

ارتقای عملکرد مالی شرکت از طریق هوش کسب‌وکار و یادگیری سازمانی؛ نقش میانجی نوآوری سازمانی

فاطمه شنبدی^۱

چکیده

زمینه و هدف: موفقیت عملکرد مالی شرکت‌ها نیازمند بهره‌گیری از ابزارهای قوی و مؤثری مانند: هوش کسب‌وکار، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی به‌عنوان عوامل مثبتی است که می‌تواند آن‌ها را در مکانیزه کردن کارهای آنالیز، تصمیم‌گیری، تدوین استراتژی و پیش‌بینی یاری رساند. هدف از پژوهش حاضر، بررسی تأثیر هوش کسب‌وکار و یادگیری سازمانی بر عملکرد مالی و با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری سازمانی بود.

روش‌شناسی: جامعه آماری این پژوهش، شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری خلیج‌فارس است و طبق فرمول کوکران؛ ۹۷ نفر از کارکنان این شرکت‌ها به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه‌ای است که روایی و پایایی آن اندازه‌گیری شده است.

یافته‌ها: نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که هوش کسب‌وکار و یادگیری سازمانی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق نوآوری سازمانی بر عملکرد مالی شرکت‌ها تأثیر دارند.

نتیجه‌گیری: ایجاد و به‌کارگیری هوش کسب‌وکار و یادگیری سازمانی با چاشنی نوآوری سازمانی؛ به مدیران در نحوه بهبود عملکرد مالی شرکت‌ها در محیط‌های پویا کمک می‌کند.

کلیدواژه‌ها: هوش کسب‌وکار، یادگیری سازمانی، نوآوری سازمانی، عملکرد مالی.

مقدمه

هدف اصلی و رسالت مدیریتی شکل‌گیری اغلب بنگاه‌ها، کسب سود و افزایش ثروت سهامداران است (کاتیلا، چن و پیزونکا،

۲۰۱۲؛ لاسی^۲، ۲۰۱۳؛ راگوانشی، آگراوال و گوش^۴، ۲۰۱۷). در راستای این رسالت، توجه به عامل‌هایی که می‌توانند بر عملکرد مالی شرکت تأثیر بگذارند، مهم است؛ زیرا شرکت‌ها دارای منابع و اطلاعات محدودی هستند (ویلار، آگر و پلا باربر^۵، ۲۰۱۴). مهم‌تر از آن، موفقیت یا شکست است و آنچه بقای یک بنگاه را تضمین می‌کند، نحوه عملکرد آن است (واندا و استیان^۶، ۲۰۱۵). به همین خاطر، ارتباط طولانی‌مدتی بین مسائل مدیریت و عملکرد وجود دارد (استروهمایر^۷، ۲۰۲۱).

در میان شرکت‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان که عموماً مبتنی بر یک ایده هستند، شرکت‌های ضعیف‌تری هستند که ممکن است در تحول شرایط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی دوام نیاورند و شکست بخورند (پروگساماتز، ۲۰۱۰). این شکست، تأثیر سویی بر بخش اقتصادی جامعه، کارآفرینی و کاهش نرخ بیکاری دارد (سجاریف و همکاران^۸، ۲۰۲۱؛ چن و لین^۹، ۲۰۲۱).

بنابراین، مدیران این شرکت‌ها علاوه بر توجه به عواملی مانند کیفیت محصول، حفظ مشتری، حفظ نقدینگی، افزایش نرخ بازگشت سرمایه و... که برای پایداری در سایر شرکت‌ها ضروری است، باید به عواملی مانند هوش کسب‌وکار، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی توجه داشته باشند که بدیهی است توجه به این عوامل می‌تواند باعث افزایش کارایی، اثربخشی و عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان شود (نیتیا و کیروتیکا^{۱۰}، ۲۰۲۱؛ نصیر و همکاران^{۱۱}، ۲۰۲۱).

هدف هوش کسب‌وکار، کمک به کنترل منابع و جریان اطلاعات کسب‌وکار است که در داخل و خارج از محیط کسب‌وکار وجود دارند. هوش کسب‌وکار در عصر اطلاعات با شناسایی و پردازش

۱. دانشجوی مدیریت بازرگانی - fa.shanbedi@gmail.com

2. Katila, Chen & Piezunka

3. Lasi

4. Raghuvanshi, Agrawal & Ghosh

5. Villar, Alegre & Pla-Barber

6. Wanda & Stian

7. Strohmeier

8. Sjarif & et al

9. Chen & Lin

10. Nithya & Kiruthika

11. Nuseir & et al

سازمانی به عنوان عوامل مثبتی هستند که می توانند آن ها را در مکانیزه کردن کارهای آنالیز، تصمیم گیری، تدوین استراتژی و پیش بینی یاری رسانند؛ از این رو، سؤال اصلی پژوهش چنین مطرح می شود: هوش کسب و کار و یادگیری سازمانی چه تأثیری بر عملکرد مالی دارند؟ و نقش نوآوری سازمانی در این رابطه چگونه است؟

پیشینه پژوهش

پیشینه نظری

هوش کسب و کار: هوش کسب و کار، بستری را برای شرکت فراهم می سازد که عملکرد خود را بهبود و ارتقا بخشد و مزیت رقابتی در بازار کسب کند. امروزه مدیران برای اتخاذ تصمیمات بهتر، نیاز به اطلاعات مفید و مرتبط در دسترس دارند؛ ولی غالباً بین اطلاعات مورد نیاز مدیران و حجم عظیم داده هایی که واحد کسب و کار در عملیات خود کسب می کند، فاصله و شکاف عمیقی وجود دارد. واحدهای کسب و کار برای پر کردن این شکاف، سرمایه گذاری کافی برای توسعه و رشد سیستم های هوش کسب و کار انجام می دهند تا داده های خام ثبت شده را به اطلاعات مفید تبدیل کنند. مفیدترین کار سیستم هوش کسب و کار، تدارک امکان دسترسی ها و پردازش حجم عظیمی از اطلاعات و تحویل زیرمجموعه های مرتبط به صورت به موقع به مدیران کسب و کار است (استفنز^{۱۱}، ۲۰۰۲). یک سیستم هوش کسب و کار می تواند به سرعت مسائل واقعی و تعاملات آن ها در عملیات کسب و کار را درک کند و شرکت های کسب و کار را ملزم کند تا به آن ها برای دستیابی به اهداف خود سریع پاسخ قابل اجرا دهند (چن و لین، ۲۰۲۱). هوش کسب و کار، به شرکت ها این کمک را می کند که وظایف تحلیل، تهیه راهبرد و پیش بینی آن ها را روشنند و خود کار نماید تا تصمیمات بهتری اتخاذ شود (ایشایا، ۲۰۱۲). هدف هوش کسب و کار تجاری، کمک به کنترل منابع و جریان اطلاعات کسب و کار است که در رون و پیرامون سازمان وجود دارند. هوش کسب و کار در قرن اطلاعات، با شناسایی و پردازش داده ها، اطلاعات انبوه و متفاوت به دانش و هوشمندی ناب مورد نیاز مدیریت؛ کمک بزرگی به سازمان ها می کند (آزوف و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۷).

