

The effect of entrepreneurial orientation product innovation in Mashhad Firouzeh Tile Company

Reza Askari¹, Vajihe Hoshyar^{2*}

1. M.A student of management, Imam Reza International University (AS), Mashhad, Iran. mostafa.kf@gmail.com
2. Assistant Professor of Management, Department of Attar Institute of Higher Education, Mashhad, Iran. (Corresponding Author). v.Hoshyar@attar.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 2022.07.12

Received in revised Form:
2022.08.26

Accepted: 2022.09.16

Keywords:

Entrepreneurial orientation,
product innovation,
learning orientation,
collaborative flexibility,
resource flexibility

The aim of this study is investigating the effect of entrepreneurial orientation on product innovation in Kashi Firouzeh Mashhad Company. The research is based on the applied goal and in terms of the descriptive-correlation research method. The statistical population of the research is 350 employees of Kashi Firouzeh Mashhad Company. The sample size was determined based on Cochran's formula and by non-random sampling method available to 184 people. The tool for collecting information in this research is the standard questionnaire of Han and Zhang (2021), which was used to confirm the reliability of the questionnaire from Cronbach's alpha and for the validity of the questionnaire, confirmatory factor analysis was used, and the obtained values indicate the confirmation of the reliability and validity of the questionnaire. Also, data analysis was done using the structural equation model method and using spss23 software. The results show that entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on learning orientation, collaborative flexibility and product innovation in Kashi Firouzeh Mashhad; Learning orientation has a positive and significant effect on collaborative flexibility and product innovation in Mashhad Kashi Firouzeh Tile Company; Collaborative flexibility has a positive and significant effect on product innovation in Kashi Firouze Mashhad company, and resource flexibility moderates the effect of collaborative flexibility on product innovation in Kashi Firouze Mashhad company. Innovation is an important factor in the organization that all resources and factors are at its service so that the organization achieves the prospect of success by producing innovative products and services.

Cite this article: Askari, Reza & Hoshyar, Vajihe. (2022). The effect of entrepreneurial orientation product innovation in Mashhad Firouzeh Tile Company. *Journal of Innovation Ecosystem*, 2 (2), 41-57.

DOI: 10.22111/INNOECO.2023.44226. 1045



© The Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

اثر جهت‌گیری کارآفرینانه بر نوآوری محصول در شرکت کاشی فیروزه مشهد

رضا عسکری^۱، وجیهه هوشیار^۲

۱. دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران. Askarieng@gmail.com

۲. استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی عطار، مشهد ایران. (نویسنده مسئول). v.Hoshyar@attar.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۱ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۰۶/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۲۵ واژه‌های کلیدی: جهت‌گیری کارآفرینانه، نوآوری محصول، جهت‌گیری یادگیری، انعطاف‌پذیری مشارکتی، انعطاف‌پذیری منابع	این پژوهش با هدف بررسی تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر نوآوری محصول، با تأکید بر نقش جهت‌گیری یادگیری، انعطاف‌پذیری مشارکتی و انعطاف‌پذیری منابع در شرکت کاشی فیروزه مشهد انجام گرفته است. نوع پژوهش از نظر هدف کاربردی و از جهت روش پژوهش توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش کارکنان شرکت کاشی فیروزه مشهد به تعداد ۳۵۰ نفر و حجم نمونه براساس فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری غیرتصادفی در دسترس، ۱۸۴ نفر تعیین شده است. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه استاندارد هان و ژانگ (۲۰۲۱) است. برای تأیید پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ و برای روایی پرسشنامه از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. مقادیر به‌دست‌آمده بیانگر تأیید پایایی و روایی پرسشنامه است. همچنین، تحلیل داده‌ها به روش مدل معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار SPSS23 انجام پذیرفته است. برپایه نتایج، جهت‌گیری کارآفرینانه بر جهت‌گیری یادگیری، انعطاف‌پذیری مشارکتی و نوآوری محصول، جهت‌گیری یادگیری بر انعطاف‌پذیری مشارکتی و نوآوری محصول، انعطاف‌پذیری مشارکتی بر نوآوری محصول در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد و انعطاف‌پذیری منابع تأثیر انعطاف‌پذیری مشارکتی بر نوآوری محصول را تعدیل می‌کند؛ در نتیجه نوآوری عامل مهمی در سازمان است که تمام منابع و عوامل در خدمت آن هستند تا سازمان به چشم‌انداز موفقیت با تولید محصول و خدمت نوآور دست پیدا کند.
استناد: عسکری، رضا و هوشیار، وجیهه (۱۴۰۱). اثر جهت‌گیری کارآفرینانه بر نوآوری محصول در شرکت کاشی فیروزه مشهد. <i>زیست‌بوم نوآوری</i>، ۲(۲)، ۴۱-۵۷. DOI: 10.22111/INNOECO.2023.44226. 1045	

