

تأثیر ظرفیت جذب دانش، ذهن آگاهی و چابکی بر عملکرد سازمان با تأکید بر نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار (مورد مطالعه: شرکت های کوچک و متوسط استان کردستان)

* سارا صلواتی * * سیدعباس ابراهیمی *

* دانشجوی کارشناسی ارشد MBA گرایش استراتژی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

s.salavati@semnan.ac.ir

* دانشیار، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

a.ebrahimi@semnan.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۰۱

چکیده

تشدید رقابت ها و تلاش برای ارتقای عملکرد، نقش نوآوری مدل کسب و کار و مؤلفه های مؤثر بر آن را در کسب و کارها برجسته نموده است. نوآوری مدل کسب و کار در مدل های کسب و کار سنتی انقلابی ایجاد کرده و ارائه دهنده حداکثر میزان ارزش به ذینفعان می باشد. هدف این مطالعه، بررسی تأثیر ظرفیت جذب دانش، چابکی، ذهن آگاهی مدیریت ارشد نسبت به تحولات دیجیتال بر عملکرد با میانجی نوآوری مدل کسب و کار است. این تحقیق از منظر هدف کاربردی بوده و داده ها به شیوه توصیفی - پیمایشی گردآوری شده است. تعداد ۲۴۴ پرسشنامه استاندارد در شرکت های کوچک و متوسط استان کردستان (تعداد شرکت های فعال ۵۵۶ واحد) توزیع گردید، تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آمار توصیفی در نرم افزار SPSS و آمار استنباطی با روش معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی در نرم افزار SMART PLS4 صورت گرفته است. یافته ها حاکی از تأثیر معنادار ظرفیت جذب دانش بر نوآوری مدل کسب و کار و نیز بر عملکرد با میانجی نوآوری مدل کسب و کار می باشد، چابکی بر نوآوری مدل کسب و کار تأثیر معناداری دارد و تأثیر معناداری نوآوری مدل کسب و کار بر عملکرد تأیید گردید. در حالیکه چابکی سازمانی بر عملکرد با میانجی نوآوری مدل کسب و کار تأثیر معناداری ندارد، ذهن آگاهی مدیریت ارشد نسبت به تحولات دیجیتال بر نوآوری مدل کسب و کار و بر عملکرد سازمانی با میانجی نوآوری مدل کسب و کار تأثیر معناداری ندارد و ریسک پذیری و پایداری نقش تعدیلگری ندارند.

واژه های کلیدی: ظرفیت جذب دانش، چابکی، ذهن آگاهی، نوآوری مدل کسب و کار، عملکرد سازمانی، ریسک پذیری، پایداری.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

مشتری از نظر دراکر یعنی شرکت های تجاری باید منابع و قابلیت های خود را به منظور تولید درآمد و سود سازماندهی نمایند (فیلدستاد و اسنو، ۲۰۱۸) از دیدگاه تیس (۲۰۱۰)

بیش از شش دهه پیش پیتر دراکر هدف یک کسب و کار را ایجاد مشتری اعلام کرد مفهومی که اکنون به آن مشتری محور می گوئیم، یا پرسش وی که مشتری چه چیزی را خریداری خواهد کرد، امروزه می گوئیم یک مدل کسب و کار باید حاوی گزاره ارزش باشد. همچنین ارزش تحویل به

1. Fjeldstad and Snow
2. Teece

نویسنده عهده دار مکاتبات: سیدعباس ابراهیمی A.ebrahimi@semnan.ac.ir

نگرانی‌های مشتریان، خواسته‌های آنان را بهتر برآورده می‌کند (هاکلین، والین و بیارکدال، ۲۰۱۸).

افزایش نوآوری مدل کسب و کار مستلزم توسعه ظرفیت جذب دانش (AC) در شرکت‌ها است (میروشنیچنکو^۸ و همکاران، ۲۰۲۱). ظرفیت جذب دانش، شناسایی، جذب، تبدیل و بهره‌برداری از دانش خارجی ارزشمندی است که بهبود نوآوری محصول و سایر خروجی‌های شرکت را سبب می‌شود (مارتینز-سانچز، ویسنته-الیوا و پرز-پرز؛ ۲۰۲۰) سازمان باید برای خلق، گزاره و کسب ارزش در جهت رشد فناوری با شرکت‌های دیگر به خلق و تبادل دانش پرداخته و با نهادهای علمی این دانش و تغییر در تفکر مدیران از اشکال و شیوه‌های سنتی کار فاصله بگیرند تا بتوانند در توسعه و پیاده‌سازی فناوری‌های دیجیتال و افزایش عملکرد، موفق عمل نمایند (باونکن، کراوز، و تیمو، ۲۰۲۱). کسب دانش، ایجاد دانش در درون سازمان از طریق یادگیری و دستیابی به دانش خارجی به وسیله همکاری و تعامل با دیگر سازمان‌ها می‌باشد (بارینوا و باسی، ۲۰۲۱). در فرآیند تبدیل دانش، شرکت تبدیل دانش موجود و دانش جدید را ممکن ساخته، البته باید تفاوت‌های میان این دو دانش را در نظر بگیرد تا بتواند باعث ایجاد نوآوری در سازمان شود، بهره‌برداری از دانش، توانایی شرکت در ترکیب و بهره‌برداری از دانش اکتسابی و جذب شده است. این ابعاد دانش سبب می‌شود سازمان به نوآوری، سود و عملکرد مطلوب دست یابد (زی، زو و چی، ۲۰۱۸).

توانایی پویا بودن در سازمان برای مقابله با تلاطم‌های تجاری ضروری است؛ این قابلیت می‌تواند به صورت انعطاف‌پذیری یا چابکی باشد (داس، موخوپادهای و خوک، ۲۰۲۲). سریع و انعطاف‌پذیر بودن در مواجهه با تغییرات مستمر و تطبیق دادن فرآیندها و جهت کسب و کار متناسب با شرایط از ویژگی‌های سازمان چابک است (ساپوترا و همکاران، ۲۰۲۲).

یک مدل کسب و کار برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار باید متمایز، مؤثر و کارآمد بوده و تقلید از آن برای متصدیان و تازه واردان دشوار باشد. تحقق اهداف، استراتژی‌ها و چشم‌انداز در سازمان نیازمند توجه ویژه به اندازه‌گیری عملکرد است (علی احمدی و رضایی، ۱۳۹۹). عملکرد شرکت شامل فرآیندهای داخلی کسب و کار، میزان سهم بازار، درآمد عملیاتی، موقعیت محصولات شرکت در بازار، سرعت پاسخ‌دهی به بازار، میزان رضایت مشتری، رشد و یادگیری برای رشد می‌باشد (ساپوترا و همکاران، ۲۰۲۲). عملکرد مطلوب در سازمان از طریق یک سیستم یکپارچه برای محقق ساختن تصمیم‌گیری استراتژیک کارآمد امکان‌پذیر است (لایتین، ۲۰۰۲). از طرفی، شرایط متغیر در بازار ممکن است شرکت‌ها را وادار به ارزیابی مجدد مدل‌های کسب و کار خود برای حفظ بقا نماید (اوچاک تورک، بکمرزی و اوچاک تورک، ۲۰۱۱). نوآوری مدل کسب و کار شامل فناوری‌های نوآورانه و استراتژی‌هایی است که سبب بهبود معاملات کسب و کار و سوددهی می‌گردد و سازمان در مقابل رقبا و در پاسخ به تغییرات بازار عملکرد قابل قبولی از خود بروز می‌دهد (ما و همکاران، ۲۰۲۱). BM^۹ با تنظیم BM^۸ فراتر از نوآوری محصول و فرآیند پیشنهاد شده است و باعث می‌شود تا سه جنبه مختلف در مدل کسب و کار (BM) شامل شیوه تولید محصول، نحوه‌ی تحویل آن به مشتری و چگونگی کسب ارزش در کنار هم قرار بگیرند که این امر سیستمی را به وجود می‌آورد و باعث ارائه ارزش بیشتر به خود سازمان و مشتریان می‌گردد. ارزش ایجاد شده توسط شرکت برای مشتریان همان مزیت رقابتی می‌باشد. انتقال ارزش، تغییر در نیروهای ارزش آفرین است که حرکت بین شرکت و مدل‌های کسب و کار را موجب می‌گردد؛ تغییر ارزش از مدل‌های کسب و کار قدیمی به مدل‌های کسب و کار جدید علاوه بر برطرف شدن

7. Hacklin, Wallin, and Bjarkdahl

8. Miroshnychenko

9. Martínez-Sánchez, Vicente-Oliva and Pérez-Pérez

10. Bouncken, Krause, and Roig-Tierno

11. Barinua & Bassey

12. Xie, Zou, and Qi

13. Das, Mukhopadhyay and Suar

1. Saputra

2. Laitinen

3. Ucakturk, Bekmezci and Ucakturk

4. Ma

5. Business Model Innovation

6. Business Model



سازمان، توانایی کسب دانش داخلی و خارجی و نحوه ی بکارگیری از آنها را با توجه به جهت گیری استراتژیک کلی شرکت در زمان مناسب به کار بندند تا علاوه بر دستیابی به نوآوری مدل کسب و کار عدم قطعیت ها را کاهش داده و تصمیم های آگاهانه تری اتخاذ نمایند (هاک دوپگن و همکاران، ۲۰۲۱).

افزایش بحران های اجتماعی و زیست محیطی و فشار ذینفعان عملکرد شرکت ها و استراتژی های آنان را با توجه به الزامات پایداری به چالش کشیده است (هوبل، ویزورد و شالنگر، ۲۰۲۲). پایداری، توانایی یک یا چند نهاد به صورت مستقل یا مشترک برای بقا و رشد در طولانی مدت است (لی، چه ها و الوی، ۲۰۲۱) که شامل سه بعد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی بوده (دا کونا بزرا، گوهر و موریوکا، ۲۰۲۰) پایداری اجتماعی بر روی کارکنان، مصرف کنندگان و سازمان تمرکز دارد و یک منبع استراتژیک برای دستیابی به مزیت رقابتی است که علاوه بر نیازهای اقتصادی، نیازهای اجتماعی را نیز برآورده میسازد (لی، چه ها و الوی، ۲۰۲۱). پایداری زیست محیطی بعد دیگری از پایداری است که در نتیجه فعالیت های انسان و به خطر افتادن منافع نسل های آینده باید مورد توجه جهانیان قرار بگیرد. از طرفی چون اقدامات شرکت ها بر پایداری زیست محیطی تأثیرگذار است پس موظفند در عمل به بخشی از تعهدات پایداری خود خواسته های انسان را با محیط طبیعی و اجتماعی تطبیق نمایند (اجیبیک و همکاران، ۲۰۲۱). توجه به این ابعاد، بازده اقتصادی، مزیت رقابتی و بهبود عملکرد در سازمان را به همراه دارد (دا کونا بزرا، گوهر و موریوکا، ۲۰۲۰).

در رابطه با SMEها (صنعت مورد بررسی تحقیق حاضر) چون این شرکت ها مبتنی بر نیاز بازار شکل می گیرند بنابراین نسبت به سازمان های بزرگ انعطاف پذیرتر و نوآورتر بوده، چرخه تصمیم گیری سریعتر و مزیت چابکی بیشتری دارند و بهتر می توانند روی مشتریان خود متمرکز شوند. از

در معرفی دو بعد چابکی سازمانی، چابکی سرمایه گذاری بازار را توانایی سازمان در مواجهه با تغییرات سریع و سرمایه گذاری بر روی این تغییرات اندک و سازمان موظف به نظارت مستمر برای بهبود سریع خدمات و محصولات از طریق نوآوری جهت رفع نیازهای مشتریان است. تعدیل عملیاتی، بعد دیگر چابکی، بیانگر آمادگی سریع و به هنگام سازمان در مواجهه با تغییرات یا تقاضا در بازار مرتبط با فرآیندهای داخلی کسب و کار است و زمینه را برای ابتکارات نوآورانه فراهم می سازد (لو و رامورتی، ۲۰۱۱).

تحولات دیجیتال با تغییر استراتژی ها، فرآیندها، ساختارها در سازمان، سبب بهبود فعالیت ها در آن می گردند (لی و همکاران، ۲۰۲۱)، ذهن آگاهی مدیریت ارشد، در هنگام ایجاد این فرآیندهای جدید و بهبود یافته در سازمان، از طریق پاسخ نوآورانه و آگاهانه به فرصت های در حال ظهور و شرایط متغیر نقش مهمی را ایفا می کند و تعیین کننده نتایج سازمانی است (بهاتی و همکاران، ۲۰۲۱). مدیران باید علاوه بر تکیه بر محصولات، رقبا موجود و تمرکز بر دستاوردهای پیشرفت تدریجی و با آگاهی از فعالیت های داخلی و مشکلات سازمان برای ایجاد BMI موفق و تاثیرگذار با افزایش پتانسیل استراتژیست های خود درباره گزاره های جدید و برتر مشتری که از کسب و کار فعلی فاصله دارد ایده پردازی نمایند، همچنین با حرکت به سوی فناوری های جدید باعث بهبود عملکرد سازمان گردیده و گامی به سوی جهانی شدن آن بردارند (سیلو و همکاران، ۲۰۲۱).

سازمان ها برای متمایز شدن از رقبا باید با در نظر گرفتن استراتژیک فرصت های مرتبط با کسب و کار در موقعیت های نامشخص و امتحان محصولات، خدمات یا بازارهای جدید ریسک کنند (گارسیا لوپرا و همکاران، ۲۰۲۲). از طرفی تحمل ریسک پذیری سازمانی بر نحوه بکارگیری دانش در شرکت تاثیرگذار است؛ شرکت های کوچک و متوسط باید علاوه بر شناسایی فرصت ها و تهدیدهای داخل و خارج از

6. Hock-Doepgen
7. Hubel, Weisbord, and Schaltegger
8. Lee, Che- ha, and Alwi
9. da Cunha Bezerra, Gohr, and Morioka
10. Ajibike
11. Small and Medium Enterprises

1. Lu and Ramamurthy
2. Li
3. Bhatti
4. Cillo
5. García-Lopera



مزایای جدید، عملکرد را تقویت می دهند (سلامزاده و همکاران ۲۰۲۳). در فعالیتهای نوآورانه، ریسک‌پذیری برای پذیرش تغییر اجتناب‌ناپذیر است (تحسین^۸ و همکاران، ۲۰۲۳). کاربرد درست دانش در میان اعضای سازمان سبب تغییر نگرش نسبت به ریسک شده و عملکرد بهبود یابد (فاناجا، ساپوتری و پرادانا؛ ۲۰۲۳). از موانع اصلی تحولات پایداری، مدل‌های کسب و کار است (رهی و همکاران، ۲۰۲۳) اعمال استراتژی‌های قوی در سازمان جهت دستیابی به خروجی‌های نوآوری کارآمد و دستیابی به پایداری در عملکرد SMEها ضروری است (سریساتان، کتکائو و ناروتارادول؛ ۲۰۲۰). مطالعاتی که تاکنون انجام گرفته تأثیر تمامی متغیرهای حاضر در این پژوهش را بر عملکرد سازمانی با تأکید بر نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار در نظر نگرفته‌اند؛ بنابراین با در نظر گرفتن تمامی توضیحات بیان شده در رابطه با اهمیت ظرفیت جذب دانش، چابکی سازمانی و ذهن آگاهی مدیریت ارشد و تأثیر نوآوری مدل کسب و کار بر عملکرد شرکت‌ها و همچنین لحاظ دو متغیر ریسک‌پذیری سازمانی و پایداری سازمانی به عنوان تعدیلگر و اهمیت اتخاذ نوآوری مدل کسب و کار در شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان سؤال اصلی تحقیق به صورت زیر مطرح شده است: آیا ظرفیت جذب دانش، چابکی سازمانی و ذهن آگاهی مدیریت ارشد بر عملکرد با تأکید بر نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار تأثیر معناداری دارد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