یادگیری سازمانی: ایجاد یادگیری سازمانی، ۴۰ سال پیش با کار دیربون و سایمون^{۱۳} (۱۹۵۸) آغاز شد. تعاریف متعددی از یادگیری سازمانی وجود دارد که معمولاً بر تغییر در عملکرد یا شناخت

اطلاعات انبوه و گوناگون به دانش و هوشمندی ناب مورد نیاز مدیریت، برای موفقیت و بقای سازمان ها ضروری است (آزوف و همکاران^۱، ۲۰۱۷).

یادگیری سازمانی یکی از منابع با اهمیت برای کسب مزیت رقابتی در مدیریت استراتژیک است (لوپز و همکاران^۲، ۲۰۰۵) و بایستی دانش سازمانی به عنوان یک دارایی استراتژیک در سازمان مورد توجه قرار گیرد و به گونه ای آن را مدیریت کرد تا بتواند عملکرد و موقعیت رقابتی سازمان را ارتقا دهد (فام و سوئیزیک^۳، ۲۰۰۶).

توسعه یادگیری در موفقیت اقتصادی سازمان، عنصر مهمی محسوب می شود و از شاخص های بسیار مهم عملکرد شناخته می شود (مانی و همکاران^۴، ۱۹۹۸). یادگیری سازمانی را باید یک فرایند پویا از خلق، کسب و یکپارچگی دانش در راستای توسعه منابع و قابلیت هایی دانست که منجر به عملکرد بهتر سازمان می شوند (لوپز و همکاران، ۲۰۰۵).

به زعم اسلاتر و نارور^۵ (۱۹۹۵)، شرکتی که همواره به یادگیری می پردازد، فرصت بهتری برای پیگیری و جوابگویی به نیازهای مشتریان، درک و استفاده از فرصت های بازار و عرضه محصولات در خور و برنامه ریزی شده کسب می کند که این عوامل منجر به ایجاد سطح بالاتری از سوددهی اقتصادی و مالی، نوآوری و ارتقای عملکرد مالی می شود (گارسبر کتا- مورالز و همکاران^۶، ۲۰۰۶).

سازمان هایی که به یادگیری متعهد هستند با دستیابی به توان تغییر تکنولوژی (هاردستی^۷، ۲۰۰۳)، به قابلیت نوآوری در محصولات و فرایندها دست خواهند یافت و در نهایت، این توان منجر به بهبود و ارتقا عملکرد خواهد شد (مانی و همکاران، ۱۹۹۸). نوآوری می تواند از طریق بهبود عملکرد مالی و غیر مالی سبب کسب مزیت رقابتی شود. نوآوری سازمانی در پیاده سازی استراتژی ها آن هم با استفاده از فناوری های یکپارچه و پایدار می تواند موجب بهبود عملکرد مالی شود (بایر و همکاران^۸، ۲۰۲۱).

استراتژی های نوآوری بر عملکرد شرکت ها تأثیر گذار است (حریاتی و همکاران^۹، ۲۰۱۹). نوآوری سازمانی، یکی از عوامل مهم هر استراتژی است. سازمان هایی با ظرفیت بالای نوآوری، می توانند از طریق دستیابی به عملکرد بالاتر به یک مزیت رقابتی پایدار دست یابند (کان و کندی^{۱۰}، ۲۰۲۱).

کلید موفقیت کسب و کار برای بسیاری از شرکت ها، استفاده صحیح از داده ها برای تصمیم گیری بهتر، سریع تر و بی نقص تر است. شرکت ها برای نیل به این هدف، نیازمند بهره گیری از ابزارهای قوی و مؤثری مانند هوش کسب و کار، یادگیری سازمانی و نوآوری

1. AZoff & et al
2. Lopez & et al
3. Pham and Swierczek
4. Mone & et al
5. Slater & Narver

6. Garcia-Morale & et al
7. Hardesty
8. Bayer & et al
9. Hariyati & et al
10. Kahn & Candi

11. Stephens
12. AZoff & et al
13. Dearbron & simon

رقابتی استفاده می‌کنند. نوآوری سازمانی عبارت است از: گرایش سازمان‌ها به توسعه یا بهبود محصولات یا خدمات جدید و موفقیت آن‌ها در عرضه این محصولات یا خدمات به بازار. از نوآوری سازمانی به‌عنوان پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز ایده‌های نو یاد می‌شود (فرناندز مسا و آلجر^۶، ۲۰۱۴). به باور لو و چن^{۱۱} (۲۰۱۰)، نوآوری سازمانی شامل: تغییرات در ساختار و فرایندهای یک سازمان در راستای به‌کارگیری مفاهیم جدید مدیریتی، کاری و عملیاتی نظیر استفاده از کارگروه‌های تخصصی در تولید، سیستم‌های مدیریت کیفیت و مدیریت زنجیره تأمین است. نوآوری سازمانی، گرایش یک سازمان به توسعه محصولات و خدمات پیشرفته و نو و عرضه آن‌ها به بازار به‌منظور دستیابی به موفقیت (گوموسلاگلو و ایلسو^{۱۱}، ۲۰۰۹)، همچنین شناسایی زمینه‌های خلاق در ساختار سازمانی، فرایندهای اداری و روال‌های مدیریتی است (دامانپور و آراویند^{۱۲}، ۲۰۱۲).

سازمان‌ها از نوآوری به‌عنوان یک ابزار برای پیدایی سازگاری سازمانی، روبرویی با فشارهای رقابتی شدید و تغییر تقاضاهای مشتری یاد می‌کنند. سازمان‌ها از طریق نوآوری به هدف جوابگویی مؤثر به تقاضاهای محیطی و درنهایت به حفظ و بهبود عملکرد مالی دست پیدا می‌کنند (کستپولس و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۱).

