

## تقویت ظرفیت جذب و تسهیل نوآوری در سازمان از طریق توانمندسازی رهبری

زهرا عسکری<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> زهرا عسکری، کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش مدیریت توسعه منابع انسانی، دیواندره، کردستان، zahraaskari600@gmail.com

### چکیده

هدف از این تحقیق بررسی تأثیر تقویت ظرفیت جذب و تسهیل نوآوری در سازمان از طریق توانمندسازی رهبری می باشد. پژوهش حاضر بر مبنای هدف، کاربردی و بر مبنای روش در زمره پژوهشهای توصیفی-پیمایشی از نوع میدانی است. این پژوهش در شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان کردستان انجام گرفته است و کلیه کارکنان شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان کردستان در سال ۱۴۰۱ جامعه آماری این پژوهش را تشکیل داده اند که تعداد آن‌ها ۱۰۴ نفر می باشد که با استفاده از فرمول کوکران ۸۲ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده و سه پرسشنامه (پرسشنامه توانمندسازی رهبری (هسی، ۲۰۱۹)، پرسشنامه ظرفیت جذب (دلماس و همکاران، ۲۰۱۱) و پرسشنامه نوآوری (وانگ و زاتزیک، ۲۰۱۹) که مجموعاً در ۴۲ سوال می باشد بین آنها توزیع شد. روایی این پژوهش از طریق آزمون KMO و آزمون کرویت بارتلت و روایی محتوایی و پایایی نیز از طریق آلفای کرونباخ بدست آمد. این پژوهش با روش معادلات ساختاری و توسط نرم افزارهای Spss نسخه ۲۴ و Smart PLS نسخه ۳ اجرا و تجزیه و تحلیل شده است. نتایج تحقیق نشان داد که توانمندسازی رهبری بر ظرفیت جذب محقق شده و ظرفیت جذب بالقوه تأثیر دارد. ظرفیت جذب بالقوه و ظرفیت جذب بالقوه بر نوآوری محصول، نوآوری فرآیند و نوآوری اجرا تأثیر دارد. توانمندسازی رهبری بر نوآوری محصول، نوآوری فرآیند و نوآوری اجرا از طریق ظرفیت جذب محقق شده و ظرفیت جذب بالقوه تأثیر دارد.

### واژه‌های کلیدی

تقویت ظرفیت جذب، تسهیل نوآوری در سازمان، توانمندسازی رهبری، ظرفیت جذب محقق شده، ظرفیت جذب بالقوه، نوآوری محصول، نوآوری فرآیند، نوآوری اجرا

## ۱. مقدمه

در فضای حاکم بر عصر کنونی باید پذیرفت نوآوری زمینه‌ساز تغییرات و تحولات اثربخش در هر سازمانی به‌شمار می‌رود و به‌عنوان یکی از معیارهای حیاتی پیشرفت و تعالی هر سازمانی محسوب می‌گردد (وانگ و بیرد، ۲۰۱۸). لذا نوآوری سازمانی، عملی کردن یک تفکر خلاق و کلید موفقیت در عرصه تکراری سازمان می‌باشد (شجاهات ۱ و همکاران، ۲۰۱۹).

نوآوری در سازمان‌ها در سه حوزه نوآوری در محصول، نوآوری در فرآیند و نوآوری در اجرا قابل بررسی می‌باشد، نوآوری در محصول بدین معنا است که شرکت سعی دارد، خدمات و محصولات جدید را روانه بازار کند و همواره در تلاش است تا تغییرات زیادی در محصول و خدمت ارائه نماید. طی توجه شرکت به نوآوری در فرآیند شرکت همواره روش‌های ارائه خدمت را به‌روزرسانی می‌کند و از فن‌آوری‌های نوین در این فرآیند بهره می‌برد و در نوآوری در اجرا، شرکت به‌طور مداوم روی به روزرسانی فرآیندها و رویه‌های خود سرمایه‌گذاری می‌کند و همواره به‌دنبال راه‌های جدیدی برای بهبود سیستم اداری می‌باشد (وانگ و زاتزیک ۲، ۲۰۱۹). اما آنچه که مبرهن است و مشخصه اصلی شرکت‌های نوآور است، هزینه کردن میزانی قابل توجه از درآمد شرکت در پروژه‌های تحقیق و توسعه، استخدام نیروی کاری نوآور با تحصیلات عالی و در برخی موارد جذب و به خدمت گرفتن پاره وقت متخصصین خارج کشور، توسعه مداوم بهبود و بازنگری در کالاها و خدمات جدید و استراتژی‌های نوین مالکیت فکری و مبادلات هست (مشیری، ۱۳۹۰).

بدون تردید ایجاد نوآوری در هر سازمانی نیازمند مجموعه‌ای از شرایط (مادی و معنوی) و زیرساخت‌های ارتباطی، اطلاعاتی، آموزشی، نهادی و اقتصادی است که بتوان در سایه آن نوآوری را به‌صورت فراگیر و گسترده محقق و شکوفا ساخت (نصری و همکاران، ۱۴۰۰). یکی از عوامل مؤثر بر بروز و تقویت نوآوری ظرفیت جذب می‌باشد (لیم، ۲۰۲۱). ظرفیت جذب عنوانی است که در مدیریت دانش مطرح شده است و عنوان می‌کند که افراد با کمک یادگیری می‌توانند توانایی آتی خود را در جذب اطلاعات افزایش دهند (توسلی و همکاران، ۱۳۹۵). مفهوم ظرفیت جذب به دیدگاه کلانی برمی‌گردد که توانایی اقتصاد را برای بهره‌گیری و جذب اطلاعات و منابع خارجی مدنظر قرار می‌دهد. کوهن و لوینتال ۳ در سال ۱۹۹۰ این مفهوم کلان اقتصادی را به حوزه نظریه‌های سازمانی وارد کردند و ظرفیت جذب را به‌عنوان توانایی یک سازمان برای تشخیص ارزش اطلاعات جدید از منابع بیرونی، شبیه‌سازی و به‌کارگیری آن برای اهداف تجاری در نظر گرفتند. ظرفیت جذب به خودی خود هدف نیست، اما می‌تواند بروندهای سازمانی مهمی چون عملکرد نوآورانه را خلق کند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۲).

اهمیت مساله ظرفیت جذب و نقش آن در خلق نوآوری سبب شده است تا مطالعاتی متعددی در خصوص ظرفیت جذب و عوامل مؤثر بر آن صورت پذیرد از جمله این پژوهش‌ها مطالعات لیم (۲۰۲۱) و ژائو ۴ و همکاران (۲۰۲۰) می‌باشد که نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد از جمله راه‌های ارتقاء ظرفیت جذب، ارزشمند کردن دانش بیرونی و کمک برای ساختن ذخایر دانش شرکت، نقش رهبری منجمه توانمندسازی رهبری می‌باشد. توانمندسازی اصطلاحی است که به ترتیبات سازمانی گفته می‌شود که بر اساس آن خودمختاری، آزادی عمل و مسئولیت تصمیم‌گیری بیشتری به کارکنان واگذار می‌شود. به‌عبارت دیگر غنی‌سازی عمودی و سایر روش‌های مشابه برای افزایش آزادی عمل کارکنان توانمندسازی نامیده می‌شود (هوزینسکی و بوچانان ۵، ۲۰۱۳). علاوه بر این توانمندسازی را انگیزش ذاتی در قالب یک مجموعه‌ای از شناخت شامل توانش، انگیزش، معناداری و خودمختاری در راستای انعکاس جهت فردی نسبت به نقش فرد در کار می‌دانند (تیونو ۶ و همکاران، ۲۰۲۲). لذا توانمندسازی رهبری به توانمندسازی ساختاری سازمان اشاره داشته و از طریق شیوه‌ها، سیاست‌ها، رویه‌ها، نظام‌ها و فرهنگ در سازمان جاری می‌شود تا اینکه افراد و گروه‌های کاری را برای انجام موفقیت‌آمیز وظایف و اجرای نقش‌های خود، قادر سازد. در حقیقت رهبر توانمند، محیطی را فراهم

- 1 Shujahat
- 2 Wang & Zatzick
- 3 Cohen and Levinthal
- 4 Zhao
- 5 Huczynski & Buchanan
- 6 Tunio

می‌کند که کارکنان در گروه‌های مختلف، در انجام فعالیت‌ها با یکدیگر همکاری می‌کنند (پاول و همکاران، ۲۰۲۱). راسل (۲۰۱۹) نیز معتقد است که توانمندسازی مشتمل بر سه بعد چارچوب ساختاری پویا، کنترل تصمیمات سازمان و تسهیم اطلاعات است. در نهایت می‌توان گفت توانمندسازی رهبری تبادل ایده‌ها و بازخورد با کیفیت را در میان کارکنان تسهیل می‌کند، زیرا رهبران زیردستان را تشویق می‌کنند تا فعالانه با توانمندسازی‌های داده شده مشارکت کنند (هوانگ و همکاران، ۲۰۱۰). به عبارت دیگر، توانمندسازی رهبری می‌تواند ظرفیت جذب را تقویت کند (ژو و همکاران، ۲۰۲۱) و در نتیجه، سازمان‌هایی با ظرفیت جذب بالا با اتخاذ تصمیمات منطقی و سریع در مورد استراتژی‌های تجاری خود بر اساس ظرفیت جذب خود، نوآورتر می‌شوند (البشیر و همکاران، ۲۰۱۱).