عملکرد

مساعده بودن شرایط سبب تبدیل شدن بخشی از تغییرات حاصل از یادگیری به رفتار بالفعل شده که در اصطلاح آن را عملکرد می‌نامند (نامدار و همکاران، ۱۴۰۱). واژه عملکرد در لغت به معنای حالت یا کیفیت کارکرد می‌باشد، معروف‌ترین تعریف عملکرد توسط نیلی^{۱۱} و همکاران در سال

طرفی تغییرات سریع در رفتارهای مشتریان و رقبا و پیشرفت‌های روزافزون فناوری سبب شده تا شرکت‌ها برای حفظ رشد مستمر و بقا، منطق تجاری خود را تطبیق دهند. نوآوری مدل کسب و کار به مدیران اجازه می‌دهد تا بین هزینه‌ها و مزایای نوآوری در سیستم جدید خلق ارزش، تعادل برقرار نمایند. با وجود این اکثر مطالعات نوآوری مدل کسب و کار مربوط به سازمان‌های بزرگ می‌باشد و SMEها کمتر مورد مطالعه قرار گرفته‌اند (لطیفی، نیکو و بومن؛ ۲۰۲۱). شرکت مورد مطالعه در این تحقیق شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در صنایع تولیدی، خدماتی و بازرگانی در استان کردستان در زمینه‌های تولیدی، خدماتی و بازرگانی فعالیت؛ در بخش صنایع تولیدی، می‌توان صنعت نساجی، غذایی و ساختمانی را نام برد. صنایع خدماتی در استان شامل خدمات گردشگری، فنی و مهندسی و خدمات فناوری اطلاعات می‌باشد. در صنایع بازرگانی شرکت‌های بازرگانی، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و عمده فروشی فعال می‌باشند و تلاش شده تا به میزان نقش نوآوری مدل کسب و کار در عملکرد SMEهای موجود در استان و عوامل تأثیرگذار بر BMI جهت ارتقای عملکرد و افزایش بهره‌وری پی برده شود. عملکرد سازمانی بر بقا و رشد و رقابت در بازار در SMEها نقش مهمی را ایفا می‌نماید (اوتومو^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). نوآوری مدل کسب و کار از طریق تمرکز بر کارایی، توسعه مزیت رقابتی و ایجاد ارزش، باعث بهبود عملکرد در کسب و کارها می‌گردد (بشیر، الفالیح و پرادان؛ ۲۰۲۳). از طرفی کسب دانش جدید از طریق تأثیر بر نوآوری باعث ارتقا عملکرد می‌شود (بیندرا^۲ و همکاران، ۲۰۲۳). متغیر چابکی در نوآوری‌های مدل کسب و کار و بهبود عملکرد نقش مهمی را ایفا می‌کند (ادریس^۳ و همکاران، ۲۰۲۲) ذهن آگاهی سازمانی در زمینه تحول دیجیتال به سازمان کمک می‌کند (نگوین و تان هوآی^۴، ۲۰۲۲) و با ایجاد فرصت‌ها و

1. Latifi, Nikou and Bouwman
2. Utomo
3. Bashir, Alfalih & Pradhan
4. Bindra
5. Idrees
6. Nguyen & Thanh Hoai

7. Salamzadeh

8. Tehseen

9. Fanaja, Saputri and Pradana

10. Srisathan, Ketkaew and Naruetharadhol

11. Neely



دلیل بهره‌گیری از دانش، فناوری‌های روز و کمک به پیشرفت سازمان، دو مؤلفه‌ی اصلی ظرفیت جذب در سازمان هستند (کواس-وارگاس و همکاران، ۲۰۲۳). ظرفیت جذب از طریق تعاملات و اقدامات میان افراد با ویژگی‌های مختلف ایجاد شده (یلدیز، مورتیک و زندر، ۲۰۲۴) و به واسطه جذب یا تطبیق دانش، قابلیت‌های بالا جهت ارتقا عملکرد حاصل می‌شود (لیم و اوکی، ۲۰۲۱).

ابعاد ظرفیت جذب دانش

ظرفیت جذب شامل چهار بعد اکتساب، جذب، تبدیل و بهره‌برداری است؛ اکتساب، توانایی سازمان در شناسایی دانش از منابع داخلی و خارجی و کسب آن است. بعد دوم، توانایی درک دانش سازمان برای داخلی کردن ماهیت خاص در زمینه‌ای، تبدیل، ترکیب دانش جدید و جذب شده با دانش موجود در سازمان و در نهایت بعد چهارم اقدام به پیاده‌سازی و توسعه رویه‌های سازمانی برای خلق ارزش جدید است (لیم و مایکل اوکی، ۲۰۲۱). گاهی این چهار بعد را به دو گروه ظرفیت جذب بالقوه و ظرفیت جذب تحقق یافته تقسیم‌بندی می‌کنند (یلدیز، مورتیک و زندر، ۲۰۲۴). ظرفیت جذب بالقوه دو بعد کسب و جذب دانش را در بر می‌گیرد و با فراهم نمودن پایه و اساس دانش قبلی به توسعه تقلید کمک می‌کند (چرچ و همکاران، ۲۰۲۱)، قابلیت سازگاری سریع و حفاظت از مزیت رقابتی سازمان را فراهم نموده و به سازمان آزادی و انعطاف‌پذیری استراتژیک می‌دهد (کانوال و همکاران، ۲۰۲۲)، درحالی‌که ظرفیت جذب محقق شده با فراهم نمودن پایه و اساس برای تبدیل و بهره‌برداری به منظور ایجاد دانش جدید، زمینه را برای نوآوری فراهم ورد و در افزایش حجم فروش و رضایت مشتریان مؤثر واقع می‌گردد (چرچ و همکاران، ۲۰۲۱).

ظرفیت جذب دانش و نوآوری مدل کسب و کار

ظرفیت جذب در شناسایی، جذب و استفاده از دانش برای خلق ارزش به شرکت کمک می‌کند، تأثیر منابع خارجی

۲۰۰۲ ارائه شده و آن را فرآیند تعیین کیفیت، اثربخشی و کارایی اقدامات پیشین در نظر می‌گیرند. (خاندوزی و عرب، ۱۴۰۱) عملکرد براساس کارایی و اثربخشی، درجه‌ای از دستیابی به اهداف مورد نظر را نشان می‌دهد. در جهت‌گیری‌های جدید برای تعریف عملکرد، دو مولفه دیگر، ارتباط و انسجام نیز به آن افزوده شده‌اند. در واقع عملکرد، ارتباط میان اهداف یا ابزارها و تصمیمات بوده و انسجام یا ثبات، رابطه میان اهداف عملیاتی و استراتژیکی در تمامی ابعاد سازمانی را نشان می‌دهد (لاهرش و همکاران، ۲۰۲۲). در تعیین عملکرد سازمانی دو عامل نقش مهمی دارند: (۱) سنت اقتصادی که عمده تمرکز آن بر موقعیت سازمان در بازار داخلی و خارجی، کیفیت منابع مورد استفاده در بخش‌ها و ویژگی قسمت‌های مختلف سازمانی است. (۲) مواردی نظیر رهبری و سیاست‌های اعمال شده در بخش‌های منابع انسانی و فرهنگ در سازمان می‌باشد (سعیدی و همکاران، ۲۰۲۱). عملکرد دارای دو بعد مالی و غیر مالی است: بعد مالی، با معیارهای مالی کمی نظیر فروش و سود خالص سر و کار دارد، در حالیکه جنبه غیرمالی منعکس‌کننده ارزش‌های نامشهود شرکت نظیر بهره‌وری نیروی کار، رضایت و تعهد می‌باشد. (پارک و همکاران، ۲۰۲۳). در معیارهای مالی، عملکرد واقعی سازمان بدون مشخص کردن قابلیت آن برای حفظ سود در آینده منعکس نمی‌شود در حالیکه جنبه‌های غیرمالی بر مشکلاتی که اندازه‌گیری‌های مالی دارند غلبه می‌نماید (سعیدی و همکاران، ۲۰۲۱).

ظرفیت جذب دانش

مفهوم ظرفیت جذب در سال ۱۹۹۰ توسط کوهن و لوینرتال مطرح گردید و به شناسایی، جمع‌آوری و بهره‌گیری از دانش در محیط بیرونی و ترکیب با دانش داخلی در سازمان اشاره دارد (فن و همکاران، ۲۰۲۳). ظرفیت جذب یک قابلیت پویا بوده و حاکی از توانایی سازمان در کسب نتایج نوآورانه و تجدید پایگاه دانش است. توسعه منابع انسانی و سرمایه به

5. Cuevas-Vargas
6. Yildiz, Murtic and Zander
7. Lim & Ok
8. Church
9. Kanwal

1. Lahouirich
2. Saeidi
3. Park
4. Fan

قابلیت‌های چابکی دارای دو بعد حس کردن و پاسخ دادن می‌باشد (والتر، ۲۰۲۱؛ البوقامی، ۲۰۲۳). حس کردن یعنی سازگاری با تغییرات محیط خارجی و پاسخ دادن توانایی درونی سازمان در پاسخ به تغییر است، دستیابی به توسعه پایدار در گرو گسترش هر دو بعد حسی و پاسخگویی است (والتر، ۲۰۲۱).

ابعاد چابکی سازمانی

چابکی سازمانی دارای دو بعد است: تنظیم عملیاتی و سرمایه‌گذاری در بازار. این دو بعد برای ورود به بازارهای جهانی در سازمان مهم هستند (مائو و همکاران، ۲۰۲۱). تنظیم عملیاتی، توانایی روندهای داخلی سازمان برای غلبه بر تغییرات بازار یا نیازهای در حال تغییر مشتریان بوده (لی و همکاران، ۲۰۲۰) راه‌حل‌های مختلف و واضح ناشی از ابتکارات در مواجهه با تغییرات، از طریق این بعد از چابکی تعیین می‌گردد (قاسم، امینی خوزانی و روستا، ۱۴۰۱). چابکی در بازار نشان‌دهنده ابتکار عمل است و درک و پاسخ به نیازهای مشتریان را تسریع می‌بخشد (البوقامی، ۲۰۲۳). تأکید بر ذهن آفرینی پویا و رشدگرایی درباره جهت‌گیری‌های استراتژیک، قضاوت و تصمیم‌گیری در شرایط عدم قطعیت از مشخصه این جنبه از چابکی است (لی و همکاران، ۲۰۲۰).

چرا چابکی برای نوآوری مدل کسب و کار اهمیت دارد؟

چابکی سازمانی، کشف و کسب فرصت در سطح سازمانی برای نوآوری و عمل رقابتی است که ریشه در تغییر و سازگاری دارد (مائو و همکاران، ۲۰۲۱). زمان بر بودن درک و پذیرش مشکل یا فرصت، پیچیدگی‌های سازمانی، آمادگی و مقاومت در برابر تغییر، مسائل ارتباطی و سهامداران و عدم قطعیت بازار از عواملی هستند که ثابت می‌کنند وجود چابکی در سازمان برای نوآوری مدل کسب و کار اهمیت دارد تا سازمان ارائه‌دهنده ارزش بیشتری به مشتریان نسبت به رقبا باشد (میهاردجو، ساسموکو و روکمانا، ۲۰۱۹).

دانش بر فرآیندهای نوآوری را آشکار ساخته (چرچ و همکاران، ۲۰۲۱) و پیکربندی مجدد مدل‌های کسب و کار را فراهم می‌سازد (آنجلشاو و همکاران، ۲۰۲۳). ظرفیت جذب قوی‌تر به منزله توانایی بیشتر سازمان برای تولید فرآیندها، توسعه محصولات و ایجاد ایده‌های نوآورانه با استفاده از دانش خارجی است (آویلا، ۲۰۲۲). پیاده‌سازی نوآوری‌های مدل کسب و کار علاوه بر دانش داخلی، نیازمند جست و جوی دانش خارجی جهت ارائه دیدگاه‌ها به مدیران می‌باشد (آنجلشاو و همکاران، ۲۰۲۳؛ کانوال و همکاران، ۲۰۲۲). ارتباط با شرکای خارجی، در ذخیره دانش جدید، خلق فضای باز برای نوآوری و بهبود قابلیت‌های نوآوری بسیار مؤثر است (بشیر و فاروق، ۲۰۱۹). مناسب‌ترین شکل جست و جو برای ظرفیت جذب توجه به هر دو بعد گستردگی و عمیق بودن جهت دسترسی به BMI‌های وسیع‌تر و جدیدتر می‌باشد و این جست و جو به ویژه برای سازمان‌هایی که به دنبال اشکال پیچیده‌تری از BMI‌ها هستند مفید می‌باشد (آنجلشاو و همکاران، ۲۰۲۳).

چابکی سازمانی

در عصر پیچیدگی و رشد، چابکی سازمان یک مؤلفه حیاتی و مهم بوده (سیامپی و همکاران، ۲۰۲۱) که با تغییر سیستماتیک در فرآیندهای سازمانی و خروجی‌ها، سازمان را در رسیدن به مزیت رقابتی یاری می‌نماید (الازاری و همکاران، ۲۰۲۳). یک سازمان چابک تغییرات غیرمنتظره را فرصت قلمداد نموده و با هماهنگ ساختن و پیکربندی مجدد منابع داخلی و خارجی توانایی تطبیق با شرایط متغیر بازار را دارد (خلیل و وینکلر، ۲۰۲۳). مولفه‌هایی نظیر آموزش، محیط کاری، اشتراک دانش و پشتیبانی مدیریت از اجزای اساسی در چابکی کارکنان هستند (پیتافی و همکاران، ۲۰۲۳). چهار قابلیت چابک عبارتند از پاسخگویی، شایستگی، انعطاف‌پذیری و سرعت (والتر، ۲۰۲۱).

1. Angelshaugh
2. Avila
3. Bashir & Farooq
4. Ciampi
5. Elazhary
6. Khalil & Winkler
7. Pitafi
8. Walter

9. Alboqami

10. Mao

11. Mihardjo, Sasmoko and Rukmana



ذهن آگاهی مدیریت ارشد نسبت به تحولات دیجیتال و نوآوری مدل کسب و کار

فناوری‌های دیجیتال یک بخش جدایی‌ناپذیر از کسب و کار و سازمان به شمار می‌روند (تریشلر و لی یینگ، ۲۰۲۳). مدیران باید علاوه بر آگاهی از تغییرات استراتژیک این فناوری‌ها در مدل‌های کسب و کار قبل از اتخاذ آنها منابع موجود در سازمان را همسوسازی نموده و با در نظر گرفتن ریسک‌ها و منافع این فناوری‌ها در برابر عملکرد کسب و کار، در بهبود مسیرهایی که ایجاد، ارائه و مکانیزم‌های کسب ارزش را ممکن می‌سازد تلاش نمایند (ماریکیان^۸ و همکاران، ۲۰۲۲). نوآوری مدل کسب و کار دیجیتال یک تصمیم استراتژیک، هدفمند، آگاهانه با هدف بهبود کارایی عملیاتی در سازمان است که مدیران با توجه به نیاز به یک رویکرد مهم تر جهت جذب مشتریان جدید یا خلق ارزش جدید اتخاذ می‌کنند که بسته به نوع شرکت متفاوت است. علاوه بر بعد فناوری، خلق و جذب ارزش آن توسط مدیران سازمانی، غیر بدیهی بودن نوآوری مدل کسب و کار دیجیتال نیز باید مورد بررسی قرار گیرد تا به میزان تغییرات در کسب و کار پی برده شود (تریشلر و لی یینگ، ۲۰۲۳). در مجموع مدیران برای اجرای موفقیت‌آمیز فناوری‌های دیجیتال و نوآوری‌های سازمانی لازم است موارد زیر را در نظر داشته باشند: (۱) تمرکز بر روی توسعه فناوری‌های دیجیتال برای هدایت کارایی و نوآوری جهت بهبود رقابت‌پذیری (۲) ایجاد اتحادهای استراتژیک با ذینفعان در تحویل ارزش به مشتریان برای متمایز شدن از رقبای، تعاملات بهتر با مشتریان، بدست آوردن سهم بیشتری از بازار (۳) تلاش برای هماهنگ نمودن تمامی بخش‌های ارزش اعم از خلق، تحویل و جذب ارزش برای ممانعت از فرآیند BMI ناقص (مستقل^۹ و همکاران، ۲۰۲۲).

