

توسعه فردی و تحول سازمانی

تحلیل کیفی نقش قابلیت‌های جذب دانش در تسریع نوآوری و رقابت‌پذیری سازمانی

محمد رضا رحمانی^{۱*}

شیوه استناددهی: محمد رضا، رحمانی، (۱۴۰۳). تحلیل کیفی

نقش قابلیت‌های جذب دانش در تسریع نوآوری و

رقابت‌پذیری سازمانی. توسعه فردی و تحول سازمانی، ۲(۲)،

۳۴-۲۲.

۱. گروه روانشناسی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

* ایمیل نویسنده مسئول: mr.rahmani89@yahoo.com

چکیده

تاریخ چاپ: ۲۵ تیر ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۴ تیر ۱۴۰۳

تاریخ بازنگری: ۲۱ خرداد ۱۴۰۳

تاریخ ارسال: ۱۲ اردیبهشت ۱۴۰۳

این پژوهش به بررسی نقش قابلیت‌های جذب دانش در تسریع نوآوری و افزایش رقابت‌پذیری سازمانی پرداخته است. این مطالعه از روش کیفی و رویکرد تحلیل محتوای کیفی بهره برده است. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۳۱ نفر از مدیران و متخصصان حوزه نوآوری و رقابت‌پذیری سازمانی در تهران گردآوری شد. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شد و مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار NVivo تحلیل و کدگذاری شد. نتایج نشان داد که قابلیت‌های جذب دانش در سازمان‌ها شامل فرآیندهای کسب، انتشار و انتقال دانش، و توانمندسازی منابع انسانی است که نقش مهمی در تسریع نوآوری ایفا می‌کند. همچنین، این قابلیت‌ها به افزایش رقابت‌پذیری سازمانی از طریق ایجاد مزیت رقابتی پایدار، تدوین استراتژی‌های بازاریابی و بهبود بهره‌وری عملیاتی کمک می‌کنند. با این حال، توسعه این قابلیت‌ها با چالش‌هایی همچون مقاومت کارکنان در برابر تغییر، محدودیت منابع مالی و پیچیدگی در فرآیندهای تصمیم‌گیری مواجه است. این پژوهش نشان داد که سازمان‌هایی که توانایی جذب و بهره‌گیری مؤثر از دانش را دارند، سرعت نوآوری بالاتری داشته و از استراتژی‌های رقابتی پایدارتری برخوردارند. با این حال، توسعه این قابلیت‌ها نیازمند استراتژی‌های مشخصی مانند سرمایه‌گذاری در آموزش کارکنان، بهینه‌سازی زیرساخت‌های مدیریت دانش و گسترش همکاری‌های علمی است.

کلیدواژه‌ها: قابلیت‌های جذب دانش، نوآوری، رقابت‌پذیری سازمانی، یادگیری سازمانی، مدیریت دانش

© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار



این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت

دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0)

صورت گرفته است.

Personal Development and Organizational Transformation

Qualitative Analysis of the Role of Absorptive Capacity in Accelerating Innovation and Organizational Competitiveness

Mohammadreza Rahmani^{1*}

1. Department of Psychology, Kharazmi University, Tehran, Iran

*Corresponding Author's Email: mr.rahmani89@yahoo.com

How to cite: Rahmani, M. (2024). Qualitative Analysis of the Role of Absorptive Capacity in Accelerating Innovation and Organizational Competitiveness. *Personal Development and Organizational Transformation*, 2(2), 34-42.

Submit Date: 1 May 2024

Revise Date: 10 June 2024

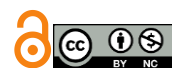
Accept Date: 24 June 2024

Publish Date: 15 July 2024

Abstract

This study examines the role of absorptive capacity in accelerating innovation and enhancing organizational competitiveness. This study employed a qualitative approach using qualitative content analysis. Data were collected through semi-structured interviews with 31 managers and experts in the field of innovation and organizational competitiveness in Tehran. Purposeful sampling was used, and interviews continued until theoretical saturation was reached. The collected data were analyzed and coded using NVivo software. The results revealed that absorptive capacity in organizations includes processes of knowledge acquisition, dissemination, and transfer, as well as human resource empowerment, which play a crucial role in accelerating innovation. Additionally, these capabilities contribute to increasing organizational competitiveness by creating sustainable competitive advantages, formulating marketing strategies, and improving operational efficiency. However, the development of these capabilities faces challenges such as employee resistance to change, financial constraints, and complexities in decision-making processes. This study demonstrated that organizations with a higher ability to absorb and effectively utilize knowledge exhibit faster innovation and more sustainable competitive strategies. However, developing these capabilities requires specific strategies such as investing in employee training, optimizing knowledge management infrastructure, and expanding scientific collaborations.