اما آنچه که به دغدغه و مسائل اساسی برای شرکت‌ها بخصوص شرکت‌های دانش بنیان تبدیل شده است این است که این شرکت‌ها به مساله نوآوری و طریقه ظرفیت جذب دانش آن‌طور که باید و شاید توجه نشده است و اغلب این موارد نادیده گرفته شده است و همین امر می‌تواند تبعات جبران‌ناپذیری همچون عدم همسویی خدمت یا محصول با نیاز بازار و در نتیجه عدم مقبولیت از سوی مشتری و کاهش سهم بازار و سودآوری را برای شرکت به همراه داشته باشد، از سوی دیگر این مساله تحت شرایط فعلی و پاندمی بیماری کرونا پیچیده‌تر هم شده است به طوری که شرکت‌ها تحت این شرایط بیشتر بر کیفیت خدمات و ارائه بر خط خدمات تمرکز کردند و کمتر به شیوه‌های نوآورانه ارائه محصول یا خدمت پرداختند، در مدیریت سازمانی نیز این شرایط بحرانی بی‌تأثیر نبوده، سرعت انتقال و شیوع بالای این بیماری سبب شده است تا تمرکز رهبران بر حفظ سلامت کارکنان و ادامه فعالیت‌ها و فرآیندهای کاری از طریق دورکاری باشند و این مسائل نوظهور سبب شده که سازمان کمتر به انتقال دانش، ظرفیت جذب و توانمندسازی رهبری تمرکز کند. اما با فروکش کردن این پاندمی، شرکت‌ها با شرایط نوظهوری مواجه هستند که طی آن نیازهای مشتری و خواسته‌های وی مشابه قبل از پاندمی نبوده و دسترسی وی به رسانه‌های اجتماعی، توانایی مشاهده بازخوردهای مشتریان، تسهیل در سفارش آنلاین و برداشته شدن مرزها سبب تغییر در نیازها، خواسته و ذائقه‌های مشتریان شده است، اینجاست که نوآور بودن به عنوان یک مساله و دغدغه به منظور تمایز در چنین بازار رقابتی به دغدغه‌ای اساسی تبدیل می‌شود، لذا مدیران و رهبران سازمان‌ها دریافته‌اند که برای بقاء در چنین شرایطی باید به فکر تسهیل نوآوری باشند و لازم است تا کارکنان را به دانش روز مجهز نمایند و در این راه از عامل توانمندسازی رهبری بهره‌مند گردند که علی‌رغم اهمیت این مساله و نقش آن در بقاء سازمان در بازار رقابتی، پژوهش‌های اندکی در حیطه نوآوری و ظرفیت جذب دانش در شرکت‌های دانش بنیان صورت گرفته و بیشتر شرکت‌ها از نقش نوآوری در سودآوری و رقابت‌پذیری بلاخص در شرایط بحرانی غافل مانده‌اند که پژوهشگر با ادراک خلاء تحقیقاتی در این زمینه بر آن برآمده است تا در پژوهش حاضر بدنبال پاسخگویی به این سوال باشد که آیا تقویت ظرفیت جذب و تسهیل نوآوری در سازمان از طریق توانمندسازی رهبری در شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان کردستان تأثیر دارد؟ در این راستا فرضیه‌های زیر مطرح می‌گردد:

توانمندسازی رهبری بر ظرفیت جذب محقق شده تأثیر دارد.

توانمندسازی رهبری بر ظرفیت جذب بالقوه تأثیر دارد.

ظرفیت جذب بالقوه بر نوآوری محصول تأثیر دارد.

ظرفیت جذب بالقوه بر نوآوری فرآیند تأثیر دارد.

ظرفیت جذب بالقوه بر نوآوری اجرا تأثیر دارد.

ظرفیت جذب محقق شده بر نوآوری محصول تأثیر دارد.

ظرفیت جذب محقق شده بر نوآوری فرآیند تأثیر دارد.

ظرفیت جذب محقق شده بر نوآوری اجرا تأثیر دارد.

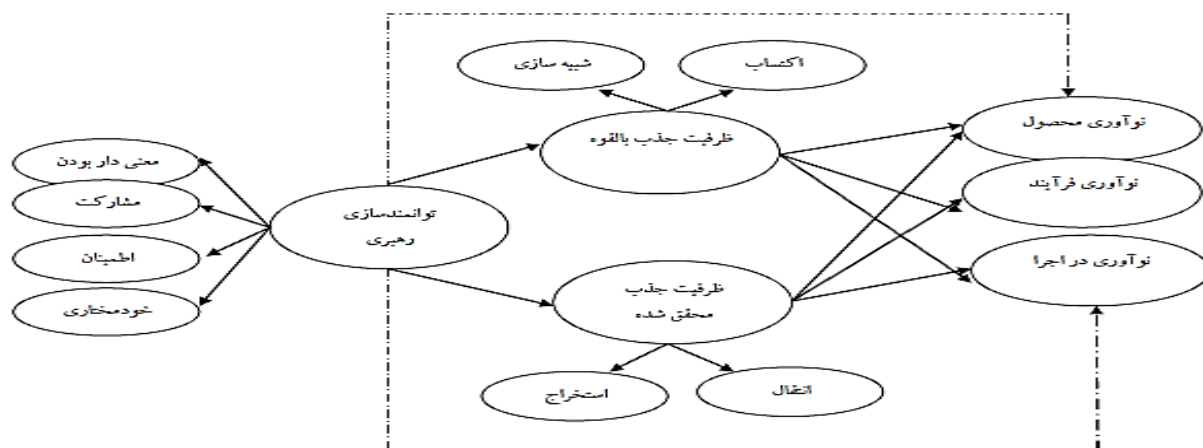
توانمندسازی رهبری بر نوآوری محصول از طریق ظرفیت جذب محقق شده تأثیر دارد.

توانمندسازی رهبری بر نوآوری فرآیند از طریق ظرفیت جذب محقق شده تأثیر دارد.  
توانمندسازی رهبری بر نوآوری اجرا از طریق ظرفیت جذب محقق شده تأثیر دارد.  
توانمندسازی رهبری بر نوآوری محصول از طریق ظرفیت جذب بالقوه تأثیر دارد.  
توانمندسازی رهبری بر نوآوری فرآیند از طریق ظرفیت جذب بالقوه تأثیر دارد.  
توانمندسازی رهبری بر نوآوری اجرا از طریق ظرفیت جذب بالقوه تأثیر دارد.

