



University of
Sistan and Baluchestan



Iran Association of Science Parks
and Innovation Organizations

Investigating the Role of Innovation and Coordination Mechanism on Company Performance based on Moderating Role of Multi-Disciplinary Knowledge Sharing

Ramin Bagheri¹, Eesa Niazi^{2✉}, Hadi Sheikhi³

1. Department of Management and Accounting, Shargh-e-Golestan Higher Education Institute, Gonbad-e-Kavus, Iran. Raminbagheri2010@gmail.com

2. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Humanities and Social Sciences, Golestan University, Gorgan, Iran. (Corresponding Author). E.niazi@gu.ac.ir

3. MA of Business Management, Faculty of Management, University of Shargh-e Golestan, Gonbad, Iran. sheikhi.h2020@gmail.com

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Research Article

Article history:

Received in:

14 April 2024

Received in revised form:

18 May 2024

Accepted:

10 June 2024

Published online:

20 June 2024

Keywords:

Organizational Innovation, Coordination Mechanism, Performance, Multi-disciplinary knowledge

This study uses a correlational-type analytical-descriptive approach to Investigating the Impact of Coordination Mechanism and Organizational Innovation on Company Performance Based on Moderating Role of Multi-disciplinary knowledge sharing. The population of the study is all employees of Golestan Province Tax Affairs Organization, and the statistical sample is considered, based on the Morgan and Krejcie formula, to be 220. To collect required data, a questionnaire was used and to determine its validity and reliability, a pre-test was used. Content validity method was used to evaluate the validity of the questionnaire, and to determine its reliability the Cronbach's alpha calculation method was used with the help of SPSS 19 software. The authors, while fully reviewing the theoretical foundations and selecting the members of the statistical sample with a Simple random method, evaluated the research hypotheses by structural equations modeling method. The results of structural equations analysis using Lisrel 8.8 showed that: 1) Coordination Mechanism affects Multi-disciplinary knowledge sharing. 2) Multi-disciplinary knowledge sharing affects Performance and 3) Organizational Innovation affects Performance.

Cite this article: Bagheri, Ramin; Niazi, Eesa & Sheikhi, Hadi (2024). Investigating the Impact of Coordination Mechanism and Organizational Innovation on Company Performance based on Moderating Role of Multi-Disciplinary Knowledge Sharing. *Journal of Innovation economic Ecosystem Studies*, 4 (1), 89-91.

DOI: <http://doi.org/10.22111/innoco.2024.49320.1102>



© The Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

بررسی نقش نوآوری سازمانی و مکانیسم هماهنگی بر عملکرد شرکت با توجه به نقش میانجی به اشتراک گذاری دانش چند تخصصه

رامین باقری^۱، عیسی نیازی^۲✉، هادی شیخی^۳

۱. گروه مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی شرق گلستان، گنبد کاووس، ایران، raminbagheri2010@gmail.com
 ۲. استادیار، گروه مدیریت و اقتصاد، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران (نویسنده مسئول). E.niazi@gu.ac.ir
 ۳. دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه شرق گلستان، گنبد کاووس، ایران. Sheikhi.h2020@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۲۶</p> <p>تاریخ ویرایش: ۱۴۰۲/۰۲/۲۹</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۲۱</p> <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۳/۳۱</p> <p>واژه‌های کلیدی: مکانیسم هماهنگی، نوآوری سازمانی، عملکرد، دانش چند تخصصه</p>	<p>در دنیای کسب‌وکار امروز، سازمان‌ها با محیط‌هایی پویا و رقابتی روبرو هستند که نیازمند نوآوری مداوم برای بقا و رشد هستند. نوآوری سازمانی به عنوان یک عامل کلیدی در بهبود عملکرد شرکت شناخته شده است. با این حال، چالش‌های متعددی برای پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز نوآوری وجود دارد که یکی از مهمترین آنها هماهنگی مؤثر میان واحدهای مختلف سازمانی است. مکانیسم‌های هماهنگی می‌توانند نقش حیاتی در تسهیل نوآوری ایفا کنند. این مکانیسم‌ها شامل ساختارهای رسمی و غیررسمی، فرآیندهای مدیریتی و ابزارهای ارتباطی هستند که همکاری و هماهنگی بین واحدهای مختلف سازمان را تقویت می‌کنند. این مطالعه به بررسی رابطه بین مکانیسم هماهنگی و نوآوری سازمانی بر عملکرد شرکت با توجه به نقش میانجی به اشتراک‌گذاری دانش چندتخصصه می‌پردازد. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-ترکیبی است. جهت گردآوری اطلاعات از شیوه‌های کتابخانه‌ای و میدانی، و ابزار گردآوری اطلاعات یک پرسشنامه بسته بود. جهت تعیین روایی پرسشنامه از روش محتوایی با نظر متخصصین حوزه مدیریت دانش، و برای تعیین پایایی پرسشنامه از دو معیار پایایی مرکب و میانگین واریانس استخراج شده استفاده گردید. جامعه مورد بررسی کلیه کارکنان سازمان امور مالیاتی استان گلستان بود، نمونه آماری بر مبنای فرمول کرجسی و مورگان برابر ۲۲۰ نفر تعیین شد. محققین فرضیه‌های پژوهش را با روش مدل‌یابی معادلات ساختاری، سنجش کردند. نتایج حاصل از تحلیل معادلات ساختاری توسط نرم‌افزار لیزرل ۸/۸ نشان داد که: (۱) مکانیسم‌های هماهنگی بر به اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه تأثیر دارد. (۲) به اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه بر عملکرد تأثیر دارد و (۳) نوآوری سازمانی بر عملکرد تأثیر دارد.</p>

استناد: باقری، رامین، نیازی، عیسی و شیخی، هادی (۱۴۰۳). بررسی رابطه بین مکانیسم هماهنگی و نوآوری سازمانی بر عملکرد شرکت با توجه به نقش میانجی به اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه. *مطالعات زیست‌بوم اقتصاد نوآوری*، ۴(۱)، ۸۹-۱۰۴.