Keywords: *Absorptive capacity, innovation, organizational competitiveness, organizational learning, knowledge management*



© 2024 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

در دنیای رقابتی امروز، توانایی سازمان‌ها در کسب، جذب و بهره‌برداری از دانش به عنوان یک عامل کلیدی در ایجاد نوآوری و افزایش رقابت‌پذیری سازمانی شناخته می‌شود. قابلیت‌های جذب دانش (Absorptive Capacity) به مجموعه‌ای از فرآیندها و ظرفیت‌های سازمانی اشاره دارد که امکان شناسایی، کسب، ادغام و به‌کارگیری دانش جدید را فراهم می‌کند و در نهایت موجب تسریع نوآوری در سازمان‌ها می‌شود (Cohen & Levinthal, 1990). به‌ویژه در محیط‌های اقتصادی پویا، سازمان‌ها برای حفظ مزیت رقابتی خود نیازمند توسعه‌ی این قابلیت‌ها هستند. قابلیت‌های جذب دانش به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد که از دانش خارجی برای بهبود فرآیندهای داخلی و توسعه محصولات و خدمات جدید استفاده کنند (Zahra & George, 2002). در واقع، برخورداری از این توانمندی، نه تنها یک مزیت رقابتی محسوب می‌شود، بلکه به‌عنوان یکی از پیش‌نیازهای اساسی برای بقای سازمان‌ها در بازارهای جهانی شناخته می‌شود (Lane et al., 2006).

نوآوری (Innovation) از مهم‌ترین عوامل موفقیت سازمان‌ها در دنیای متغیر امروزی است و به میزان زیادی به قابلیت‌های جذب دانش وابسته است. مطالعات نشان داده‌اند که سازمان‌هایی که توانایی بالاتری در جذب و به‌کارگیری دانش دارند، از سرعت بیشتری در توسعه‌ی محصولات و خدمات جدید برخوردارند و می‌توانند سریع‌تر از رقبای به نیازهای مشتریان پاسخ دهند (Volberda et al., 2010). فرآیند نوآوری در سازمان‌ها متأثر از عوامل متعددی است که یکی از مهم‌ترین آن‌ها، توانایی سازمان در ادغام دانش جدید با دانش موجود است (Lichtenthaler, 2009). در واقع، سازمان‌هایی که از قابلیت‌های جذب دانش بهره‌مندند، می‌توانند ایده‌های جدید را با سرعت بیشتری به مرحله‌ی اجرا برسانند و از فرصت‌های نوآورانه در بازار استفاده کنند (Flatten et al., 2011).

رقابت‌پذیری سازمانی (Organizational Competitiveness) نیز ارتباط نزدیکی با قابلیت‌های جذب دانش دارد. رقابت‌پذیری به توانایی سازمان در حفظ و افزایش سهم بازار از طریق بهبود عملکرد، کیفیت و نوآوری اشاره دارد (Barney, 1991). در اقتصاد دانش‌بنیان امروزی، سازمان‌هایی که توانایی جذب و بهره‌برداری از دانش را دارند، از عملکرد بهتری در محیط رقابتی برخوردارند (Grant, 1996). تحقیقات نشان داده‌اند که سازمان‌های موفق در جذب دانش، علاوه بر تسریع فرآیند نوآوری، قادرند استراتژی‌های رقابتی پایدارتری را نیز تدوین کنند و در برابر تغییرات محیطی انعطاف‌پذیرتر باشند (Todorova & Durisin, 2007). همچنین، سازمان‌هایی که از ظرفیت بالایی در جذب دانش برخوردارند، به دلیل توانایی در انطباق سریع با تغییرات بازار، عملکرد بهتری در افزایش مزیت رقابتی خود دارند (Tsai, 2001).