## ۲. پیشینه پژوهش

فرخی چشمه سلطانی (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر ظرفیت جذب بر رضایت مراجعین با میانجیگری نوآوری (بیمارستان‌های تأمین اجتماعی استان لرستان) پرداخت. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که ظرفیت جذب بر رضایت مشتری تأثیرگذار است. نوآوری بر رضایت مشتری تأثیرگذار است. مومنی (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر ظرفیت جذب دانش بر ظرفیت نوآوری (مورد مطالعه: مرکز تحقیقات و نوآوری صنایع خودرو سایپا) پرداخت. نتایج پژوهش در سطح خطای ۵٪ بیانگر تأثیر مثبت و معنادار ظرفیت جذب دانش بر ظرفیت نوآوری است. رحیمی و درویشی (۱۳۹۹)، تحقیقی با عنوان "بررسی تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر عملکرد تجاری با نقش میانجی نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: شرکت‌های ساخت و تأمین قطعات شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب در استان خوزستان)" انجام دادند. نتایج حاکی از این است، که رهبری تحول‌آفرین و نوآوری سازمانی بر عملکرد تجاری شرکت‌ها بصورت جدا و همچنین از طریق متغیر میانجی نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارند. روح بخش و بذرافشان (۱۳۹۸) در پژوهش خود که با هدف بررسی نقش واسط مدیریت دانش در ارتباط میان سبک رهبری تحول‌آفرین و نوآوری سازمانی است، به این نتیجه دست یافتند که بین رهبری تحول‌آفرین و نوآوری و رابطه بین رهبری تحول‌آفرین و نوآوری سازمانی بر عملکرد تجاری شرکت‌ها بصورت جدا و همچنین مدیریت دانش شرط اساسی برای نوآوری محسوب می‌شود. ضمن اینکه مدیران سازمانی با الگویی از سبک رهبری تحول‌آفرین می‌توانند در ارتقای مدیریت دانش سازمانی موفق‌تر عمل کنند. معماری (۱۳۹۸) به بررسی تأثیر توانمندسازی‌های تکنولوژیکی و ظرفیت جذب سازمان بر عملکرد نوآوری شرکت‌های خدماتی پرداخت. بررسی نتایج نشان داد که ظرفیت جذب تأثیر معناداری بر نوآوری دارد. ظرفیت جذب از طریق قابلیت‌های تکنولوژیک نوآوری تأثیر معناداری بر نوآوری دارد. عباسی و سبزی‌نژاد (۱۳۹۷) به تبیین اثر ظرفیت جذب دانش بر قابلیت‌های نوآوری کارشناسان وزارت ورزش و جوانان پرداختند. نتایج نشان دهنده اثر ظرفیت جذب دانش بر قابلیت‌های نوآوری کارشناسان وزارت ورزش و جوانان بود. نوع پسند و همکاران (۱۳۹۵)، تحقیقی با عنوان "تأثیر رهبری تبدالی، نوآوری و یادگیری بر عملکرد سازمان (مطالعه موردی: پتروشیمی تبریز)" انجام دادند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین قابلیت رهبری تبدالی و عملکرد سازمان وجود دارد، همچنین بین قابلیت نوآوری و عملکرد سازمان و نیز قابلیت یادگیری و عملکرد سازمانی رابطه معناداری موجود است. بین رهبری تبدالی و نوآوری و یادگیری به‌عنوان قابلیت‌های مکمل هم و عملکرد سازمانی نیز رابطه معناداری دیده می‌شود. گلابدن ۱۲ و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی خلاقیت و نوآوری در قطر: تأثیر رهبری و میانجیگری توانمندسازی روانی پرداختند. نتایج نشان داد بین سبک‌های رهبری ادراک شده و خلاقیت خود ادراک شده کارکنان دولتی با توانمندسازی روانشناختی به‌عنوان متغیر میانجی رابطه معناداری وجود دارد. کارمندان دولتی که رهبران خود را به‌عنوان انتقال‌دهنده سبک‌های رهبری تحول‌آفرین، مبادله‌ای و خدمتگزار درک می‌کنند، به‌طور قابل توجهی خلاقیت خود ادراک بالاتری دارند، در حالی که رهبری اصیل تأثیر مثبت قابل توجهی ندارد. این یافته نشان می‌دهد که به‌نظر می‌رسد سبک‌های رهبری تحول‌آفرین، مبادله‌ای و خدمتگزار بر خلاقیت کارمندان دولتی تأثیر می‌گذارد. این تأثیر با یافته‌های تحقیق در مورد رابطه بین سبک‌های رهبری و خلاقیت در بخش خصوصی مطابقت دارد. نتایج این مطالعه تأثیر واسطه‌ای توانمندسازی روانشناختی را جدا از رهبری اصیل تأیید کرد. لیم (۲۰۲۱) به بررسی پرورش ظرفیت جذب و تسهیل نوآوری در سازمان‌های مهمان‌نواز از طریق توانمندسازی رهبری پرداختند. نتایج نشان داد که رهبری توانمندسازی رابطه مثبتی با پتانسیل و ظرفیت جذب محقق شده دارد. ظرفیت جذب رابطه مثبتی با محصول، فرآیند و نوآوری اداری داشت. همچنین، توانمندسازی رهبری به‌طور غیرمستقیم با نوآوری از طریق ظرفیت جذب بالقوه و تحقق یافته مرتبط بود. ژائو و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی اشتراک دانش و عملکرد نوآوری در سازمان‌ها پرداختند: آیا ظرفیت جذب و خلاقیت فردی اهمیت دارد؟ نتایج تأیید می‌کند که اشتراک

دانش درون‌گرا نمی‌تواند مستقیماً عملکرد نوآوری سازمانی را ارتقا دهد، و ظرفیت جذب یک اثر میانجی کامل بین اشتراک دانش ورودی و عملکرد نوآوری سازمانی دارد. به اشتراک‌گذاری دانش، خلاقیت فردی و ظرفیت جذب می‌تواند عملکرد نوآوری را بهبود بخشد. علاوه بر این، ظرفیت جذب و خلاقیت فردی تأثیر مستقیم و قابل توجهی بر عملکرد نوآوری سازمانی دارد. علاوه بر این، ظرفیت جذب نقش واسطه‌ای بین خلاقیت فردی و عملکرد نوآوری ایفا می‌کند. در نهایت، این مطالعه پیامدهای سیاستی مطالعه را مورد بحث قرار می‌دهد و جهت‌گیری‌های احتمالی تحقیقات آینده را توصیف می‌کند. هی ۱۳ و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی نقش‌های مختلف رهبری در ارتقای خلاقیت تیمی: پرورش و ترکیب خلاقیت فردی اعضای تیم پرداختند. نتایج نشان داد که رهبری مشترک باعث افزایش خودکارآمدی خلاق فردی و خلاقیت فردی اعضای تیم می‌شود که به نوبه خود خلاقیت تیم را بهبود می‌بخشد. هاسی ۱۴ (۲۰۱۹) به بررسی توانمندسازی رهبری و نوآوری مدیریت در زمینه صنعت مهمان‌نوازی: نقش واسطه‌ای جو برای خلاقیت پرداخت. یافته‌ها نشان می‌دهد که جو برای خلاقیت نقش واسطه‌ای بین توانمندسازی رهبری و نوآوری مدیریت ایفا می‌کند. جو برای ابعاد خلاقیت شناخت خلاقیت کارکنان، انعطاف‌پذیری در برابر تغییر و منابع کافی برای نوآوری، راه را برای توانمندسازی رهبران در اتخاذ شیوه‌ها، فرآیندها یا ساختارهای مدیریتی جدید هموار می‌کند. با توجه به مرور پیشینه‌ها و مبانی تحقیق مدل مفهومی به صورت شکل ۱ می‌باشد:



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق (لیم و سی اوکی ۱۵، ۲۰۲۱)

### ۳. روش پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ روش توصیفی - پیمایشی و از لحاظ هدف کاربردی می‌باشد. در این تحقیق جامعه آماری کلیه کارکنان شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان کردستان در سال ۱۴۰۱ می‌باشد که جمعاً ۱۰۴ نفر هستند. حجم نمونه جهت جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از فرمول کوکران با سطح خطای پنج درصد ۸۲ نفر بود و به دلیل ساخت همگن و متناسج اعضای نمونه و امکان دسترسی یکسان به آن‌ها از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه و منابع کتابخانه‌ای و روش میدانی می‌باشد. ضمناً در جمع‌آوری اطلاعات از سه پرسشنامه پرسشنامه توانمندسازی رهبری (هسی، ۲۰۱۹) با ۱۲ سوال، پرسشنامه ظرفیت جذب (دلماز و همکاران، ۲۰۱۱) شامل دو مؤلفه ظرفیت جذب بالقوه (هفت سوال) و ظرفیت جذب محقق شده (هفت سوال) و در مجموع ۱۴ سوال و پرسشنامه نوآوری (وانگ و زاتزیک، ۲۰۱۹) شامل سه مؤلفه نوآوری در محصول (پنج سوال)، نوآوری در فرایند (شش سوال)، نوآوری در اجرا (پنج سوال) و در مجموع ۱۶ سوال استفاده گردید. این پرسشنامه‌ها به‌وسیله طیف لیکرت پنج‌تایی (کاملاً مخالف (۱)، مخالف (۲)، نظری ندارم (۳) موافق (۴) و کاملاً موافق (۵)) مقیاس‌بندی شده است. روایی پرسشنامه‌ها از طریق آزمون KMO و آزمون کرویت بارتلت مورد بررسی قرار