نوآوری مدل کسب و کار

یکی از رایج‌ترین کلیدواژه‌ها در علوم مدیریت، نوآوری مدل کسب و کار است و با بازنگری در خلق، جذب و تحویل ارزش راه‌های تازه‌ای را برای اجرای کسب و کار و پیشرفت

چابکی استراتژیک، نوآوری مدل کسب و کار را از طریق سه عنصر زیر تسریع می‌بخشد: (۱) حساسیت استراتژیک که ارزیابی‌های فرصت از طریق فناوری‌های جدید است (۲) تعهد جمعی برای حمایت از همسو شدن انگیزه‌های شخصی و چارچوب شناختی اعضای سازمان (۳) سیالیت منابع برای تجدید BM. این موارد، به خصوص سیالیت منابع بیشتر برای سازمان‌های بزرگ صدق می‌کند (آلبایراکتاروگلو^۱، ۲۰۲۳).

ذهن آگاهی مدیریت ارشد نسبت به تحولات دیجیتال

ذهن آگاهی، مهارت، وضعیت آنی آگاهی و یا ویژگی شخصیتی است که از طریق یادگیری می‌توان آن را آموخت (دسوزا^۲، ۲۰۲۳). در محیط کسب و کار ذهن آگاهی شامل برنامه‌ریزی‌هایی است که در طول یک بازه زمانی به کارکنان ارائه می‌گردد. (سجاد و شهباز^۳، ۲۰۲۰)، سبب غلبه بر سوگیری ضمنی و نیز سوگیری مکاتباتی در افراد شده و سیستم را وادار به کنترل شدیدتر و ارزیابی دقیق‌تر می‌نماید. (راشکوا، موی و کابیدو^۴، ۲۰۲۳). از طرفی وقوع دگرگونی‌های سریع دیجیتالی در سال‌های اخیر، یک تغییر پارادایم را در ابعاد اقتصادی و اجتماعی به دنبال داشته است (چاترجی^۵ و همکاران، ۲۰۲۳). مدیران ارشد با تعریف یک استراتژی دیجیتال (استراتژی تعامل مشتری یا راه حل‌های دیجیتالی) (تریشلر و لی یینگ^۶، ۲۰۲۳) باید علاوه بر نظارت بر روندهای بازار، در تبدیل فرصت‌های تکنولوژیکی به فرصت‌های کسب و کار، گسترش چشم‌انداز سازمان نسبت به تحولات دیجیتالی، تشویق و توانمند ساختن کارکنان برای پیاده‌سازی تحولات دیجیتالی و ایجاد فرهنگ سازمانی در حمایت از تحولات دیجیتالی اهتمام ورزند (سیچوش، والنبرگ و کنمایر^۷، ۲۰۲۰).

1. Albayraktaroglu
2. Dsouza
3. Sajjad & Shahbaz
4. Rashkova, Moi and Cabidu
5. Chatterjee
6. Trischler & Li- Ying
7. Cichosz, Wallenburg and Knemeyer

8. Marikyan
9. Mostaghel

کسب و کار مبتنی بر نوآوری ۶- آزمایش و تحقق مدل کسب و کار.

نوآوری مدل کسب و کار و عملکرد سازمانی

در مقابله با اختلالات تکنولوژیکی و استراتژیکی، نوآوری مدل کسب و کار یک مفهوم مهم به شمار می‌رود (مقدم‌راد و علی، ۲۰۲۳) و می‌تواند مزیت رقابتی در کسب و کارها را افزایش دهد. BMI در تصاحب بازارهای جدید، ارتباط با مشتریان جدید به سازمان‌ها کمک می‌نماید، در شکل‌گیری مزیت‌های پویا حتی برای پروژه‌های تجاری مخاطره‌آمیز، موثر بوده و تقلید آن برای رقبا مشکل است (نگو و لی، ۲۰۲۳). نوآوری، امکان همکاری و مشارکت با ذینفعان داخلی و خارجی و سایر موسسات، تسهیل در تبادل دانش، تجدید نظر در طراحی شیوه‌های سنتی کسب و کار و بهبود ارائه خدمات را فراهم ساخته و سبب عملکرد بالاتری می‌شود (سنداولا و همکاران، ۲۰۲۳). در نوآوری مدل کسب و کار ایده‌های کارآفرینی یا فرصت به پیاده‌سازی سازمانی تبدیل شده و مزیت رقابتی پایدار ایجاد می‌شود (ایروچ، ویبلن و بریتنموسر، ۲۰۱۴). ساختارهای جدید، فرآیندهای تازه و اشکال جدید اداره این فرآیندها در سازمان، سبب افزایش پیشنهادات ارزش شرکت به صورت بالقوه می‌گردد و توسعه بلندمدت شرکت را تضمین می‌کند (ماریکیان و همکاران، ۲۰۲۲).

ریسک‌پذیری

شناسایی خطر در سازمان‌ها هنگام انجام فعالیت‌های پیچیده یک ضرورت است. تأثیر عدم قطعیت بر اهداف، مفهوم ریسک را پدید می‌آورد (دا سیلوا اتگس و کورتیمیلیا، ۲۰۱۹). کشش فرد به همکاری در رفتارهایی با نتایج نامعلوم، تمایل به ریسک‌پذیری می‌باشد. (واسالو و همکاران، ۲۰۲۳). در تعریف دیگری، احتمال ذهنی شکست سیستماتیک هنگام درگیر شدن در یک فعالیت و یا تجربه کاری را ریسک می‌نامند (المماری و الشالقی، ۲۰۲۱) و در

آن در یک محیط پویا فراهم می‌سازد (فرلیتو و فاراچی، ۲۰۲۲). از دو منظر می‌توان به نوآوری در کسب و کارها نگریست: (۱) براساس نیازهای فعلی و بازارهای موجود مدل‌های کسب و کار را توسعه داد. (۲) براساس بازارهای جدید و نیازهای آینده، مدل‌های کسب و کار جدید را پیش‌بینی نمود (روزاتی و همکاران، ۲۰۲۳). نوآوری مدل کسب و کار یک تغییر استراتژیک بوده (مقدم‌راد و علی، ۲۰۲۳) که دارای سه بعد اصلی خلق ارزش، گزاره ارزش و جذب ارزش می‌باشد (ماریکیان و همکاران، ۲۰۲۲؛ مقدم‌راد و علی، ۲۰۲۳؛ منتسر و همکاران، ۲۰۲۳؛ گئو و همکاران، ۲۰۲۲)؛ نوآوری خلق ارزش، نمایانگر پیکربندی‌های جدید از فعالیت‌ها، منابع، فرآیندها و فناوری‌ها در مدل کسب و کار می‌باشد (۲) نوآوری گزاره ارزش به ایجاد ارزش پیشنهادی جدید برای مشتریان اشاره دارد. (۳) نوآوری جذب ارزش از طریق ایجاد یک ساختار هزینه بهینه، ایجاد درآمد اضافی با فروش متقابل و یا یکپارچه‌سازی قراردادهای خدماتی به سوی جریان‌های درآمدی پایدارتری حرکت ماید این ابعاد در صورتیکه با موفقیت اجرا شوند بر عملکرد تأثیر مثبتی دارند. البته این اثرات به دلیل هزینه‌های هماهنگی، همسویی اهداف و چالش‌های تخصیص منابع ممکن است زمان بر بوده و با تأخیر همراه باشند. در BMI تلاش‌ها برای برنامه‌ریزی استراتژیک و جامعی باید صورت بگیرد و با استراتژی‌های کلی شرکت در ابعاد مختلف کسب و کار هم راستا باشد تا از عواقب منفی نوآوری‌های غیر همسو جلوگیری گردد (منتسر و همکاران، ۲۰۲۳). ایروچ، ویبلن و بریتنموسر (۲۰۱۴) شش گام برای نوآوری مدل کسب و کار براساس اصول نظریه تفکر شبکه‌ای و دراکر پیشنهاد کرده‌اند: ۱- تعیین ماموریت و محیط کسب و کار ۲- تحلیل وابستگی‌های متقابل ۳- تعیین و تحلیل گزینه‌های طراحی ۴- ایجاد جایگزین و طراحی مدل کسب و کار ۵- انتخاب یک مدل

6. Ngo & Le
7. Sendawula
8. da Silva Etges & Cortimiglia
9. vassalo
10 Al-Mamary & Alshallaqi

1. Ferlito & Faraci
2. Rosati
3. Menter
4. Guo
5. Eurich, Weiblen and Breitenmoser



ریسک‌پذیری، قادر به بهبود عملکرد سازمانی هستند (آییولا، آلزوبی و داپا، ۲۰۲۳). البته از آنجا که ماهیت فعالیت‌های نوآوری نامطمئن هستند، ریسک‌پذیری بیش از حد می‌تواند در عملکرد کلی شرکت اثرات منفی داشته باشد و لازم است اقدامات ضروری جهت متعادل نمودن ریسک‌ها صورت بگیرد تا بتوان به عملکرد نوآوری رضایت بخش دست یافت (جیاکون و مگنوسون، ۲۰۲۲).

پایداری

مسائل جهانی نظیر کاهش منابع طبیعی، تغییرات آب و هوایی و آلودگی سبب شده تا کسب و کارها برای بقا و رشد و پایداری علاوه بر سودآوری، مسائل زیست محیطی را نیز در نظر بگیرند و در ارتقا مشارکت جامعه و بهبود کیفیت زندگی انسان نقش مهمی را ایفا نمایند. پایداری در ابعاد سازمانی، اقتصادی و محیطی، رشد را متعادل نموده و زندگی مسالمت‌آمیزی را در آینده و به صورت طولانی مدت در جامعه ترویج می‌دهد (چاووونگ و ناپینیت، ۲۰۲۴) و حاکی از ارزش بلند مدت سازمان با در نظر گرفتن فرصت‌ها و مدیریت ریسک‌ها است (فاووزی و سعد، ۲۰۲۳). همچنین ظرفیت برآورده نمودن شرکت برای رفع نیازهای ذینفعان در موقعیت‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی و در یک بازار رقابتی است که برای دستیابی به چشم‌انداز کسب و کار مفید است (وانگ و نگای، ۲۰۲۱). خلق ارزش از منظر پایداری، نفوذ اهداف اجتماعی، سیاسی و راه یابی به به بازار در فرآیندهای سازمانی بوده که با حل مشکلات و چالش‌های مربوط به محیط زیست، ارزش اقتصادی نیز در سازمان محقق می‌گردد (ایوانز و همکاران، ۲۰۱۷).

پایداری اقتصادی

پایداری اقتصادی در برگیرنده جنبه‌های ملموس در سازمان نظیر تولید و سرمایه مالی است و علاوه بر افزایش سود به پایداری اجتماعی و زیست محیطی سازمان نیز کمک نموده و به عنوان یک استراتژیک نوآورانه در تکنولوژی‌ها و

سطح سازمان در سه جنبه؛ تمایل به ریسک‌پذیری، سطح ریسک‌پذیری و توانایی تحمل ریسک خود را نشان می‌دهد. محققان عوامل تأثیر گذار بر ریسک‌پذیری شرکت‌ها را در دو سطح خرد و کلان بررسی نموده‌اند؛ در سطح خرد عوامل را بر اساس قابلیت‌های مدیریت دانش، سرمایه‌گذاری خطرپذیر، تمایل مدیران به ریسک، مکانیسم ارزیابی عملکرد و نسبت جنسیتی تیم‌های مدیریتی ارزیابی کرده‌اند. در سطح کلان شرایط مالی جهانی، حمایت دولت از شرکت‌ها به وسیله وام، توسعه اقتصاد دیجیتال تأثیر مثبتی بر ریسک‌پذیری داشته و عواملی نظیر تمرکز مشتری، بی‌ثباتی سیاست اقتصادی بر ریسک‌پذیری تأثیر منفی دارد (دای و همکاران، ۲۰۲۳). انتخاب یک سطح مناسب از مدیریت ریسک علاوه بر افزایش ارزش به ذینفعان و مالکان سازمان، ریسک‌های کلیدی را به حداقل می‌رساند و در زمان عدم قطعیت، تاب‌آوری و عملکرد سازمانی را افزایش می‌دهد (سیروا و اشپیچکا، ۲۰۲۳).

ریسک‌پذیری، نوآوری مدل کسب و کار و نقش دانش

تمایل مدیر به ریسک‌پذیری هنگام درگیر شدن در فعالیت‌های نوآوری، یک بخش جدایی‌ناپذیر در فرآیندهای سازمانی به شمار می‌رود (رینگو، تگامبواج و کازوگو، ۲۰۲۳). لازمه نوآوری پایدار در سازمان، یادگیری است (آییولا، آلزوبی و داپا، ۲۰۲۳؛ کوچارسکا، ۲۰۲۱) و مهم‌ترین منبع استراتژیک در مزیت رقابتی پایدار، دانش است (گیل گومز و همکاران، ۲۰۲۰) پیش شرط نوآوری را کسب دانش دانسته‌اند و آنچه نوآوری را در میان کارکنان تقویت می‌کند، اشتراک‌گذاری دانش و متعاقب آن ایده‌های جدید است، به اشتراک‌گذاری دانش نیازمنده آماده بودن برای ریسک‌پذیری است (کوچارسکا، ۲۰۲۱). مدیران استارت‌آپ‌ها با شناسایی نیازهای مشتری، کمبودهای بازار، به روز رسانی مدل‌های کسب و کار، تشخیص فرصت‌های ورود به بازار از طریق رفتارهای یادگیری محور و همچنین تمایل بالای آنها به

1. Dai
2. Syrová & Špička
3. Ringo, Tegambwage and Kazungu
4. Iyiola, Alzubi and Dappa
5. Kucharska
6. Gil- Gomez

7. Giaccone & Magnusson
8. Chawewong & Naipinit
9. Fawzy & saad
10. Wong & Ngai
11. Evans

بدهند، علاوه بر نشان دادن ابتکارات سطح اجتماعی در شرکت، باعث افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان نسبت به محیط زیست و ترغیب شرکت‌های دیگر به انجام اقدامات در جهت حفظ منابع طبیعی و محیط زیست می‌شوند (سعیدی و همکاران، ۲۰۲۱). از ابزارهای مهم در سازمان برای پایداری و حفظ مزیت رقابتی، پارادایم سبز و ناب می‌باشد که مکمل هم بوده و ادغام آنها علاوه بر بهبود کارایی‌های زیست محیطی و تولید، نوآوری اجرای فرآیند را تحریک می‌سازد (سیگل و همکاران، ۲۰۲۴).

پایداری، نوآوری مدل کسب و کار و عملکرد سازمانی

ضرورت نوآوری در مدل‌های کسب و کار از عوامل چالش پایداری، دیجیتالی شدن، ایجاد فرصت‌های نوآورانه و تغییر آداب و سبک زندگی مصرف‌کنندگان نشئت می‌گیرد (وارث، محمدیان و کارگر شورکی، ۱۴۰۲). نوآوری مدل کسب و کار در بهبود عملکرد، پایداری و اثربخشی سازمانی تأثیر مثبتی دارد (کیلینتزیس و همکاران، ۲۰۱۹). نوآوری‌های پایدار مستلزم فناوری‌های جدید یا اصلاح شده، دانش و مهارت لازم جهت حرکت نوآوری‌های هدفمند به سوی پایداری، تغییر در دیدگاه‌ها و ارزش‌های اعضای سازمان و تغییرات در زنجیره تامین می‌باشد (راوتر، گلوبوکنیک و بامگارتنر، ۲۰۲۳). برای مثال، فناوری بلاک‌چین با سرعت بسیار بالا علاوه بر اختلال در فرآیندهای سنتی کسب و کار، در رشد اجتماعی و اقتصادی و عملکرد پایدار سهم بسزایی دارد (سان، شهزاد و رزاق، ۲۰۲۲).