مطالعات پیشین نشان داده‌اند که قابلیت‌های جذب دانش تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارند. از جمله این عوامل می‌توان به سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه (R&D)، شبکه‌های ارتباطی سازمانی، فرهنگ سازمانی مبتنی بر یادگیری و توانمندی نیروی انسانی اشاره کرد (Wales et al., 2013). در سازمان‌هایی که به توسعه‌ی دانش و نوآوری اهمیت می‌دهند، معمولاً ساختارهای منعطف‌تری برای انتقال دانش بین بخش‌های مختلف سازمانی ایجاد شده و فرآیندهای تصمیم‌گیری به گونه‌ای طراحی شده‌اند که از ایده‌های جدید حمایت شود (Jansen et al., 2005). علاوه بر این، ارتباطات سازمانی و تعامل با مراکز علمی و پژوهشی، از جمله عواملی است که می‌تواند نقش مهمی در تقویت قابلیت‌های جذب دانش ایفا کند (Nieto & Quevedo, 2005).

با وجود اهمیت قابلیت‌های جذب دانش در تسریع نوآوری و افزایش رقابت‌پذیری سازمانی، سازمان‌ها در مسیر توسعه‌ی این قابلیت‌ها با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستند. یکی از مهم‌ترین موانع، مقاومت کارکنان در برابر تغییر است (Todt et al., 2018). بسیاری از سازمان‌ها

به دلیل ساختارهای سنتی و عدم حمایت مدیریتی از یادگیری سازمانی، قادر به جذب و استفاده‌ی مؤثر از دانش جدید نیستند (Fosfuri & Tribó, 2008). علاوه بر این، عدم سرمایه‌گذاری کافی در فناوری‌های نوین مدیریت دانش و عدم تخصیص منابع مالی مناسب برای تحقیق و توسعه، می‌تواند مانع از شکل‌گیری ظرفیت‌های لازم برای جذب دانش در سازمان‌ها شود (Hotho et al., 2012).

بررسی‌های انجام‌شده در زمینه‌ی قابلیت‌های جذب دانش نشان می‌دهد که سازمان‌ها برای موفقیت در این حوزه نیازمند استراتژی‌های مشخصی هستند. به‌عنوان مثال، ایجاد زیرساخت‌های فناوری اطلاعات برای مدیریت دانش، تقویت ارتباط با مراکز تحقیقاتی، برگزاری دوره‌های آموزشی برای کارکنان و ترویج فرهنگ یادگیری، از جمله اقداماتی است که می‌تواند به بهبود قابلیت‌های جذب دانش کمک کند (Minbaeva et al., 2003). همچنین، سازمان‌هایی که دارای ساختارهای سازمانی باز و انعطاف‌پذیر هستند، معمولاً عملکرد بهتری در زمینه‌ی جذب دانش از محیط‌های خارجی و استفاده از آن در جهت بهبود نوآوری دارند (Vanhaverbeke et al., 2015).

در ایران، موضوع قابلیت‌های جذب دانش و ارتباط آن با نوآوری سازمانی هنوز به‌طور گسترده مورد مطالعه قرار نگرفته است. با توجه به نقش کلیدی نوآوری در افزایش رقابت‌پذیری سازمان‌ها در بازارهای داخلی و بین‌المللی، بررسی عواملی که می‌توانند بر قابلیت‌های جذب دانش تأثیر بگذارند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. هدف این پژوهش، تحلیل کیفی نقش قابلیت‌های جذب دانش در تسریع نوآوری و رقابت‌پذیری سازمانی است. برای این منظور، از روش تحقیق کیفی و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با مدیران و متخصصان حوزه‌ی نوآوری و رقابت‌پذیری سازمانی استفاده شده است. این مطالعه تلاش می‌کند تا ضمن ارائه‌ی بینشی عمیق از فرآیندهای جذب دانش در سازمان‌ها، چالش‌ها و فرصت‌های مرتبط با این حوزه را نیز شناسایی کند.

