast. Soc. Change* Issue 136, 347–354.
30. Yu, Z., Li, Y., & Dai, L. (2023). Digital finance and regional economic resilience: Theoretical framework and empirical test. *Finance Research Letters*, 103920.
31. Zhang, Y., Ma, X., Pang, J., Xing, H. and Wang, J, (2022). The Impact of Digital Transformation of Manufacturing on Corporate Performance -- the Mediating Effect of Business Model Innovation and the Moderating Effect of Innovation Capability. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=428664>.

Investigating the Impact of Open Innovation Capability on Organizational Performance Considering the Role of Digital Transformation in the Field of Organizational Management

Mahmood Baghban Targhadari^{*1}

Abstract

This research was conducted with the aim of investigating the impact of open innovation capability on organizational performance, taking into account the role of digital transformation in the field of organizational management. The research method is practical in terms of purpose and survey in terms of data collection. The statistical population of the research includes all postgraduate students of Varamin Islamic Azad University, 200 people were selected as the sample size based on simple random sampling method and Morgan's table. In order to collect data, a researcher-made questionnaire was used. Content validity and reliability of questionnaires were obtained based on Cronbach's alpha coefficient. The data was analyzed by spss and pls software. The results of the research showed that open innovation capability is effective on exploratory digital transformation and exploitation digital transformation and business model. Also, exploratory digital transformation is effective on organization performance. Exploitation digital transformation is effective on organization performance and business model on The performance of the organization is effective.

Keywords

Open Innovation Capability, Organizational performance, Digital transformation, Organizational management.

1. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Humanities, Islamic Azad University Varamin-Pishava and Qarchak Branch, Pishava, Iran (*Corresponding Author: mahmoodbaghban45@gmail.com).