عملکرد مالی: تبیین‌های مختلف و متفاوتی از عملکرد در ادبیات مدیریت وجود دارد؛ ولی تعریف کلی از عملکرد، نتایج انباشته از تمام فعالیت‌های کاری در سازمان است. عملکرد مالی به انجام فعالیت‌های مالی و درواقع درجه دستیابی به هدف‌های مالی سهامداران در راستای افزایش ثروت آنان اشاره دارد. عملکرد مالی، فرایند اندازه‌گیری نتایج حاصل از سیاست‌ها و عملیات سازمان در شرایط پولی است. درحقیقت، عملکرد مالی برای سنجش سلامت کلی مالی سازمان طی یک دوره معین از زمان به‌کار گرفته می‌شود و نیز می‌تواند به مقایسه سازمان مشابه در سراسر همان صنعت و یا سایر بخش‌ها بپردازد (بووانسوار و ونکاتش^{۱۴}، ۲۰۱۳). به اعتقاد کاپلن و نورتن (۱۹۹۷)، جنبه‌های مالی بیانگر سودآوری استراتژی اجرا شده بود؛ بنابراین، بر مواردی همچون رشد فروش، کاهش هزینه‌ها و استفاده بهینه از دارایی‌ها متمرکز است. عملکرد مالی خوب، تأثیرپذیری قابل توجهی از عملکرد غیرمالی همچون فرایندهای داخلی و عملکرد مشتری دارد. عملکرد فرایند داخلی همچون فرایندهای مدیریتی عملیات، فرایندهای مدیریتی مشتری،

(ویلیامز^۱، ۲۰۰۱) یا دامنه‌ای از رفتارهای بالقوه یک سازمان تأکید دارند (هابر^۲، ۱۹۹۱). از نوشته‌های مربوط به یادگیری سازمانی، دو چارچوب اولیه به وجود آمده است؛ تغییر رفتار (اکتساب) و شناخت (ایجاد دانش) (گلین و همکاران، ۱۹۹۶). نظریه‌های یادگیری سازمانی که بر ایجاد دانش تمرکز می‌کنند، به دنبال این هستند که دانش چگونه به‌وجود می‌آید و حفظ و منتقل می‌شود؛ درحالی‌که نظریه اکتساب مبتنی بر مفاهیم یادگیری به‌صورت محرک-پاسخ هست و نشان می‌دهد شرکت‌ها چگونه بر اساس تجربه‌های خود تغییر می‌کنند (لویت و مارچ^۳، ۱۹۹۸) در بیشتر نظریه‌ها، ایجاد دانش به‌عنوان یک‌روند اجتماعی در نظر گرفته می‌شود که به مفروضات یا چارچوب‌هایی برای ارتباط در سازمان بستگی دارد (اسکانت^۴، ۱۹۹۷). از یادگیری سازمانی تحت عنوان توسعه دانش جدید یا بصیرتی که ظرفیت‌هایی را برای تحت‌تأثیر قرار دادن رفتار دارد، یاد می‌شود (آو و همکاران، ۲۰۰۹؛ هو، ۲۰۱۴).

هدف اولیه یادگیری سازمانی، افزایش کمیّت و کیفیت عملکرد است که به شرکت این امکان را می‌دهد که مقدار فروش را بهبود و افزایش دهد؛ به حمایت بیشتری دست‌یابد و مشتریان جدید را ایجاد، حفظ و توسعه دهد. علاوه بر این، سازمان‌هایی که سریع‌تر یاد می‌گیرند، قابلیت‌های استراتژیک را افزایش می‌دهند و شرکت را به تقویت یک موقعیت رقابتی و بهبود نتایج می‌رساند. این نگرش‌ها، رفتارها و استراتژی‌های یادگیری سازمانی خطوط راهنما برای عملکرد بلندمدت ممتاز سازمان‌هاست (مورالز و همکاران^۵، ۲۰۱۱).

نوآوری سازمانی: برای یک سازمان، نوآوری از ایده‌ها یا رفتار نو به‌وجود می‌آید؛ بنابراین، برای یک شرکت، نوآوری می‌تواند یک محصول یا خدمت جدید، یک فناوری تولید، یک شیوه تولید جدید و یا یک راهبرد جدید مدیریتی باشد (لیائو و همکاران، ۲۰۰۸). اکثر نوآوری‌های موفق، نتیجه تغییرات تدریجی در مفاهیم و روش‌شناسی‌هایی است که پیوسته به‌کار گرفته می‌شوند (تاشمن و نادلر^۶، ۱۹۸۶). گردآوری منابع سازمانی با تکیه بر خلق، جستجو، تحصیل و انتشار دانش و نوآوری سازمانی مؤثر، کلید کسب مزیت‌های رقابت پایدار در محیط همواره در حال تغییر است (لمون و ساهوتا^۷، ۲۰۰۴). نوآوری سازمانی باعث ایجاد محصولات یا خدمات مفید و ارزشمندی در یک زمینه سازمانی می‌شود (وودمن و همکاران^۸، ۱۹۹۳).

بسیاری از سازمان‌ها، از فعالیت‌های نوآورانه به‌عنوان یک سلاح

1. Williams
2. Huber
3. Levitt & March
4. Schwandt
5. Morales et al
6. Tushman & Nadle
7. Lemon & Sahota
8. Woodman et al
9. Fernánde z-Mesa & Alegre
10. Lu & Chen
11. Gumusluoglu & Ilsev
12. Damanpour & Aravind
13. Kostopoulos & et al
14. Buvaneshwari & Venkatesh

فرایندهای نوآوری و فرایندهای اجتماعی در صورت پشتیبانی از سوی سرمایه فکری و سیستم‌های اطلاعاتی حسابداری مدیریت تقویت خواهند شد (حریاتی و همکاران، ۲۰۱۹). رشد و توسعه اقتصاد، افزایش شرکت‌های سهامی و تفکیک مدیریت از مالکیت، امروزه مسائل نمایندگی را به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های سرمایه‌گذاران مبدل ساخته است؛ از این رو، انتخاب معیاری مناسب به منظور اطمینان از دستیابی شرکت به هدف نهایی خود که همانا بیشینه‌کردن ثروت مالکان است، از مهم‌ترین راهکارهای پیش روی سهامداران برای ارزیابی عملکرد شرکت و به تبع آن تصمیم‌گیری‌های صحیح اقتصادی است (آذربایجانی و همکاران، ۱۳۹۰).

پیشینه تجربی

الفتی فر (۱۴۰۰) به پژوهشی با عنوان «رابطه یادگیری سازمانی با نوآوری و عملکرد شغلی کارکنان آموزش و پرورش شهر کرمانشاه» پرداخت. یافته‌ها نشان داد بین یادگیری سازمانی و نوآوری کارکنان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بین یادگیری سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ اما بین مؤلفه چشم‌انداز مشترک با عملکرد شغلی کارکنان رابطه‌ای وجود نداشت. بین یادگیری سازمانی و نوآوری و عملکرد شغلی کارکنان زن و مرد تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

زراعت کار و فیض‌آبادی (۱۴۰۰) به پژوهشی تحت عنوان «تأثیر قابلیت یادگیری سازمانی بر عملکرد فردی با توجه به نقش میانجی کار تیمی از دیدگاه کارکنان» شرکت‌هایی پرداختند. نتایج نشان داد که قابلیت یادگیری سازمانی بر عملکرد فردی و کار تیمی اثر مثبت و مستقیم دارد و نیز اثر مستقیم قابلیت یادگیری سازمانی بر عملکرد، همچنین اثر غیرمستقیم آن (از طریق کار تیمی) بر عملکرد فردی معنی‌دار شده است.