روش شناسی

این پژوهش از نوع کیفی بوده و با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل محتوای کیفی انجام شده است. جامعه‌ی آماری این مطالعه شامل مدیران، کارشناسان ارشد، و متخصصان حوزه‌ی نوآوری و رقابت‌پذیری سازمانی در شهر تهران بود. روش نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند انجام گرفت و انتخاب مشارکت‌کنندگان تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. در مجموع، ۳۱ نفر از افراد واجد شرایط در این پژوهش مشارکت داشتند. فرایند گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت. این مصاحبه‌ها به‌صورت عمیق و با هدایت سؤالات باز طراحی شدند تا دیدگاه‌های جامع و عمیقی از تجربیات و نظرات مشارکت‌کنندگان درباره‌ی نقش قابلیت‌های جذب دانش در تسریع نوآوری و افزایش رقابت‌پذیری سازمانی استخراج شود. هر مصاحبه به‌طور متوسط ۴۵ تا ۶۰ دقیقه به طول انجامید و تمامی مصاحبه‌ها با رضایت آگاهانه‌ی مشارکت‌کنندگان ضبط و سپس به‌صورت مکتوب پیاده‌سازی شدند.

برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار NVivo استفاده شد. داده‌های گردآوری‌شده پس از پیاده‌سازی، با استفاده از کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند. در مرحله‌ی نخست، کدگذاری باز جهت شناسایی مفاهیم و طبقه‌بندی اولیه انجام شد. سپس، در مرحله‌ی کدگذاری محوری، ارتباط بین مفاهیم مشخص و دسته‌بندی‌های اصلی و فرعی استخراج گردید. در نهایت، طی کدگذاری انتخابی، الگوی کلی ارتباط بین مفاهیم و تأثیر قابلیت‌های جذب دانش بر نوآوری و رقابت‌پذیری سازمانی شناسایی شد. رعایت معیارهای اعتبار و قابلیت اعتماد در فرایند تحلیل داده‌ها از طریق بازبینی کدها توسط پژوهشگران و بازخوردگیری از مشارکت‌کنندگان تضمین شد.

یافته‌ها

در این پژوهش، ۳۱ نفر از مدیران، کارشناسان ارشد و متخصصان حوزه‌ی نوآوری و رقابت‌پذیری سازمانی از شهر تهران به عنوان مشارکت‌کنندگان انتخاب شدند. از این تعداد، ۱۹ نفر (۶۱٪) مرد و ۱۲ نفر (۳۹٪) زن بودند. میانگین سنی مشارکت‌کنندگان ۴۲ سال بود که در بازه‌ی سنی ۳۰ تا ۵۸ سال قرار داشتند. از نظر سطح تحصیلات، ۷ نفر (۲۳٪) دارای مدرک کارشناسی، ۱۸ نفر (۵۸٪) دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۶ نفر (۱۹٪) دارای مدرک دکتری بودند. همچنین، تجربه‌ی کاری مشارکت‌کنندگان بین ۸ تا ۳۰ سال متغیر بود که میانگین سابقه‌ی کاری آن‌ها ۱۵ سال برآورد شد. از نظر حوزه‌ی فعالیت، ۱۴ نفر (۴۵٪) در شرکت‌های فناورانه، ۹ نفر (۲۹٪) در بخش تولیدی و صنعتی، و ۸ نفر (۲۶٪) در سازمان‌های خدماتی مشغول به کار بودند. این ترکیب جمعیتی، تنوع لازم را برای بررسی جامع نقش قابلیت‌های جذب دانش در تسریع نوآوری و رقابت‌پذیری سازمانی فراهم کرد.

فرایندهای کسب دانش یکی از ابعاد کلیدی قابلیت‌های جذب دانش در سازمان‌ها محسوب می‌شود. بر اساس یافته‌های این پژوهش، سازمان‌ها از طریق شبکه‌سازی، تعامل با دانشگاه‌ها و همکاری با مراکز تحقیقاتی، مسیرهای متعددی برای دستیابی به دانش جدید ایجاد می‌کنند. علاوه بر این، آموزش مستمر کارکنان و دسترسی به منابع علمی همچون مقالات و کتب تخصصی، امکان به‌روز ماندن دانش سازمانی را فراهم می‌آورد. یکی از شرکت‌کنندگان در این زمینه اظهار داشت: «ما به‌طور منظم با دانشگاه‌ها در ارتباط هستیم و از پایان‌نامه‌های دانشجویی برای توسعه‌ی پروژه‌های خود استفاده می‌کنیم.» همچنین، مشارکت در همایش‌ها و یادگیری سازمانی از دیگر روش‌هایی است که سازمان‌ها برای جذب دانش جدید به کار می‌گیرند.