مقدمه

نوآوری ضرورت و لازمه حیات و توسعه هر تمدنی در دنیاست. وجود نوآوری و خلاقیت در سازمان‌ها چاشنی اثرگذار بر موفقیت در میدان رقابت با دیگر سازمان‌ها است؛ زیرا، سازمان‌ها مهارت و توانایی خود را با نوآوری و اختراعات جدید به رخ رقبا می‌کشند و نشان می‌دهند که پیروز میدان خواهند بود (وانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). نوآوری محصول و خدمت در سازمان عامل مهمی است که سازمان را به موفقیت می‌رساند و بازتاب تحولات در تولید محصول و خدمت نوآور و خلاق مشاهده می‌شود (عبدالباسط و همکاران^۲، ۲۰۲۲). محصولات جدید و نوآور فرصت‌های ارزشمندی را برای رشد و مزیت‌های رقابتی فراهم می‌کنند. مدیران به برنامه‌ریزی سازمان به سمت اجرای فعالیت‌های نوآورانه با دید بهبود و اثربخشی عملکرد سازمان می‌پردازند (هان و ژانگ^۳، ۲۰۲۱)؛ چراکه، تولید محصولات نوآور و خلاق که از ایده‌های بکر و جدیدی نشأت گرفته و مطابق با خواسته روز مشتریان است، در جایگاه سازمان بسیار نقش دارد (سانتوس^۴ و همکاران، ۲۰۲۲). درواقع، سازمان‌ها برای نوآوری و تحولات مثبت در تولید خود نیازمند فرایند افزایش و ترغیب منابع انسانی به کسب دانش و آگاهی در زمینه محصول، رقبا و فناوری و... هستند. جهت‌گیری یادگیری به‌عنوان فرایندی که با افزایش دانش و نوآوری در فعالیت‌ها به سازمان کمک می‌کند، اهمیت دارد (قربان نیتو همکاران، ۱۳۹۹). فرایندهای جهت‌گیری یادگیری شامل مؤلفه‌های کلیدی پیشبینی‌کننده فرایندهای بهره‌وری دانش است که اطلاعات جدید درمورد فرایند تولید محصولات و بازار ارائه می‌کند و در توانمندسازی افراد با کسب دانش و آگاهی درباره فناوری از محیط داخلی و خارجی تأثیر دارد (موتونی و همکاران^۵، ۲۰۲۰)؛ زیرا وجود دانش نه تنها به کارکنان در پردازش بهتر اطلاعات کمک می‌کند، بلکه در بهره‌وری منابع اهمیت دارد. بنابراین، جهت‌گیری یادگیری یکی از منابع بنیادی مزیت رقابتی تلقی می‌شود (لوپز و همکاران^۶، ۲۰۰۵). در محیط‌های متلاطم و آشفته کسب‌وکارها، مهارت‌های مدیریت دانش کارآمد همراه با انعطاف‌پذیری راهبردی شرایطی را برای سازمان‌ها فراهم می‌کند تا با پابندی به استفاده مناسب از منابع در دوره‌های جدید سریع به تغییرات پویا و ناپایدار محیط اقتصادی واکنش نشان دهند و به‌موقع زمان متوقف یا معکوس کردن تعهدات منابع موجود را به سرعت تشخیص دهند و اقدام کنند (لیو و همکاران^۷، ۲۰۱۳)؛ زیرا سازمان در کنار کسب دانش باید به سازگاری منابع هم‌راستا با برنامه‌ها بپردازند که این مهم از طریق انعطاف‌پذیری میسر می‌شود. انعطاف‌پذیری راهبردی با استفاده سازگاری از منابع و پیکربندی مجدد فرایندها سروکار دارد؛ لذا، انعطاف‌پذیری راهبردی می‌تواند از طریق انعطاف‌پذیری منابع و انعطاف‌پذیری مشارکتی به‌وقوع بپیوندد (ژو و وو^۸، ۲۰۱۰).

۱. Wang

۲. Abdul Basit & Kuhn & Cantner

۳. Han & Zhang

۴. Santos

۵. Mutonyi & Slatten & Lien

۶. Lopez & Peón & Ordás

۷. Liu & Jiang & Zhang & Zhao

۸. Zhou & Wu

به‌طوری‌که، انعطاف‌پذیری منابع به عملکرد چندگانه منابع سازمان و استفاده چندجانبه اشاره دارد. ازسویی، انعطاف‌پذیری مشارکتی با مهارت و توانایی افراد در هم‌راستایی و ترکیب منابع جدید با برنامه‌های ازقبل تعیین‌شده و هماهنگی‌های داخلی صورت می‌گیرد (وی و همکاران^۱، ۲۰۱۴). ازسوی دیگر، نوآوری در این پژوهش از آن حیث قابل‌تأمل است که شرکت‌های تولیدی با توجه به هویت خود باید به‌دنبال نوآوری و خلاقیت در سازمان باشند و ازطریق دانش نوآور باید تمام منابع موجود را درنظر بگیرند. لذا، این پژوهش با هدف تحلیل جهت‌گیری یادگیری، انعطاف‌پذیری منابع و انعطاف‌پذیری مشارکتی در رابطه جهت‌گیری کارآفرینانه و نوآوری محصول در شرکت کاشی فیروزه مشهد انجام گرفته‌است تا عوامل مهم در نوآوری در شرکت‌های تولیدی مشخص شود.

ادبیات پژوهش

نوآوری محصول

نوآوری محصول^۲ بیانگر فرایند و برنامه توسعه سیستم جدید خدمات و تولید ناب محصول جدید، برای ورود و توزیع موفقیت‌آمیز به بازار است (جسمن^۳ و همکاران، ۲۰۲۱). همچنین، نوآوری محصول، نشان‌دهنده پیشرفت و توسعه عملکرد محصول سازمان است که تغییرات روبه‌رشد در فناوری محصول و خدمات را دربر می‌گیرد و قصد خرید را فراهم می‌آورد (لی و همکاران^۴، ۲۰۲۱). افزایش قابلیت‌های محصول ازطریق اندیشه و ایده خلاق متجلی می‌شود که در توسعه محصول به نمایش گذاشته شده‌است (فریجه و همکاران^۵، ۲۰۲۰). درواقع، فرایند به کارگیری توانایی ذهنی برای ایجاد خلاقیت و نوآوری در تغییر و بهبود جایگاه محصول، که می‌تواند شامل توسعه ویژگی‌های محصول، نوآوری در بازار و نحوه ارائه محصول باشد، در نگرش مشتری اثرگذار است (آندرسون^۶، ۲۰۲۱).

انعطاف‌پذیری منابع

انعطاف‌پذیری منابع^۷ فرایندی است که مدیران را قادر می‌سازد منابع سازمان را به‌گونه‌ای با شرایط و تغییرات پیش‌رو منطبق کنند که منجر به سود و مزیت رقابتی شود. درواقع، برنامه و راهبرد مدیران در مواجهه با چالش‌های سازمان است که منابع را با اقدامات جایگزین برای تولید و فعالیت فراهم می‌کند (لیما و همکاران^۸، ۲۰۱۹). قابلیت‌های حفظ و جمع‌آوری منابع انعطاف‌پذیر با چندین استفاده مجدد است که در راهبرد اهداف سازمان تأثیر دارد (هان و ژانگ، ۲۰۲۱). از آنجا که انعطاف‌پذیری منابع

۱. Wei & Yi & Guo

۲ product innovation

۳. Jesemann

۴. Lee & Shim & Kim & Nam

۵. Freije & Calle & Ugarte

۶. Anders'en

۷ resource flexibility

۸. Lima & Tereso & Faria

مشارکت‌های افراد سازمان و کاربرد چندجانبه منابع را فراهم می‌کند، مدیران با انعطاف‌پذیری منابع به تصمیماتی درباره نحوه استفاده و مشارکت در موارد مختلف می‌پردازند (چاترجی و همکاران^۱، ۲۰۲۲).