احمدی اصفهانی (۱۳۹۷) به پژوهشی تحت عنوان «تأثیر ظرفیت هوشمندی کسب‌وکار، یادگیری شبکه‌ای و نوآوری بر عملکرد سازمانی» پرداخت. نتایج نشان داد که ظرفیت‌های هوشمندی کسب‌وکار بر یادگیری شبکه‌ای، نوآوری و عملکرد سازمانی تأثیر مثبت دارد.

کریمی‌ان و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «تأثیر هوش کسب‌وکار بر عملکرد شرکت‌های کسب‌وکار» به بررسی عملکرد بازاریابی شرکت‌هایی پرداختند که از سیستم هوش کسب‌وکار برای انتخاب اطلاعات و گرفتن تصمیم استراتژیک بر مبنای نیل به

مزیت رقابتی در عملکرد شرکت هست. پانجا و پائول (۲۰۱۴) بر استفاده از هوش کسب‌وکار در حوزه‌های مختلف صنعت بانکداری تأکید می‌کند. این حوزه‌ها شامل: مدیریت عملکرد عملیاتی و مالی، مدیریت سودآوری مشتری، مدیریت ریسک اعتباری، ارزیابی وضعیت بانک‌ها و مقایسه آن با اهداف تبیین شده، مدیریت عملیاتی و هوش کسب‌وکار اجتماعی است. چان و همکاران^۱ (۲۰۱۶) به پژوهشی تحت عنوان «اثر تعدیل‌کننده پویایی محیطی بر نوآوری و عملکرد شرکت» پرداختند. نتایج نشان داد شرکت‌هایی که دارای نوآوری تولید بودند، عملکرد مالی بالاتری نسبت به شرکت‌های دیگر داشته‌اند.

فینک و همکاران^۲ (۲۰۱۷) به پژوهشی با عنوان «هوش کسب‌وکار و یادگیری سازمانی: یک بررسی تجربی از فرایندهای ایجاد ارزش» پرداختند و یک مدل خلق ارزش هوش کسب‌وکار را طراحی و آزمایش کردند و برای ساختن فرضیه در مورد مسیرهایی که دارای‌ها و ظرفیت‌های هوش کسب‌وکار، ارزش کسب‌وکاری خلق می‌کنند، تحلیلی بر روی تئوری مبتنی بر منابع و مفهومی‌سازی یادگیری سازمانی صورت پذیرفت.

بوزیک و دیموسکی^۳ (۲۰۱۹) به پژوهشی با عنوان «هوش کسب‌وکار، نوآوری و عملکرد شرکت: یک مدل از پویایی ظرفیت جذب» پرداختند. نتایج نشان داد که هوش کسب‌وکار بر نوآوری و ظرفیت جذب تأثیر مثبت دارد. هوش کسب‌وکار بر عملکرد شرکت نیز تأثیر مثبت دارد.

کان و کندی (۲۰۲۱) به پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه بین استراتژی نوآوری و عملکرد» پرداختند. تحقیق آن‌ها بررسی می‌کند که چگونه اندازه شرکت و نوع ارائه (محصول یا خدمات)، رابطه بین استراتژی نوآوری و عملکرد را تعدیل می‌کند. نتایج دو پژوهش شامل نمونه‌هایی از مدیران شرکت‌ها در ایالات متحده نشان می‌دهد که اندازه شرکت و نوع پیشنهاد واقعاً روابط بین استراتژی نوآوری و عملکرد را تعدیل می‌کند و اثرهای تعدیل‌کننده دوگانه وجود دارد.

چن ولین (۲۰۲۱)، پژوهشی با عنوان «قابلیت‌های هوش کسب‌وکار و عملکرد شرکت: پژوهشی در چین» انجام دادند که نتایج پژوهش نشان داد که آثار مثبت تجمعی مستقیم و با شدت بالا در بین اجزای ساختاری مدل مفهومی STD وجود دارد و قابلیت‌های دینامیکی مرتبط با هوش کسب‌وکار می‌تواند کارایی عملیاتی و عملکرد شرکت را افزایش دهد.

نیتا و یروتیکا^۴ (۲۰۲۱) در پژوهش خود تحت عنوان «تأثیر پذیرش هوش کسب‌وکار بر عملکرد بانک‌ها» مدل مفهومی را تدوین کردند

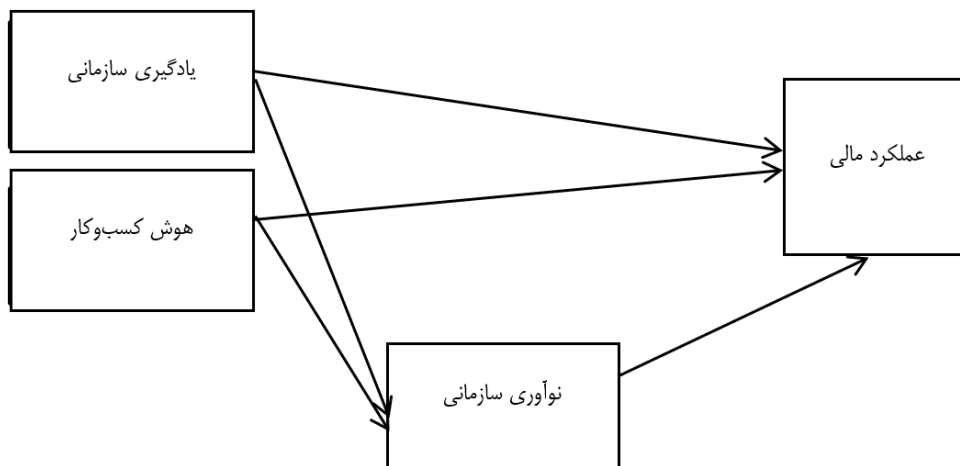
1. Chan & et al
2. fink & et al
3. Božič & Dimovski
4. Nithya & Kiruthika

متغیرها به سه دسته: مستقل، میانجی و وابسته تقسیم می‌شوند. متغیرهای مستقل این پژوهش، هوش کسب‌وکار و یادگیری سازمانی است. متغیر وابسته در این پژوهش، عملکرد مالی است. متغیر میانجی پژوهش حاضر، نوآوری سازمانی است. با توجه به متغیرهای اصلی پژوهش و نیز هدف از انجام این مطالعه که شناخت و بررسی رابطه بین این متغیرهاست، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل (۱) پیشنهاد می‌شود:

و در نهایت، نتایج نشان داد که هوش کسب‌وکار بر عملکرد بانک‌ها تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. هانگ و همکاران (۲۰۲۲) به پژوهشی تحت عنوان «تأثیر هوش تجاری بر عملکرد مالی استارت‌آپ‌ها» پرداختند. نتایج نشان داد که هوش تجاری بر عملکرد مالی به‌طور غیرمستقیم از طریق نقش میانجی نوآوری و یادگیری شبکه‌ای در استارت‌آپ‌ها تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. این دو عامل برای افزایش عملکرد مالی ضروری هستند.