انتشار و انتقال دانش یکی دیگر از ابعاد مهم در فرآیند قابلیت‌های جذب دانش به شمار می‌رود. نتایج نشان می‌دهد که مستندسازی دانش و اشتراک‌گذاری تجربیات، از مهم‌ترین استراتژی‌های مورد استفاده در سازمان‌ها برای حفظ و گسترش دانش است. جلسات تیمی و بهره‌گیری از فناوری‌های مدیریت دانش، به تسریع در انتقال اطلاعات کمک می‌کند. به گفته‌ی یکی از مشارکت‌کنندگان: «ما جلسات منظمی داریم که در آن، هر تیم تجربه‌های جدید خود را با سایر بخش‌ها به اشتراک می‌گذارد.» همچنین، سازمان‌ها با یادگیری از پروژه‌های گذشته تلاش می‌کنند که از تکرار اشتباهات جلوگیری کرده و بهره‌وری خود را افزایش دهند.

توانمندسازی منابع انسانی نقش مهمی در بهبود قابلیت‌های جذب دانش دارد. سازمان‌ها از طریق توسعه مهارت‌های فردی و اجرای برنامه‌های آموزشی، زمینه‌ی رشد کارکنان را فراهم می‌کنند. حمایت از خلاقیت کارکنان و اعطای فرصت‌های یادگیری، سبب افزایش نوآوری در سطح سازمانی می‌شود. یکی از مصاحبه‌شوندگان اشاره کرد: «ما دوره‌های آموزشی مختلفی را برای تقویت مهارت‌های کارکنان برگزار می‌کنیم تا همیشه با آخرین تغییرات صنعت هماهنگ باشند.» همچنین، به‌کارگیری روش‌های نوین آموزشی، از دیگر استراتژی‌هایی است که سازمان‌ها برای ارتقای سطح دانش منابع انسانی خود استفاده می‌کنند.

توسعه‌ی محصولات جدید یکی از ابعاد تسریع فرایند نوآوری است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سازمان‌ها برای افزایش نوآوری، به تحلیل نیازهای بازار پرداخته و با بهبود مستمر محصولات، درصدد پاسخگویی به تغییرات محیطی هستند. طراحی ایده‌های جدید و انجام آزمایش‌های اولیه نیز از دیگر روش‌های به‌کار گرفته‌شده در این زمینه است. یکی از مشارکت‌کنندگان اظهار داشت: «ما به‌طور مداوم محصولات خود را بر اساس بازخوردهای مشتریان بهبود می‌دهیم.» همکاری با استارت‌آپ‌ها نیز به عنوان یک راهبرد نوین، به نوآوری در سازمان‌ها کمک شایانی کرده است.

نوآوری در فرایندها از دیگر عوامل مؤثر در تسریع نوآوری سازمانی محسوب می‌شود. سازمان‌ها از طریق خودکارسازی فرایندها و استفاده از فناوری‌های جدید، بهینه‌سازی روش‌های کاری را دنبال می‌کنند. کاهش هزینه‌های اجرایی و افزایش سرعت عملیات از نتایج مثبت این اقدامات است. به گفته‌ی یکی از شرکت‌کنندگان: «ما با دیجیتالی کردن فرایندها، موفق شدیم هزینه‌های عملیاتی خود را تا ۳۰ درصد کاهش دهیم.»

حمایت مدیریت از نوآوری عاملی تعیین‌کننده در میزان نوآوری سازمانی است. تخصیص منابع مالی مناسب، تشویق ایده‌پردازی و ایجاد فرهنگ سازمانی حامی نوآوری، از جمله راهکارهای مدیریتی در این زمینه محسوب می‌شود. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این رابطه گفت: «مدیریت ارشد ما همیشه از ایده‌های جدید حمایت می‌کند و برای نوآوری، بودجه‌ی مشخصی را در نظر گرفته است.» همچنین، ایجاد ساختارهای انگیزشی، به افزایش تمایل کارکنان برای مشارکت در فرایندهای نوآورانه کمک می‌کند.

تحقیق و توسعه (R&D) از دیگر عناصر کلیدی در تسریع نوآوری به شمار می‌رود. سازمان‌ها با سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و ارتباط با مراکز پژوهشی، تلاش می‌کنند تا فناوری‌های جدید را شناسایی و به کار گیرند. تدوین استراتژی‌های تحقیقاتی و ارزیابی فناوری‌های نوین نیز از اقدامات مهم در این راستا محسوب می‌شود. یکی از مشارکت‌کنندگان اظهار داشت: «ما سالانه ۱۰ درصد از بودجه‌ی خود را به تحقیق و توسعه اختصاص می‌دهیم تا در رقابت باقی بمانیم.»