ساختارهای سازمانی، محصولات و بازارها عمل می‌کند (وانگ و نگای، ۲۰۲۱). پایداری اقتصادی یعنی مدیریت بازار و عوامل تولید بالقوه به نحوی باشد که کارایی و اثربخشی را برای سازمان به ارمغان بیاورد (هرنیتا و همکاران، ۲۰۲۱). در این بعد از پایداری، منابع نیروی انسانی از طریق کاهش ریسک، بهره‌برداری از فرصت‌ها، نوآوری، عرضه محصولات جدید به بازار و اطمینان از دستیابی به اهداف، نقش مهمی را ایفا می‌کنند (طاها و طاها، ۲۰۲۲).

پایداری اجتماعی

پایداری اجتماعی به دلیل ارتباط با کیفیت سطح زندگی، حقوق سهامداران و سیاست‌های سازمانی، چالش برانگیزترین بعد پایداری محسوب می‌شود (اجمل و همکاران، ۲۰۱۸). و در سطح کسب و کار به افزایش مهارت و توانایی کارکنان جهت رسیدن به عملکرد سازمانی در سطح بالا و رفاه عمومی اشاره دارد (سجاد و شهbaz، ۲۰۲۰). در حقیقت، هنگامیکه، آیین‌نامه‌ها، ساختارهای سازمانی، نحوه برخورد‌های رسمی و غیررسمی در سازمان به صورت فعالانه، پتانسیل نسل‌های فعلی و آینده برای ایجاد جامعه‌ای سالم و سرزنده بهبود می‌بخشد، پایداری اجتماعی به وقوع می‌پیوندد (سیگل و همکاران، ۲۰۲۴). این پایداری دارای دو بعد سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی است؛ سرمایه انسانی شامل ایجاد انگیزه، ارتقای مهارت‌ها، سلامت و امنیت شغلی بوده، سرمایه اجتماعی مواردی نظیر اعتماد اجتماعی، روابط متقابل و تعهد سازمانی را در بر می‌گیرد (سجاد و شهbaz، ۲۰۲۰).

پایداری زیست محیطی

در توجه به چشم‌انداز بلندمدت و نیز در چشم‌انداز بقا و پیشرفت انسان، پایداری زیست محیطی جایگاه کلیدی دارد (آدوول، ۲۰۲۲). اگر شرکت‌ها برای کاهش اثرات مخرب فعالیت‌هایشان بر محیط زیست، برنامه‌های استراتژیکی داشته باشند و اقداماتی را سازگار با محیط زیست انجام

6. Kilintzis
7. Rauter, Globocnic and Baumgartner
8. Sun, Shahzad and Razzaq

1. Hernita
2. Taha & Taha
3. Ajmal
4. Siegel
5. Adewole



پیشینه پژوهش

جدول ۱. پیشینه تحقیق

محقق / سال	عنوان تحقیق	خلاصه یافته‌ها
کلایی، (۱۴۰۲).	ارائه مدل تاب‌آوری کسب‌وکار: تبیین نقش نوآوری مدل کسب‌وکار، نوآوری باز، چابکی سازمانی و انعطاف‌پذیری استراتژیک	(۱) تأثیر مثبت و معنادار انعطاف‌پذیری استراتژیک بر چابکی سازمانی (۲) تأثیر مثبت و معنادار چابکی سازمانی و انعطاف‌پذیری استراتژیک بر نوآوری مدل کسب و کار و تاب‌آوری کسب و کار (۳) نقش تعدیلگری تغییر نوآوری باز در رابطه نوآوری مدل کسب و کار و تاب‌آوری کسب و کار به صورت مثبت (۴) افزایش چابکی و انعطاف‌پذیری استراتژیک برای برطرف نمودن نقاط ضعف در کسب و کار و تقویت نقاط مثبت جهت اجرای نوآوری
قربانی اسفهلان ۱۴۰۰	تأثیر قابلیت‌های مدیریت دانش بر مدل نوآوری کسب و کار با نقش ریسک‌پذیری سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط	نوآوری در مدل‌های کسب و کار می‌تواند منجر به بهبود عملکرد مالی کسب و کارها شود.
الاسکار ^۱ ۲۰۲۳	قابلیت‌های نوآوری به عنوان میانجی بین تجزیه و تحلیل کسب و کار و عملکرد شرکت	(۱) تأثیر قابل توجه عوامل سازمانی بر عملکرد (۲) عدم هرگونه تأثیر مثبت عوامل فناوری بر عملکرد (۳) میانجی بودن قابلیت‌های نوآوری میان عوامل فناوری و عملکرد
اوردو و دنهی ^۲ ۲۰۲۳	نقش ذهن آگاهی سازمانی در رانش ابری و عملکرد شرکت: مورد سازمان‌های کنیایی	ارتقای قابلیت‌های ذهن آگاهی در سازمان برای بهره‌مندی از نوآوری‌های فناوری اطلاعات
ایولا، آلروبی و داپا ۲۰۲۳	تأثیر جهت‌گیری یادگیری بر عملکرد کارآفرینی: نقش نوآوری مدل کسب و کار و تمایل به ریسک	(۱) تأثیر مثبت جهت‌گیری یادگیری بر نوآوری مدل کسب و کار و کار و عملکرد کارآفرینی (۲) نوآوری مدل کسب و کار علاوه بر تأثیر مثبت بر عملکرد کارآفرینی، در رابطه میان جهت‌گیری یادگیری و عملکرد کارآفرینی نقش میانجی را ایفا می‌نماید. (۳) ریسک‌پذیری تعدیل‌کننده ارتباط میان نوآوری مدل کسب و کار و جهت‌گیری یادگیری و نیز تعدیل‌کننده میان جهت‌گیری یادگیری و عملکرد کارآفرینی می‌باشد.
آربان و ماتلا ^۳ ۲۰۲۲	رابطه بین نوآوری و مدیریت دانش: تمرکز بر عملکرد شرکت در بخش مهمان‌نوازی	شیوه‌های مدیریت دانش به عنوان یک محرک مهم عملکرد شرکت محسوب شده، رابطه مثبت نوآوری میانجی رابطه میان مدیریت دانش و عملکرد شرکت می‌باشد و لازم است که مدیریت دانش در ارتباط با نوآوری به کار گرفته شود تا تأثیر مثبتی بر عملکرد شرکت داشته باشند.
الطویل و الحواری ^۴ ۲۰۲۱	نقش واسطه‌ای قابلیت نوآوری در رابطه بین چابکی استراتژیک و عملکرد سازمانی	چابکی استراتژیک و عملکرد سازمانی قابلیت نوآوری، میانجی می‌باشد.
بهاتی و همکاران ۲۰۲۱	سوابق و پیامدهای نوآوری مدل کسب و کار در صنعت ^۵ IT	(۱) نوآوری مدل کسب و کار به طور قابل توجهی به ظرفیت جذب دانش، چابکی و ذهن آگاهی مدیریت ارشد بستگی دارد (۲) نوآوری مدل کسب و کار به عنوان یک متغیر میانجی در رابطه بین این عوامل و عملکرد کسب و کار ایجاد شد.
سینگ و همکاران ۲۰۲۱	ای مدیریت منابع انسانی مبتنی بر دانش و عملکرد نوآوری: نقش سرمایه اجتماعی و تسهیم دانش	(۱) اشتراک‌گذاری دانش واسطه تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآوری است (۲) شیوه‌های دانش محور مدیریت منابع انسانی از طریق نقش واسطه سرمایه اجتماعی و اشتراک‌گذاری دانش روی عملکرد نوآوری تأثیر می‌گذارد.
کلاوس ^۷ و همکاران ۲۰۱۹	چابکی استراتژیک، نوآوری مدل کسب و کار و عملکرد شرکت: یک بررسی تجربی	(۱) نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار در رابطه میان چابکی استراتژیک و عملکرد سازمانی (۲) چابکی استراتژیک با نوآوری مدل کسب و کار ارتباط مثبتی دارد و آشفستگی محیطی این رابطه را تقویت می‌کند (۳) میان پیشنهاد ارزش و خلق ارزش با عملکرد رابطه مثبتی وجود داشته درحالیکه میان جذب ارزش و عملکرد ارتباط منفی وجود دارد.

4. Alaskar
5. Oredo & Dennehy
6. Urban & Matela
7. Altaweel & Al-Hawary

1. Information Technology
2. Singh
3. Claus



فرضیه‌های تحقیق

۱. ظرفیت جذب دانش، چابکی سازمانی و ذهن آگاهی مدیریت ارشد بر عملکرد با میانجیگری نوآوری مدل کسب و کار تأثیر معناداری دارد.

۲. ظرفیت جذب دانش بر نوآوری مدل کسب و کار شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان تأثیر معناداری دارد.

۳. چابکی سازمانی بر نوآوری مدل کسب و کار شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان تأثیر معناداری دارد.

۴. ذهن آگاهی مدیریت ارشد نسبت به تحولات دیجیتال بر نوآوری مدل کسب و کار شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان تأثیر معناداری دارد.

۵. نوآوری مدل کسب و کار بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان تأثیر معناداری دارد.

۶. ظرفیت جذب دانش بر نوآوری مدل کسب و کار شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان با تعدیلگری ریسک-پذیری سازمانی تأثیر معناداری دارد.

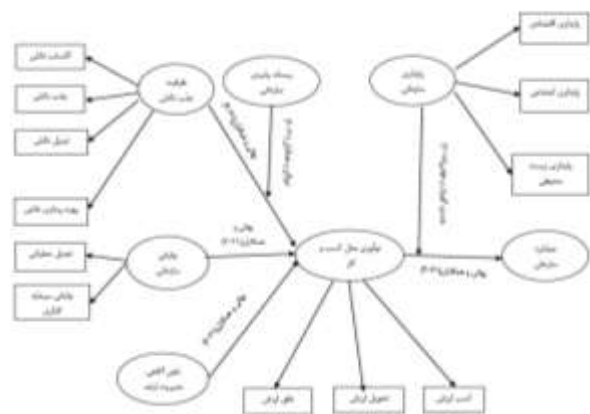
۷. نوآوری مدل کسب و کار بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان با تعدیلگری پایداری سازمانی تأثیر معناداری دارد.

جامعه آماری این پژوهش مدیران، کارشناسان و خبرنگاران و صاحب-نظران شرکت‌های کوچک و متوسط واقع شده در شهرک‌های صنعتی استان کردستان بوده، که تعداد این شرکت‌ها در کل ۸۳۰ واحد می باشد و طبق اطلاعات بدست آمده از این تعداد ۲۷۴ واحد آن تعطیل هستند، نمونه آماری این تحقیق، کارشناسان، مدیران، صاحب‌نظران و خبرنگاران شرکت‌های کوچک و متوسط با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای بوده است. به دلیل دسترسی نداشتن به حجم جامعه، حجم نمونه براساس فرمول کوکران برای جامعه نامحدود، ۲۴۴ تعیین شده ($P=0.05$ ، $E=0.0627$) و با توجه به روش نمونه‌گیری، پرسشنامه توزیع گشته است. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش شامل مطالعات کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی بوده؛ مطالعات کتابخانه‌ای در برگیرنده‌ی مقالات، کتاب‌ها، سایت‌های معتبر علمی داخلی و خارجی و ژورنال‌های مرتبط با موضوع است. در پژوهش حاضر برای متغیرهای جذب دانش (AC) متشکل از سیزده گویه، چابکی سازمانی (OA) شامل شش سنجه، ذهن آگاهی مدیریت ارشد نسبت به تحولات دیجیتال (TMM) متشکل از سه سنجه، نوآوری مدل کسب و

مرور ادبیات داخلی و خارجی نشان می‌دهد که با وجود اهمیت زیاد نقش متغیر نوآوری مدل کسب و کار در عملکرد، تاکنون مطالعه جامعی تأثیر تمامی متغیرهای موجود در تحقیق حاضر و به تبع آن مدلی که در ادامه آورده شده را به صورت یکجا مورد بررسی قرار نداده‌اند. در ایران شرکت‌های کوچک و متوسط به دلیل دارا بودن پتانسیل‌ها و قابلیت بالا در کمک به اقتصاد کشور و نقشی که در تولید و ارائه خدمات ایفا می‌کنند مهم هستند و باید عواملی که به نوآوری مدل‌های کسب و کار کمک می‌کند و بهبود عملکرد را در این سازمان‌ها موجب می‌گردد تقویت نماییم، لذا مطالعه این عوامل در شرکت‌های کوچک و متوسط و تلاش برای موفقیت این سازمان‌ها ضروری به نظر می‌رسد.

۳- روش‌شناسی پژوهش

با توجه به اینکه پژوهش حاضر به دنبال شناسایی تأثیر ظرفیت جذب دانش، ذهن آگاهی و چابکی بر عملکرد سازمان با تأکید بر نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار در شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان می‌باشد از لحاظ هدف، کاربردی بوده، از منظر متغیر کمی می‌باشد، از لحاظ زمان مقطعی بوده چون به دنبال آن است تا وضعیت متغیرها را در یک زمان مشخص مورد بررسی قرار دهد و از منظر طرح تحقیق، توصیفی - پیمایشی می‌باشد. براساس مبانی نظری مطرح شده، در ادامه، مدل مفهومی تحقیق و ابعاد آن و فرضیه‌ها آورده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق



۴- یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

در این پژوهش پس از بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی مربوط به پاسخ‌دهندگان مشخص گردید که از تعداد ۲۴۴ پرسشنامه (حضور و آنلاین) توزیع شده در شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان درصد فراوانی مربوط به زنان ۳۶٫۵ درصد و مردان ۶۳٫۵ درصد بوده، افراد در بازه سنی ۲۰-۳۵ سال، با درصد فراوانی ۴۹٫۲، بیشترین افراد حاضر در نمونه آماری، افراد ۳۵-۵۰ سال، ۴۳٫۴ درصد از پاسخ‌دهندگان و در نهایت افراد بالای ۵۰ سال، با درصد فراوانی ۷٫۴ کمترین حجم نمونه آماری را تشکیل داده‌اند. از میان یازده سمت سازمانی، کارشناسان با ۵۲ درصد بیشترین حجم نمونه آماری و مدیر محصول با ۰٫۴ درصد کمترین حجم نمونه آماری را به خود اختصاص داده‌اند. ۴۱ درصد متعلق به شرکت‌های تولیدی بوده و در شرکت‌های خدماتی ۳۰٫۷ درصد به پرسشنامه پاسخ داده‌اند و شرکت‌های بازرگانی با ۲۸٫۳ درصد دارای کمترین درصد فراوانی بوده‌اند. در آخرین بخش آمار توصیفی، انحراف معیار متغیرهای پژوهش محاسبه گردید که عملکرد سازمانی دارای بیشترین انحراف معیار و نوآوری مدل کسب و کار کمترین انحراف معیار را دارا می‌باشد. و چون طبق طیف لیکرت پرسشنامه‌ی تحقیق، دامنه‌ی میانگین‌ها از ۱ تا ۵ بوده و حد وسط نمرات ۳ می‌باشد، به مطلوب نبودن متغیرهای پژوهش در این سازمان‌ها به صورت توصیفی پی برده شد.