DOI: <http://doi.org/10.22111/innoeco.2024.49320.1102>

۱-مقدمه

رقابت به معنای یک رابطه مملو از درگیری و مستعد برتری جویی در میان شرکت کنندگان است (بنگسون و کوک^۱، ۲۰۰۰) که از منافع گوناگون آنها حاصل شده است و یک سناریوی برنده-بازنده یا ساختار بازی صفر-مجموع را شکل می‌دهد، درمقابل، هماهنگی روی وابستگی‌های درونی مربوط به مشارکت با منافع کاملاً متفاوت تاکید دارد (واللی^۲، ۲۰۰۷). به این ترتیب، هماهنگی یک عامل حیاتی برای موفقیت استراتژیک است که باعث رشد همه طرف-ها می‌شود، چراکه ساختار بازی آن، مجموع-مثبت است (گریزینگر^۳، ۱۹۹۰؛ هیل^۴، ۱۹۹۰). با این حال، قطبیت ظاهری رقابت و هماهنگی، منتقدان را به خود جلب کرده است؛ آنها به یک اندازه می‌توانند وابستگی‌های مهم درونی روابط را تحت تاثیر قرار دهند (بنگسون و کوک، ۲۰۰۰؛ شیه، تسای، وو، و لو^۵، ۲۰۰۶). به عنوان مثال، در روابط درون اداری، مناقشات بین تخصصی رایج است (مسی و داوس^۶، ۲۰۰۷)، و مدیران به دلیل اختلافات اولویت بندی و عدم همکاری، با هماهنگی وظایف درگیر هستند (مسی و کیرازیس^۷، ۲۰۰۷). این نوع درگیری موجب تنش‌های مربوط به همکاری می‌شود (فرناندز، لی روی، گنیوالی^۸، ۲۰۱۴) که منجر به کاهش اشتراک دانش چندتخصصه (پرسون^۹، ۲۰۰۶) یا اجتناب از تامین دانش از تیم‌های دیگر (برای جلوگیری از تلقی نفوذ و کنترل) می‌گردد (مالت و کوپلی^{۱۰}، ۱۹۹۶)، اما همزمان برای پیروی از اولویت‌های استراتژیک خود (دورتی، ۱۹۹۲) و دفاع از موقعیت یا قدرت خود باهم رقابت می‌کنند (هوستون، والکر، هوت، و رینگن^{۱۱}، ۲۰۰۱). بنابراین تعامل آنها می‌تواند یک شمشیر دولبه باشد که شامل هماهنگی و رقابت است (لو^{۱۲} و همکاران، ۲۰۰۶). به اشتراک گذاری دانش چندتخصصه^{۱۳} بین بازاریابی و وظایف مختلف و مغایر باهم، می‌تواند نوآوری (هانسن^{۱۴}، ۱۹۹۹؛ لی و لان^{۱۵}، ۲۰۱۰؛ تسای^{۱۶}، ۲۰۰۱)، موفقیت محصول جدید (آتواهن-گیما و اوانگلیستا^{۱۷}، ۲۰۰۰؛ ارنست، هویر و روپسامن^{۱۸}، ۲۰۱۰؛ گریفین و هاوسر^{۱۹}، ۱۹۹۲)، یادگیری بازار و کارایی (لو، اسلوتگراف، و پان^{۲۰}، ۲۰۰۶) را افزایش دهد. عوامل تعیین کننده این تلاش‌ها

¹ Bengtsson & Kock

² Walley

³ Griesinger

⁴ Hill

⁵ Shih, Tsai, Wu, & Lu,

⁶ Massey & Dawes

⁷ Massey & Kyriazis

⁸ Fernandez, Le Roy, & Gnyawali

⁹ Persson

¹⁰ Maltz & Kohli

¹¹ Houston, Walker, Hutt, & Reingen

¹² Luo

¹³ Cross-functional knowledge sharing

¹⁴ Hansen

¹⁵ Lee & Lan

¹⁶ Tsai

¹⁷ Atuahene-Gima & Evangelista

¹⁸ Ernst, Hoyer, & Rübsaamen

¹⁹ Griffin & Hauser

²⁰ Luo, Slotegraaf, & Pan

در راستای به اشتراک‌گذاری دانش چندتخصصه به احتمال زیاد شامل مکانیزم‌های هماهنگی درون سازمانی می‌شوند، چنانچه توسط مدل هماهنگی- به اشتراک‌گذاری- کارایی^۱ پیش‌بینی می‌شود (تسای، ۲۰۰۲؛ ویلم، بوئلنز و اسکاربروف^۲، ۲۰۰۶). چنین سازوکارهای هماهنگی نه فقط روش‌های رسمی، مانند رسمی سازی و روابط جانبی را شامل می‌شود، بلکه شبکه‌بندی غیر رسمی و دیدگاه‌های مشترک را نیز شامل می‌شود و در مجموع، کانال‌های ارتباطی مختلفی را گسترش می‌دهند که می‌توانند همکاری و تعامل اجتماعی را ایجاد کنند و به عنوان کانال برای به اشتراک‌گذاری دانش چندتخصصه عمل کنند (مانند گوشال، کورین، و سولانسکی^۳، ۱۹۹۴؛ گوپتا و گاوینداراجان^۴، ۲۰۰۰؛ ویلم و بوئلنز^۵، ۲۰۰۷، ۲۰۰۹). در رسیدگی به این شکاف پژوهشاتی، این مطالعه دو هدف اصلی را دنبال می‌کند. ابتدا سرمایه اجتماعی و تئوری تعبیه اجتماعی^۶ را ترکیب می‌کند تا برای اولین بار اثرات سازوکارهای هماهنگی درون سازمانی^۷ و رقابت چندتخصصه^۸ را بر روی اشتراک دانش چندتخصصه بررسی کند، بنابراین مدل هماهنگی- به اشتراک‌گذاری- کارایی گسترش می‌یابد. این گسترش نشان می‌دهد که هماهنگی درون شرکت و رقابت بین بازاریابی و سایر ادارات همزمان وجود دارد و به هم تراز می‌شود و وظایف به منظور دستیابی به عملکرد بهتر شرکت کمک می‌کند (فونگ نگویه^۹ و همکاران، ۲۰۱۷). با در نظر گرفتن اثرات همه مکانیزم‌های هماهنگی روی به اشتراک‌گذاری دانش چندتخصصه و اثر تعدیل‌کننده رقابت چندتخصصه، مشخص می‌شود کدام مکانیزم-های هماهنگی درون سازمان برای تسهیل به اشتراک‌گذاری دانش چندتخصصه اهمیت نسبتاً بیشتری دارند؛ آنها به یک میزان روی به اشتراک‌گذاری دانش چندتخصصه تاثیر دارند یا خیر؟ ایده‌های حاصل نیز نشان می‌دهد که کدام مکانیزم‌های هماهنگی و کدام شکل‌های رقابت مکمل هستند و برای به اشتراک‌گذاری دانش چندتخصصه مفید می‌باشند؟ دوم، این مطالعه رابطه‌ی عملکرد به اشتراک‌گذاری دانش چندتخصصه را با توجه به مکانیزم میانجیگری آن، بازگو می‌کند. دانش چندتخصصه، با ایجاد منابع گروهی مرتبط با دانش، عملکرد و کارایی شرکت را تحت تاثیر قرار می‌دهد که به توانایی شرکت در دستیابی و حفظ عملکرد برتر کمک می‌کند. به اشتراک‌گذاری دانش صریح چندتخصصه بین ادارات می‌تواند جریان دانش جدید در سراسر مرزهای تخصصی را موجب شود (وانگ و همکاران، ۲۰۱۴) و به شرکت کمک می‌کند تا از دانش رسمی و مهارت حل مسائل خود بهره‌برداری کند، که می‌تواند به بهبود فرآیندهای کسب و کار منتهی گردد (لائو و نگای، ۲۰۰۸). در مقابل، اشتراک‌گذاری دانش چندتخصصه در ادارات، می‌تواند به ترویج یادگیری سازمانی و مزایای قابل توجه سازمانی در زمینه کاهش هزینه‌ها، بهبود کیفیت و ارائه