انعطاف‌پذیری مشارکتی

انعطاف‌پذیری مشارکتی^۲ توانایی سازمان در هماهنگ کردن منابع با اقدامات و فعالیت‌های پیش‌رو است، به صورتی که مشارکت و اشتراک گذاشتن منابع برای موفقیت در بازار و کسب فرصت انجام گیرد (هان و ژانگ، ۲۰۲۱). درواقع، یکی از راهبردهای سازمان جهت مشارکت و تغییر منابع سازمانی متناسب با موفقیت سازمان است که تقسیم منابع را به گونه‌ای اثرگذار فراهم می‌کند (مظلومی و جبارزاده کربا سی، ۱۳۹۸). انعطاف‌پذیری مشارکتی به مهارت برنامه سازمان در هماهنگی و مشارکت منابع جدید با راهبرد داخلی اشاره دارد. برنامه‌ای راهبردی جهت مشارکت منابع داخلی، در تولید و ارائه محصول به مشتریان، با تقسیم و استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود سازمان است (زی^۳ و همکاران، ۲۰۲۱).

جهت‌گیری یادگیری

جهت‌گیری یادگیری^۴ اساس یادگیری افراد است که کارکنان را در مسیری هدایت می‌کند که با هدف کسب و اشتراک‌گذاری دانش به یادگیری و افزایش مهارت جدید و رشد خود و سازمان بپردازند (واهیونو و هوتاهیان^۵، ۲۰۲۱). یادگیری به منظور افزایش آگاهی و بینش و بصیرت جدید است که محرک فرد در تعهد به فراگرفتن دانش است (سیدرال و همکاران^۶، ۲۰۲۰). درواقع، تلاش و کوششی برای ارتقای سطح دانش و آگاهی سازمان از محیط اطراف، مشتریان و محصولات جدید و رقبا است که در ایجاد انگیزه کسب دانش و استفاده از آن در سازمان نقش دارد (حدادی و رمضانی، ۱۴۰۱)؛ چراکه، کارکنان با هدف افزایش آگاهی و توانمندی در انجام وظایف خود برای عملکرد بهتر به مهارت‌یابی و توسعه دانش خود می‌پردازند (موتونی و همکاران، ۲۰۲۰).

جهت‌گیری کارآفرینانه

جهت‌گیری کارآفرینانه^۷ رویکردی راهبردی در سازمان است که با اتخاذ سیاست‌های توسعه سازمانی و همراه سازی خلاقیت و منابع جدید به ایجاد نوآوری جدید در محصول و خدمت و گسترش بازار می‌انجامد (آلشانتی و ایماگوالی^۸، ۲۰۱۹)؛ تلاشی است برای تغییرات هم‌راستا با گسترش و موفقیت سازمان که لازمه آن ایجاد ابتکار و نوآوری است؛ همچنین می‌تواند محرک افراد

۱. Chatterjee & Chaudhuri & Vrontis

۲. coordination flexibility

۳. Xi

۴. learning orientation

۵. Wahyono & Hutahayan

۶. Cidral & Aparicio & Oliveira

۷. Entrepreneurial orientation

۸. Alshanty & Emeagwali

ریسک‌پذیر در مواجهه با استرس باشد (ریتالایا و همکاران^۱، ۲۰۲۱). به عبارتی، فرایندی متوالی است که اندیشه بکر شروع تا اجرای آن در محیط کسب‌وکار، فعالیت نوین ایجاد می‌کند که خلاقیت و نوآوری در آن مشاهده می‌شود (سیابوسکی و همکاران^۲، ۲۰۲۰).