مزیت رقابتی پایدار یکی از ابعاد رقابت‌پذیری سازمانی است که شامل توسعه‌ی برند، بهره‌گیری از فناوری‌های انحصاری، ایجاد ارزش افزوده و تدوین استراتژی‌های متمایز می‌شود. سازمان‌ها با تمرکز بر ایجاد تمایز در محصولات و خدمات خود، جایگاه خود را در بازار تثبیت می‌کنند. یکی از شرکت‌کنندگان در این خصوص اظهار داشت: «برند ما به دلیل کیفیت بالا و نوآوری‌های مستمر، جایگاه قابل‌اعتمادی در بازار دارد.» استراتژی‌های بازاریابی نیز نقش مهمی در رقابت‌پذیری سازمانی ایفا می‌کنند. تحلیل رقبا، تبلیغات نوین، ایجاد ارتباط مؤثر با مشتریان و بهبود خدمات پس از فروش، از جمله اقدامات کلیدی در این زمینه محسوب می‌شود. یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان کرد: «ما برای حفظ مشتریان، روی بهبود تجربه‌ی آن‌ها و ارائه‌ی خدمات پس از فروش باکیفیت تمرکز کرده‌ایم.»

بهره‌وری عملیاتی عامل دیگری است که بر رقابت‌پذیری سازمانی تأثیر می‌گذارد. کاهش هزینه‌ها، بهینه‌سازی زنجیره تأمین و افزایش بهره‌وری نیروی کار، از استراتژی‌های سازمان‌ها برای بهبود عملکرد خود است. یکی از شرکت‌کنندگان اظهار داشت: «با بهینه‌سازی فرآیندهای تولید، توانستیم بهره‌وری را افزایش داده و هزینه‌های اضافی را کاهش دهیم.»

در بخش چالش‌ها و محدودیت‌ها، موانع سازمانی از جمله عواملی است که بر قابلیت‌های جذب دانش تأثیر منفی دارد. مقاومت کارکنان در برابر تغییر، محدودیت منابع مالی، مشکلات ساختاری و پیچیدگی در فرآیندهای تصمیم‌گیری، از جمله چالش‌های مطرح‌شده توسط شرکت‌کنندگان بود. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این زمینه گفت: «بسیاری از کارکنان از تغییرات جدید استقبال نمی‌کنند و این مسئله، اجرای نوآوری را دشوار می‌سازد.»

چالش‌های فناورانه نیز به عنوان یکی از موانع اصلی در مسیر نوآوری مطرح شد. هزینه‌ی بالای فناوری، دشواری در ادغام سیستم‌ها، نیاز به نیروی متخصص و سرعت بالای تغییرات فناوری، از جمله مسائل پیش روی سازمان‌هاست. به گفته‌ی یکی از مشارکت‌کنندگان: «سرعت رشد فناوری به قدری زیاد است که به‌روز ماندن در این حوزه بسیار هزینه‌بر و پیچیده شده است.»

عوامل محیطی نظیر نوسانات اقتصادی، تغییرات قوانین و مقررات، رقابت شدید در بازار و محدودیت‌های بین‌المللی نیز از جمله موانع تأثیرگذار بر قابلیت‌های جذب دانش و نوآوری سازمانی محسوب می‌شوند. یکی از شرکت‌کنندگان اظهار داشت: «تغییرات مداوم در قوانین، برنامه‌ریزی‌های ما را دچار مشکل می‌کند و گاهی مانع از اجرای نوآوری‌های جدید می‌شود.»

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان داد که قابلیت‌های جذب دانش در سازمان‌ها نقش محوری در تسریع فرآیند نوآوری و افزایش رقابت‌پذیری سازمانی ایفا می‌کند. یافته‌ها حاکی از آن است که سازمان‌هایی که از فرآیندهای مؤثر کسب دانش استفاده می‌کنند، از طریق تعاملات مستمر با مراکز علمی، دانشگاه‌ها و شبکه‌های صنعتی، قادر به دسترسی به منابع دانش جدید هستند. علاوه بر این، انتشار و انتقال دانش از طریق مستندسازی، جلسات تیمی و بهره‌گیری از فناوری‌های مدیریت دانش، باعث بهبود فرآیند یادگیری سازمانی و کاهش اتلاف منابع در توسعه محصولات و خدمات جدید می‌شود. همچنین، توانمندسازی منابع انسانی از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی و تشویق خلاقیت کارکنان، موجب تقویت ظرفیت‌های جذب دانش و در نهایت افزایش نوآوری در سازمان‌ها می‌شود.