¹ coordination-sharing-performance (C-S-P) model

² Willem, Buelens, & Scarbrough

³ Ghoshal, Korine, & Szulanski

⁴ Gupta & Govindarajan

⁵ Willem & Buelens

⁶ social embeddedness theory

⁷ intra-firm coordination mechanisms

⁸ cross-functional competition

⁹ Phong Nguyena

محصولات و خدمات نوآورانه کمک کند (هسو، ۲۰۰۸؛ لائو و نگای، ۲۰۰۸)، هاس و هانسن^۱ (۲۰۰۵: ۱۱۱۳) هشدار می‌دهند که "به‌دست آوردن و استفاده از دانش از دیگر قسمت‌های شرکت ضرورتاً کارایی واحدهای کاری درون شرکت را بهبود نمی‌بخشد. محققان باید از مطالعه‌ی عوامل تسهیل‌کننده اشتراک دانش چندتخصصه فراتر روند و نحوه استفاده از منابع دانش سازمان توسط واحدهای کاری برای بهبود کارایی سازمان را مطالعه نمایند. این مطالعه به این فراخوان پاسخ می‌دهد و رابطه را با مشخص کردن اینکه چگونه مکانیسم هماهنگی و نوآوری سازمانی بر عملکرد شرکت با توجه به نقش میانجی به اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه رابطه‌ای وجود دارد را روشن می‌کند.

۲- پیشینه پژوهش

یویی وانگ و همکاران (۲۰۲۴) نیز در پژوهشی با عنوان: قابلیت‌های دینامیک و نوآوری: پل زدن به عملکرد نشان دادند که شرکت‌هایی که دارای قابلیت‌های دینامیک قوی‌تر هستند، توانایی بیشتری در نوآوری و بهبود عملکرد سازمانی دارند. همچنین، نوآوری به عنوان واسطه‌ای بین قابلیت‌های دینامیک و عملکرد سازمانی شناخته شد. همچنین کریشنان و جایارامان^۲ (۲۰۲۴) در مقاله‌ای با عنوان: مدیریت دانش، نوآوری و عملکرد سازمانی: چارچوب یکپارچه، بررسی کردند که چگونه مدیریت دانش و نوآوری می‌تواند به بهبود عملکرد سازمانی کمک کند. یافته‌ها نشان داد که نوآوری نقش واسطه‌ای قوی بین مدیریت دانش و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند. گریفیتس و فیتزسیمونز^۳ (۲۰۲۴) نیز در پژوهشی به بررسی تاثیر نوآوری در فناوری اطلاعات بر عملکرد سازمانی با رویکرد چندبعدی پرداختند و نشان دادند که نوآوری در فناوری اطلاعات تاثیر مستقیمی بر بهبود عملکرد مالی و عملیاتی سازمان‌ها دارد.

کروز و سوارس^۴ (۲۰۲۴) نیز در پژوهشی با عنوان: نوآوری در محصولات و فرایندها و تاثیرات آن بر عملکرد سازمان نشان دادند که نوآوری در محصولات و فرایندها به طور معناداری به بهبود عملکرد مالی و بازار کمک می‌کند. این مطالعه به بررسی تاثیرات مختلف نوآوری بر عملکرد سازمانی پرداخته است.

گورانسون و برگ^۵ (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان: نوآوری مستمر در تولید: بهبود بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها، نشان دادند که نوآوری مستمر منجر به بهبود عملکرد تولید و کاهش هزینه‌ها می‌شود. این مطالعه به تحلیل تاثیرات نوآوری در زمینه تولید و بهره‌وری پرداخته است.

در پژوهشی دیگر، هارکر و مک‌این‌تایر^۶ (۲۰۲۴) به بررسی تاثیر نوآوری بر رضایت مشتری و عملکرد بازار پرداختند. نتایج نشان داد که نوآوری به طور مثبت با رضایت مشتری و عملکرد بازار ارتباط دارد.

¹ Haas & Hansen

² Shanthi Gopalakrishnan and Jayanthi Jayaraman

³ Emily Griffiths and Michael Fitzsimmons

⁴ Rafael Cruz and Isabel Soares

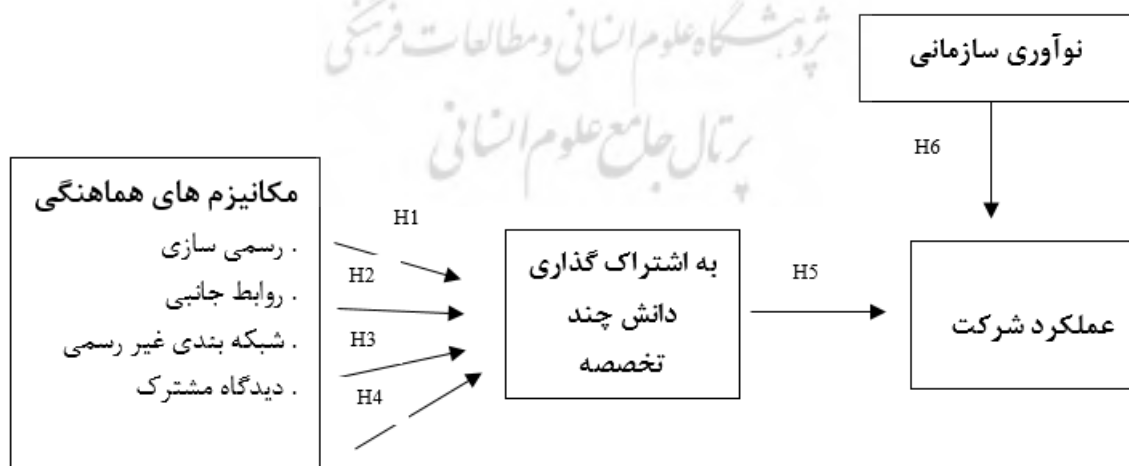
⁵ Linnea Göransson and Peter Berg

⁶

اویسال و ییلدریم (۲۰۲۴) نیز در پژوهش خود نشان دادند که شرکت‌هایی که به نوآوری باز می‌پردازند، عملکرد مالی و بازار بهتری دارند. این مطالعه به بررسی مزایای نوآوری باز و تاثیر آن بر عملکرد سازمانی پرداخته است. سیلوا و سانتوس (۲۰۲۴) نیز در پژوهشی با عنوان: نوآوری جهانی و عملکرد صادرات: مطالعه‌ای در تجارت بین‌المللی، نشان دادند که نوآوری جهانی تاثیر مثبتی بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها دارد. در پژوهشی دیگر که توسط لیونگ و دیویس (۲۰۲۴) بر روی شرکت‌های خدماتی انجام شد و نشان دادند که نوآوری در خدمات منجر به بهبود رضایت کارکنان و عملکرد سازمانی می‌شود. میگدادی (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان نقش قابلیت یادگیری سازمانی در افزایش نوآوری و عملکرد سازمانی نشان داد که قابلیت یادگیری سازمانی (OLC) بر نوآوری تاثیر می‌گذارد و نوآوری نیز به نوبه خود بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که OLC به طور غیرمستقیم و از طریق نوآوری به بهبود عملکرد سازمانی کمک می‌کند.