جدول ۳. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار
ظرفیت جذب دانش	۲٫۰۲۹۳	۰٫۵۴۹۷۱
چابکی سازمانی	۲٫۱۱۸۹	۰٫۶۷۹۰۶
توجه مدیریت ارشد نسبت به تحولات دیجیتال	۲٫۲۶۵۰	۰٫۸۵۹۰۰
نوآوری مدل کسب و کار	۱٫۸۶۴۳	۰٫۴۸۲۸۰
عملکرد سازمانی	۲٫۵۰۱۰	۰٫۹۳۴۱۸
ریسک پذیری	۲٫۷۰۹۰	۰٫۷۰۱۴۰
پایداری	۲٫۴۶۳۱	۰٫۸۵۱۳۶

کار (BMI) شامل نه گویه، عملکرد شرکت (FP) با در نظر گرفتن عملکرد بازار با چهار سنج از پرسشنامه بهاتی و همکاران (۲۰۲۱) بهره برده شده است. برای ریسک‌پذیری سازمانی از پرسشنامه هاک دوپگن و همکاران (۲۰۲۱) شامل چهار سنج و در نهایت اندازه‌گیری پایداری شرکت از پرسشنامه پدرس، گووزدز و هواس (۲۰۱۸) متشکل از ده گویه استفاده گردیده است و برای تمامی سوالات از طیف پنج تایی لیکرت (از یک کاملاً موافقم تا پنج کاملاً مخالفم) بهره گرفته شده است. روایی محتوایی و روایی صوری در پرسشنامه این پژوهش توسط استاد راهنما و خبرگان تأیید شده است برای بررسی قابلیت اعتماد پرسشنامه از معیار ضریب آلفای کرونباخ، استفاده گردیده و پایایی آن به تأیید رسیده است.

جدول ۲. متغیرها، ابعاد تحقیق

متغیرها	شاخص	منبع
ظرفیت جذب دانش	اكتساب دانش	بهاتی و همکاران (۲۰۲۱)
	جذب دانش	
	تبدیل دانش	
	بهره برداری از دانش	
چابکی سازمانی	تعدیل عملیاتی	بهاتی و همکاران (۲۰۲۱)
	سرمایه‌گذاری بازار	
ذهن آگاهی مدیریت ارشد نسبت به تحولات دیجیتال	خلق ارزش	بهاتی و همکاران (۲۰۲۱)
	تحویل ارزش	
	کسب ارزش	
عملکرد سازمانی	اقتصادی	بهاتی و همکاران (۲۰۲۱)
	اجتماعی	
	زیست محیطی	
نوآوری مدل کسب و کار	اقتصادی	بهاتی و همکاران (۲۰۲۱)
	اجتماعی	
	زیست محیطی	
ریسک پذیری	اقتصادی	بهاتی و همکاران (۲۰۲۱)
	اجتماعی	
	زیست محیطی	
پایداری	اقتصادی	بهاتی و همکاران (۲۰۲۱)
	اجتماعی	
	زیست محیطی	

1. Pedersen, Gowdzd and Hvass

پایایی و روایی پژوهش

در بخش آمار استنباطی از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی در نرم‌افزار SMART PLS4 بهره گرفته شده است؛ برای اطمینان از درست بودن انتخاب شاخص‌های سنجش، از مقادیر بارهای عاملی متغیرهای آشکار کمک گرفته می‌شود. مقدار بارهای عاملی هر کدام از متغیرها، پایایی هر یک از گویه‌ها را نشان داده و حداقل مقدار قابل قبول برای بارهای عاملی ۰,۳ بوده، بارهای عاملی ۰,۴ سطح معناداری متوسط و بالاتر از ۰,۵ سطح معناداری قوی و مطلوب میان متغیرهای مشاهده شده هستند (عباسی اسفنجانی، ۱۳۹۶). چنانچه مقدار بار عاملی شاخصی از ۰,۳ کمتر شد، آن شاخص حذف می‌شود. بار عاملی همه شاخص‌ها به استثنای OTS4 که مقدار آن منفی یعنی -۰,۵۶۰ شد، بالای ۰,۴ بوده که حاکی از سطح معناداری متوسط و بالا می‌باشد، بنابراین با توجه به پایین بودن مقدار بار عاملی OTS4 کمتر از حد قابل قبول، این شاخص حذف شده است.

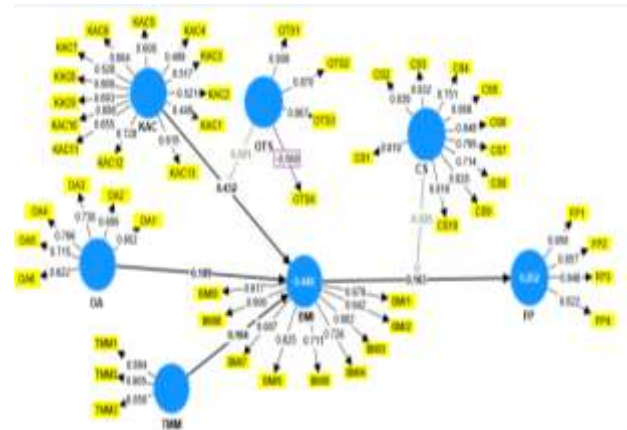
رضازاده، (۱۳۹۶). در این پژوهش، AVE متغیر ظرفیت جذب دانش، مقداری کمتر از ۰,۴ یعنی ۰,۳۷۱ بدست آمد، ابتدا با حذف سوال یک این متغیر که بار عاملی کمتری داشت مقدار AVE به ۰,۳۸۷ رسید که نسبت به مقدار مطلوب همچنان پایینتر بوده، سپس مجدداً با حذف سوال ۴ که بار عاملی آن نسبت به سایر سوالات این متغیر کمتر بود مقدار آن به ۰,۴ افزایش یافت که حاکی از روایی همگرایی مطلوب را دارد. متغیرهای دیگر در این پژوهش از روایی مناسب برخوردار هستند.

برای سنجش پایایی و ارزیابی پایداری درونی از معیارهای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بهره برده شده است و مقدار ۰,۷ به بالا برای آلفای کرونباخ حاکی از پایایی قابل قبول می‌باشد. تمامی مقادیر برای دو معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالای ۰,۷ بوده در نتیجه مدل تحقیق پایایی مطلوب و قابل قبول را دارد.

جدول ۴. پایایی و روایی پژوهش

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)
KAC	۰,۸۵۸	۰,۸۸۳	۰,۴۰۰
OA	۰,۷۹۱	۰,۸۵۱	۰,۴۹۰
TMM	۰,۸۵۹	۰,۹۱۴	۰,۷۸۰
BMI	۰,۸۲۳	۰,۸۶۴	۰,۴۱۵
FP	۰,۸۶۷	۰,۹۰۹	۰,۷۱۳
OTS	۰,۹۴۲	۰,۹۵۱	۰,۶۶۰
CS	۰,۸۱۳	۰,۸۸۹	۰,۷۲۸

برای تحلیل روایی واگرا از روش فورنل لارکر استفاده گردیده است. بر اساس معیار فورنل لارکر روایی واگرا در یک مدل اندازه‌گیری زمانی قابل قبول است که ریشه‌های دوم میانگین واریانس استخراج شده (جذر AVE) از همبستگی متغیرها در مدل مفهومی بزرگتر باشند (باح، آکوا و افوری، ۲۰۲۲). طبق نتایج حاصل شده از پژوهش تمامی مقادیر روی قطر اصلی از آرایه‌های زیرین قطر اصلی یا همان مقادیر همبستگی میان متغیرهای پنهان بیشتر بوده است،



شکل ۲. ضریب بار عاملی اولیه پژوهش

برای سنجش روایی همگرایی که همان همبستگی قابل توجه شاخص‌های یک سازه در قیاس با شاخص‌هایی که در سازه‌های دیگر قرار دارند از میانگین واریانس استخراج شده یا AVE استفاده شده، مقدار مناسب برای AVE از نظر مگنر و همکاران ۰,۴ به بالا می‌باشد و روایی همگرایی قابل قبول را نشان می‌دهد، چنانچه AVE برای متغیری پایین‌تر از این مقدار شد، باید سوال مربوط به آن متغیر که نسبت به سایر سوالات بار عاملی کمتری را دارد حذف شود (داوری و



به همان ستون زیر قطر اصلی می‌توان آن دو را برابر در نظر گرفت لذا واگرایی تایید می‌گردد .

البته به دلیل تفاوت اندک میانگین واریانس استخراج شده مربوط به نوآوری مدل کسب و کار با بزرگترین عدد مربوط

جدول ۵. روایی واگرا روش فورنل لارکر

ذهن آگاهی مدیریت ارشد نسبت به تحولات دیجیتال	ریسک پذیری	چابکی	ظرفیت جذب دانش	عملکرد	پایداری	نوآوری مدل کسب و کار
						نوآوری مدل کسب و کار
					۰,۸۱۲	۰,۳۵۹
				۰,۸۴۴	۰,۴۸۲	۰,۳۰۲
			۰,۶۳۳	۰,۳۴۹	۰,۴۹۴	۰,۶۴۶
		۰,۷۰۰	۰,۶۲۸	۰,۴۳۰	۰,۴۷۱	۰,۵۳۸
	۰,۸۵۳	۰,۲۴۹	۰,۲۲۳	۰,۲۵۹	۰,۲۳۵	۰,۲۵۸
۰,۸۸۳	۰,۲۸۲	۰,۴۹۹	۰,۵۷۲	۰,۳۲۲	۰,۴۹۶	۰,۴۷۰

برازش کلی مدل

می‌رسد. برای آزمودن فرضیه‌های تحقیق از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی بهره گرفته شده است؛ برای معناداری فرضیه‌ها از آزمون معناداری Z یا بوت استرپینگ کمک نموده؛ بدین صورت اگر مقدار T مربوط به هر یک از مسیرها از ۱,۹۶ بیشتر باشد، معنی‌دار بودن مسیر مربوطه در سطح اطمینان ۰,۹۵ را نشان داده و فرضیه مربوط به آن تایید می‌گردد. همچنین شدت تأثیرات با استفاده از ضرایب استاندارد شده مسیر که میزان تأثیر مستقیم متغیرها بر هم سنجیده شده و در خروجی مدل با استفاده از دستور PLS Algorithm نشان داده می‌شود، بدست آمده است.

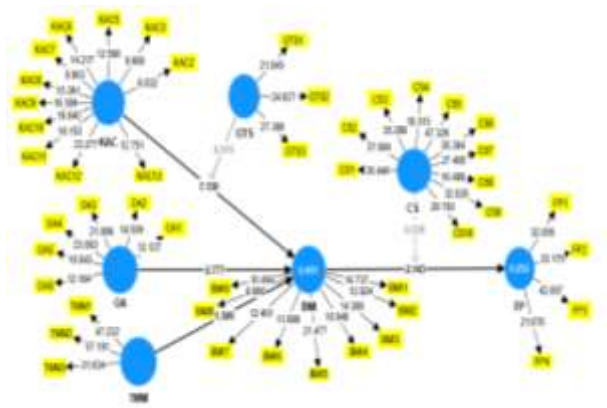
جهت اطمینان از اعتبار اندازه‌گیری و قابلیت اطمینان، برازش کلی مدل مفهومی با GOF^3 ارزیابی گردید، سه مقدار ۰,۰۱، ۰,۲۵، ۰,۳۶، نشان دهنده برازش ضعیف، متوسط و قوی مدل است (اسلام و همکاران ۲۰۲۲). همان‌گونه که از فرمول زیر پیداست برای بدست آوردن این معیار ابتدا میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه و نیز میانگین ضریب تعیین (R^2) را محاسبه نموده، سپس جذر این عدد بدست آورده شده است، لازم به ذکر است که مقادیر اشتراکی برابر با میانگین واریانس استخراج شده می‌باشد:

$$GOF = \sqrt{\text{average (Commonality)} \times \text{average } (R^2)} = \sqrt{0.598 \times 0.356} = 0.461$$

این معیار برای مدل مفهومی تحقیق ۰,۴۶۱ بدست آمد و نشان از برازش قوی مدل دارد.

یافته‌های حاصل از آمار استنباطی

پس از برازش مدل مفهومی تحقیق که خود متشکل از سه بخش مدل بیرونی (اندازه‌گیری)، مدل درونی (ساختاری) و برازش کلی مدل تحقیق، نوبت به آزمون فرضیه‌های پژوهش



شکل ۳. ضرایب معناداری Z

1. Goodness of fit
2. Islam

دانش، اهمیت بیشتری برای سازمان‌ها دارد. هاک دوپگن و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهش خود دریافتند که میان قابلیت‌های مدیریت دانش داخلی و نوآوری مدل کسب و کار تاثیر معناداری وجود ندارد و قابلیت‌های دانش خارجی در تحریک BMI موثر است. ون دلفت و همکاران، (۲۰۱۹) پی بردند که بهره‌گیری از دانش جهانی به سازمان‌ها در کشف نوآوری‌های مدل کسب و کار کمک نموده آنها را قادر می‌سازد قبل از ارائه یک مدل کسب و کار منتخب به بازار، مشروعیت داخلی و خارجی را کسب نمایند.

فرضیه سوم: نتایج حاصل از این فرضیه گویای این مطلب است که ضریب استاندارد شده مسیر میان چابکی سازمانی و نوآوری مدل کسب و کار ۰,۱۷۶ بوده و چابکی سازمانی به میزان ۱۷,۶ درصد از تغییرات نوآوری مدل کسب و کار را تبیین می‌کند و نیز ضریب معناداری ۲,۷۷۷ بدست آمده و مقداری بیشتر از ۱,۹۶ می‌باشد، پس در سطح اطمینان ۹۵ درصد این فرضیه تایید شد. ارتباط مثبت میان این دو متغیر در پژوهش بهاتی و همکاران (۲۰۲۱) و رشنوادی، صادق وزیری و نصرت پناه (۱۴۰۰) تایید گردید. همچنین، یافته‌های تحقیق کلابی (۱۴۰۲) در راستای این پژوهش می‌باشد و افزایش چابکی، سازمان را قادر به سازگاری با تحولات و رویدادهای پیش‌بینی نشده می‌نماید و باعث نوآوری در مدل کسب و کار خواهد گردید. مطابق با نتیجه این فرضیه، چابکی استراتژیک توانایی دسترسی به منابع جدید و یکپارچه‌سازی منابع، شناخت محیط خارجی به وسیله حساسیت استراتژیک و تعهد کامل جهت مقابله با چالش‌های خارجی برای تشویق نوآوری را داشته، بنابراین چابکی استراتژیک بر قابلیت نوآوری تاثیر مثبتی دارد (الطویل و الحواری، ۲۰۲۱). در مطالعه دیگری، چابکی ناشی از قابلیت‌های پلتفرم دیجیتال شرط اساسی در بهبود نوآوری و ایجاد تغییرات استراتژیک با توجه به مدل‌های فعلی محسوب شده و چابکی عملیاتی عامل افزایش نوآوری مدل کسب و کار است (ترویس و همکاران ۲۰۲۳).

فرضیه چهارم: Z معناداری ۱,۵۰۵ و کمتر از ۱,۹۶ بدست آمد، همچنین ضریب استاندارد مسیر میان این دو متغیر

نوآوری ارزش پیشنهادی به صورت مستقیم و نیز غیرمستقیم با واسطه‌گری ایجاد ارزش و نوآوری جذب ارزش به صورت مستقیم و غیرمستقیم با عملکرد راه‌اندازی دیجیتال ارتباط دارد و با نتایج این فرضیه در تضاد است (گنو و همکاران، ۲۰۲۲). هیبک (۲۰۲۳) نشان داد که در تحولات دیجیتال، مهارت‌های رهبری مدیران، بر خلاف مهارت‌های کارآفرینی آنان بر عملکرد سازمانی چه به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم تاثیرگذار نیست. نوآوری مدل کسب و کار از طریق تحولات دیجیتالی بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط تاثیر مثبتی دارد. نتایج مطالعه اوردو و دنهی (۲۰۲۳) حاکی از ارتباط مثبت نقش ذهن آگاهی سازمانی به عنوان میانجی در رابطه میان پذیرش رایانش ابری و عملکرد شرکت است. رد این قسمت از فرضیه می‌تواند به این دلیل باشد که مدیریت ارشد قادر به پیش‌بینی دقیق در خصوص تحولات دیجیتالی که مرتبط با کسب و کارشان است نبوده و یا نسبت به آن اهمیتی نمی‌دهد، همچنین تیم مدیریت را قبل از تصمیم‌گیری درباره تحولات دیجیتالی که قرار است در برنامه استراتژیک شرکت گنجانده شود مطلع نمی‌کند و در نتیجه عملکرد سازمان مختل می‌گردد.