▶ مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

هر تحقیق علمی بر مبنای یک چارچوب نظری است که متغیرهای موردنظر و روابط میان آن‌ها را معین می‌کند. در پژوهش حاضر،



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

موردنیاز ۹۷ نفر بود و ۱۰۵ پرسشنامه برای حصول اطمینان توزیع شد و در نهایت تعداد ۹۷ پرسشنامه گردآوری شد.

▶ روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی است؛ زیرا نتایج آن برای سازمان‌های مورد مطالعه راهکارهای عملی ارائه می‌کند. همچنین از نظر چگونگی دستیابی به داده‌های علمی، در میان تحقیقات پیمایشی است؛ زیرا از ابزار پرسشنامه برای بررسی هر یک از معیارها و متغیرها استفاده شده است. با توجه به سنجش روابط میان متغیرها، پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش، شامل: مدیران و کارشناسان مؤسسات و شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری خلیج فارس بوشهر است. نمونه‌گیری این پژوهش تصادفی ساده است. برای مشخص کردن اندازه نمونه از فرمول کوکران استفاده شد؛ همچنین، مشخص شد که تعداد مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری ۱۳۰ نفر است؛ بنابراین، تعداد نمونه

ابزار سنجش، روایی و پایایی

پرسشنامه یادگیری سازمانی: در پژوهش حاضر برای سنجش یادگیری سازمانی از پرسشنامه یادگیری سازمانی لویز، پئون و اورداس^۱ (۲۰۰۴) استفاده شد. پرسشنامه یادگیری سازمانی شامل ۱۳ گویه و چهار مؤلفه کسب دانش، تفسیر دانش، توزیع دانش و حافظه سازمانی است. به هر ماده، روی یک مقیاس پنج درجه‌ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) پاسخ می‌دهند. در این پژوهش، پایایی پرسشنامه یادگیری سازمانی از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۹ به دست آمد.

لویز و همکاران (۲۰۰۴)، پایایی این پرسشنامه را از طریق روش آلفای کرونباخ برای خرده‌مقیاس کسب دانش ۰/۷۵، توزیع

لیکرت پنج گزینه‌ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) نمره‌گذاری می‌شود. وانگ و احمد^۲ (۲۰۰۴) در پژوهش خود ضریب پایایی پرسشنامه نوآوری سازمانی از طریق آلفای کرونباخ را ۰/۹۱ گزارش دادند. در این پژوهش، پایایی پرسشنامه نوآوری سازمانی از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۸ به دست آمد.

روش اجرا و تحلیل داده‌ها

برای اجرای آزمون و تکمیل پرسشنامه‌ها توسط آزمودنی‌ها، به شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری خلیج فارس مراجعه شد و به تعداد ۱۰۵ نفر از کارکنان انتخاب شده در نمونه‌گیری تصادفی ساده، پرسشنامه‌های فوق‌الذکر ارائه شد و از آن‌ها خواسته شد که این پرسشنامه‌ها را تکمیل کنند و در نهایت، تعداد ۹۷ پرسشنامه گردآوری شد. مدل مفهومی پژوهش حاضر با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از نرم‌افزار آماری AMOS-۲۳ تجزیه و تحلیل شد.

یافته‌های پژوهش

جدول (۱)، شاخص‌های توصیفی و ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، ضرایب همبستگی بین متغیرها در سطح $P < ۰/۰۱$ معنی‌دار هستند. جدول (۲)، برازش الگوی پیشنهادی را بر اساس شاخص‌های برازندگی نشان می‌دهد. جدول (۳)، اثرهای مستقیم بین متغیرها را نشان می‌دهد. مسیرهای غیرمستقیم از طریق شیوه بوت استرپ در نرم‌افزار AMOS بررسی شدند که در جدول (۴) مشاهده می‌شود.

دانش ۷۸٪، تفسیر دانش ۷۷٪، حافظه سازمانی ۸۸٪ و برای یادگیری سازمانی ۸۱٪ گزارش کرده‌اند و روایی پرسشنامه یادگیری سازمانی را در حد قابل قبولی ذکر کرده‌اند. در پژوهش حاضر، پایایی این پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۸ به دست آمد.

پرسشنامه هوش کسب‌وکار: در پژوهش حاضر، برای سنجش هوش کسب‌وکار از پرسشنامه پروویچ و همکاران^۱ (۲۰۱۲) استفاده شد. این پرسشنامه ۳۱ گویه دارد و شش مؤلفه یکپارچگی داده‌ها، قابلیت‌های تحلیلی، کیفیت محتوای اطلاعاتی، کیفیت دسترسی به اطلاعات، استفاده از اطلاعات در فرایند کسب‌وکار و فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی را موردسنجش قرار می‌دهد و به هر ماده، روی یک مقیاس هفت درجه‌ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۷ (کاملاً موافقم) پاسخ داده می‌شوند. در پژوهش حاضر، پایایی پرسشنامه هوش کسب‌وکار از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۶ به دست آمد.

پرسشنامه عملکرد مالی: در پژوهش حاضر، برای سنجش عملکرد مالی از پرسشنامه قرانفله و همکاران (۲۰۱۴) استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۶ گویه است و دو مؤلفه مالی و بازاری را در برمی‌گیرد و به هر ماده، روی یک مقیاس پنج گزینه‌ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) پاسخ داده می‌شود. در این پژوهش، پایایی پرسشنامه عملکرد مالی از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۳ به دست آمد.

پرسشنامه نوآوری سازمانی: در پژوهش حاضر، برای سنجش نوآوری سازمانی از پرسشنامه نوآوری سازمانی وانگ و احمد (۲۰۰۴) استفاده شد. این پرسشنامه اقتباس شده از پرسشنامه ۲۹ ماده‌ای ویلکاکس^۳ (۱۹۹۴) است، ۲۰ گویه دارد و پاسخ‌ها بر مبنای

جدول ۱. یافته‌های توصیفی و ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش حاضر

ردیف	متغیر	میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳	۴
۱	عملکرد مالی	۱۳/۲۸	۶/۸۹	۱			
۲	هوش کسب‌وکار	۱۵/۶۲	۷/۱۵	**۰/۱۶	۱		
۳	یادگیری سازمانی	۳۶/۱۶	۷/۵۹	**۰/۱۴	**۰/۱۸	۱	
۴	نوآوری سازمانی	۱۸/۳۱	۳/۴۱	**۰/۲۷	**۰/۲۳	**۰/۲۴	۱

$$*p \leq ۰/۰۵, ** p \leq ۰/۰۰۱$$

جدول ۲. شاخص‌های برازندگی الگوی پیشنهادی

RMSE A	NFI	CFI	TLI	IFI	AGFI	GFI	χ^2/df	Df	χ^2	شاخص‌های برازش متغیر
< ۰/۸	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	< ۵	-	-	مقدار قابل قبول
۰/۰۰۲۸	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۹۳	۰/۹۲	۰/۹۶	۱/۶۳	۳	۴/۸۹	الگوی پیشنهادی