گرفته و تایید شد. پایایی آن نیز از طریق آلفای کرونباخ در نرم افزار SPSS به دست آمده است که به دلیل اینکه مقدار آلفای کرونباخ آن بالای ۰/۷ می باشد دارای پایایی می باشد. جدول شرح پایایی پرسشنامه ها به صورت جدول ۱ می باشد:

جدول ۱- جدول شرح پایایی پرسشنامه ها

متغیرها	تعداد سؤالات	مقدار آلفای کرونباخ
توانمندسازی رهبری	۱۲	۰/۷۹۶
ظرفیت جذب بالقوه	۷	۰/۷۲۲
ظرفیت جذب محقق شده	۷	۰/۷۸۷
نوآوری در محصول	۵	۰/۷۱۰
نوآوری در فرایند	۶	۰/۸۱۵
نوآوری در اجرا	۵	۰/۷۸۳

در این پژوهش، جهت تجزیه و تحلیل داده های آماری و بررسی سؤالات تحقیق و متناسب با نوع متغیرهای پژوهش از آمار توصیفی در قالب جدول و نمودار ستونی برای بررسی ویژگی های جمعیت شناختی استفاده شد و در بخش آمار استنباطی از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف با کمک نرم افزار SPSS نسخه ۲۴ برای بررسی نرمال بودن داده ها و جهت تشخیص تأثیر یا عدم تأثیر متغیرها و تحلیل عاملی و معادلات ساختاری به کمک نرم افزار Smart PLS نسخه ۳ مورد استفاده قرار گرفت.

یافته های تحقیق

ابتدا نرمال بودن متغیرهای تحقیق مورد آزمون قرار می گیرند. برای نیل به این مطلوب، از آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده می شود. جدول ۲ نتیجه ی آزمون KS را نشان می دهد.

جدول ۲- آزمون نرمال بودن

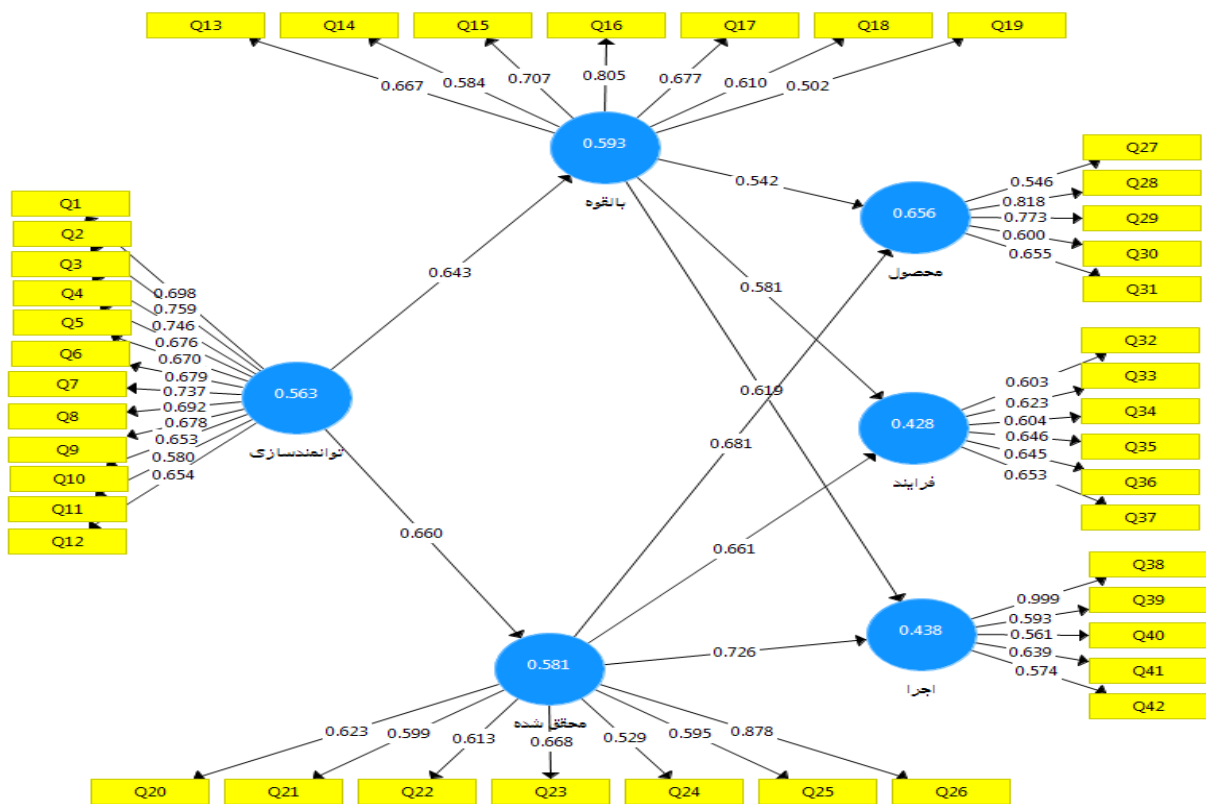
متغیرها	Sig
توانمندسازی رهبری	۰/۲۰۴
ظرفیت جذب بالقوه	۰/۱۷۸
ظرفیت جذب محقق شده	۰/۱۹۶
نوآوری در محصول	۰/۲۲۰
نوآوری در فرایند	۰/۲۳۲
نوآوری در اجرا	۰/۲۳۸

بر اساس نتایج جدول ۲، چون سطح معناداری در خصوص کلیه ی متغیرهای تحقیق بیشتر از ۰/۰۵ است، شواهدی مبنی بر رد فرضیه Ho وجود ندارد، و نرمال بودن توزیع نمونه مورد مطالعه در خصوص متغیرهای فوق پذیرفته می شود.

تجزیه و تحلیل ساختارهای کواریانس یا مدل علی یا معادلات ساختاری، یکی از اصلی ترین روش های تجزیه و تحلیل ساختارهای داده ای پیچیده است و ترکیب ریاضی و آماری پیچیده ای از تحلیل عاملی، رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر است که در یک سیستم پیچیده گرد هم آمده تا پدیده های پیچیده را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد. مدل معادلات ساختاری به دو فاز کلی تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر تقسیم می شود. در قسمت اندازه گیری ارتباط نشانگرها یا همان سؤالات پرسشنامه با سازه ها مورد بررسی قرار می گیرد و در قسمت ساختاری ارتباط عامل های مورد بررسی با یکدیگر جهت آزمون فرضیات مورد توجه هستند. در روش تحلیل مدلسازی معادلات ساختاری ابتدا ارتباط هر شاخص با سازه خود مشخص می گردد سپس ارتباط سازه ها یا به عبارتی ارتباط بین متغیرهای مکنون بررسی می شود.

در روش PLS، برای برازش مدل های معادلات ساختاری سه قسمت بررسی می شود: (۱) بخش معادلات اندازه گیری (۲) بخش معادلات ساختاری (۳) بخش مدل کلی.

برای بررسی برازش معادلات اندازه گیری سه مورد استفاده میشود: پایایی شاخص، روایی همگرا، روایی واگرا. پایایی شاخص نیز توسط سه معیار مورد سنجش واقع می‌گردد: ضرایب بارهای عاملی؛ آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۱۶. برای محاسبه ضرایب بارهای عاملی، مدل کلی حاوی تمامی سازه‌ها و سوالات پژوهش در نرم‌افزار PLS اجرا شد که مشخص شد ضرایب بارهای عاملی تعدادی از سوالات از ۰/۴ کمتر میباشد. بنابراین با حذف این سوال مدل مجدداً اجرا شد. با اجرای دوباره مدل تمامی سوالات دارای ضرایب بالای ۰/۴ شدند و تأیید می‌سازند که دیگر نیازی به حذف سوالات نیست.