فرضیه دوم: نتایج حاصل از این فرضیه نشان داد که ضریب استاندارد شده‌ی مسیر میان این دو متغیر ۰,۴۵۷ به این معناست که ظرفیت جذب دانش ۴۵,۷ درصد از تغییرات نوآوری مدل کسب و کار را تبیین می‌کند و مقدار Z معناداری میان متغیر ظرفیت جذب دانش و نوآوری مدل کسب و کار بیشتر از ۱,۹۶ یعنی ۷,۱۳۰ بدست آمد، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد این فرضیه تایید گردید و با نتایج حاصل از پژوهش رشنوادی، صادق وزیری و نصرت پناه (۱۴۰۰) و بهاتی و همکاران (۲۰۲۱) هم راستا می‌باشد. درحالی‌که میروشنچنیکو و همکاران (۲۰۲۱) پی بردند که نوآوری مدل کسب و کار تنها به ظرفیت جذب بالقوه بستگی دارد و ظرفیت جذب تحقق یافته به عنوان یک پیش نیاز برای نوآوری مدل کسب و کار به شمار نمی‌رود زیرا کسب و جذب دانش نسبت به تبدیل و بهره‌برداری از

2. Von Delft
3. Troise

1. Heubeck

می‌شود. از دلایل رد این فرضیه و با توجه به گویه‌های پرسشنامه می‌توان گفت مدیران ارشد در سازمان‌های کوچک و متوسط استان کردستان اعتنایی به شناسایی ارزش تحولات دیجیتال که در برنامه استراتژیک شرکت است ندارند و یا فاقد دانش و تخصص لازم در این زمینه می‌باشند.

فرضیه پنجم: نتایج کسب شده از این فرضیه نشان داد مقدار ضریب استاندارد مسیر میان نوآوری مدل کسب و کار و عملکرد سازمانی ۰,۱۶۲ بدست آمد که حکایت از تبیین ۱۶,۲ درصدی تغییرات متغیر عملکرد به وسیله نوآوری مدل کسب و کار دارد، همچنین ضریب معناداری Z میان این دو متغیر، ۲,۱۴۳ و بیشتر از ۱,۹۶ گردید و نشان‌دهنده تأثیر معناداری نوآوری مدل کسب و کار بر عملکرد در سطح اطمینان ۹۵٪ دارد. یافته‌های بدست آمده از این فرضیه، با تحقیق بهاتی و همکاران (۲۰۲۱) مطابقت دارد زیرا آنها تأثیر معناداری این دو متغیر را به اثبات رساندند و دریافتند اگر یک سازمان در پیکربندی مجدد مدل کسب و کار ناتوان باشد، ممکن است در مقابل رقبا سهم بازار خود را از دست بدهد. در همین راستا النمر و همکاران (۲۰۲۱) ارتباط مثبت این دو متغیر را در پژوهش خود به اثبات رساندند. BMI با تغییر در مشارکت‌ها، روش‌ها و هزینه‌ها، جذب سهامداران اصلی و جدید، ارائه یک ترکیب جدید از اطلاعات و محصولات، محرک مهمی در بهبود عملکرد شرکت به شمار می‌آید (ترویس و همکاران، ۲۰۲۳). در شرکت‌های نوپا، نوآوری مدل کسب و کار با دارا بودن ویژگی‌هایی نظیر ارزش‌آفرینی و ایده‌های خلاقانه برای کسب تکنولوژی و گسترش بازار امکان دسترسی به منابع تقاضا را نیز می‌یابد و برای عملکرد کارآفرینی یک مولفه مهم محسوب می‌گردد (آییولا، آلزوبی و داپا، ۲۰۲۳). همچنین نتیجه این فرضیه با نتایج پژوهش رشوادی، صادق وزیری و نصرت پناه (۱۴۰۰) هم‌راستا است. این در حالی است که لطیفی، نیکو و بومن (۲۰۲۱) در پژوهش خود به عدم معناداری رابطه میان نوآوری مدل کسب و کار و عملکرد شرکت پی بردند و در تحقیق آنها رابطه غیرمستقیم

۰,۰۹۴ شده است، بنابراین این فرضیه رد شده و ذهن آگاهی مدیریت ارشد نسبت به تحولات دیجیتال بر نوآوری مدل کسب و کار شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان تأثیر معناداری ندارد. یافته حاصل شده از این فرضیه با تحقیق بهاتی و همکاران (۲۰۲۱) مغایرت دارد. همچنین نتیجه کسب شده از پژوهش نوروزی، نصرت پناه و بارانی (۱۴۰۱) با نتایج این تحقیق در تضاد است. در تحقیق آنان تأثیر معناداری رهبری دیجیتال بر نوآوری مدل کسب و کار تأیید گردید؛ از منظر آنان رهبری دیجیتال مدل کسب و کار جدید را به وسیله فناوری دیجیتال خلق نموده و می‌تواند ایده آینده را به وسیله خلاقیت و طرز فکر نوآورانه به واقعیت کسب و کار امروز مبدل نمایند. نیو، پارک و جونگ^{۱۲} (۲۰۲۲) در پژوهش خود دریافتند که رهبری دیجیتال بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبتی دارد؛ و در بلندمدت می‌توان شاهد بهبود و توسعه سازمان بود. یافته‌های حاصل از پژوهش بشیر و ورما^{۱۳} (۲۰۱۹) حاکی از این است که تحولات دیجیتالی عامل مهمی در نوآوری مدل کسب و کار محسوب می‌شوند و لازم است BM نوآوری‌های تکنولوژیکی را پشتیبان کند، زیرا فناوری ایجادکننده‌ی ارزش نیست بلکه ارزش توسط نوآوری مدل کسب و کار خلق می‌شود. سیاجی و پنکو^{۱۴} (۲۰۲۳) در پژوهش خود دریافتند که تحولات دیجیتالی خارجی گرا (ExtDT) بر نوآوری مدل کسب و کار تأثیر مثبت و قابل توجهی دارد، اثربخشی فناوری‌های دیجیتالی جهت کسب نوآوری مدل کسب و کار به محیط تجاری و رقابتی شرکت بستگی دارد، اما بالا رفتن عدم قطعیت محیطی و احتمال افزایش خطر تصمیم‌گیری‌های نامنظم، ممکن است نوآوری مدل کسب و کار شکست بخورد و تنها اتخاذ فناوری‌های دیجیتال برای نوآوری مدل کسب و کار کافی نیست در این هنگام، نقش تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ (BDAC) به دلیل کاهش عدم قطعیت از طریق ارائه دانش کافی، تخصصی‌سازی بالا، ممانعت از بهبود رقبا در عدم قطعیت‌های بالای محیطی، شایستگی‌های مکمل در نوآوری مدل کسب و کار برجسته

1. Niu, Park and Jung
2. Bashir & Verma
3. Ciacci & Penco

4. Al-Nimer



میزان تمایل آنان به ریسک ندارد و ریسک‌پذیری رهبران فقط تعیین‌کننده نحوه انتشار و تفسیر اطلاعات و دانش در سازمان می‌باشد. همچنین با وجود ارتباط مثبت و معنادار میان ریسک‌پذیری و نوآوری کسب و کار، ارتباط میان ریسک‌پذیری و نوآوری کسب و کار با میانجی‌گری کسب، توزیع و تفسیر دانش معنی‌دار نمی‌باشد. یافته‌های گیمز و رندی (۲۰۱۹) نشان داد در کاهش نتایج منفی نوآوری، دانش و ریسک‌پذیری نقش مهمی را ایفا می‌کنند و کسب و کارها هنگام مواجهه با تغییرات علاوه بر مدیریت دانش به ریسک‌پذیری نیز نیاز دارند، ترکیب این دو در کنار هم علاوه بر نوآوری عملکرد مالی در SMEها را نیز بهبود می‌بخشند. جیاکون و مگنسون (۲۰۲۲) در پژوهش خود دریافتند که تمایل به ریسک‌پذیری میانجی حمایت از نوآوری و عملکرد نوآوری نیست و فرآیندهای نوآوری تثبیت شده در سازمان تاثیر مثبتی بر ریسک‌پذیری ندارند. مدل‌های فرآیندی به دلیل ارزیابی‌های مکرر ریسک‌پذیری، بر محدود نمودن ریسک‌ها تاکید زیادی دارند حتی انواع جدید این مدل‌ها که نسبت به مدل‌های قدیمی، قابلیت انعطاف‌پذیری بیشتر و سازگاری با عدم قطعیت زیاد دارند با وجود محافظت از کارایی نوآوری بر اثربخشی نوآوری تاثیر منفی دارند. برای رد این فرضیه می‌توان اینگونه استنباط کرد که SMEهای استان کردستان عموماً به فعالیت‌های مخاطره‌آمیز تمایلی نداشته و ترجیح می‌دهند تصمیماتی را در سازمان اتخاذ نمایند که با وجود بازدهی کمتر، مطمئن‌تر باشد.

فرضیه هفتم: نتایج این فرضیه نشان داد که مقدار Z معناداری برای این متغیر ۰٫۵۳۹، بدست آمد که کوچکتر از ۱٫۹۶ می‌باشد و ضریب استاندارد مسیر ۰٫۰۲۵- محاسبه گردید، در نتیجه تعدیل‌گری این متغیر در سطح معناداری نیست. پدرس، گووزدز و هواس (۲۰۱۸) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که پایداری اقتصادی تاثیر مثبتی بر عملکرد مالی دارد ولی در خصوص نوآوری مدل کسب و کار این ارتباط صدق نمی‌کند؛ در حقیقت، نوآوری مدل کسب و کار اثر قابل توجهی بر عملکرد مالی دارد ولی با میان آمدن ارزش‌های سازمانی، میزان تاثیر این رابطه کاهش می‌یابد و پایداری و BMI به خودی خود نقشی در افزایش

میان این دو متغیر با میانجی‌گری کارایی، قابلیت‌های سازمانی و رشد درآمد شکل می‌گیرد، بنابراین یافته‌های پژوهش آنها با نتیجه این فرضیه در تضاد است.

فرضیه ششم: یافته‌های حاصل از این فرضیه نشان داد که ضریب استاندارد مسیر برای این متغیر ۰٫۰۲۹ و Z معناداری، مقداری کوچکتر از ۱٫۹۶ و ۰٫۵۱۵ بدست آمد که با این تفاسیر ریسک‌پذیری سازمانی میان ظرفیت جذب دانش و نوآوری مدل کسب و کار تعدیلگر نمی‌باشد. یافته‌های حاصل از هاک دوپگن و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد که تحمل ریسک‌پذیری بالا، رابطه مثبت میان مدیریت دانش خارجی و نوآوری مدل کسب و کار را تقویت می‌کند و این رابطه در مورد شرکت‌های ریسک‌گریز صدق نمی‌کند، در واقع نوآوری مدل کسب و کار در شرکت‌های دارای تحمل ریسک پایین، به وسیله قابلیت‌های مدیریت دانش داخلی تقویت می‌گردد و عمده تمرکز این شرکت‌ها روی کارایی بیشتر است و ممکن است تمایلی به تغییر اساسی در منطق اصلی کسب و کار موجود خود نداشته باشند. در همین راستا ریسک‌پذیری با استفاده کارآمد از دانش جدید حاصل شده به شیوه یادگیری در تقویت نوآوری مدل کسب و کار نقش مهمی را ایفا می‌کند و ارتباط میان یادگیری و BMI را تعدیل می‌نماید (آیویلا، آرزوبی و داپا، ۲۰۲۳). در پژوهش دیگری، ریسک‌پذیری ارتباط میان قابلیت‌های نوآوری و عملکرد صادراتی را تعدیل می‌کند (رینگو، تگامبواج و کازوگو، ۲۰۲۳). با این حال قربانی اسفهلان (۱۴۰۰) در پژوهش خود پی برد که ریسک‌پذیری سازمانی بر رابطه میان قابلیت مدیریت دانش و نوآوری مدل کسب و کار تاثیرگذار نبوده و فاقد نقش تعدیلگری می‌باشد که تا حدودی با یافته‌های حاصل از این پژوهش همخوانی دارد. در پژوهشی که توسط مای، دو و فان^{۱۶} (۲۰۲۲) انجام گرفت و ابعاد یادگیری سازمانی یعنی کسب، توزیع و تفسیر دانش نقش متغیرهای میانجی را ایفا نمودند، این نتیجه به دست آمد که ریسک‌پذیری با کسب و توزیع دانش هیچ ارتباطی نداشته ولی با تفسیر دانش ارتباط معناداری دارد، در حقیقت، تشویق رهبران به کسب و توزیع دانش در سازمان ارتباطی با

1. Mai, Do and Phan

شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان برای بهبود عملکرد از طریق نوآوری مدل کسب و کار و توجه به متغیرهای دیگر ارائه داد، در همین راستا پیشنهاد می‌گردد: (۱) توجه ویژه به نوآوری مدل کسب و کار پیش از گذشته همگام با ظهور تکنولوژی‌های پیشرفته، تغییر در تقاضای مشتریان و کوتاه‌تر شدن چرخه‌های عمر فناوری و رقابت شدید (۲) همکاری با شرکای پیشرو برای کسب و جذب هر چه بیشتر دانش خارجی به صورت مداوم، لحاظ نمودن این دانش در فرآیندهای سازمانی، اشتراک‌گذاری دانش، آموزش به کارکنان برای تقویت ظرفیت جذب دانش (۳) برنامه‌ریزی و تلاش برای ایجاد سازمانی انعطاف‌پذیرتر نسبت به تغییرات محیطی برای ممانعت از عملکرد پایین و غافل‌گیری هنگام مواجه شدن با عدم قطعیت‌های محیطی (۴) سرمایه‌گذاری‌های مناسبی در خصوص تحولات دیجیتال، مطالعه فرآیندهای توسعه در عصر دیجیتال و همکاری با شرکت‌های متخصص در زمینه فناوری‌های دیجیتال برای پیش‌بینی دقیق‌تر و اطمینان ایجاد ارزش در نتیجه این تحولات و همسو بودن با برنامه استراتژیک شرکت، تخصیص منابع مورد نیاز فناوری‌های دیجیتال اعم از انسانی، مالی و فناوری، تقویت مهارت‌های مورد نیاز با برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی در کارکنان و تلاش برای ارتقای سواد دیجیتالی در سازمان و فرهنگ مرتبط با آن و مشورت و نظرخواهی در خصوص تصمیم‌گیری‌های تحولات دیجیتالی با سایر مدیران (۵) در سازمان فضایی را ایجاد کنند تا از ریسک‌های منطقی کارکنان حمایت شود و کارکنان اطمینان خاطر پیدا کنند در صورت بروز اشتباهات تا حد معینی محکوم نخواهند شد و در سطوح ریسک‌پذیری بالا، سرمایه‌گذاری‌های بیشتری در کسب و بهره‌برداری از دانش خارجی صورت بگیرد. (۶) پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها برای دستیابی به رشد و عملکرد پایدار سازمانی علاوه بر توجه به شاخص‌های اقتصادی به شاخص‌های اجتماعی و زیست محیطی توجه ویژه‌ای داشته باشند در تصمیم‌گیری‌های مهم سازمانی آن را لحاظ نمایند، با اختصاص منابع برای این شاخص‌ها، برگزاری کارگاه‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی‌های منظم، تخصیص پاداش به مشارکت در زمینه اجتماعی و زیست محیطی، ترویج این رفتارها برای مصرف‌کننده از طریق تبلیغات، اطلاع‌رسانی و

سود سازمانی ندارند. یانگ و جانگ (۲۰۲۰) به عدم تأثیر نوآوری مدل کسب و کار بر پایداری یا عملکرد مالی شرکت پی بردند و دریافتند که عملکرد مالی مثبت در شرکت‌هایی محقق می‌گردد که فعالیت‌های پایداری آنان، مطابق با ارزش‌های سازمانی مرتبط باشد. اوکو^۱ و همکاران (۲۰۱۹) دریافتند که ارتباط میان قابلیت‌های عملیاتی و عملکرد مالی توسط استراتژی پایداری مهار می‌گردد؛ این تعدیلگری منفی ممکن است به دلیل: ۱- جهت‌گیری سود شرکت‌ها ۲- کاهش هزینه، افزایش کارایی و بهینه‌سازی فرایند کسب و کار جهت بهبود عملکرد باشد. یافته‌های این فرضیه با نتایج فرضیه امینی خیابانی، فیض و زارع (۱۴۰۰) همخوانی ندارد زیرا آنها پی بردند که بهبود ویژگی‌های عملکرد در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی به وسیله نوآوری صورت گرفته و منجر به پایداری می‌گردد. در مطالعه دیگر، اتخاذ شیوه‌های نوآوری پایدار بر نتایج مالی، اجتماعی و زیست محیطی یک شرکت تأثیر مثبت قابل توجهی دارد و اگر برای این شیوه‌ها سرمایه‌گذاری‌های مناسبی صورت بگیرد به عملکرد برتر شرکت و مزیت رقابتی می‌انجامد (نایپ^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). عدم تایید این فرضیه نشان می‌دهد که در شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان منابع و سرمایه‌گذاری زیادی برای پایداری‌های اجتماعی و زیست محیطی اختصاص داده نمی‌شود، به اندازه‌گیری ابعاد اجتماعی و زیست محیطی در شرکت و گزارش آنها توجهی نمی‌شود، برای جایگزین کردن مواد با آلاینده‌گی کمتر به جای مواد مضر و دارای آلاینده‌گی، زیاد تلاشی صورت نمی‌گیرد، به اثرات اجتماعی و زیست محیطی در تصمیم‌گیری‌های مدیران اهمیت نمی‌دهند، آموزش برای ابعاد پایداری زیست محیطی و اجتماعی چندان مهم نبوده و به ترویج رفتارهای سازگار با محیط زیست و نیز رفتارهای اجتماعی نمی‌پردازند، البته لازم است این مساله به شکل بنیادی مورد بررسی قرار بگیرد.