با توجه به مندرجات جدول (۲)، تمامی شاخص‌ها، برازش کامل الگوی ارائه شده را نشان می‌دهد. برازش الگوی اولیه بر اساس شاخص‌های برازندگی معرفی شده ارزیابی شدند. مقادیر شاخص‌های برازندگی همچون نیکویی برازش (GFI)، نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)، برازندگی هنجار شده (NFI)، برازندگی تطبیقی (CFI)، برازندگی افزایشی (IFI) و توکر - لویس (TLI)، بیانگر برازش قابل قبول الگوی پیشنهادی با داده‌ها هستند و شاخص جذر میانگین مجذورات خطا (RMSEA) در الگوی پیشنهادی ۰/۰۰۲۸ به دست آمد که حاکی از برازش معقول مدل پیشنهادی است.

جدول ۳. الگوی ساختاری، مسیرها و ضرایب استاندارد آن‌ها در الگوی پیشنهادی

Sig	آماره t	β	مسیر
۰/۰۰۰	۶/۸۷	۰/۷۵۹	عملکرد مالی ← هوش کسب‌وکار
۰/۰۰۰	۴/۴۸	۰/۶۳۴	نوآوری سازمانی ← هوش کسب‌وکار
۰/۰۰۰	۴/۱۵	۰/۶۱۴	عملکرد مالی ← یادگیری سازمانی
۰/۰۰۰	۳/۱۶	۰/۳۹۱	نوآوری سازمانی ← یادگیری سازمانی
۰/۰۰۰	۵/۷۳	۰/۶۹۴	عملکرد مالی ← نوآوری سازمانی

جدول ۴. آزمون بوت استرپ جهت بررسی روابط علی غیرمستقیم

سطح معنی‌داری	حد بالا	حد پایین	B	مسیر علی غیرمستقیم
۰/۰۰۱	۰/۰۶۹	۰/۲۳۱	۰/۱۲۶	نوآوری سازمانی تأثیر بین هوش کسب‌وکار ← عملکرد مالی
۰/۰۰۱	۰/۰۴۲	۰/۱۵۸	۰/۰۸۹۰	نوآوری سازمانی تأثیر بین یادگیری سازمانی ← عملکرد مالی

می‌توان به پیش‌بینی عملکرد مالی آن‌ها پرداخت. بر اساس آنالیز، همه فرضیه‌ها در جامعه مورد مطالعه تأیید شد. آزمون فرضیه نخست نشان داد که هوش کسب‌وکار با شدت اثر ۰/۷۵۹ و ارزش t با مقدار ۶/۸۷ بر عملکرد مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با یافته‌های همتی و همکاران (۱۳۹۳)، رهنمای رودپشتی و همکاران (۱۳۹۲)؛ بوزیک و دیموسکی (۲۰۱۹)؛ نیتیا و کیروتیکا (۲۰۲۱)؛ نصیر و همکاران (۲۰۲۱) همسواست.

موفقیت عملکرد مالی شرکت‌ها به تحلیل و تفسیر داده‌های مالی از تراکنش‌های پیچیده بازار بستگی دارد که مستلزم هوش

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، بررسی تأثیر هوش کسب‌وکار و یادگیری سازمانی بر عملکرد مالی شرکت‌های دانش‌بنیان و با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری سازمانی بود. با وجود مطالعات تا حدودی مشابه در حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان، پژوهش حاضر برای اولین بار ارتباط بین این متغیرها را بررسی کرد. به‌طور کلی، آزمون مدل مفهومی پژوهش نشان داد که بر مبنای هوش کسب‌وکار یادگیری سازمانی و با میانجی‌گری نوآوری سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان

همکاران، ۲۰۰۲). بنا بر نتیجه به دست آمده، بهبود وضعیت قابلیت یادگیری سازمانی؛ تأثیر مستقیمی بر عملکرد مالی سازمان داشته و با فراهم سازی شرایط لازم در راستای افزایش قابلیت یادگیری سازمانی می توان باعث احیای عملکرد مالی در سازمان شد (اکی بروک و اولسن^۱، ۲۰۰۹). نوآوری از طریق حفظ رشد فروش و تکرار خرید به هزینه های پایین تر و مشتریان بیشتر دست خواهد یافت که نتیجه این امر، سبب بهبود و افزایش سودآوری سازمان خواهد شد (جیانگ و لی، ۲۰۰۸).

آزمون فرضیه چهارم نشان داد که یادگیری سازمانی با شدت اثر ۰/۳۹۱ و ارزش t با مقدار ۳/۱۶ بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با یافته های گری باذ و ریگار (۱۹۹۹)؛ گریو (۲۰۰۵)؛ جی و همکاران (۲۰۰۶)؛ آلبرت و همکاران (۲۰۰۷)؛ لیائو و همکاران (۲۰۱۰) و بیلان و همکاران (۲۰۲۰) همسویی دارد.

آرگریس و اشوان^۲ (۱۹۷۹) اظهار می کنند که یادگیری سازمانی، ظرفیت و قابلیت نوآوری یک سازمان را افزایش خواهد داد و استات (۱۹۸۹)، نوآوری را به عنوان نتیجه یادگیری فردی و سازمانی معرفی می کند و آن را تنها منبع ماندگار مزیت رقابتی در صنایع دانش محور می داند. وجود نوآوری مستمر در سازمان می تواند تضمین کننده افزایش سودآوری باشد. بهرحال، روش های یادگیری سازمانی متفاوت، در نتیجه فعالیت های نوآورانه متفاوت خواهد بود (مک کی^۳، ۱۹۹۲). گروه های کاری در سازمان بر یادگیری و نوآوری سازمانی تأکید کردند. اسکرلاو و همکاران (۲۰۱۰) اظهار می کنند که وجود یک فرهنگ قوی یادگیری در سازمان بر روی نوآوری سازمانی تأثیر مثبتی خواهد داشت. هدف اصلی یادگیری سازمانی، تغییر در رفتار عملی نیروی کار است. این تغییر به بهبود مهارت ها منجر می شود و سطح دانش موجود کارکنان را افزایش می دهد. این ارتقای دانش و مهارت شغلی افراد، بستر لازم را برای خلق ایده ها و عملی کردن آن ها ارائه می دهد که به نوبه خود، نوآوری سازمانی را در پی خواهد داشت (داروک و ماناتون^۴، ۲۰۰۲).