شکل ۲- ضرایب کلی بارهای عاملی

روایی همگرا: مقدار ملاک برای سطح قبولی معیار AVE (میانگین واریانس استخراج شده)، ۰/۴ می‌باشد. مقادیر مربوط به AVE هر سازه در جدول ۳ آمده است. همانطور که از این جدول مشخص می‌باشد، تمامی مقادیر AVE از ۰/۴ بیشتر می‌باشند که این موضوع روایی همگرای مناسب مدل را تأیید می‌سازد.

جدول ۳- نتایج میانگین واریانس استخراج شده متغیرها جهت بررسی روایی همگرا

متغیر	AVE
توانمندسازی رهبری	۰/۵۶۳
ظرفیت جذب بالقوه	۰/۵۹۳

۰/۵۸۱	ظرفیت جذب محقق شده
۰/۶۵۶	نوآوری در محصول
۰/۴۲۸	نوآوری در فرایند
۰/۴۳۸	نوآوری در اجرا

روایی واگرا، میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش را نشان می‌دهد. روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان جذر AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر در مدل باشد.

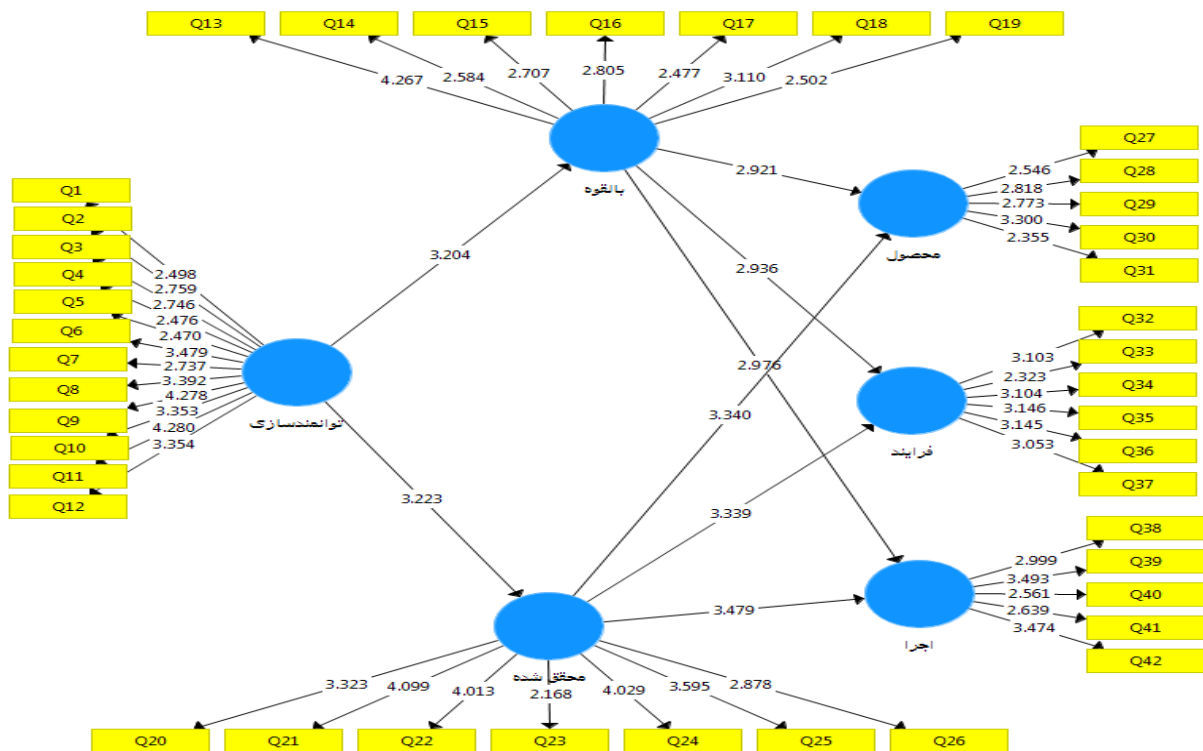
جدول ۴- ماتریس مقایسه جذر AVE و ضرایب همبستگی سازه‌ها

نوآوری در اجرا	نوآوری در فرایند	نوآوری در محصول	ظرفیت جذب محقق شده	ظرفیت جذب بالقوه	توانمندسازی رهبری	توانمندسازی رهبری
					۱	توانمندسازی رهبری
					۰/۶۴۲	ظرفیت جذب بالقوه
			۱	۰/۶۱۷	۰/۷۲۴	ظرفیت جذب محقق شده
		۱	۰/۷۹۵	۰/۷۸۵	۰/۶۲۵	نوآوری در محصول
	۱	۰/۷۲۶	۰/۷۹۷	۰/۶۰۸	۰/۷۴۷	نوآوری در فرایند
۱	۰/۷۴۳	۰/۷۴۲	۰/۶۰۹	۰/۷۴۰	۰/۷۳۷	نوآوری در اجرا

همانگونه که از ماتریس بالا مشخص می‌باشد، مقادیر AVE هر سازه (مقادیر قطر اصلی) از ضرایب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر شده است که این مطلب حاکی از قابل قبول بودن روایی واگرای سازه‌ها می‌باشد.

برای بررسی برازش بخش مدل ساختاری از دو روش مشخص کردن ضرایب معناداری  $t$  و روش  $R^2$  استفاده می‌شود. ضریب معناداری  $t$ : ابتدایی ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معناداری  $t$  است. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش است. در مدل پژوهش، تمام فرضیات تحقیق تأیید شدند. همچنین برازش مدل ساختاری تأیید شد.





شکل ۳- آزمون تی فرضیات

معیار  $R^2$ : دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش، معیار  $R^2$  است. این معیار نشان از تأثیری دارد که یک متغیر مستقل (برونزا) بر یک متغیر وابسته (درونزا) می‌گذارد. هرچه مقدار این معیار بیشتر باشد نشان از برازش بهتر مدل است. چین (۱۹۹۸) سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  معرفی می‌کند. مقدار  $R^2$  برای متغیر درونزای اصلی مدل، به میزان ۰/۲۳ و ۰/۳۰ شده است که این امر نشان از برازش مناسب مدل ساختاری پژوهش دارد.

معیار نیکویی برازش (GOF) برای ارزیابی مدل کلی به کار می‌رود که توسط تننهاوس و همکاران (۲۰۰۴) پیشنهاد شده است. مقادیر ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای نیکویی برازش مدل کلی پیشنهاد شده است. مقدار GOF برای مدل پژوهش حاکی از برازش کلی قوی مدل است.

در جدول ۵ نتایج بررسی فرضیه‌های تحقیق نشان داده شده است.

جدول ۵- نتایج بررسی فرضیه‌های تحقیق

فرضیه تحقیق	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه فرضیه
توانمندسازی رهبری بر ظرفیت جذب محقق شده تأثیر دارد.	۰/۶۶۰	۳/۲۲۳	تأیید
توانمندسازی رهبری بر ظرفیت جذب بالقوه تأثیر دارد.	۰/۶۴۳	۳/۲۰۴	تأیید

تأیید	۲/۹۲۱	۰/۵۴۲	ظرفیت جذب بالقوه بر نوآوری محصول تأثیر دارد.
تأیید	۲/۹۳۶	۰/۵۸۱	ظرفیت جذب بالقوه بر نوآوری فرآیند تأثیر دارد.
تأیید	۲/۹۷۶	۰/۶۱۹	ظرفیت جذب بالقوه بر نوآوری اجرا تأثیر دارد.
تأیید	۳/۳۴۰	۰/۶۸۱	ظرفیت جذب محقق شده بر نوآوری محصول تأثیر دارد.
تأیید	۳/۳۳۹	۰/۶۶۱	ظرفیت جذب محقق شده بر نوآوری فرآیند تأثیر دارد.
تأیید	۳/۴۷۹	۰/۷۳۶	ظرفیت جذب محقق شده بر نوآوری اجرا تأثیر دارد.

با توجه به اینکه مقدار آماره  $t$  مربوط به فرضیه ی اول تا هشتم خارج از بازه  $-۱/۹۶$  و  $+۱/۹۶$  می باشد (جدول ۵)، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد، فرض صفر رد شده و فرض یک تأیید می گردد. با توجه به ضریب مسیر نیز مشخص است که متغیر مستقل بر وابسته تأثیر دارد. بنابراین فرضیه ی اول تا هشتم تحقیق تأیید می شود.