نتایج این مطالعه با یافته‌های **George و Zahra (۲۰۰۲)** هم‌خوانی دارد که بیان می‌کنند قابلیت‌های جذب دانش نه تنها امکان کسب و یکپارچه‌سازی دانش خارجی را فراهم می‌کند، بلکه عاملی تعیین‌کننده در بهره‌برداری از این دانش در فرآیندهای نوآورانه است. همچنین، پژوهش **Flatten و همکاران (۲۰۱۱)** تأیید کرده است که سازمان‌هایی که از سازوکارهای مؤثر برای انتقال دانش بهره می‌برند، عملکرد بهتری در زمینه توسعه نوآوری‌های جدید دارند. در این مطالعه نیز مشاهده شد که انتشار و انتقال دانش در سازمان‌ها تأثیر مستقیمی بر فرآیندهای نوآورانه دارد.

یکی دیگر از یافته‌های پژوهش نشان داد که تسریع فرآیند نوآوری در سازمان‌ها مستلزم اتخاذ راهبردهای کارآمد در زمینه توسعه محصولات جدید، نوآوری در فرآیندها، حمایت مدیریت از نوآوری و تحقیق و توسعه (R&D) است. سازمان‌هایی که به تحلیل نیازهای بازار، طراحی ایده‌های جدید و آزمایش‌های اولیه توجه دارند، از نرخ موفقیت بالاتری در معرفی محصولات جدید برخوردارند. همچنین، بهره‌گیری از فناوری‌های جدید و بهینه‌سازی روش‌های کاری در فرآیندهای عملیاتی، منجر به افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های اجرایی می‌شود. یافته‌های این پژوهش با مطالعات **Volberda و همکاران (۲۰۱۰)** همسو است که نشان می‌دهد سازمان‌هایی که نوآوری را در فرآیندهای کاری خود ادغام می‌کنند، عملکرد رقابتی بهتری دارند. همچنین، مطالعات **Jansen و همکاران (۲۰۰۵)** تأکید می‌کند که سازمان‌هایی که در زمینه تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری می‌کنند، توانایی بیشتری در جذب و یکپارچه‌سازی دانش خارجی دارند که این امر منجر به تسریع نوآوری می‌شود.

از دیگر نتایج مطالعه، ارتباط قوی بین قابلیت‌های جذب دانش و رقابت‌پذیری سازمانی است. در این مطالعه مشخص شد که مزیت رقابتی پایدار، استراتژی‌های بازاریابی مؤثر و بهره‌وری عملیاتی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده در افزایش رقابت‌پذیری سازمانی هستند. سازمان‌هایی که از دانش جدید برای بهبود محصولات، خدمات و فرآیندهای خود استفاده می‌کنند، توانایی بیشتری در ایجاد ارزش افزوده و حفظ موقعیت رقابتی دارند. نتایج این پژوهش با یافته‌های **Barney (۱۹۹۱)** هم‌راستا است که بیان می‌کند سازمان‌هایی که منابع دانشی خود را به‌طور اثربخش مدیریت می‌کنند، مزیت رقابتی پایدارتری خواهند داشت. علاوه بر این، **Tsai (۲۰۰۱)** تأکید دارد که سازمان‌هایی که دارای قابلیت‌های جذب دانش بالا هستند، انعطاف‌پذیری بیشتری در انطباق با تغییرات محیطی و بهبود موقعیت رقابتی خود دارند. یافته‌های این مطالعه نیز نشان

داد که سازمان‌هایی که راهبردهای مؤثری در مدیریت دانش دارند، قادر به پاسخگویی سریع‌تر به تحولات بازار و بهبود رقابت‌پذیری خود هستند.