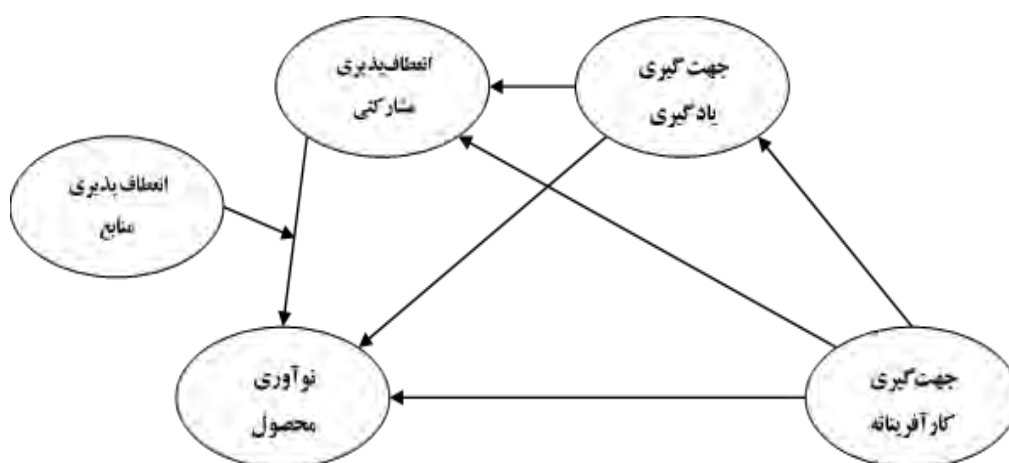
تشریح مدل مفهومی

نوآوری و خلاقیت پیاده شده در سازمان تحت تأثیر راهبردها و جهت‌گیری‌هایی است که در سازمان اجرا شده است. ایجاد نوآوری زمانی میسر است که در سازمان جهت‌گیری کارفرینانه و یادگیری برای ورود دانش جدید فراهم باشد. جهت‌گیری کارفرینانه بر نوآوری محصول تأثیر دارد. اکبری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان «تأثیر آمادگی سازمان برای کارآفرینی سازمانی بر عملکرد مالی و عملکرد نوآوری سازمان‌ها: نقش میانجی گرایش کارآفرینانه» گرایش کارآفرینانه سازمان در عملکرد مالی و نوآوری را بررسی و تأیید کرده‌اند که این نشان می‌دهد جهت‌گیری کارآفرینی زمینه نوآوری محصول در سازمان را فراهم می‌کند. همچنین، جهت‌گیری یادگیری بر نوآوری محصول تأثیر مثبت و معناداری دارد. قهرمان‌پور و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان «بررسی تأثیر ظرفیت انعطاف‌پذیری و یادگیری سازمانی بر عملکرد بازاریابی: بررسی آثار میانجی نوآوری محصول و تعدیل‌گر آشفتگی محیطی» بیان کرده‌اند، عملکرد شرکت در گرو نوآوری محصول است که در دید مشتریان قرار می‌گیرد، و توان یک سازمان در به‌کارگیری راهبردهای انعطاف‌پذیری سازمانی و پیاده‌سازی جهت‌گیری سازمانی برای دانش و ایده‌های جدید است. با این حال، انعطاف‌پذیری مشارکتی و منابع عوامل ارزشمندی در نوآوری و خلاقیت محصولات سازمان هستند، به‌طوری‌که، هرگونه برنامه‌ریزی و اقدامات درست در این راه منجر به ایده و خلاقیت‌های بکر در ساخت و تولید محصولات جدید می‌شود. انعطاف‌پذیری مشارکتی بر نوآوری محصول تأثیر مثبتی دارد. همچنین، انعطاف‌پذیری منبع نقش تعدیل‌گری در تأثیر انعطاف‌پذیری مشارکتی بر نوآوری محصول دارد. هان و ژانگ (۲۰۲۱) در تحقیق خود با عنوان «جهت‌گیری راهبردی چندگانگی و انعطاف‌پذیری راهبردی در نوآوری محصول» نشان داده‌اند که گرایش کارآفرینی از طریق سه مسیر گرایش یادگیری، انعطاف‌پذیری مشارکتی، و تعدیل‌گری انعطاف‌پذیری منابع، نوآوری محصول را تقویت می‌کند. همچنین، شین^۳ (۲۰۲۰) در پژوهش خود اظهار می‌کند، انعطاف‌پذیری مشارکتی بر نوآوری سازمان تأثیر دارد و انعطاف‌پذیری و راهبرد سازمان در به‌کارگیری درست منابع بستر و زمینه رشد و توسعه نوآوری در سازمان را فراهم می‌کند. درنهایت، با بررسی پژوهش‌های گذشته مشخص می‌شود، بررسی مسیر نوآوری محصول از منظر جهت‌گیری کارآفرینانه و یادگیری در کنار محدودیت منابع و میزان انعطاف‌پذیری منابع مبحثی جدید و نوآور است که در این مدل همراه با تعدیل‌گری انعطاف‌پذیری منابع در سازمان تولیدی پرداخته شده است. آنچه حائز اهمیت است، ارائه مدلی برای راهکارهای تولید محصول نوآور از منابع موجود و انعطاف‌پذیر در سازمان است.

۱. Ritala & Baiyere & Hughes & Kraus

۲. Ciabuschi & Baraldi & Lindahl & Callegari

۳. Xin



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش، اقتباس از پژوهش هان و ژانگ (۲۰۲۱)

فرضیه‌های پژوهش

۱. جهت‌گیری کارآفرینانه بر جهت‌گیری یادگیری تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۲. جهت‌گیری کارآفرینانه بر انعطاف‌پذیری مشارکتی تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۳. جهت‌گیری کارآفرینانه بر نوآوری محصول تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۴. جهت‌گیری یادگیری بر انعطاف‌پذیری مشارکتی تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۵. جهت‌گیری یادگیری بر نوآوری محصول تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۶. انعطاف‌پذیری مشارکتی بر نوآوری محصول تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۷. انعطاف‌پذیری منابع تأثیر انعطاف‌پذیری مشارکتی بر نوآوری محصول را تعدیل می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، براساس هدف کاربردی و از جهت روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری در این پژوهش کارکنان شرکت کاشی فیروزه مشهد هستند که تعداد آن‌ها ۳۵۰ نفر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری غیرتصادفی در دسترس ۱۸۴ نفر تعیین شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد هان و ژانگ (۲۰۲۱) است. برای بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده که مقادیر به دست آمده متغیر جهت‌گیری کارآفرینانه ۰/۹۰۶، متغیر جهت‌گیری یادگیری ۰/۹۳۴، متغیر انعطاف‌پذیری مشارکتی ۰/۸۱۸، متغیر نوآوری محصول ۰/۸۱۹ و متغیر انعطاف‌پذیری منابع ۰/۸۴۲ بیانگر تأیید پایایی پرسشنامه است.

بعد از آنکه مشخص شد ابزار دارای پایایی است، به روایی سازه پرداخته شد. روایی پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی انجام شده است که مقادیر به دست آمده بیانگر تأیید روایی پرسشنامه است. در نهایت، تحلیل داده‌های پژوهش با استفاده از معادلات ساختاری در نرم افزارهای AMOS 23 و SPSS 23 محاسبه شده است.

یافته‌های پژوهش

در بین ۱۸۴ نفری که در تحقیق مشارکت کرده‌اند، زنان به تعداد ۲ نفر معادل ۱/۰۹ درصد و مردان به تعداد ۱۸۲ نفر معادل ۹۸/۹۱ درصد در نمونه آماری عضویت دارند. بیشترین رده سنی پاسخ‌دهندگان را افراد ۳۱ تا ۴۰ سال حدود ۴۴/۵۷ درصد تشکیل داده‌اند. از نظر سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان دیپلم بیشترین فراوانی، ۵۱/۶۳ درصد را به خود اختصاص داده‌اند. در نهایت، نتایج سابقه فعالیت شرکت‌کنندگان نشان می‌دهد که بیشتر پاسخ‌دهندگان تقریباً ۳۸ درصد دارای سابقه فعالیت بین ۶ تا ۱۰ سال هستند.

تحلیل عاملی تأییدی

بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند که اگر این مقدار برابر یا بیشتر از ۰/۳ شود، بیانگر تأیید روایی ابزار است، با توجه به اینکه تمام مقادیر استخراج‌شده گویه‌های پژوهش بالای ۰/۳ است. نتایج حاصل از تأیید روایی ابزار گردآوری در جدول ۱ نشان داده شده‌است.