آزمون فرضیه پنجم نشان داد که نوآوری سازمانی با شدت اثر ۰/۶۹۴ و ارزش t با مقدار ۵/۷۳ بر عملکرد مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با یافته های آلیت تریانی و هندایانی^۵ (۲۰۱۸)؛ چان و همکاران^۶ (۲۰۱۷)؛ گابریل^۷ (۲۰۱۶)؛ قارونی و آندرواژ (۱۳۹۴)؛ وفایی پور (۱۳۹۷)؛ علی اکبری و عدالت جو (۱۳۹۲)؛ خانلری و سبزه علی (۱۳۹۴) و عباس زاده (۱۳۹۸) همخوانی دارد.

کسب و کار در مدیران و سازمان است؛ از این رو، وجود قابلیت بالای مدیران به لحاظ هوش کسب و کار منجر به بالا بردن سطح کارایی، تقویت خدمات به مشتریان و افزایش سودآوری شرکت می شود (همتی قلی زاده و ولی پور، ۱۳۹۳). مدیران دارای هوش کسب و کار بالا می توانند با تشخیص و درک مناسب از فرایندهای سازمانی، نیاز به تغییر و خلق پویایی را بهتر و مؤثرتر القا کنند و در راستای ارتقا و بهبود عملکرد بخش های مختلف سازمان کوشش نمایند (صالح زاده، عطارپور و شایمی، ۱۳۸۹).

آزمون فرضیه دوم نشان داد که هوش کسب و کار با شدت اثر ۰/۶۳۴ و ارزش t با مقدار ۴/۴۸ بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با یافته های بوزیک و دیموسکی (۲۰۱۹)؛ سبکرو و همکاران (۱۳۹۷)؛ کریمیان و همکاران (۱۳۹۴) و علامه و همکاران (۱۳۹۳) همسویی دارد. یکی از ویژگی های مهم دنیای امروزی، حجم عظیم اطلاعاتی است که دنیا را در بر گرفته و با توجه به اینکه هدف غایی هوش کسب و کار، بهبود به موقع و کارآمد اطلاعات کسب و کار است، ایجاد و شناسایی تکنولوژی هایی که در بخش کلان داده مفید و اثربخش باشند و بتوانند راه حل هایی را در راستای دسترسی به اطلاعات با کیفیت عرضه کنند و توانایی پردازش و تجزیه و تحلیل به موقع و آنی اطلاعات را داشته باشند، مهم ترین قدم به سوی نوآوری سازمانی است (وحدت، ۱۳۹۳). هوش کسب و کار به دنبال افزایش سود و بهره وری سازمان ها از طریق به دست آوردن فرصت هایی خارج از محیط سازمان است و موجب تشویق سازمان ها در به کارگیری رویکرد نوآوری و ورود ایده های ناب از محیط بیرون به درون سازمان می شود (گلرز و همکاران، ۲۰۱۰).

آزمون فرضیه سوم نشان داد که یادگیری سازمانی با شدت اثر ۰/۶۱۴ و ارزش t با مقدار ۴/۱۵ بر عملکرد مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با یافته های خانلری و سبزه علی (۱۳۹۴)؛ اکی بروک و اولسن (۲۰۰۹) و هسو (۲۰۱۴) همسویی دارد.

یادگیری سازمانی از کلیدی ترین دارایی ها و حیاتی ترین راهبردهای سازمان در راستای بهبود عملکرد و کسب مزیت رقابتی به شمار می آید (هسو، ۲۰۱۴). تمرکز بر یادگیری، موجب خلق انگیزه، تعهد و هدف مشترک بین اعضای سازمان می شوند (کاندمیر و هالت، ۲۰۰۵). یادگیری به مکانیسم ها و فرایندهایی اشاره دارد که بستر یادگیری و افزایش معلومات در سازمان ها را هموار می سازد؛ از این رو، سودآوری سازمان را افزایش می دهد (ماتسونو و

1. Eikebrokk & Olsen
2. Argyris & Eschwan
3. Mckee
4. Darroch & MaNaughton
5. Alit Triani & Handayani
6. Chan & et al
7. Gabriyel

ایفا می‌کند. هوش کسب‌وکار یکی از ابزارهای قدرتمند در سازمان است که مدیران سازمان با خلق خلاقیت و نوآوری در آن، در اتخاذ تصمیم‌گیری موفق‌تر خواهند بود و سود سازمان را افزایش خواهند داد. هوش کسب‌وکار با سرعت بخشیدن به امور و کاهش دوباره کاری‌ها و ضایعات در سازمان به کاهش هزینه‌ها کمک می‌کند و با نوآوری در محصولات، خدمات سودآوری و عملکرد سازمان را بهبود می‌بخشد (نصیر و همکاران، ۲۰۲۱).

آنچه پس از انجام پژوهش حاضر به آن دست‌یافتیم، این مهم بود که درک عمقی‌تری از مکانیزه‌های مدیریت مالی در شرکت‌های دانش‌بنیان مورد توجه و مرکزیت قرار گیرد؛ به همین دلیل، هوش کسب‌وکار مدیران به‌عنوان مفهومی جدید و البته مهم در اقتصاد و مدیریت مدنظر قرار گرفت. علاوه بر این، برای افزایش قابلیت و دامنه تحلیل، مفهوم نوآوری به‌عنوان محرک اصلی سودآوری پایدار همسو با هوش کسب‌وکار و یادگیری سازمانی ارزیابی شدند. بر اساس پیمایش انجام‌شده که حاصل از سنجش برآیند ادراک جامعه آماری از طریق پرسشنامه بود، این نتیجه حاصل شد که هوش کسب‌وکار، یادگیری سازمانی و نوآوری به‌طور معناداری به‌صورت شبکه روابط چندگانه بر عملکرد مالی شرکت‌های دانش‌بنیان اثرگذار هستند؛ از این‌رو، برداشتهای ذهنی و انتزاعی قبلی در مورد ارتباط عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان موفق با هوش کسب‌وکار، یادگیری سازمانی و نوآوری در این پژوهش به‌صورت علمی اثبات و تفسیر گردید.

به محققین پیشنهاد می‌شود در مطالعات آینده، متغیرهایی مانند: نقش عوامل سازمانی مانند فرهنگ، ساختار و اینرسی سازمانی، نقش رهبری، فناوری و نوآوری و مدیریت، انعطاف‌پذیری استراتژیک و چابکی استراتژیک را بر عملکرد مالی بسنجند؛ همچنین، تأثیر عوامل بیرونی مانند چرخه عمر صنعت، تغییرات جمعیتی و نظارتی بررسی شود.