۳- مدل مفهومی پژوهش

مدل پژوهش بر گرفته از مدل نگوین و همکاران (۲۰۱۷) می‌باشد، بر اساس نظریه سرمایه اجتماعی و نظریه تعبیه اجتماعی، مدل مفهومی همکاری درون‌سازمانی را شکل داده است که برای بررسی مکمل بودن مکانیسم‌های هماهنگی و رقابت در به‌اشتراک‌گذاری دانش چندتخصصه در شکل شماره یک نشان داده شده است. لو و همکاران (۲۰۰۶) توضیح می‌دهند که چگونه رقابت (برای منابع محدود داخلی و خارجی، اهمیت استراتژیک، یا وضعیت و قدرت)، ادارات را برای تبادل دانش به منظور کسب موقعیت، بر می‌انگیزد.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

۴- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر اجرا توصیفی و از نظر جمع آوری داده‌ها، پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش، کلیه کارکنان سازمان امور مالیاتی استان گلستان به تعداد ۵۲۰ نفر به عنوان جامعه آماری پژوهش در نظر گرفته شده است. از آنجایی که حجم جامعه آماری ۳۴۰ نفر در نظر گرفته شده است، لذا حجم نمونه آماری به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، با توجه به جدول مورگان ۲۲۰ در نظر گرفته شده است. و به منظور جمع‌آوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده گردید. همچنین در این پژوهش از استنباط آماری مربوط برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات بهره گرفته می‌شود. در سطح استنباطی، از آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی پرسشنامه، از تحلیل عاملی تاییدی و معادلات ساختاری جهت آزمون فرضیات استفاده می‌شود.

۵- یافته‌های پژوهش

۵-۱- توصیف متغیرهای پژوهش

با توجه به جدول زیر، آمار توصیفی کلیه متغیرهای پژوهش از نظر شاخص‌های آماری به شرح جدول زیر می‌باشد. به عنوان مثال برای متغیر رسمی‌سازی (FOR) حداقل نمره نظرات مقدار یک و حداکثر نمره نظرات، مقدار پنج و میانگین و انحراف معیار نظرات به ترتیب به میزان $3/2288$ و $0/82618$ می‌باشد.

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

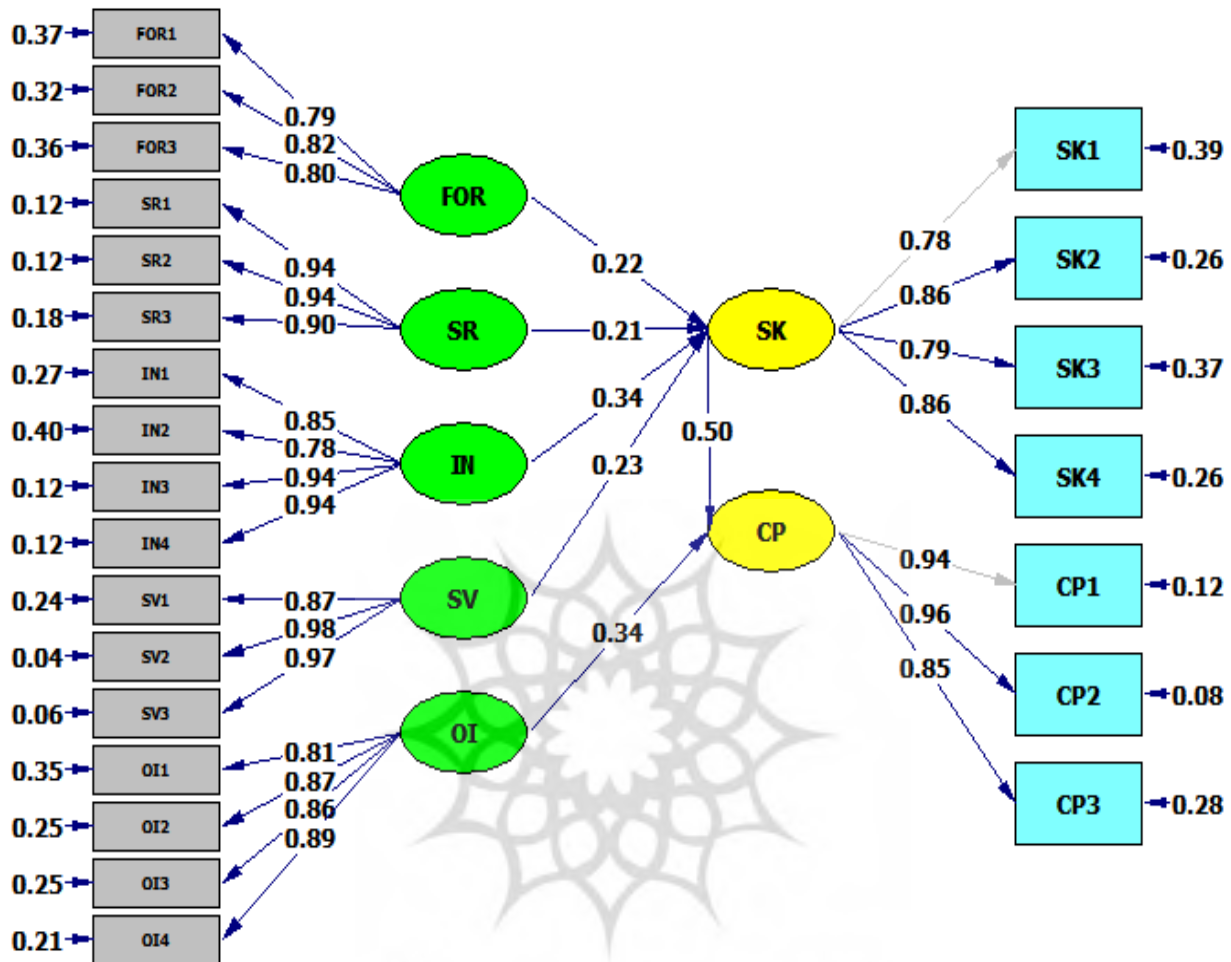
متغیر	علامت اختصاری	تعداد مشاهده آماره	کمترین آماره	بیشترین آماره	میانگین		انحراف معیار آماره	واریانس آماره
					خطای معیار	آماره		
رسمی‌سازی	FOR	۲۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۱۱۳۶	۰/۰۶۳۹۲	۰/۹۴۸۰۲	۰/۸۹۹
روابط جانبی	SR	۲۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۲/۶۰۰۰	۰/۰۶۶۰۱	۰/۹۷۹۰۳	۰/۹۵۸
شبکه‌بندی غیررسمی	IN	۲۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۳۶۱۴	۰/۰۶۵۴۵	۰/۹۷۰۸۰	۰/۹۴۲
دیدگاه مشترک	SV	۲۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۳۹۷۰	۰/۰۶۷۸۰	۱/۰۰۵۶۶	۱/۰۱۱
نوآوری سازمانی	OI	۲۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۵۸۳۰	۰/۰۵۸۸۸	۰/۸۷۳۳۷	۰/۷۶۳
به اشتراک‌گذاری دانش	SK	۲۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۲/۵۴۷۷	۰/۰۶۴۰۹	۰/۹۵۰۶۰	۰/۹۰۴
عملکرد شرکت	CP	۲۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۶۱۲۱	۰/۰۶۰۷۸	۰/۹۰۱۵۸	۰/۸۱۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش

مطابق جدول یک، ملاحظه می‌شود، متغیر دیدگاه مشترک بیشترین میانگین و متغیر شبکه‌بندی غیر رسمی، کمترین میانگین را دارد. همچنین بیشترین پراکندگی در متغیر نوآوری سازمانی و کمترین پراکندگی در متغیر دیدگاه مشترک قرار دارد.

۵-۲- آزمون مدل ساختاری پژوهش

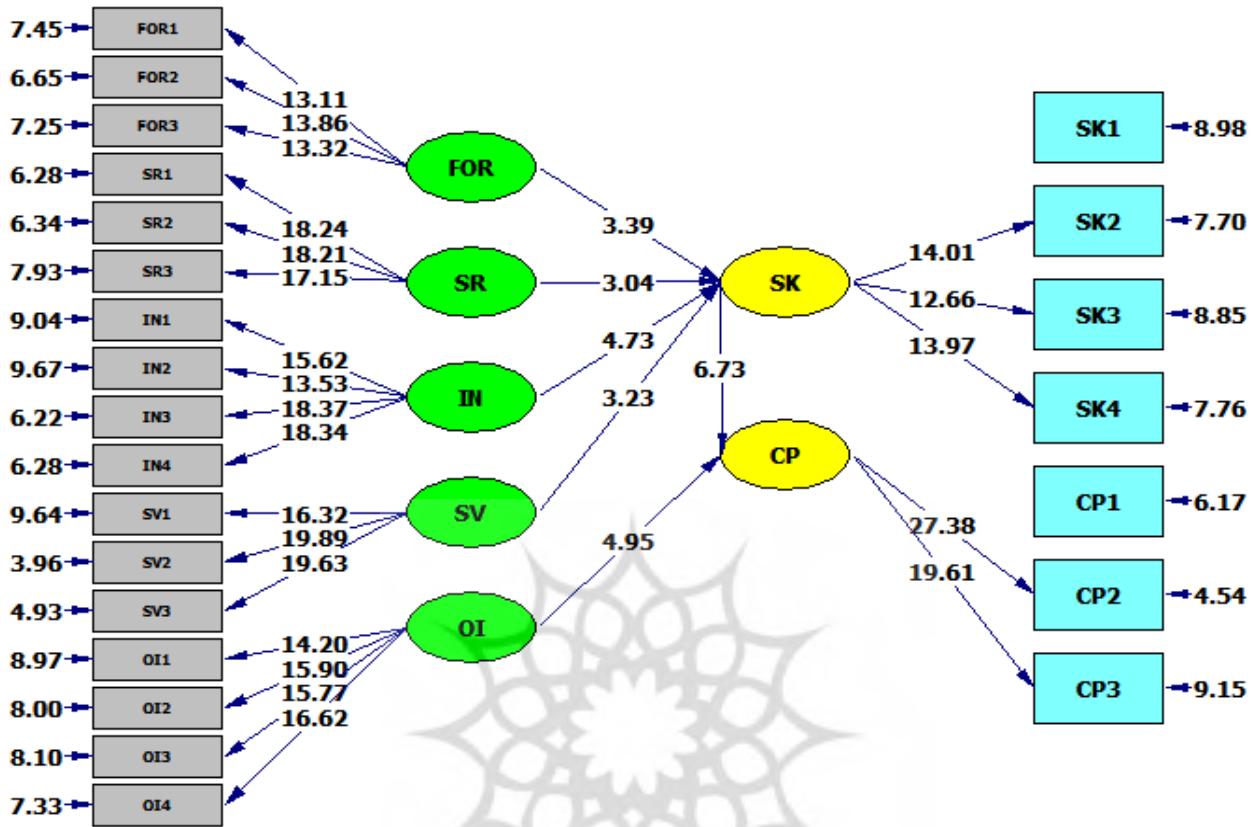
در این قسمت به بررسی مدل ساختاری پژوهش با استفاده از نرم‌افزار لیزرل ۸/۸ می‌پردازیم.



Chi-Square=577.68, df=236, P-value=0.00000, RMSEA=0.071

شکل ۲: مدل ساختاری پژوهش در حالت استاندارد

شکل دو، بیانگر ضرایب بارهای عاملی در حالت استاندارد است که در بازه (۰،۱) قرار دارند و نشان‌دهنده میزان رابطه بین متغیرها می‌باشند.



Chi-Square=577.68, df=236, P-value=0.00000, RMSEA=0.071

شکل ۳: مدل ساختاری پژوهش همراه با ضرایب معناداری

همانطور که در شکل شماره سه مشاهده می‌شود، قدر مطلق مقادیر (T-value) بزرگ‌تر از ۱/۹۶ می‌باشند و بیانگر این است تمامی ضرایب مسیر در شکل شماره دو در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشند. برای برآورد مدل از روش حداکثر احتمال و به منظور بررسی برازش مدل از شاخص نسبت مجذور خی دو بر درجه آزادی ($\frac{\chi^2}{df}$)، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص برازندگی (GFI)، شاخص تعدیل برازندگی (AGFI)، شاخص نرم‌شده برازندگی (NFI)، شاخص نرم‌نشده برازندگی (NNFI)، خطای ریشه میانگین مجذورات تقریب (RMSEA) استفاده شد.

جدول ۲: نتایج حاصل از بررسی نیکویی برازش مدل ساختاری پژوهش

نتیجه	مقدار	دامنه مورد قبول	شاخص برازش
مناسب	۲/۴۵	< ۳	شاخص نسبت مجذور خی دو بر درجه آزادی $(\frac{\chi^2}{df})$
مناسب	۰/۹۵	> ۰/۹	شاخص برازش تطبیقی (CFI)
مناسب	۰/۹۴	> ۰/۹	شاخص برازندگی (GFI)
مناسب	۰/۹۷	> ۰/۹	شاخص تعدیل برازندگی (AGFI)
مناسب	۰/۹۷	> ۰/۹	شاخص نرم شده برازندگی (NFI)
مناسب	۰/۹۴	> ۰/۹	شاخص نرم نشده برازندگی (NNFI)
مناسب	۰/۰۷۱	< ۰/۰۸	خطای ریشه میانگین مجذورات تقریب (RMSEA)

مأخذ: محاسبات پژوهش

نتایج بررسی شاخص‌های نیکویی برازش مدل ساختاری پژوهش که در جدول شماره دو آمده است، نشان‌دهنده برازش مدل است، چرا که میزان کمتر از ۰/۰۸ RMSEA نشانگر برازش قابل قبول مدل ساختاری است. همچنین مقادیر CFI، GFI، AGFI، NFI، NNFI همگی بالاتر از ۰/۹ هستند.