نتایجی که از این تحقیق بدست آمد در برگیرنده مفاهیم و توصیه‌های مهمی به سیاست‌گذاران، مدیران، کارشناسان در

1. Yang & Jang
2. Ukko
3. Kneipp



نوآوری مدل کسب و کار در استان کردستان (۴) تحقیق در خصوص عوامل بازدارنده چابکی سازمانی برای بهبود عملکرد در هنگام نوآوری مدل کسب و کار در استان کردستان (۵) شناسایی عوامل ریسک‌گریزی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان کردستان (۶) تشخیص موانع پایداری سازمانی در SME‌های استان کردستان (۷) بررسی چالش‌های پیش‌روی نوآوری مدل کسب و کار (۸) به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی، نقش ساختار سازمانی و اینرسی را بر متغیرهای پژوهش مورد مطالعه قرار دهند.

محدودیت‌های پژوهش

پژوهش حاضر مانند هر پژوهش دیگری دارای محدودیت‌هایی بوده که ممکن است نتایج تحقیق را تحت تأثیر قرار داده باشد که عبارتند از: عدم همکاری و عدم اعتماد برخی کارشناسان به پرسشنامه و اجتناب از پاسخ به سوالات، زیاد بودن تعداد سوالات پرسشنامه روند پاسخ به آنها را طولانی می‌کرد که بر میزان دقت پاسخ‌دهندگان بی‌تأثیر نبوده است، پاسخ به سوالات از روی تمایلات شخصی و نه واقعیت‌های سازمانی، کم بودن نمونه آماری این پژوهش و عدم آشنایی کافی برخی مدیران و کارشناسان شرکت‌ها با اصطلاحات و مفاهیم به کار رفته در پرسشنامه.

ارائه محصولاتی در راستای این اهداف، پایداری در سازمان خود را ارتقا بخشند و از طریق اندازه‌گیری و گزارش بهبودهای اجتماعی و زیست محیطی از رعایت این شاخص‌ها در سازمان اطمینان حاصل کنند. (۷) برای برخورداری از عملکرد بالا وضعیت تامین‌کنندگان، عرضه‌کنندگان و رقبا را در بازار به صورت مداوم مورد تحلیل و ارزیابی قرار دهند.

پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی

در طرح‌های پژوهشی آتی به پژوهشگران توصیه می‌شود سایر ابعاد موضوع مورد مطالعه را با توجه به ضرورت و اهمیت موضوع و توسعه مدل در نظر بگیرند که شامل: (۱) تأثیر عوامل موثر بر عملکرد سازمانی با میانجیگری نوآوری مدل کسب و کار و تعدیلگری دو متغیر ریسک‌پذیری و پایداری در شرکت‌های کوچک و متوسط واقع در استان کردستان با استفاده از روش کیفی و مصاحبه (۲) انجام پژوهش فعلی در سایر استان‌ها و مناطق وسیع‌تری از کشور به منظور استفاده بردن در جامعه آماری بزرگتر و انجام آن در بازه‌های زمانی مختلف و یا در سایر شرایط تغییر استراتژیک و تجاری و مقایسه نتایج با یافته‌های این تحقیق (۳) شناسایی موانع تحولات دیجیتالی بر عملکرد و

منابع

مدیریت دانش، انعطاف‌پذیری استراتژیک و چابکی استراتژیک؛ نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار. فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۴(۱۱)، ۱۰۶-۷۹.

۵. عباسی اسفنجانی، حسین (۱۳۹۶). طراحی الگوی تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۸۲(۱)، ۳۳-۶۵.

۶. علی احمدی، علیرضا و رضایی، حامد (۱۳۹۹). بررسی رابطه میان مولفه‌های ارزیابی عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: سازمان خرید در بخش دولتی). مدیریت فرد، ۱۹(۶۳)، ۱۸-۳.

۱. امینی خیابانی، غلامرضا؛ زارعی، عظیم‌اله و فیض، داود (۱۴۰۰). طراحی مدل نتایج عملکرد و پایداری مبتنی بر نوآوری: تبیین قابلیت دوستوانی. مدیریت منابع در نیروی انتظامی، سال نهم، شماره ۱، ۲۳۹-۲۶۸.

۲. خاندوزی، بزرگمهر و عرب، علی (۱۴۰۱). بررسی رابطه بازاریابی داخلی، رضایت شغلی، بازاریابی رابطه‌ای، مشتری‌گرایی و عملکرد سازمانی تاریخ دریافت مقاله. *JISM* مطالعات میان رشته‌ای مدیریت بازاریابی، ۱(۱)، ۱-۳۰.

۳. داوری، علی و رضازاده، آرش (۱۳۹۶). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار *PLS*. تهران، جهاد دانشگاهی.

۴. رشنوادی، یعقوب؛ صادق وزیری، فراز؛ نصرت پناه، رسول (۱۴۰۰). ارتقای عملکرد سازمان از طریق قابلیت‌های

- N. M., & Moshood, T. D. (2021). An evaluation of environmental sustainability performance via attitudes, social responsibility, and culture: A mediated analysis. *Environmental Challenges*, 4, 100161.
15. Ajmal, M. M., Khan, M., Hussain, M., & Helo, P. (2018). Conceptualizing and incorporating social sustainability in the business world. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 25(4), 327-339.
16. Alaskar, T. H. (2023). Innovation Capabilities as a Mediator between Business Analytics and Firm Performance. *Sustainability*, 15(6), 5522.
17. Albayraktaroglu, A. (2023). Strategic Agility, Exaptation, and Business Model Innovation: The Case of an SME. *IEEE Transactions on Engineering Management*.
18. Alboqami, H. (2023). Boosting Innovation Performance through Business Analytics Capabilities under Different Levels of Turbulence: The Crucial Role of Market Agility. *Open Journal of Business and Management*, 11(2), 552-569.
19. Al-Mamary, Y. H., & Alshallaqi, M. (2022). Impact of autonomy, innovativeness, risk-taking, proactiveness, and competitive aggressiveness on students' intention to start a new venture. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100239.
20. Al-Nimer, M., Abbadi, S. S., Al-Omush, A., & Ahmad, H. (2021). Risk Management Practices and Firm Performance with a Mediating Role of Business Model Innovation.
21. AlTaweel, I. R., & Al-Hawary, S. I. (2021). The mediating role of innovation capability on the relationship between strategic agility and organizational performance. *Sustainability*, 13(14), 7564.
22. Angelshaug, M. S., Saebi, T., Lien, L., & Foss, N. J. (2023). Searching wide and deep for business model innovation. *Innovation*, 1-24.
۷. قاسم، فیروزه؛ امینی خوزانی، محسن و روستا، علیرضا (۱۴۰۱). بررسی تاثیر قابلیت‌های تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت با رویکرد نیازهای نوین مدیریت جهادی، فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، ۲(۱)، ۶۳-۸۲.
۸. قربانی اسفهلان، وحید (۱۴۰۰). تاثیر قابلیت‌های مدیریت دانش بر مدل نوآوری کسب و کار با نقش ریسک‌پذیری سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط. فصلنامه چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۴۶(۴)، ۹۳-۸۲.
۹. کلابی، امیر محمد (۱۴۰۲). ارائه مدل تاب‌آوری کسب‌وکار: تبیین نقش نوآوری مدل کسب‌وکار، نوآوری باز، چابکی سازمانی و انعطاف‌پذیری استراتژیک. پژوهش‌های کارآفرینی و نوآوری، ۲(۱)، ۴۶-۵۸.
۱۰. نامدار، مرتضی؛ کمالی، محمد جلال؛ شکوه، زهرا و سلاجقه، سنجر (۱۴۰۱). تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر عملکرد شغلی کارکنان آموزش و پرورش استان فارس. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ۱۶(۱)، ۱-۲۶.
۱۱. نوروزی، حسین؛ نصرت‌پناه، رسول و بارانی، صمد. (۱۴۰۱). تاثیر رهبری دیجیتال بر عملکرد شرکت‌ها در محیط‌های پویا: نقش قابلیت‌های پویا، نوآوری مدل کسب‌وکار و مزیت رقابتی پایدار مدیریت بازرگانی، ۱۴(۳)، ۴۴۵-۴۷۴.
۱۲. وارث، سید حامد؛ محمدیان، ایوب و کارگر شورکی، محمد. (۱۴۰۲). نوآوری مدل کسب‌وکار پایدار در عصر دیجیتال مبتنی بر رویکرد قابلیت‌های پویا. مدیریت بازرگانی، ۱۵(۱)، ۵۴-۸۴.
13. Adewole, O. (2022). "Issues emanating from business impact on climate, environmental sustainability and CSR (Corporate Social Responsibility): steps towards pragmatism in extant realities": "Brand translation to equity from 'CSR as a potential tool in climate change mitigation and enhancing financial performances in organizations" Brand translation to equity. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 7(1), 6.
14. Ajibike, W. A., Adeleke, A. Q., Mohamad, F., Bamgbade, J. A., Nawi, M.



31. Bouncken, R. B., Kraus, S., & Roig-Tierno, N. (2021). Knowledge-and innovation-based business models for future growth: Digitalized business models and portfolio considerations. *Review of Managerial Science*, 15(1), 1-14.
32. Brand, M., Tiberius, V., Bican, P. M., & Brem, A. (2021). Agility as an innovation driver: towards an agile front end of innovation framework. *Review of Managerial Science*, 15(1), 157-187.
33. Chatterjee, S., Chaudhuri, R., González, V. I., Kumar, A., & Singh, S. K. (2022). Resource integration and dynamic capability of frontline employee during COVID-19 pandemic: from value creation and engineering management perspectives. *Technological Forecasting and Social Change*, 176, 121446.
34. Chawewong, K., & Naipinit, A. (2024). Examining the influence of top management green commitment and green intellectual capital on sustainable business performance of Thailand's thrift and credit cooperatives: The mediating role of collaboration. *Journal of Future Sustainability*, 4(2), 67-76.
35. Church, A. H., Guidry, B. W., Dickey, J. A., & Scrivani, J. A. (2021). Is there potential in assessing for high-potential? Evaluating the relationships between performance ratings, leadership assessment data, designated high-potential status and promotion outcomes in a global organization. *The Leadership Quarterly*, 32(5), 101516.
36. Ciacci, A., & Penco, L. (2023). Business model innovation: harnessing big data analytics and digital transformation in hostile environments. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
37. Cichosz, M., Wallenburg, C. M., & Knemeyer, A. M. (2020). Digital transformation at logistics service providers: barriers, success factors and leading practices. *The International Journal of Logistics Management*, 31(2), 209-238.
23. Ávila, M. M. (2022). Competitive advantage and knowledge absorptive capacity: The mediating role of innovative capability. *Journal of the Knowledge Economy*, 13(1), 185-210.
24. Baah, C., Acquah, I. S. K., & Ofori, D. (2022). Exploring the influence of supply chain collaboration on supply chain visibility, stakeholder trust, environmental and financial performances: a partial least square approach. *Benchmarking: An International Journal*, 29(1), 172-193.
25. Barinua, V., & Akpan, A. B. (2022). KNOWLEDGE ACQUISITION AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE. *KNOWLEDGE ACQUISITION*, 8(4).
26. Bashir, M., & Farooq, R. (2019). The synergetic effect of knowledge management and business model innovation on firm competence: A systematic review. *International Journal of Innovation Science*, 11(3), 362-387.
27. Bashir, M., & Verma, R. (2019). Internal factors & consequences of business model innovation. *Management Decision*, 57(1), 262-290.
28. Bashir, M., Alfalih, A., & Pradhan, S. (2023). Managerial ties, business model innovation & SME performance: Moderating role of environmental turbulence. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(1), 100329
29. Bhatti, S. H., Santoro, G., Khan, J., & Rizzato, F. (2021). Antecedents and consequences of business model innovation in the IT industry. *Journal of Business Research*, 123, 389-400.
30. Bindra, S., Sharma, D., Mishra, H. G., & Bhardwaj, R. (2023). Demystifying the role of absorptive capacity in achieving innovation-based performance: model development and empirical validation. *Benchmarking: An International Journal*, 30(5), 1734-1756.