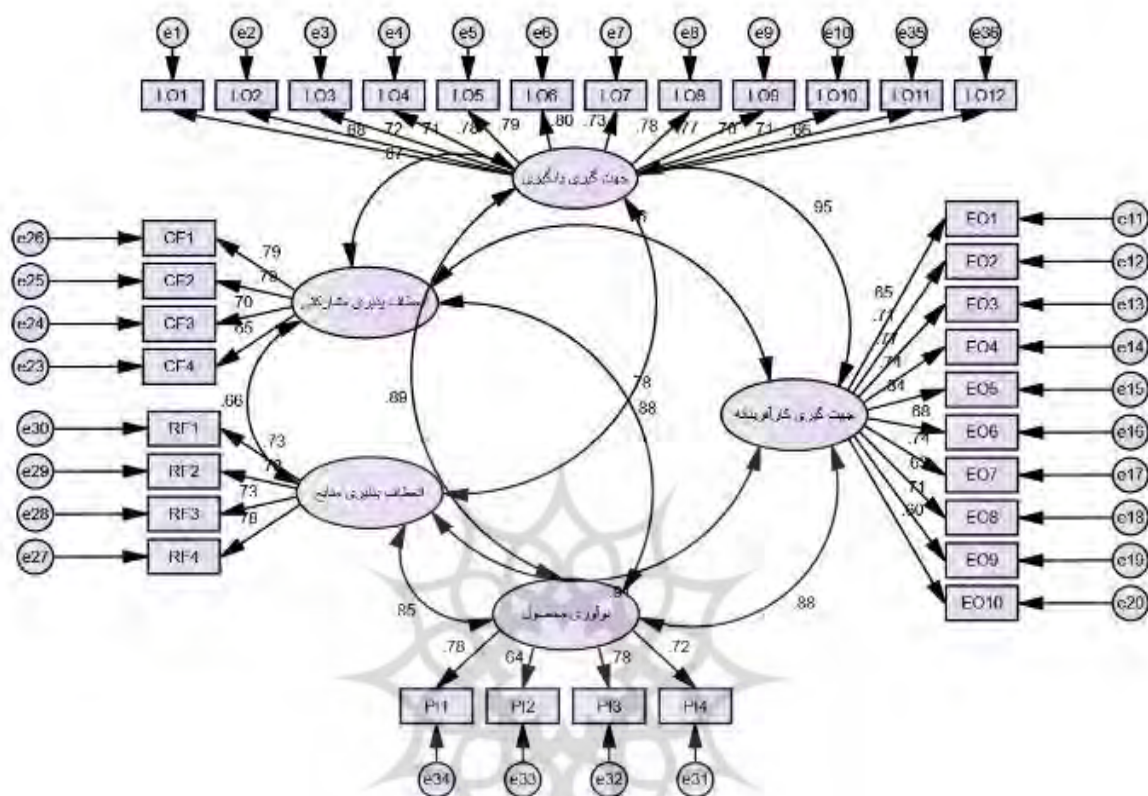
جدول ۱. تحلیل عاملی تأییدی

نام متغیر	گویه‌ها	بار عاملی مرحله اول	معناداری آزمون بارتلت	df	مقدار تقریبی χ^2	KMO
جهت‌گیری کارآفرینی	EO1	۰/۷۱۶	۰/۰۰۰	۴۵	۱۱۰۰/۶۲۱	۰/۸۴۵
	EO2	۰/۷۹۳۱				
	EO3	۰/۷۲۰				
	EO4	۰/۶۱۹				
	EO5	۰/۷۴۲				
	EO6	۰/۵۳۱				
	EO7	۰/۶۲۸				
	EO8	۰/۵۵۴				
	EO9	۰/۷۲۲				
	EO10	۰/۵۳۸				
جهت‌گیری یادگیری	LO1	۰/۶۹۵	۰/۰۰۰	۶۶	۱۴۶۱/۸۲۷	۰/۹۰۸
	LO2	۰/۶۵۴				
	LO3	۰/۶۵۳				
	LO4	۰/۷۰۰				
	LO5	۰/۶۶۹				
	LO6	۰/۶۷۳				
	LO7	۰/۵۷۷				
	LO8	۰/۷۲۶				

نام متغیر	گویه‌ها	بار عاملی مرحله اول	معناداری آزمون بارتلت	df	مقدار تقریبی χ^2	KMO
	LO9	۰/۷۳۳				
	LO10	۰/۵۷۲				
	LO11	۰/۷۲۶				
	LO12	۰/۶۳۰				
انعطاف‌پذیری مشارکتی	CF1	۰/۶۷۲	۰/۰۰۰	۶	۲۶۲/۰۸۵	۰/۷۶۹
	CF2	۰/۷۷۵				
	CF3	۰/۶۱۲				
	CF4	۰/۵۳۳				
نوآوری محصول	PI1	۰/۷۴۷	۰/۰۰۰	۶	۲۷۱/۳۵۵	۰/۷۵۳
	PI2	۰/۵۸۸				
	PI3	۰/۷۱۵				
	PI4	۰/۵۴۵				
انعطاف‌پذیری منابع	RF1	۰/۶۱۶	۰/۰۰۰	۶	۲۸۴/۹۷۳	۰/۸۱۰
	RF2	۰/۶۹۴				
	RF3	۰/۶۹۱				
	RF4	۰/۷۱۴				