تأیید فرضیه	۳/۲۲۳	۰/۶۶۰	توانمندسازی رهبری بر ظرفیت جذب محقق شده	فرضیه دهم
	۲/۳۲	۰/۰۲۰	۱/۹۶	
	۳/۳۴۰	۰/۶۸۱	ظرفیت جذب محقق شده بر نوآوری فرآیند	
تأیید فرضیه	۳/۲۲۳	۰/۶۶۰	توانمندسازی رهبری بر ظرفیت جذب محقق شده	فرضیه یازدهم
	۲/۳۶	۰/۰۱۸	۱/۹۶	
	۳/۴۷۹	۰/۷۳۶	ظرفیت جذب محقق شده بر نوآوری اجرا	
تأیید فرضیه	۳/۲۰۴	۰/۶۴۳	توانمندسازی رهبری بر ظرفیت جذب بالقوه	فرضیه دوازدهم
	۲/۱۶	۰/۰۳۱	۱/۹۶	
	۲/۹۲۱	۰/۵۴۲	ظرفیت جذب بالقوه بر نوآوری محصول	
تأیید فرضیه	۳/۲۰۴	۰/۶۴۳	توانمندسازی رهبری بر ظرفیت جذب بالقوه	فرضیه سیزدهم
	۲/۱۶	۰/۰۳۰	۱/۹۶	
	۲/۹۳۶	۰/۵۸۱	ظرفیت جذب بالقوه بر نوآوری فرآیند	
تأیید فرضیه	۳/۲۰۴	۰/۶۴۳	توانمندسازی رهبری بر ظرفیت جذب بالقوه	فرضیه چهاردهم
	۲/۱۸	۰/۰۲۹	۱/۹۶	
	۲/۹۷۶	۰/۶۱۹	ظرفیت جذب بالقوه بر نوآوری اجرا	

نوع دیگری از متغیرها، متغیر میانجی است. در بررسی روابط میان متغیرها با وجود نقش متغیر میانجی بایستی اثرات مستقیم، غیرمستقیم و اثر کل مورد بررسی قرار گیرند. در این تحقیق از آزمون سوبل به منظور بررسی معنی دار بودن تأثیر متغیر میانجی در فرضیه های نهم تا سیزدهم استفاده می کنیم.

جدول ۶- نتایج بررسی فرضیه های تحقیق

فرضیه	ضریب استاندارد	مقدار T	مقدار جدول	p-value	آزمون سوبل	تأثیر غیر مستقیم	نتیجه
توانمندسازی رهبری بر ظرفیت جذب محقق شده	۰/۶۶۰	۳/۲۲۳					
فرضیه نهم			۱/۹۶	۰/۰۲۳	۲/۲۷	۰/۳۵	تأیید فرضیه
ظرفیت جذب محقق شده بر نوآوری محصول	۰/۶۴۳	۳/۲۰۴					

همانطور در جدول ۶ مشخص است نتایج استفاده از آزمون سوبل و مقدار آماره سوبل نشان دهنده وجود تأثیر مستقیم اثرگذاری متغیر مستقل بر متغیر وابسته از طریق متغیر میانجی و تأیید فرضیه های تحقیق است.

#### ۴. نتیجه گیری و پیشنهادها

این تحقیق به بررسی تأثیر ظرفیت جذب و تسهیل نوآوری در سازمان از طریق توانمندسازی رهبری در شرکت های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان کردستان پرداخت. پژوهش حاضر به چهارده فرضیه بسط یافت. نتایج به دست آمده از سنجش فرضیه ها نشان از تأیید همه فرضیه ها دارد. با توجه به نتایج پژوهش حاضر مبنی بر بررسی تأثیر تقویت ظرفیت جذب و تسهیل نوآوری در سازمان از طریق توانمندسازی رهبری، می توان گفت که به طور کلی تقویت ظرفیت جذب و تسهیل نوآوری در سازمان از طریق توانمندسازی رهبری تأثیرگذار است. بنابراین هرگونه تغییر در تقویت ظرفیت جذب باعث تغییر در نوآوری در سازمان می شود و بالعکس که توانمندسازی رهبری می تواند در این تغییر سهم داشته باشد.

در زمینه نتایج بدست آمده از فرضیه فوق، به تحقیقات مشابهی برمی خوریم که به بیان مختصر نتایج آن ها اشاره می شود. از جمله در نتایج پژوهش فرخی چشمه سلطانی (۱۳۹۹) حاکی از آن است که ظرفیت جذب بر رضایت مشتری با میانجیگری نوآوری تأثیرگذار است. ظرفیت جذب بر نوآوری و رضایت مشتری تأثیرگذار است. نوآوری بر رضایت مشتری تأثیرگذار است. نتایج پژوهش مومنی (۱۳۹۹) بیانگر تأثیر مثبت و معنادار ظرفیت جذب دانش بر ظرفیت نوآوری است. نتایج پژوهش رحیمی و درویشی (۱۳۹۹) حاکی از این است، که رهبری تحول آفرین و نوآوری سازمانی بر عملکرد تجاری شرکت ها بصورت جدا و همچنین از طریق متغیر میانجی نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارند. روح بخش و بذرافشان (۱۳۹۸) به این نتیجه دست یافتند که بین رهبری تحول آفرین و نوآوری و رابطه بین رهبری تحول آفرین و مدیریت دانش، مثبت و معنی دار است. همچنین نتایج به دست آمده نشان داد که مدیریت دانش شرط اساسی برای نوآوری محسوب می شود. ضمن اینکه مدیران سازمانی با الگوگیری از سبک رهبری تحول آفرین می توانند در ارتقای مدیریت دانش سازمانی موفق تر عمل کنند. در پژوهش معماری (۱۳۹۸) یافته ها نشان داد که ظرفیت جذب تأثیر معناداری بر نوآوری دارد. ظرفیت جذب از طریق قابلیت های تکنولوژیک نوآوری تأثیر معناداری بر نوآوری دارد. نتایج پژوهش نوع پسند و همکاران (۱۳۹۵) نشان می دهد که رابطه معناداری بین قابلیت رهبری تبادل و عملکرد سازمان وجود دارد، همچنین بین قابلیت نوآوری و عملکرد سازمان و نیز قابلیت یادگیری و عملکرد سازمانی رابطه معناداری موجود است. بین رهبری تبدالی و نوآوری و یادگیری به عنوان قابلیت های مکمل هم و عملکرد سازمانی نیز رابطه معناداری دیده می شود. رستگار و مقصودی (۱۳۹۵) نشان دادند رهبری تحول آفرین با حضور متغیر میانجی تسهیم دانش تأثیر مثبت و معنی دار بر نوآوری سازمانی دارد. یافته های پژوهش گلایدن و همکاران (۲۰۲۲) نشان می دهد که به نظر می رسد سبک های رهبری تحول آفرین، مبادله ای و خدمتگزار بر خلاقیت کارمندان دولتی تأثیر می گذارد. این تأثیر با یافته های تحقیق در مورد رابطه بین سبک های رهبری و خلاقیت در بخش خصوصی مطابقت دارد. نتایج این مطالعه تأثیر واسطه ای توانمندسازی روان شناختی را جدا از رهبری اصیل تأیید کرد. نتایج پژوهش لیم (۲۰۲۱) نشان داد که رهبری توانمندسازی رابطه مثبتی با پتانسیل و ظرفیت جذب محقق شده دارد. ظرفیت جذب رابطه مثبتی با محصول، فرآیند و نوآوری اداری داشت. همچنین، توانمندسازی رهبری به طور غیرمستقیم با نوآوری از طریق ظرفیت جذب بالقوه و تحقق یافته مرتبط بود. نتایج پژوهش ژائو و همکاران (۲۰۲۰) تأیید می کند