46. Elazhary, M., Popovič, A., Henrique de Souza Bermejo, P., & Oliveira, T. (2023). How information technology governance influences organizational agility: the role of market turbulence. *Information Systems Management, 40*(2), 148-168.
47. Evans, S., Vladimirova, D., Holgado, M., Van Fossen, K., Yang, M., Silva, E. A., & Barlow, C. Y. (2017). Business model innovation for sustainability: Towards a unified perspective for creation of sustainable business models. *Business strategy and the environment, 26*(5), 597-608.
48. F. Ciampi, M. Faraoni, J. Ballerini, and F. Meli, "The co-evolutionary relationship between digitalization and organizational agility: Ongoing debates, theoretical developments and future research perspectives," *Technol. Forecasting Social Change.*, vol. 176, 2022, Art. no. 121383.
49. Fan, Q., Abbas, J., Zhong, Y., Pawar, P. S., Adam, N. A., & Alarif, G. B. (2023). Role of organizational and environmental factors in firm green innovation and sustainable development: Moderating role of knowledge absorptive capacity. *Journal of Cleaner Production, 411*, 137262.
50. . Fanaja, R. A., Saputri, M. E., & Pradana, M. (2023). Knowledge as a mediator for innovativeness and risk-taking tolerance of female entrepreneurs in Indonesia. *Cogent Social Sciences, 9*(1), 2185989.
51. Fawzy, R., & Saad, M. (2023). The Relationship between Agility Drivers, Agility Capabilities and Organizational Sustainability. *Journal of Business, 11*(2), 101-114.
52. Fjeldstad, Ø. D., & Snow, C. C. (2018). Business models and organization design. *Long range planning, 51*(1), 32-39.
53. Games, D., & Rendi, R. P. (2019). The effects of knowledge management and risk taking on SME financial performance in creative industries in an emerging market: 38. Cillo, P., Priem, R. L., Verona, G., & Zanella, P. (2021). Consumer-CEO interaction as catalyst for business model innovation in established firms. *Journal of Business Research, 131*, 241-253.
39. Clauss, T., Abebe, M., Tangpong, C., & Hock, M. (2019). Strategic agility, business model innovation, and firm performance: an empirical investigation. *IEEE transactions on engineering management, 68*(3), 767-784.
40. Cuevas-Vargas, H., Parga-Montoya, N., Lozano-García, J. J., & Huerta-Mascotte, E. (2023). Determinants of openness activities in innovation: The mediating effect of absorptive capacity. *Journal of Innovation & Knowledge, 8*(4), 100432.
41. da Cunha Bezerra, M. C., Gohr, C. F., & Morioka, S. N. (2020). Organizational capabilities towards corporate sustainability benefits: A systematic literature review and an integrative framework proposal. *Journal of Cleaner Production, 247*, 119114.
42. Dai, D., Han, S., Zhao, M., & Xie, J. (2023). The Impact Mechanism of Digital Transformation on the Risk-Taking Level of Chinese Listed Companies. *Sustainability, 15*(3), 1938.
43. Das, K. P., Mukhopadhyay, S., & Suar, D. (2022). Enablers of workforce agility, firm performance, and corporate reputation. *Asia Pacific Management Review.*
44. da Silva Etges, A. P. B., & Cortimiglia, M. N. (2019). A systematic review of risk management in innovation-oriented firms. *Journal of Risk Research, 22*(3), 364-381.
45. Dsouza, M. P., Shetty, A., Dinesh, T. K., & Damodar, P. (2023). Stimulating employee performance and well-being: a review of mindfulness impact in the hospitality sector. *IIMBG Journal of Sustainable Business and Innovation, 1*(1), 4-17.



- risk-taking for business model innovation in SMEs. *Journal of Business Research*, 130, 683-697.
62. Hübel, C., Weissbrod, I., & Schaltegger, S. (2022). Strategic alliances for corporate sustainability innovation: The 'how' and 'when' of learning processes. *Long Range Planning*, 102200.
63. Idrees, H., Hynek, J., Xu, J., Akbar, A., & Jabeen, S. (2022). Impact of knowledge management capabilities on new product development performance through mediating role of organizational agility and moderating role of business model innovation. *Frontiers in Psychology*, 13, 950054.
64. Islam, A. N., Mäntymäki, M., Laato, S., & Turel, O. (2022). Adverse consequences of emotional support seeking through social network sites in coping with stress from a global pandemic. *International Journal of Information Management*, 62, 102431.
65. Iyiola, K., Alzubi, A., & Dappa, K. (2023). The Influence of Learning Orientation on Entrepreneurial Performance: The Role of Business Model Innovation and Risk-Taking Propensity. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 100133.
66. Kanwal, F., Tang, C., Ur Rehman, A., Kanwal, T., & Fawad Sharif, S. M. (2022). Knowledge absorptive capacity and project innovativeness: The moderating role of internal and external social capital. *Knowledge Management Research & Practice*, 20(5), 686-703.
67. Khalil, S., & Winkler, T. J. (2023). How software as a service simultaneously affords organizational agility and inertia. *The Journal of Strategic Information Systems*, 32(4), 101804.
68. Kilintzis, P., Samara, E., Carayannis, E. G., & Bakouros, Y. (2020). Business model innovation in Greece: Its effect on organizational sustainability. *Journal of the Knowledge Economy*, 11, 949-967.
- the mediating effect of innovation outcomes. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 44.
54. García-Lopera, F., Santos-Jaén, J. M., Palacios-Manzano, M., & Ruiz-Palomo, D. (2022). Exploring the effect of professionalization, risk-taking and technological innovation on business performance. *Plos one*, 17(2), e0263694.
55. Giaccone, S. C., & Magnusson, M. (2022). Unveiling the role of risk-taking in innovation: antecedents and effects. *R&D Management*, 52(1), 93-107.
56. Gil-Gomez, H., Guerola-Navarro, V., Oltra-Badenes, R., & Lozano-Quilis, J. A. (2020). Customer relationship management: digital transformation and sustainable business model innovation. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 33(1), 2733-2750.
57. Guo, Hai, Anqi Guo, and Hongjia Ma. "Inside the black box: How business model innovation contributes to digital start-up performance." *Journal of Innovation & Knowledge* 7, no. 2 (2022): 100188.
58. Hacklin, F., Björkdahl, J., & Wallin, M. W. (2018). Strategies for business model innovation: How firms reel in migrating value. *Long range planning*, 51(1), 82-110.
59. Hernita, H., Surya, B., Perwira, I., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic business sustainability and strengthening human resource capacity based on increasing the productivity of small and medium enterprises (SMES) in Makassar city, Indonesia. *Sustainability*, 13(6), 3177.
60. Heubeck, T. (2023). Managerial capabilities as facilitators of digital transformation? Dynamic managerial capabilities as antecedents to digital business model transformation and firm performance. *Digital Business*, 3(1), 100053.
61. Hock-Doepgen, M., Clauss, T., Kraus, S., & Cheng, C. F. (2021). Knowledge management capabilities and organizational

- agility: An empirical examination. *MIS quarterly*, 931-954.
78. Ma, Y., Wei, H., Hu, C., & Jin, C. (2021). Research on the innovation path of business models based on the market orientation. *Complexity*, 2021.
79. Mai, N. K., Do, T. T., & Phan, N. A. (2022). The impact of leadership traits and organizational learning on business innovation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(3), 100204.
80. Mao, H., Liu, S., Zhang, J., Zhang, Y., & Gong, Y. (2021). Information technology competency and organizational agility: roles of absorptive capacity and information intensity. *Information Technology & People*, 34(1), 421-451.
81. Marikyan, D., Papagiannidis, S., Rana, O. F., & Ranjan, R. (2022). Blockchain: A business model innovation analysis. *Digital Business*, 2(2), 100033.
82. Martínez-Sánchez, A., Vicente-Oliva, S., & Pérez-Pérez, M. (2020). The relationship between R&D, the absorptive capacity of knowledge, human resource flexibility and innovation: Mediator effects on industrial firms. *Journal of Business Research*, 118, 431-440.
83. Menter, M., Göcke, L., Zeeb, C., & Clauss, T. (2023). Disentangling the complex longitudinal relationships between business model innovation and firm performance. *Journal of Business Research*, 168, 114229.
84. Mihardjo, L. W., Sasmoko, , & Rukmana, R. A. (2019). Customer experience and organizational agility driven business model innovation to shape sustainable development. *Polish Journal of Management Studies*, 20(1), 293-304.
85. Miroshnychenko, I., Strobl, A., Matzler, K., & De Massis, A. (2021). Absorptive capacity, strategic flexibility, and business model innovation: Empirical evidence from Italian SMEs. *Journal of Business Research*, 130, 670-682.
69. Kneipp, J. M., Gomes, C. M., Bichueti, R. S., Frizzo, K., & Perlin, A. P. (2019). Sustainable innovation practices and their relationship with the performance of industrial companies. *Revista de Gestão*, 26(2), 94-1.
70. Kucharska, W. (2021). Do mistakes acceptance foster innovation? Polish and US cross-country study of tacit knowledge sharing in IT. *Journal of Knowledge Management*, 25(11), 105-128.
71. Lahouirich, M. W., El Amri, A., Oulfarsi, S., Sahib Eddine, A., El Bayed Sakalli, H., & Boutti, R. (2022). From financial performance to sustainable development: A great evolution and an endless debate.
72. Laitinen, E. K. (2002). A dynamic performance measurement system: evidence from small Finnish technology companies. *Scandinavian journal of management*, 18(1), 65-99.
73. Latifi, M. A., Nikou, S., & Bouwman, H. (2021). Business model innovation and firm performance: Exploring causal mechanisms in SMEs. *Technovation*, 107, 102274.
74. Lee, C. M. J., Che-Ha, N., & Alwi, S. F. S. (2021). Service customer orientation and social sustainability: The case of small medium enterprises. *Journal of Business Research*, 122, 751-760.
75. Li, H., Wu, Y., Cao, D., & Wang, Y. (2021). Organizational mindfulness towards digital transformation as a prerequisite of information processing capability to achieve market agility. *Journal of Business Research*, 122, 700-712.
76. Lim, S. E., & Ok, C. M. (2021). A meta-analytic review of antecedents of hospitality and tourism firms' performance: A cross-cultural comparison. *Tourism Management*, 86, 104325.
77. Lu, Y., & K.(Ram) Ramamurthy. (2011). Understanding the link between information technology capability and organizational



- employee agility performance. A study of enterprise social media. *Technovation*, 128, 102874.
94. Rahi, A. F., Chowdhury, M. A. F., Johansson, J., & Blomkvist, M. (2023). Nexus between institutional quality and corporate sustainable performance: European evidence. *Journal of Cleaner Production*, 382, 135188.
95. Rashkova, Y., Moi, L., & Cabiddu, F. (2023). Addressing the Societal Challenges in Organizations: The Conceptualization of Mindfulness Capability for Social Justice. *Journal of Business Ethics*, 1-20.
96. Rauter, R., Globocnik, D., & Baumgartner, R. J. (2023). The role of organizational controls to advance sustainability innovation performance. *Technovation*, 128, 102855.
97. Ringo, D. S., Tegambwage, A. G., & Kazungu, I. (2023). Innovation capabilities and export performance of SMEs: does managers' risk-taking propensity matter?. *Journal of Money and Business*.
98. Rosati, F., Rodrigues, V. P., Cosenz, F., & Li-Ying, J. (2023). Business model innovation for the Sustainable Development Goals. *Business Strategy and the Environment*, 32(6), 3752-3765.
99. Saeidi, P., Robles, L. A. A., Saeidi, S. P., & Zamora, M. I. V. (2021). How does organizational leadership contribute to the firm performance through social responsibility strategies?. *Heliyon*, 7(7), e07672.
100. Sajjad, A., & Shahbaz, W. (2020). Mindfulness and social sustainability: An integrative review. *Social Indicators Research*, 150(1), 73-94.
101. Salamzadeh, A., Mortazavi, S., Hadizadeh, M., & Braga, V. (2023). Examining the effect of business model innovation on crisis management: the mediating role of entrepreneurial capability, resilience and business
86. Mostaghel, R., Oghazi, P., Parida, V., & Sohrabpour, V. (2022). Digitalization driven retail business model innovation: Evaluation of past and avenues for future research trends. *Journal of Business Research*, 146, 134-145.
87. Ngo, Q. H., & Le, T. T. (2023). Role of corporate social responsibility on firm performance in emerging economy: The mediating role of access to finance and business model innovation. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2232585.
88. Nguyen, N. P., & Thanh Hoai, T. (2022). The impacts of digital transformation on data-based ethical decision-making and environmental performance in Vietnamese manufacturing firms: The moderating role of organizational mindfulness. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2101315
89. Niu, S., Park, B. I., & Jung, J. S. (2022). The effects of digital leadership and ESG management on organizational innovation and sustainability. *Sustainability*, 14(23), 15639.
90. Oredo, J., & Dennehy, D. (2023). Exploring the role of organizational mindfulness on cloud computing and firm performance: the case of Kenyan organizations. *Information Systems Frontiers*, 25(5), 2029-2050.
91. Park, S., Kim, H. K., Lee, H. J., Choi, M., Lee, M., & Jakovljevic, M. (2023). Strategic management and organizational culture of medical device companies in relation to corporate performance. *Journal of Medical Economics*, (just-accepted), 1-23.
92. Pedersen, E. R. G., Gwozdz, W., & Hvass, K. K. (2018). Exploring the relationship between business model innovation, corporate sustainability, and organisational values within the fashion industry. *Journal of Business Ethics*, 149(2), 267-284.
93. Pitafi, A. H., Rasheed, M. I., Islam, N., & Dhir, A. (2023). Investigating visibility affordance, knowledge transfer and



- enhancing the economic sustainability of Jordanian banks. *Journal of Business and Socio-economic Development*, (ahead-of-print).
110. Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long range planning*, 43(2-3), 172-194.
111. Tehseen, S., Deng, P., Wu, B., & Gao, Y. (2023). Culture values and entrepreneurial innovativeness: A comparative study of Malaysian ethnic entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 61(6), 2622-2655.
112. Trischler, M. F. G., & Li-Ying, J. (2022). Digital business model innovation: toward construct clarity and future research directions. *Rev Manag Sci*.
113. Troise, C., Jones, P., Candelo, E., & Sorrentino, M. (2023). The role of entrepreneurial alertness, digital platform capability, organisational agility and business model innovation on young innovative companies' performance. *Technology Analysis & Strategic Management*, 1-14.
114. Ucakturk, A., Bekmezci, M., & Ucakturk, T. (2011). Prevailing during the periods of economical crisis and recession through business model innovation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 89-100.
115. Ukko, J., Nasiri, M., Saunila, M., & Rantala, T. (2019). Sustainability strategy as a moderator in the relationship between digital business strategy and financial performance. *Journal of Cleaner Production*, 236, 117626.
116. Urban, B., & Matela, L. (2022). The nexus between innovativeness and knowledge management: A focus on firm performance in the hospitality sector. *International Journal of Innovation Studies*, 6(1), 26-34.
117. Vassallo, J. P., Banerjee, S., Zaman, H., & Prabhu, J. C. (2023). Design thinking and public sector innovation: The divergent performance. *Innovation & Management Review*, 20(2), 132-146.
102. Saputra, N., Sasanti, N., Alamsjah, F., & Sadeli, F. (2022). Strategic role of digital capability on business agility during COVID-19 era. *Procedia Computer Science*, 197, 326-335
103. Sendawula, K., Kisubi, M. K., Najjinda, S., Nantale, H., & Kabbera, S. (2023). The efficacy of entrepreneurial networking and innovation in fostering the performance of small businesses in Uganda. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 88.
104. Siegel, R., Antony, J., Govindan, K., Garza-Reyes, J. A., Lameijer, B., & Samadhiya, A. (2024). A framework for the systematic implementation of Green-Lean and sustainability in SMEs. *Production Planning & Control*, 35(1), 71-89.
105. Singh, S. K., Mazzucchelli, A., Vessal, S. R., & Solidoro, A. (2021). Knowledge-based HRM practices and innovation performance: Role of social capital and knowledge sharing. *Journal of International Management*, 27(1), 100830.
106. Syrová, L., & Špička, J. (2023). Exploring the indirect links between enterprise risk management and the financial performance of SMEs. *Risk Management*, 25(1), 1.
107. Srisathan, W. A., Ketkaew, C., & Naruetharadhol, P. (2020). The intervention of organizational sustainability in the effect of organizational culture on open innovation performance: A case of thai and chinese SMEs. *Cogent business & management*, 7(1), 1717408.
108. Sun, Y., Shahzad, M., & Razzaq, A. (2022). Sustainable organizational performance through blockchain technology adoption and knowledge management in China. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100247.
109. Taha, R., & Taha, N. (2022). The role of human resources management in



environmental capabilities for business sustainability competence: Findings from case studies in the fashion business. *Journal of Business Research*, 126, 440-471.

121. 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.

122. Yang, S. J., & Jang, S. (2020). How does corporate sustainability increase financial performance for small-and medium-sized fashion companies: Roles of organizational values and business model innovation. *Sustainability*, 12(24), 1032

effects of risk-taking, cognitive empathy and emotional empathy on individual performance. *Research Policy*, 52(6), 104768..

118. Von Delft, S., Kortmann, S., Gelhard, C., & Pisani, N. (2019). Leveraging global sources of knowledge for business model innovation. *Long range planning*, 52(5), 101848.

119. Walter, A. T. (2021). Organizational agility: ill-defined and somewhat confusing? A systematic literature review and conceptualization. *Management Review Quarterly*, 71, 343-391.

120. Wong, D. T., & Ngai, E. W. (2021). Economic, organizational, and