در جدول زیر ضرایب مسیر و معناداری بین متغیرهای پژوهش آمده است. همانطور که مشاهده می‌شود، ضرایب مسیر برای تمامی رابطه‌ها، در سطح ۰/۰۵ (آماره تی بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و آماره تی کوچک‌تر از ۱/۹۶-) معنادار بدست آمده است.

۵-۳-آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتایج روابط مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل پژوهش در جدول شماره سه آورده شده است:

جدول ۳: نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل پژوهش

فرضیه	روابط علی بین متغیرهای پژوهش	علامت اختصاری	ضریب مسیر (β)	معناداری (T-Value)	نتیجه آزمون
اول	رسمی‌سازی ← به اشتراک‌گذاری دانش	FOR---SK	۰/۲۲	۳/۳۹	تایید فرضیه اول
دوم	روابط جانبی ← به اشتراک‌گذاری دانش	SR---SK	۰/۲۱	۳/۰۴	تایید فرضیه دوم
سوم	شبکه‌بندی غیررسمی ← به اشتراک‌گذاری دانش	IN---SK	۰/۳۴	۴/۷۳	تایید فرضیه سوم
چهارم	دیدگاه مشترک ← به اشتراک‌گذاری دانش	SV---SK	۰/۲۳	۳/۲۳	تایید فرضیه چهارم
پنجم	به اشتراک‌گذاری دانش ← عملکرد شرکت	SK---CP	۰/۵۰	۶/۷۳	تایید فرضیه پنجم
ششم	نوآوری سازمانی ← عملکرد شرکت	OI---CP	۰/۳۴	۴/۹۵	تایید فرضیه ششم

همچنین رابطه مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرهای پژوهش در مدل نهایی پژوهش که نشان دهنده میزان رابطه مستقیم و غیرمستقیم متغیرها بر روی یکدیگر است، در قالب جدول شماره چهار ارائه می شود.

جدول ۴: میزان رابطه کل متغیرها در مدل پژوهش

رابطه کل	رابطه غیر مستقیم	رابطه مستقیم	نوع رابطه
۰/۲۲	۰/۲۲	SK بر FOR
۰/۱۱	$۰/۲۲ \times ۰/۵۰ = ۰/۱۱$	CP بر FOR
۰/۲۱	۰/۲۱	SK بر SR
۰/۱۰	$۰/۲۱ \times ۰/۵۰ = ۰/۱۰$	CP بر SR
۰/۳۴	۰/۳۴	SK بر IN
۰/۱۷	$۰/۳۴ \times ۰/۵۰ = ۰/۱۷$	CP بر IN
۰/۲۳	۰/۲۳	SK بر SV
۰/۱۱	$۰/۲۳ \times ۰/۵۰ = ۰/۱۱$	CP بر SV
۰/۵۰	۰/۵۰	CP بر SK
۰/۳۴	۰/۳۴	CP بر OI

مأخذ: یافته‌های پژوهش

۶- بحث و نتیجه گیری

به اشتراک گذاری دانش چندتخصصه بین بازاریابی و وظایف مختلف و مغایر با هم، می تواند نوآوری (لی و لان، ۲۰۱۰؛ تسای ۲۰۰۱)، موفقیت محصول جدید (آتوآهن-گیما و وانگلیستا، ۲۰۰۰؛ ارنست، هوپر و روبسامن، ۲۰۱۰)، یادگیری بازار و کارآیی (لو، اسلوگراف، و پان، ۲۰۰۶) را افزایش دهد. عوامل تعیین کننده این تلاش‌ها در راستای به اشتراک گذاری دانش چندتخصصه به احتمال زیاد شامل مکانیسم‌های هماهنگی درون سازمانی می شوند. همچنین علیرغم پیشرفت‌های قابل توجه پژوهشات در زمینه به اشتراک گذاری دانش چندتخصصه، ما هنوز در درک خود از تعامل نیروهای زمینه‌ای که همکاری و رقابت درون شرکت را به طور همزمان، متحد و منشعب می سازند، دچار نقص هستیم (رازایولا، بنگسون، و کوک، ۲۰۱۴). همچنین به طور کامل درک نکرده‌ایم که چگونه این تعامل بر به اشتراک گذاری دانش چندتخصصه در واحدهای مختلف تاثیر می گذارد. از سویی، پژوهش کاستروگیوانی و همکاران (۲۰۱۶) مشخص می کند که منابع انسانی و پذیرش فناوری‌های جدید، کارآمدترین منابع کسب دانش و مدیریت دانش هستند. تیسنگ (۲۰۱۴) بیان می کند که هدف ظرفیت‌های مدیریت دانش در ایجاد، بهبود و حفظ روابط با تامین کنندگان، و همچنین ارتقاء عملکرد شرکت‌ها است. طبق گفته لویز و همکاران (۲۰۱۷)، پایداری سازمانی، بیشتر و بیشتر بر مدیریت دانش و شیوه‌های جدید تمرکز می کند که می تواند کسب و کار را گسترش دهد. لی و همکاران (۲۰۱۰) باور دارند که مدیریت دانش بهینه‌ساز استفاده از منابع و ظرفیت‌ها و ارتقاء دهنده‌ی عملکرد

سازمانی است. از سویی دیگر، نوآوری به شایستگی سازمانی مرتبط با معرفی ایده‌ها، محصولات یا فرآیندهای جدید اشاره دارد (هولت، هورلی و نیت، ۲۰۰۴). اهمیت دانش برای فرایند نوآوری به طور گسترده‌ای مستدل شده است که درمورد اهمیت اشتراک‌گذاری دانش چندتخصصه برای ارتقاء نوآوری سازمانی نیز صادق است (تاگلیاوتی و همکاران، ۲۰۱۰). دانش در هریک از اعضا در سراسر ادارات تعبیه شده است و برای ایجاد خروجی جدید باید به اشتراک گذاشته شود. اگر یک سازمان بتواند انتشار دانش را در سراسر مرزهای تخصصی تضمین کند، می‌تواند ایده‌های نوآورانه را تحریک کند (برتل و همکاران، ۲۰۱۱؛ پارک و همکاران، ۲۰۰۹). نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که:

۱) رسمی‌سازی بر به‌اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه با ضریب مسیر ۰/۲۲، تأثیر معنی‌داری دارد. به‌این‌ترتیب که با افزایش یک واحدی متغیر رسمی‌سازی از ابعاد مکانیزم‌های هماهنگی، متغیر به‌اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه، ۰/۲۲ افزایش می‌یابد. بدین ترتیب نتایج مطالعه همسو با مطالعات فونگ‌نگویه و همکاران (۲۰۱۷) و لین (۲۰۰۸) می‌باشد.