که اشتراک دانش درون‌گرا نمی‌تواند مستقیماً عملکرد نوآوری سازمانی را ارتقا دهد، و ظرفیت جذب یک اثر میانجی کامل بین اشتراک دانش ورودی و عملکرد نوآوری سازمانی دارد. به اشتراک‌گذاری دانش، خلاقیت فردی و ظرفیت جذب می‌تواند عملکرد نوآوری را بهبود بخشد. علاوه بر این، ظرفیت جذب و خلاقیت فردی تأثیر مستقیم و قابل توجهی بر عملکرد نوآوری سازمانی دارد. علاوه بر این، ظرفیت جذب نقش واسطه‌ای بین خلاقیت فردی و عملکرد نوآوری ایفا می‌کند. یافته‌ها در پژوهش هاسی (۲۰۱۹) نشان می‌دهد که جو برای خلاقیت نقش واسطه‌ای بین توانمندسازی رهبری و نوآوری مدیریت ایفا می‌کند. جو برای ابعاد خلاقیت شناخت خلاقیت کارکنان، انعطاف‌پذیری در برابر تغییر و منابع کافی برای نوآوری، راه را برای توانمندسازی رهبران در اتخاذ شیوه‌ها، فرآیندها یا ساختارهای مدیریتی جدید هموار می‌کند. ژانگ و بارتول (۲۰۱۰) نشان دادند که توانمندسازی رهبری تأثیر مثبتی بر توانمندی روانشناختی داشت که به نوبه خود بر انگیزه درونی و تعامل فرآیند خلاق تأثیر گذاشت. سپس این دو متغیر اخیر تأثیر مثبتی بر خلاقیت داشتند. هویت نقش توانمند ارتباط بین رهبری توانمندسازی و توانمندسازی روانشناختی را تعدیل کرد، در حالی که تشویق رهبر به خلاقیت ارتباط بین توانمندسازی روانشناختی و درگیری فرآیند خلاق را تعدیل کرد. با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهاد می‌شود:

مدیران در تولید محصولات و خدمات تکنولوژی‌های جدید را به سرعت برای سازمان مهیا کنند و کارکنان را برای استفاده از آن آموزش دهند. مدیران طوری برای سازمان برنامه‌ریزی کنند که فرصت‌های جدید برای خدمت به مشتریان توسط کارکنان سازمان به سرعت درک شود. مدیران سازمان تغییرات را در بازار خود به سرعت تشخیص دهند و از کارکنان خواسته شود که انعطاف‌پذیر باشند تا از رقبا عقب نمانند.

مدیران سازمان با ساده نگه داشتن قوانین و مقررات در فرایندهای سازمان، انجام کار را برای کارکنان کارآمدتر کند. مدیران سازمان به کارکنان اجازه دهد تا در فرایندهای جدید، تصمیمات مهم را به سرعت برای ارضای نیازهای مشتری بگیرند. مدیران در مورد تصمیمات استراتژیک با کارکنان خود مشورت کنند و از آن‌ها بخواهند در این تصمیمات به آن‌ها و سازمان کمک کنند. فرآیندهای مربوط به انواع فعالیت‌ها در سازمان به وضوح مشخص باشد تا کارکنان به راحتی بتوانند آن‌ها را بکار بگیرند.

#### منابع

- [1] آذرنژاد، فریده و روستا، علیرضا (۱۳۹۹)، تأثیر مولفه‌های ظرفیت جذب دانش بر عملکرد نوآوری در ادارات مرکزی بانک سپه تهران، چهارمین کنفرانس ملی پژوهش در حسابداری و مدیریت، تهران.
- [2] ایلی، خدایار و همکاران (۱۳۹۰)، نقش عوامل مؤثر بر به اشتراک‌گذاری دانش سازمانی در مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی، فصلنامه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، شماره ۱۴، ۳۱-۵۴.
- [3] اسدپور، مرتضی و کارگر، مهناز (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر نوآوری سازمانی و نوآوری مدیریتی در موفقیت شرکت‌های دانش بنیان مورد مطالعه: شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری گیلان، فصلنامه رشد فناوری، سال یازدهم، شماره ۴۳.
- [4] امیرخانی، امیرحسین (۱۳۹۰)، توانمندسازی روانشناختی منابع انسانی: دیدگاه‌ها و ابعاد، پیک‌نور، شماره ۸، ۵۱-۴۱.
- [5] باقرزاده، محمدرضا؛ احمدی سقندیکلایی، سیدعلی (۱۳۹۸)، مطالعه تأثیر تمرکززدایی، تعامل کارکنان و ظرفیت جذب بر نوآوری و [4] عملکرد در سازمان (مورد کاوی شهرداری ساری)، پنجمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب‌وکار، تهران.
- [6] بصیر، لیلا؛ رحیم‌نیا، فریبرز؛ پورسلیمی، مجتبی (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر نوآوری در خدمات بر نیت رفتاری مشتریان به واسطه بازاریابی [4] حسی (مورد مطالعه: هتل‌های پنج ستاره شهر مشهد)، فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال ششم، شماره ۲.
- [7] تدینی، زهراسادات و مرجانی، امیربابک (۱۴۰۰)، بررسی تأثیر ظرفیت جذب بر عملکرد با نقش میانجی نوآوری (مورد مطالعه: شرکت آپکو)، هشتمین کنفرانس بین‌المللی علوم مدیریت و حسابداری، تهران.
- [8] توسلی، علی و حسینی، فرهمند (۱۳۹۱)، نقش ظرفیت جذب در یادگیری سازمانی، دومین کنفرانس بین‌المللی و ششمین کنفرانس ملی مدیریت فناوری، ۲، ۱۲-۱.

- [9] جعفرزاده کرمانی، زهرا (۱۳۹۱)، زیرساخت‌های اشتراک دانش در آموزش عالی: بررسی گروه‌های آموزشی کتابداری و اطلاع‌رسانی، فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، شماره ۱۵.
- [10] چرخچی، رکسانا؛ طلوعی اشلقی، عباس؛ البرزی، محمود (۱۳۹۶)، طراحی مدل پویای ارزیابی نوآوری در سازمان: مطالعه‌ای در صنعت خودرو، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوازدهم، شماره ۴۷.
- [11] رایبیز، استیفن پی (۱۳۹۱)، مبانی رفتار سازمانی، (ترجمه علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی)، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- [12] ژان فیلیپ دشان؛ بیبی نلسون (۱۳۹۸)، حکمرانی نوآوری در سطح بنگاه مترجمان: امین هاشمی، امید هاشمی، ناشر: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- [13] سنجقی، محمدابراهیم و همکاران (۱۳۹۲)، شناسایی و سنجش عوامل کلیدی موفقیت در فرایند به اشتراک‌گذاری دانش مطالعه موردی در یک سازمان دفاعی، فصلنامه راهبردهای دفاعی، شماره ۳۵، ۲۲۶-۲۶۱.
- [14] طوطیان اصفهانی، صدیقه و محقق، کیارش (۱۳۹۷)، طراحی و تبیین مدل ساختاری تاثیر توانمندسازی رهبری بر فرهنگ یادگیری سازمانی و نوآوری باز با تاکید بر نقش تعدیلی ظرفیت جذب، مطالعات رفتاری در مدیریت، ۹ (۱۸).
- [15] عباسی، همایون و سبزی‌نژاد، زهرا (۱۳۹۷)، تبیین اثر ظرفیت جذب دانش بر قابلیت‌های نوآوری کارشناسان وزارت ورزش و جوانان، همایش ملی تحقیقات نوین در علوم ورزشی، اصفهان.
- [16] عسگری، مهیار (۱۳۹۷)، بررسی ارتباط مدیریت نوآوری با انگیزه کار آفرینی در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان گیلان، پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد، مرکز پیام‌نور ری، دانشگاه پیام‌نور استان تهران.
- [17] فرخی چشمه‌سلطانی، فرزانه (۱۳۹۹)، بررسی تاثیر ظرفیت جذب بر رضایت مراجعین با میانجی‌گری نوآوری (بیمارستان‌های تامین اجتماعی استان لرستان)، همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب‌وکار، تهران.
- [18] مرتضوی، مهدی؛ رسولی قهرودی، مهدی؛ رستمی، آرزو (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر نوآوری سازمانی و استراتژی عمومی رهبری هزینه بر عملکرد سازمان از طریق مزیت رقابتی، مجله مدیریت توسعه و تحول، شماره ۲۷.
- [19] معماری، مهسا (۱۳۹۸)، بررسی تاثیر توانمندسازی‌های تکنولوژیکی و ظرفیت جذب سازمان بر عملکرد نوآوری شرکت‌های خدماتی، نخستین کنفرانس ملی مدیریت بازرگانی، کارآفرینی و حسابداری، تهران.
- [20] ملایمیرزایی، حمیدحاجی ملا؛ خادم، سیدمهدی؛ فلاح نوش‌آبادی، مهدی؛ رحمتی، داریوش (۱۳۹۴)، تأثیر رفتار توانمندسازی رهبری بر مقاصد رفتاری و نگرش کارکنان با واسطه‌گری توانمندسازی روانشناختی، ۴ (۱)، ۹۵-۷۵.
- [21] ملک آرا، ملیکا (۱۳۹۹)، اهمیت شرکت‌های دانش بنیان در عصر فرا صنعت، پنجمین کنفرانس بین‌المللی ترفندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری با رویکرد رشد کسب‌وکارها.
- [22] مومنی، مریم (۱۳۹۹)، بررسی تأثیر ظرفیت جذب دانش بر ظرفیت نوآوری (مورد مطالعه: مرکز تحقیقات و نوآوری صنایع خودرو سایپا)، ششمین همایش ملی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران، تهران.
- [23] نصری، فرامرز؛ فریدپور، داوود؛ تبرزد، ممدسعید؛ طاهری هش، علی (۱۴۰۰)، شناسایی عوامل مؤثر بر نظام نوآوری در سازمان‌های نظامی (مورد مطالعه: ارتش جمهوری اسلامی ایران)، مطالعات مدیریتی دریا محور، ۲ (۲).
- [24] نعیمی، عبدالله؛ یزدانفر، شیوا (۱۳۹۴)، تبیین تاثیر ظرفیت جذب دانش بازاریابی بر نوآوری توسعه محصول جدید، دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در مهندسی، علوم و تکنولوژی.