این پژوهش، اگرچه به ارائه‌ی بینشی عمیق از نقش قابلیت‌های جذب دانش در تسریع نوآوری و رقابت‌پذیری سازمانی پرداخته است، اما محدودیت‌هایی نیز دارد. نخست، ماهیت کیفی مطالعه باعث شده است که یافته‌ها به زمینه‌ی خاصی محدود باشد و امکان تعمیم‌پذیری نتایج به تمام سازمان‌ها وجود نداشته باشد. دوم، تعداد مشارکت‌کنندگان (۳۱ نفر) و محدود بودن نمونه به شهر تهران ممکن است دیدگاه‌های متنوع‌تری را که در سایر مناطق جغرافیایی یا صنایع مختلف وجود دارد، پوشش نداده باشد. علاوه بر این، رویکرد مصاحبه‌ی نیمه‌ساختاریافته ممکن است تحت تأثیر سوگیری‌های فردی مشارکت‌کنندگان یا محققان قرار گرفته باشد. بنابراین، لازم است در پژوهش‌های آینده این محدودیت‌ها مورد توجه قرار گیرد.

با توجه به نتایج این پژوهش، چندین مسیر برای پژوهش‌های آینده پیشنهاد می‌شود. نخست، استفاده از روش‌های ترکیبی (کیفی و کمی) می‌تواند به افزایش دقت و تعمیم‌پذیری یافته‌ها کمک کند. در این راستا، استفاده از مدل‌های آماری و تحلیل‌های کمی می‌تواند ارتباط بین قابلیت‌های جذب دانش، نوآوری و رقابت‌پذیری سازمانی را به‌طور دقیق‌تری بررسی کند. دوم، پیشنهاد می‌شود این پژوهش در سایر صنایع و مناطق جغرافیایی نیز انجام شود تا تأثیر قابلیت‌های جذب دانش در محیط‌های مختلف مورد بررسی قرار گیرد. علاوه بر این، مطالعه‌ی تأثیر متغیرهای میانجی نظیر فرهنگ سازمانی، سبک‌های رهبری و محیط‌های فناورانه بر رابطه‌ی بین قابلیت‌های جذب دانش و نوآوری می‌تواند بینش‌های عمیق‌تری ارائه دهد.

نتایج این پژوهش، چندین پیامد کاربردی برای سازمان‌ها دارد. نخست، مدیران سازمان‌ها باید سیاست‌هایی را برای تسهیل فرایند جذب دانش اتخاذ کنند. این سیاست‌ها شامل ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای مدیریت دانش، توسعه‌ی برنامه‌های آموزشی و تشویق یادگیری سازمانی است. دوم، سازمان‌ها باید بر تحقیق و توسعه (R&D) تمرکز بیشتری داشته باشند و از همکاری‌های استراتژیک با دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی برای افزایش ظرفیت‌های جذب دانش استفاده کنند. همچنین، مدیران باید نقش حمایتی بیشتری در فرآیند نوآوری ایفا کنند و با تخصیص منابع مناسب و ایجاد فضای انگیزشی، کارکنان را به خلق و پیاده‌سازی ایده‌های نوآورانه تشویق کنند. در نهایت، سازمان‌هایی که به دنبال افزایش رقابت‌پذیری خود هستند، باید راهبردهای مدیریت دانش و نوآوری را در برنامه‌ریزی‌های استراتژیک خود ادغام کنند و از قابلیت‌های جذب دانش برای بهبود مداوم عملکرد خود بهره بگیرند.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در انجام این پژوهش ما را همراهی کردند تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

موازین اخلاقی

در تمامی مراحل پژوهش حاضر اصول اخلاقی مرتبط با نشر و انجام پژوهش رعایت گردیده است.

References

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152.
- Flatten, T. C., Greve, G. I., & Brettel, M. (2011). Absorptive capacity and firm performance in SMEs: The mediating influence of strategic alliances. *European Management Journal*, 29(2), 98-108.
- Fosfuri, A., & Tribó, J. A. (2008). Exploring the antecedents of potential absorptive capacity and its impact on innovation performance. *Omega*, 36(2), 173-187.
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17(S2), 109-122.
- Hotho, J. J., Becker-Ritterspach, F., & Saka-Helmhout, A. (2012). Enriching absorptive capacity through social interaction. *British Journal of Management*, 23(1), 110-129.
- Jansen, J. J., Van den Bosch, F. A., & Volberda, H. W. (2005). Managing potential and realized absorptive capacity: How do organizational antecedents matter? *Academy of Management Journal*, 48(6), 999-1015.
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.