۲) روابط جانبی بر به‌اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه با ضریب مسیر ۰/۲۱، تأثیر معنی‌داری دارد. به‌این‌ترتیب که با افزایش یک واحدی متغیر روابط جانبی از ابعاد مکانیزم‌های هماهنگی، متغیر به‌اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه، ۰/۲۱ افزایش می‌یابد. بدین ترتیب نتایج مطالعه همسو با مطالعات فلاح لاجیمی (۱۳۸۹)، نیکومرام و حیدرزاده (۱۳۸۵) و همچنین مطالعات فونگ‌نگویه و همکاران (۲۰۱۷) و لین (۲۰۰۸) می‌باشد.

۳) شبکه‌بندی غیر رسمی بر به‌اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه با ضریب مسیر ۰/۳۴، تأثیر معنی‌داری دارد. به‌این‌ترتیب که با افزایش یک واحدی متغیر شبکه‌بندی غیررسمی از ابعاد مکانیزم‌های هماهنگی، متغیر به‌اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه، ۰/۳۴ افزایش می‌یابد. بدین ترتیب نتایج مطالعه همسو با مطالعات فونگ‌نگویه و همکاران (۲۰۱۷) و لین (۲۰۰۸) می‌باشد.

۴) دیدگاه مشترک بر به‌اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه با ضریب مسیر ۰/۲۳، تأثیر معنی‌داری دارد. به‌این‌ترتیب که با افزایش یک واحدی متغیر دیدگاه مشترک از ابعاد مکانیزم‌های هماهنگی، متغیر به‌اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه، ۰/۲۳ افزایش می‌یابد. بدین ترتیب نتایج مطالعه همسو با مطالعات فونگ‌نگویه و همکاران (۲۰۱۷) و لین (۲۰۰۸) می‌باشد.

۵) به‌اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه بر عملکرد شرکت با ضریب مسیر ۰/۵۰، تأثیر معنی‌داری دارد. به‌این‌ترتیب که با افزایش یک واحدی متغیر به‌اشتراک‌گذاری دانش چند تخصصه، متغیر عملکرد شرکت، ۰/۵۰ افزایش می‌یابد. بدین ترتیب نتایج مطالعه همسو با مطالعات اخوان و همکاران (۱۳۹۶)، رحیم‌نیا و همکاران (۱۳۹۴)، کاستروگیوانی و همکاران (۲۰۱۶) و فونگ‌نگویه و همکاران (۲۰۱۷) می‌باشد.

۶) نوآوری سازمانی بر عملکرد شرکت با ضریب مسیر ۰/۳۴، تأثیر معنی داری دارد. به این ترتیب که با افزایش یک واحدی متغیر نوآوری سازمانی، متغیر عملکرد شرکت، ۰/۳۴ افزایش می یابد. بدین ترتیب نتایج مطالعه همسو با مطالعات ایمان زاده (۱۳۹۶)، ایرانبان (۱۳۹۵)، فررو دی جیماری و همکاران (۲۰۱۷) و فونگ نگویه و همکاران (۲۰۱۷) می باشد.

بر اساس فرضیه اول تا چهارم پژوهش، ابعاد مکانیزم های هماهنگی (رسمی سازی، روابط جانبی، شبکه بندی غیر رسمی و دیدگاه مشترک) بر به اشتراک گذاری دانش چند تخصصه تأثیر معنی داری دارد، بنابراین پیشنهاد می شود مدیران به پرورش و بهبود ابعاد مکانیزم های هماهنگی بپردازند. تقویت کار تیمی و بهبود روحیه کار تیمی از مهم ترین عواملی است که قابلیت افزایش هماهنگی را داراست که پیشنهاد می شود. همچنین پیشنهاد می شود با جلسات هماهنگی بیشتر کارها هدف مند و منظم تر سازمان دهی شود، البته این جلسات نباید طولانی و یا با تعداد زیاد صورت بگیرد که از اهداف سازمانی دور شود.

بر اساس فرضیه پنجم پژوهش، به اشتراک گذاری دانش بر عملکرد شرکت تأثیر معنی داری دارد، بدین ترتیب پیشنهاد می شود یک تیم پژوهشی قوی متشکل از افراد با تجربه و با دانش علمی بالا تشکیل شود و همواره در حال شناسایی راهکارهای ارائه دانش به همکاران و زیر دستان باشند. همچنین پیشنهاد می شود که با ایجاد برنامه های آموزشی و کلاس های توجیهی ضمن خدمت بر استفاده از تکنولوژی های جدید که باعث بهبود و تقویت عملکرد می شود، تأکید نمایند، همچنین مدیران می توانند با استفاده از نوآوری ها و همچنین فناوری پیشرفته در میان کارکنان باعث ارتقاء دانش به کارگیری در تولید و توزیع محصولات شوند.

بر اساس فرضیه ششم پژوهش نوآوری سازمانی بر عملکرد تأثیر معنی داری دارد، بنابراین پیشنهاد و راهکارهای زیر برای ایجاد و تداوم نوآوری جهت ارتقا عملکرد پیشنهاد شده است:

- ایجاد یک مدل جامع برای نوآوری سازمانی
- توسعه فرهنگ نوآوری سازمانی
- شناخت افراد مستعد برای نوآوری با ذهن خلاق
- اهدای پاداش به نوآوران سازمانی