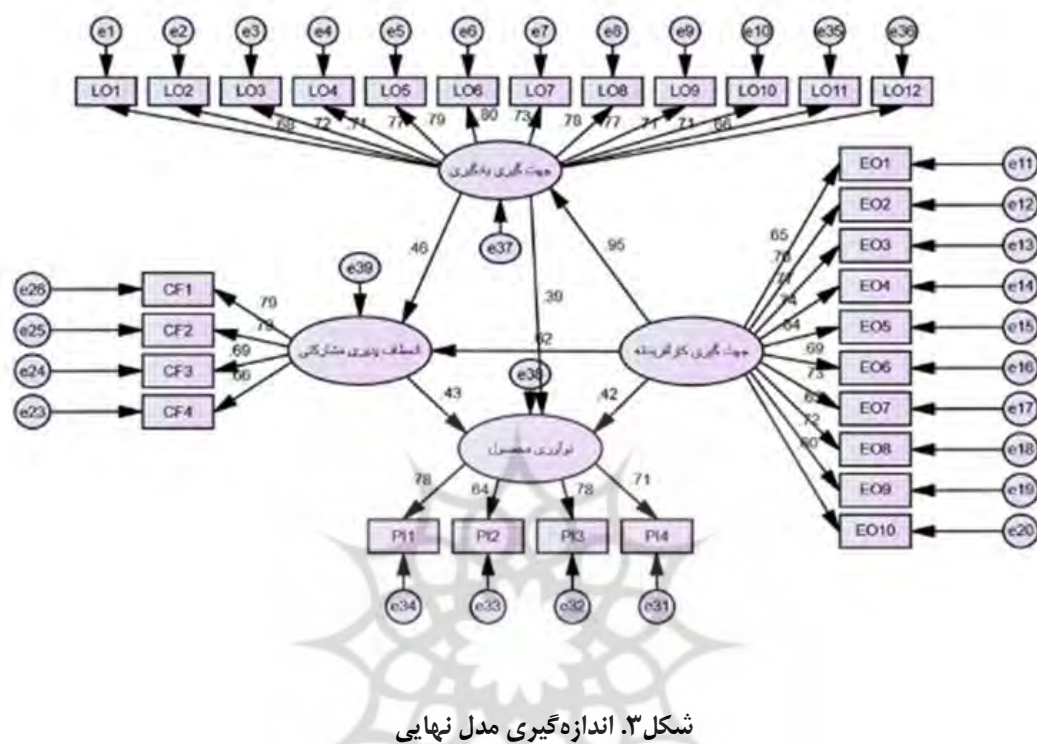
برازش مدل بیرونی

پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش می‌رسد.



شکل ۲. مدل معادلات ساختاری متغیرهای تحقیق

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



شاخص نیکویی برازش مدل

شاخص‌های نیکویی برازش مدل ساختاری تحقیق که در جدول ۲ نشان داده شده‌است، نشان از برازش خوب مدل با داده‌های جمع‌آوری شده از نمونه آماری تحقیق دارد و مدل ساختاری تحقیق برازش قابل قبول را کسب نموده و پذیرفته است.

جدول ۲. شاخص‌های نیکویی برازش مدل

شاخص	مقدار کسب شده	مقدار قابل قبول	وضعیت
GFI	۰/۹۴۵	GFI>90%	قبول
AGFI	۰/۹۹۲	AGFI>90%	قبول
CFI	۰/۹۴۰	0.90<CFI<1	قبول
CMIN/df	۲/۵۱۰	مقدار کمتر از ۳	قبول
RMSEA	۰/۰۵۱۷	RMSEA<0.08	قبول

جدول ۳. بررسی ارتباط بین فرضیه‌های تحقیق

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر وابسته	C.R	ESTIMATE	رد/تأیید
۱	جهت‌گیری کارآفرینانه	جهت‌گیری یادگیری	۵/۰۷۷	۰/۸۷۴	تأیید
۲	جهت‌گیری کارآفرینانه	انعطاف‌پذیری مشارکتی	۲/۰۵۸	۰/۴۸۸	تأیید
۳	جهت‌گیری کارآفرینانه	نوآوری محصول	۱/۹۸۷	۰/۳۷۱	تأیید
۴	جهت‌گیری یادگیری	انعطاف‌پذیری مشارکتی	۴/۳۲۵	۰/۴۳۱	تأیید
۵	جهت‌گیری یادگیری	نوآوری محصول	۳/۹۶۲	۰/۴۱۱	تأیید
۶	انعطاف‌پذیری مشارکتی	نوآوری محصول	۲/۰۱۱	۰/۳۷۵	تأیید

جدول ۴. خلاصه نتایج آزمون‌های فرضیه

ردیف	فرضیه	نتیجه
۱	جهت‌گیری کارآفرینانه بر جهت‌گیری یادگیری در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد.	تأیید
۲	جهت‌گیری کارآفرینانه بر انعطاف‌پذیری مشارکتی در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد.	تأیید
۳	جهت‌گیری کارآفرینانه بر نوآوری محصول در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد.	تأیید
۴	جهت‌گیری یادگیری بر انعطاف‌پذیری مشارکتی در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد.	تأیید
۵	جهت‌گیری یادگیری بر نوآوری محصول در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد.	تأیید
۶	انعطاف‌پذیری مشارکتی بر نوآوری محصول در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد.	تأیید
۷	انعطاف‌پذیری منابع تأثیر انعطاف‌پذیری مشارکتی بر نوآوری محصول را در شرکت کاشی فیروزه مشهد تعدیل می‌کند.	تأیید

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تحلیل جهت‌گیری یادگیری، انعطاف‌پذیری منابع و انعطاف‌پذیری مشارکتی در رابطه جهت‌گیری کارآفرینانه و نوآوری محصول در شرکت کاشی فیروزه مشهد انجام پذیرفت. با توجه به بررسی و استنباط نتایج فرضیات می‌توان اظهار کرد جهت‌گیری کارآفرینانه به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر نوآوری محصول تأثیر دارد. درواقع، نوآوری عامل مهمی در سازمان است که تمام منابع و عوامل در خدمت آن هستند تا سازمان به چشم‌انداز موفقیت با تولید محصول و خدمت نوآور دست پیدا کند. نتایج بررسی فرضیه‌های پژوهش به‌طور مفصل در ادامه شرح داده شده‌است.

برپایه نتایج، با توجه به تأیید فرضیه اول، جهت‌گیری کارآفرینانه بر جهت‌گیری یادگیری در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج با برآیند تحقیق هان و ژانگ (۲۰۲۱) و هم‌راستا است. در تبیین این نتایج می‌توان گفت، جهت‌گیری کارآفرینانه و راهبرد تجلی ایده‌های نو در شرکت کاشی فیروزه در انگیزه و واداشتن کارکنان به کسب دانش و یادگیری تأثیر دارد؛ چراکه، وقتی برنامه کارآفرینی در اختیار کارکنان قرار گیرد آنان برای موفقیت و عملکرد بیشتر به کسب دانش و تخصص‌یابی در وظایف خود می‌پردازند. همچنین، شرکتی که جهت‌گیری کارآفرینانه قوی‌تری داشته باشد باعث تقویت جهت‌گیری یادگیری در آن می‌شود.

برپایه نتایج، با توجه به تأیید فرضیه دوم، جهت‌گیری کارآفرینانه بر انعطاف‌پذیری مشارکتی در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج هم‌راستا با برآیند تحقیق هان و ژانگ (۲۰۲۱) است. در تبیین این نتایج می‌توان گفت، شرکت کاشی فیروزه با تمایل و قصد ورود جدید به بازار و عملی‌سازی برنامه گسترش بازار خود با محصول و فعالیت جدید باعث استفاده چندجانبه و مشارکتی منابع خود می‌شود که در راستای هدف شرکت فیروزه هماهنگ و هم‌جهت باشند. درواقع، شرکتی که جهت‌گیری کارآفرینانه قوی‌تری داشته باشد، باعث تقویت انعطاف‌پذیری مشارکتی در آن می‌شود.