[25] Ayub, S. H., Manaf, N. A., & Hamzah, M. R. (2014). Leadership: Communicating Strategically in the 21st Century. *Social and Behavioral Sciences*, 155, 502-506.

[26] why, who, when, Sloan, Bowen, D. E., & Lawler, E. E. (2013). The Empowerment of service workers, *What management Review*, Vol. 76, Pp.31-50.

[27] Performance Management, Vol.12, Castro, A. (2013). Team building:A 3-dimensional teamwork model, *Team Pp.121-145*.

- [28] Celtekligil, K., & Adiguzel, Z. (2019). Analysis of the effect of innovation strategy and technological turbulence on competitive capabilities and organizational innovativeness in technology firms. *Procedia Computer Science*, 158, 772-780.
- [29] Chen, G., Smith, T. A., Kirkman, B. L., Zhang, P., Lemoine, G. J., & Farh, J. L. (2019). Multiple team membership and empowerment spillover effects: Can empowerment processes cross team boundaries?. *Journal of Applied Psychology*, 104(3), 321.
- [30] Chen, G., Smith, T.A., Kirkman, B.L., Zhang, P., Lemoine, G.J., Farh, J.L. (2019). Multiple team membership and empowerment spillover effects: can empowerment processes cross team boundaries?. *J Appl Psychol*, 104 (3), 321.
- [31] Chen, S., Liu, W., Li, Z., Cheng, H., & Tian, J. (2020). Metasurface- empowered optical multiplexing and multifunction. *Advanced Materials*, 32(3), 1805912.
- [32] Integrating theory & practice, Academy of Conger, J. A., & Kanungo, R. N. (1998). The Empowerment process management Review, Vol.13, Pp. 471-482.
- [33] D.C. The world Bank Washington, (2013). Knowledge sharing: A Review of the literature, J. Cummings,
- [34] Donnie, J,& mani, A. (2012). Performance appraisal systems productivity and motivation, journal of applid of behavioral science, Vol.37, Pp. 85-92.
- [35] Edghiem, F., Mouzughy, Y. (2018). Knowledge-advanced innovative behaviour: A hospitality service perspective. *Int J Contemp Hosp Manage*, 30(1),197–216.
- [36] Gelaidan, H. M., Houtgraaf, G., & Al-kwif, O. S. (2022). Creativity and innovation in rapidly developing Qatar: the impact of leadership and the mediation of psychological empowerment amidst rapid growth. *International Journal of Public Sector Management*, 1(2).
- [37] .Hackman, R. (2013). *Group that Work (and those that don't)*, josseybass publishers, Sanfrancisco
- [38] Hassi, A. (2019). Empowering leadership and management innovation in the hospitality industry context: the mediating role of climate for creativity. *Int J Contemp Hosp Manage*, 31(4), 1785–1800.
- [39] Hassi, A. (2019). Empowering leadership and management innovation in the hospitality industry context: The mediating role of climate for creativity. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*
- [40] Hassi, A. (2019). Empowering leadership and management innovation in the hospitality industry context: the mediating role of climate for creativity. *Int J Contemp Hosp Manage*, 31 (4), 1785–1800.
- [41] He, W., Hao, P., Huang, X., Long, L. R., Hiller, N. J., & Li, S. L. (2020). Different roles of shared and vertical leadership in promoting team creativity: Cultivating and synthesizing team members' individual creativity. *Personnel Psychology*, 73(1), 199-225.
- [42] Huang, C. X., Iun, J., Liu, A., Gong, Y. (2010). Does participative leadership enhance work performance by inducing empowerment or trust? The differential effects on managerial and non-managerial subordinates. *J Organ Behav*, 31(1), 122–143.
- [43] Huczynski, A. A., & Buchanan, D.A. (2013). *Organizational Behaviour: An Introductory Text (6th Ed.)*. Harlow, England: Pearson Education.
- [44] Department, Capella University. Kanooni, A. (2013). *The Employee Empowerment in Information Technology COMP8004 – Managing and Organizing People*.
- [45] Kim, F., & Lee, A. (2012). Employee Knowledge Sharing Capabilities in Public & Private Organizations: Does Organizational Context Matter? in: *Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*.
- [46] Lim, S. E. (2021). Fostering absorptive capacity and facilitating innovation in hospitality organizations through empowering leadership. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102780.
- [47] Luoh, H. F., Tsaur, S. H., & Tang, Y. Y. (2014). Empowering employees: job standardization and innovative behavior. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- [48] B., (2013), *Knowledge management: classic and ontemporary works*, M., & Thuraishigham, Maybury, Morey,D., The MIT Press Cambridge Massachusetts, London, England.
- [49] Nieves, J., Quintana, A., Osorio, J. (2014). Knowledge-based resources and innovation in the hotel industry. *Int J Hosp Manag*, 38, 65–73.
- [50] Özaralli, N. (2015). Linking empowering leader to creativity: the moderating role of psychological (felt) empowerment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 181, 366-376.

- [51] Powell, K. G., Peterson, N. A., Treitler, P. C., Lardier Jr, D. T., Rashid, M., & Reid, R. J. (2021). Measuring Youth Empowerment: An Item Response Theory Analysis Of The Sociopolitical Control Scale For Youth. *American Journal Of Community Psychology*.
- Russell, H. M. (2019). The Effects Of Gender Inequity On Global Food Insecurity (Doctoral Dissertation).
- [52] Shujahat, M., Sousa, M. J., Hussain, S., Nawaz, F., Wang, M., and Umer, M. (2019). Translating the impact of knowledge management processes into knowledge-based innovation: The neglected and mediating role of knowledge-worker productivity. *Journal of Business Research*, 94, 442- 450
- Tidd, J. (Ed.). (2021). *Managing Knowledge, Absorptive Capacity and Innovation* World Scientific, 37.
- [53] Tunio, A. J., Mahesar, H. A., & Hakro, T. H. (2022). The Influence Of Transformational Leadership On Job Performance Of Front-Line Managers In Private Banks Of Hyderabad Region, Sindh, Pakistan.
- [54] Wang, Y., Byrd, T.A. (2017). Business analytics-enabled decision-making effectiveness through knowledge absorptive capacity in health care. *J Knowl Manag*, 21(3), 517–539.
- [55] Wong, P. T. (2018). An Opponent-Process Model Of Servant Leadership And A Typology Of Leadership Styles. *Servant Leadership Roundtable At Regent University, Virginia Beach*.
- [56] Wu, J. (2022). Intellectual property institutions and innovation of emerging multinational companies. In *Research Handbook on Knowledge Transfer and International Business*. Edward Elgar Publishing.
- [57] Xie, X., Zou, H., & Qi, G. (2018). Knowledge absorptive capacity and innovation performance in high-tech companies A multi-mediating analysis. *Journal of Business Research*, 88, 289-297.
- [58] Yukl, G. A., & Becker, W. S. (2012). Effective empowerment in organizations, *journal of organization management*, Vol. 10, Pp. 210-231.
- [59] Zhao, S., Jiang, Y., Peng, X., & Hong, J. (2020). Knowledge sharing direction and innovation performance in organizations: do absorptive capacity and individual creativity matter?. *European Journal of Innovation Management*.