منابع

- اورمزدی، نوشین. (۱۳۹۴). سنجش عوامل زمینه‌ای برای استقرار مدیریت دانش: مطالعه موردی در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران - منطقه تهران، پایان نامه دکتری دانشگاه شهید بهشتی.
- ایرانیان، سیدجواد، (۱۳۹۵)، شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر استقرار مدیریت دانش و رابطه آن با مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی، فصلنامه ره‌یافتی نو در مدیریت آموزشی، سال ۸، شماره ۲، صص ۱۲۷-۱۴۱.
- ایمان‌زاده، علی، (۱۳۹۶)، رابطه بین تسهیم و اشتراک گذاری دانش با نوآوری نشان دادند که بین تسهیم دانش و میزان نوآوری، فصلنامه پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، سال ۱۰، شماره ۲، صص ۴۷-۵۵.
- پیروی، فرزاد. (۱۳۹۵). طراحی سیستم مدیریت دانش با استفاده از تکنولوژی سیستم‌های چند عاملی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.
- جعفری مقدم، سعید. (۱۳۹۱). فرآیند مدیریت دانش از یادگیری سازمانی تا حافظه سازمانی، ماهنامه مدیریت و توسعه، شماره ۱۲، صص ۱۲۱-۱۳۴.
- حسن زاده، محمد. (۱۳۹۴). مدیریت اطلاعات و مدیریت دانش: رویکردی مقایسه‌ای، مجله اطلاع‌شناسی، شماره ۱۲.
- حیدری هویی، جلیل. (۱۳۹۳). به کارگیری مدیریت دانش جهت به روز آوری دانش استراتژیک سازمان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه امیرکبیر.
- دانپورت، تامس و پروساگ، لارنس. (۱۳۷۹). مدیریت دانش، ترجمه حسین رحمان سرشت، تهران: شرکت طراحی و مهندسی و تأمین قطعات ایران خوردو (سپکو).
- رحیم نیا، فریبرز، پویا، علیرضا و الهامی، سولماز. (۱۳۹۴)، تأثیر رهبری توأورانه و اشتراک دانش بر عملکرد سازمان به واسطه هماهنگی استراتژیک (مورد مطالعه: شرکت‌های تابعه و زیر مجموعه توانیر)، پژوهش‌های مدیریت راهبردی، سال ۲۱، شماره ۵۹، صص ۱۱۷-۱۳۹.
- سبحانی، یزدان، هنری، حبیب، شهلائی، جواد، احمدی، علیرضا. (۱۳۹۰). رابطه فناوری اطلاعات و مدیریت دانش در فدراسیون‌های ورزشی، مدیریت ورزشی، شماره ۱۷.
- فایرستون، ژوزف و مک الروی، مارک. (۱۳۸۷). مباحث کلیدی در مدیریت دانش جدید، ترجمه احمد جعفرنژاد و حدیجه سفیری، تهران: موسسه کتاب مهربان نشر.
- کرمانی القریشی، محمدرضا. (۱۳۹۴). امکان سنجی استقرار مدیریت دانش در صنعت فولاد کشور (مورد مطالعه: شرکت ذوب آهن اصفهان)، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان.
- گاندی، اسمیتی. (۱۳۹۲). مدیریت دانش، ترجمه مریم صراف زاده و افسانه حاضری بغداد آبادی، مجله الکترونیکی نما، شماره ۴، دوره ۴، ۱۲-۲۹.

Resources

- Bengtsson, M., & Kock, S. (2000). "Cooperation" in business networks - to cooperate and compete simultaneously. *Industrial Marketing Management*, 29(5), 411-427.

- Bengtsson, M., Wilson, T., Bengtsson, M., Eriksson, J., & Wincent, J. (2010). Co-opetition dynamics-an outline for further inquiry. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 20(2), 194–21.
- Cruz, R., & Soares, I. (2024). Product and process innovation and Its effects on organizational performance. *Technology Analysis & Strategic Management*.
- Ernst, H., Hoyer, W. D., & Rübsaamen, C. (2010). Sales, marketing, and research-and-development cooperation across new product development stages: Implications for success. *Journal of Marketing*, 74(5), 80–92.
- Fernandez, A.-S., Le Roy, F., & Gnyawali, D. R. (2014). Sources and management of tension in co-opetition case evidence from telecommunications satellites manufacturing in Europe. *Industrial Marketing Management*, 43(2), 222–235.
- Ghoshal, S., Korine, H., & Szulanski, G. (1994). Interunit communication in multinational corporations. *Management Science*, 40(1), 96–110.
- Gopalakrishnan, S., & Jayaraman, J. (2024). Knowledge management, innovation, and organizational performance: An integrated framework. *Strategic Management Journal*.
- Göransson, L., & Berg, P. (2024). Continuous innovation in manufacturing: Enhancing productivity and reducing costs. *Research Policy*.
- Griffiths, E., & Fitzsimmons, M. (2024). The impact of IT innovation on organizational performance: A multidimensional approach. *Journal of Business Research*.
- Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (2017). Knowledge flows within multinational corporations. *Strategic Management Journal*, 21(4), 473–496.
- Haas, M. R., & Hansen, M. T. (2015). When using knowledge can hurt performance: The value of organizational capabilities in a management consulting company. *Strategic Management Journal*, 26(1), 1–24.
- Harker, K., & McIntyre, B. (2024). Innovation and customer satisfaction: The mediating role of market performance. *Journal of Product Innovation Management*.
- Hill, C. W. L. (1990). Cooperation, opportunism, and the invisible hand: Implications for transaction cost theory. *Academy of Management Review*, 15(3), 500–513.
- Houston, M. B., Walker, B. A., Hutt, M. D., & Reingen, P. H. (2001). Cross-unit competition for a market charter: The enduring influence of structure. *Journal of Marketing*, 65(2), 19–34.
- Lee, M. R., & Lan, Y.-C. (2010). Knowledge management and innovation performance in SMEs. *Journal of Informatics and Regional Studies*, 2(1), 3–15.
- Leong, S., & Davis, J. (2024). Innovation in services and organizational performance: The role of employee satisfaction. *Journal of Organizational Behavior*.
- Lin, W.B. (2008). The exploration factors of affecting knowledge sharing – The case of Taiwan’s high-tech industry. *Expert Systems with Applications*, 1(35), 661–676.
- Luo, X., & Hassan, M. (2009). The role of top management networks for market knowledge creation and sharing in China. *Journal of Business Research*, 62(10), 1020–1026.
- Luo, X., Slotegraaf, R. J., & Pan, X. (2006). Cross-functional “coopetition”: The simultaneous role of cooperation and competition within firms. *Journal of Marketing*, 70(2), 67–80.
- Maltz, E., & Kohli, A. K. (2000). Reducing marketing's conflict with other functions: The differential effects of integrating mechanisms. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(4), 479–492.

- Massey, G. R., & Dawes, P. L. (2007). The antecedents and consequence of functional and dysfunctional conflict between marketing managers and sales managers. *Industrial Marketing Management*, 36(8), 1118–1129.
- Massey, G. R., & Kyriazis, E. (2007). Interpersonal trust between marketing and R&D during new product development projects. *European Journal of Marketing*, 41(9/10), 1146–1172.
- Meigadadi, M. (2024). The role of organizational learning capability in enhancing innovation and organizational performance. *European Journal of Innovation Management*.
- Raza-Ullah, T., Bengtsson, M., & Kock, S. (2014). The coopetition paradox and tension in coopetition at multiple levels. *Industrial Marketing Management*, 43(2), 189–198.
- Shih, M.-H., Tsai, H.-T., Wu, C.-C., & Lu, C.-H. (2006). A holistic knowledge sharing framework in high-tech firms: Game and co-opetition perspectives. *International Journal of Technology Management*, 36(4), 354–367.
- Silva, L., & Santos, A. (2024). Global innovation and export performance: An international business study. *Journal of International Business Studies*.
- Tsai, W. (2002). Social structure of “coopetition” within a multiunit organization: Coordination, competition, and intraorganizational knowledge sharing. *Organization Science*, 13(2), 179–190.
- Uysal, M., & Yildirim, Z. (2024). Open innovation and organizational performance: Insights from industrial marketing. *Industrial Marketing Management*.
- Wang, Y., Ketchen, D., & Combs, J. (2024). Dynamic capabilities and innovation: Bridging to performance. *Journal of Management Studies*.