برپایه نتایج، با توجه به تأیید فرضیه سوم، جهت‌گیری کارآفرینانه بر نوآوری محصول در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج هم‌راستا با نتیجه تحقیق اکبری و همکاران (۱۳۹۶)، هان و ژانگ (۲۰۲۱) است. در تبیین این نتایج می‌توان گفت، شرکت کاشی فیروزه با تمایل و قصد ورود جدید به بازار و عملی‌سازی برنامه گسترش بازار خود با محصول و فعالیت جدید باعث نوآوری و ویژگی‌های خاص در محصولات جدید خود می‌شود و زمینه تولید محصولات با ابتکار و خلاقیت جدید در شرکت کاشی فیروزه فراهم می‌شود. درواقع، شرکت با جهت‌گیری کارآفرینانه فرصت‌های نوآوری را شناسایی و ایجاد می‌کند.

برپایه نتایج، با توجه به تأیید فرضیه چهارم، جهت‌گیری یادگیری بر انعطاف‌پذیری مشارکتی در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج هم‌راستا با نتیجه تحقیق هان و ژانگ (۲۰۲۱) است. در تبیین این نتایج می‌توان گفت، شرکت کاشی فیروزه با جهت‌گیری یادگیری به دنبال موفقیت عملکرد خود و اثربخشی فعالیت‌ها از طریق افزایش دانش درمورد بازار، رقبا، مشتریان و فناوری‌هایی که می‌تواند در تولید بهتر محصول کمک کند به تخصیص منابع و هماهنگی منابع داخلی با برنامه سازمان می‌پردازد؛ زیرا تلاش برای افزایش دانش و مهارت‌یابی بر تخصیص منابع داخلی تأثیر دارد.

برپایه نتایج، با توجه به تأیید فرضیه پنجم، جهت‌گیری یادگیری بر نوآوری محصول در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج حاصل هم‌راستا با نتیجه تحقیق قهرمان‌پور و همکاران (۱۳۹۹)، هان و ژانگ (۲۰۲۱) است. در تبیین این نتایج می‌توان گفت، شرکت کاشی فیروزه با برنامه راهبردی افزایش دانش و اطلاعات موردنیاز و تخصص‌یابی کارکنان در ایجاد نوآوری و خلاقیت در محصول خود سهم بسزایی دارد و خلاقیتی که ناشی از فرهنگ یادگیری در شرکت است، در محصول جدید و نوآور شرکت کاشی فیروزه بازتاب می‌شود.

برپایه نتایج، با توجه به تأیید فرضیه ششم، انعطاف‌پذیری مشارکتی بر نوآوری محصول در شرکت کاشی فیروزه مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج هم‌راستا با برآیند تحقیق هان و ژانگ (۲۰۲۱) است. در تبیین این نتایج می‌توان گفت، در بازارهای محصولات پویا که نیاز به تعدیل مکرر در راهبردهای محصول شرکت کاشی فیروزه دارند، انعطاف‌پذیری در مشارکت، استفاده از

منابع ایجاد محصول شامل انعطاف‌پذیری برای تعریف مجدد راهبردهای محصول، پیکربندی مجدد زنجیره منابع و بازاریابی منابع مؤثر است. درواقع، تخصیص و هماهنگی منابع با برنامه‌های سازمانی بستر رشد و توسعه ویژگی‌های محصول و تولید محصول جدید را که ناشی از نوآوری و خلاقیت است، فراهم می‌کند.

برپایه نتایج، با توجه به تأیید فرضیه هفتم، انعطاف‌پذیری منابع تأثیر انعطاف‌پذیری مشارکتی بر نوآوری محصول را در شرکت کاشی فیروزه مشهد تعدیل می‌کند. نتایج هم‌راستا با برآیند تحقیق هان و ژانگ (۲۰۲۱) است. شرکت کاشی فیروزه با انعطاف‌پذیری منابع خود در محدوده وسیع‌تری از کاربردهای جایگزین، با هزینه و زمان کمتری به فعالیت‌های جدیدتری می‌پردازد که درواقع، باعث می‌شود منابع شرکت مطابق با تغییرات محیطی و نیازهای تعیین‌شده سازمان پیش‌روند و سازگار شوند که در نوآوری و ابتکار محصولات شرکت کاشی فیروزه نقش بسزایی دارد.



منابع

اکبری، محسن، ابراهیم‌پور ازبیری، مصطفی، هوشمند چایجانی، میلاد (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی و دو جانبه‌گرایی نوآوری بر عملکرد صادراتی محصولات جدید با تعدیل‌گری شدت نوآوری محصول در صنعت خودروسازی، نشریه مدیریت نوآوری، ۴، ۸۱-۱۰۶.

حدادی، محمدعلی، رمضان، علی. (۱۴۰۱). بررسی عوامل موثر بر عملکرد نوآوری شرکت بر اساس جهت‌گیری یادگیری و فعالیت‌های نوآورانه مشارکتی در زنجیره تامین (مطالعه موردی: کارخانه قطعات پیش ساخته پیش تنیده / هولوکور). *مطالعات علوم / سلامی انسانی*، ۸(۲۹)، ۱-۱۸.

قربان نیتی، مالک، قاسم زاده علیشهی، ابوالفضل، برقی، عیسی (۱۳۹۹). نقش ابعاد جو آموزش سازمانی و جهت-گیری یادگیری شخصی بر یادگیری حرفه‌ای کارکنان دانشگاه علوم پزشکی تبریز. *تصویر سلامت*، ۱۱(۱)، ۷۴-۸۶.

قهرمانپور، پریسا، زنوزی، سید جعفر، ابوالفضل، سید ابوالفضل (۱۳۹۹). بررسی تأثیر ظرفیت انعطاف‌پذیری و یادگیری سازمانی بر عملکرد بازاریابی: بررسی آثار میانجی نوآوری محصول و تعدیلگر آشفتگی محیطی. *مدیریت بازرگانی*، ۱۲(۱)، ۱۸۳-۱۹۷.

مظلومی، نادر، جبارزاده کرباسی، بهرام (۱۳۹۸). اثر برنامه‌ریزی راهبردی مشارکتی و انعطاف‌پذیری راهبردی بر اجرای راهبردی در صنایع کوچک و متوسط. *فصلنامه علمی پژوهشی بین رشته‌ای دانش راهبردی*، ۹(۳۴)، ۲۱۳-۲۴۱.

References

- Abdul Basit, S., Kuhn, T. and Cantner, U. (2022). The role of market competition for knowledge competencies, R&D and innovation: an empirical analysis for German firms, *European Journal of Management Studies*, 27 (2), 229-253.
- Akbari, M., Ebrahimpoor Azbari, M., & Hooshmand Chaijani, M. (2016). The Impacts of Entrepreneurial Orientation and Innovation Ambidexterity on the Export Performance of New Products with an Emphasis on the Moderating Effects of Product Innovation Intensity. *Innovation Management Journal*, 4(4), 81-106.
- Andersen, J. (2021). A relational natural-resource-based view on product innovation: The influence of green product innovation and green suppliers on differentiation advantage in small manufacturing firms. *Technovation*, 104, 1-9.
- Alshanty, A. M. & Emeagwali, O. L. (2019). Market-sensing capability, knowledge creation and innovation: The moderating role of entrepreneurial-orientation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(3), 171-178.
- Chatterjee, Sheshadri., Chaudhuri, Ranjan., Vrontis, Demetris. (2022). Does remote work flexibility enhance organization performance? Moderating role of organization policy and top management support. *Journal of Business Research*, 139, 1501-1512.

Ciabuschi, F., Baraldi, E., Lindahl, O., & Callegari, S. (2020). supporting innovation against the threat of antibiotic resistance: Exploring the impact of public incentives on firm performance and entrepreneurial orientation. *Journal of Business Research*, 112, 271-280.

Cidral, W., Aparicio, M., Oliveira, T. (2020). Student's long-term orientation role in e-learning success: A Brazilian study. *Heliyon*, 6(12), 1-12.

Freije, I., Calle, A., Ugarte, J. V. (2020). Role of supply chain integration in the product innovation capability of servitized manufacturing companies. *Technovation*, 15, 1-14.

Ghorban N., Malik, Q., Alishahi, A., & Barqi, I. (2020). The role of dimensions of organizational learning climate and personal learning orientation on the professional learning of employees of Tabriz University of Medical Sciences. *Health Image*, 11(1), 74-86. (In Persian).

Ghahremanpour, P., Zonoozi, S. J., & Abolfazli, S. A. (2020). Studying the Effects of Organizational Resilience Capacity and Organizational Learning on Marketing Performance: with the Mediating Effect of Product Innovativeness and Moderating Role of Environmental Turbulence. *Journal of Business Management*, 12(1), 183-197. (In Persian).

Haddadi, M. A., & Ramezani, A. (2022). Investigating the Factors Affecting the Company's Innovation Performance Based on Learning Orientation and Participatory Innovation Activities in the Supply Chain (Case Study: Pre-tensioned / Holocor Prefabricated Parts Factory). *Human Islamic Studies*, 8(29), 1-18. (In Persian).

Han, C., & Zhang, S. (2021). Multiple strategic orientations and strategic flexibility in product innovation, *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 1-9.

Jabarzadeh, B., & mazlumi, N. (2019). Effect of Participatory strategic planning and strategic flexibility on the implementation of the strategy in small and medium industries, *Strategic Management Studies of National Defence Studies*, 9(34), 241-213. (In Persian).

Jesemann, I. Beichter, T., Constantinescu, C. Herburger, K. & Rüger, M. (2021). Investigation of the “lean startup” approach in large manufacturing companies towards customer driven product innovation in SMEs. *Procedia CIRP*, 99, 711-716.

Lopez, S. P., Peón, J. M. M., & Ordás, C. J. V. (2005). Organizational learning as a determining factor in business performance. *The learning organization*, 12(2), 55-69.

Liu, H., Jiang, X., Zhang, J., & Zhao, X. (2013). Strategic flexibility and international venturing by emerging market firms: The moderating effects of institutional and relational factors. *Journal of International Marketing*, 21(2), 79-98.

- Lee, K., Shim, E., Kim, j., Nam, H., (2021). The influence of product innovation messages on the intention to purchase incumbent products. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(3), 154-166.
- Lima, R., Tereso, A., Faria, J. (2019). Project management under uncertainty: resource flexibility visualization in the schedule. *Procedia Computer Science*, 164, 381–388.
- Mutonyi, B., Rebecca, S., Terje, L. (2020). Empowering leadership, work group cohesiveness, individual learning orientation and individual innovative behavior in the public sector: empirical evidence from Norway. *International Journal of Public Leadership*, 16(2), 175-197.
- Ritala, P., Baiyere, A., Hughes, M., Kraus, S. (2021). Digital strategy implementation: The role of individual entrepreneurial orientation and relational capital. *Technological Forecasting & Social Change*, 171, 1-15.
- Santos, V.d., Beuren, I.M., Bernd, D.C. and Fey, N. (2022). Use of management controls and product innovation in startups: intervention of knowledge sharing and technological turbulence, *Journal of Knowledge Management*, 27(10), 22-38.
- Wahyono, D., & Hutahayan, B. (2021). The relationships between market orientation, learning orientation, financial literacy, on the knowledge competence, innovation, and performance of small and medium textile industries in Java and Bali. *Asia Pacific Management Review*, 26(1), 39-46.
- Wei, Z., Yi, Y., & Guo, H. (2014). Organizational learning ambidexterity, strategic flexibility, and new product development. *Journal of Product Innovation Management*, 31(4), 832-847.
- Wang, Y., Wu, J., Zhang, R. & Li, C. (2019). The Construction of ‘User-Knowledge-Product’ Co-creation Knowledge Cyberspace Served for Product Innovation. *Procedia CIRP*, 83, 467-472.
- Xi, Y., Fang, J. Chen, Z., Zeng, Q., & Lund, H. (2021). Optimal coordination of flexible resources in the gas-heat-electricity integrated energy system. *Energy*, 223, 1-14.
- Xin, W. (2020). Exploring the Impact of Strategic Flexibility on Business Model Innovation under the Open Innovation Activity: The Moderating Roles of Multiple Factors with Competitive Ties and Cooperative Ties. *International Business Research*, 13(7), 1-13.
- Zhou, K. Z., & Wu, F. (2010). Technological capability, strategic flexibility, and product innovation, *Strategic Management Journal*, 31(5), 547-561.