با توجه به این حقیقت که نوآوری‌ها به‌منظور دستیابی به مزیت رقابتی و خلق جایگاه در بازار برای شرکت‌های کسب‌وکار به وجود آمده‌اند، تأثیر نوآوری بایستی در ارزش شرکت و عملکرد مالی شرکت انعکاس پیدا کند. نتایج نشان می‌دهد شرکت‌هایی که دارای میزان نوآوری بالاتری هستند، سودآوری بیشتری دارند؛ زیرا وجود نوآوری در کار، به‌منظور بهبود ظرفیت کسب‌وکار برای خلق فرهنگی مناسب در راستای توسعه محصولات با ارزش‌تر و با کیفیت‌تر از رقبای در نتیجه، کسب و حفظ عملکرد برتر، امری ضروری است (ژی و همکاران، ۲۰۱۹).

آزمون فرضیه ششم نشان داد که نوآوری سازمانی در سطح اطمینان ۰/۹۹، ارتباط بین یادگیری سازمانی با عملکرد مالی شرکت‌های دانش‌بنیان را میانجی‌گری می‌کند. بنابراین نتیجه به‌دست‌آمده، افزایش عملکرد مالی شرکت تنها به دلیل تأثیر مستقیم یادگیری سازمانی نبوده و سازه نوآوری سازمانی در انتقال تأثیر یادگیری سازمانی بر عملکرد مالی شرکت نقش بسزایی ایفا می‌کند. پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه کسب‌وکار تا به امروز، با اذعان به ضرورت نوآوری، آن را به‌عنوان کلید موفقیت در رقابت می‌دانند. یادگیری سازمانی سبب خلق دانش جدید در سازمان می‌شود که این عنصر بالقوه‌ای در جهت تغییر رفتار کارکنان، دستیابی به اهداف سازمانی، انطباق با تغییرات و رشد و توسعه از طریق بهبود سطح یادگیری است که به افزایش نوآوری و عملکرد سازمانی منجر می‌شود (آلگره و چپوا، ۲۰۰۸).

آزمون فرضیه هفتم نیز نشان داد که نوآوری سازمانی در سطح اطمینان ۰/۹۹ ارتباط بین هوش کسب‌وکار با عملکرد مالی شرکت‌های دانش‌بنیان را میانجی‌گری می‌کند. بنابراین نتیجه به‌دست‌آمده، افزایش عملکرد مالی شرکت تنها به دلیل تأثیر مستقیم هوش کسب‌وکار نبوده و سازه نوآوری سازمانی در انتقال تأثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد مالی شرکت نقش بسزایی

منابع

- احمدی اصفهانی، آرش (۱۳۹۷). تأثیر ظرفیت هوشمندی کسب و کار، یادگیری شبکه‌ای و نوآوری بر عملکرد سازمانی، اولین کنفرانس بین‌المللی رویکردهای نوین در مدیریت کسب و کار و حسابداری با تأکید بر ارزش‌آفرینی و اقتصاد مقاومتی، تهران.
- آذربایجانی، کریم؛ سروش‌یار، افسانه و یاریان کوپائی، سمانه (۱۳۹۰). «جستجوی بهترین معیار عملکرد مالی»، حسابرس شماره ۵۲، ۹۹-۹۶.
- زراعت‌کار، سمیه و فیض‌آبادی، الهام (۱۴۰۰). «تأثیر قابلیت یادگیری سازمانی بر عملکرد فردی با توجه به نقش میانجی کار تیمی از دیدگاه کارکنان»، نشریه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، شماره ۵۹.
- الفتی‌فر، پرینسا (۱۴۰۰). «رابطه یادگیری سازمانی با نوآوری و عملکرد شغلی کارکنان آموزش و پرورش شهر کرمانشاه»، پیشرفت‌های نوین در روانشناسی، علوم تربیتی و آموزش و پرورش، شماره ۳۷، ۴۶-۳۷.
- کریمیان، حسن؛ بهرامی، مژگان و براتی، مسعود (۱۳۹۴). تأثیر هوش کسب و کار بر عملکرد بازاریابی همراه با نقش تعدیل‌گر آشفتگی محیطی (مورد مطالعه: شرکت‌های داروسازی)، دومین کنفرانس بین‌المللی ابزار و فن‌های مدیریت، تهران.
- وحدت، نفیسه (۱۳۹۳). بررسی تأثیر فناوری‌های نوین هوش کسب و کار بر نوآوری سازمان از منظر مدیران (مطالعه موردی: نظام صنفی رایانه‌ای استان اصفهان)، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دانشگاه پیام نور، دانشگاه پیام نور استان تهران، دانشکده مدیریت و حسابداری.

- Alberto, A. J. ; Eulogio C. (2007). Leadership and organizational learning's role on innovation and performance: lessons from Spain, *Industrial Marketing Management*, 3, 349-359.
- Alegre, J. , & Chiva, R. (2008). Assessing the impact of organizational learning capability on product innovation performance: An empirical test. *Technovation*, 28(6): pp. 315-326.
- Bartel, C. and Garud, R. (2009). The role of narratives in sustaining organizational innovation, *Organization Science*, 20(1), pp. 107-117.
- Bilan et al. , 2020 Bilan Y. , Hussain H. I. , Haseeb M. , Kot S. , (2020). Sustainability and economic performance: Role of organizational learning and innovation, *Engineering Economics*. 31 (1) 93-103.
- Božič, Katerina. ,Dimovski, Vlado. (2019). Business intelligence and analytics use, innovation ambidexterity, and firm performance: A dynamic capabilities perspective.
- Buvanewari, R. , & Venkatesh. M. (2013). A Study on Financial Performance with Special Reference to Sundaram Hydraulics Limited, Chennai. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 2(8), 139-154.
- Chan, H. K. , Yee, R. W. , Dai, J. , & Lim, M. K. (2016). The moderating effect of environmental dynamism on green product innovation and performance. *International Journal of Production Economics*, 181, 384-391.



- Chen, Y. , & Lin, Z. (2021). Business intelligence capabilities and firm performance: A study in China. *International Journal of Information Management*.
- Damanpour, F. & Aravind, D. (2012). Managerial innovation: Conceptions, processes, and antecedents, *Management and Organization Review*, Vol. 8, No. 2, pp: 423–454.
- Darroch, J. , & MaNaughton, R. (2002). Examining the link between knowledge management practices and types of innovation. *Journal of Intellectual Capital*, 3(3): pp. 210–222.
- Dearborn, R. , and Herbert A. Simon(1958) “Selective perception in executives. “ *Sociometry*, 21: 140- 144.
- Ferna´ndez-Mesa, A. , & Alegre, J. (2014), Entrepreneurial orientation and export intensity: Examining the interplay of organizational learning and innovation, *International Business Review*.
- Garcia Morales, V. J. , Lopez -Martin, F. J. & Llamas - Sanchez, R. (2006). Strategic factors and barriers for promoting educational organizational learning. *Teaching and Teacher Education*, 22: 478-502.
- Glynn, M. A. ,, (1996). Innovative genius: a framework for relating individual and organizational intelligences to innovation. *Academy of Management Review* 21, 1081–1111.
- Greve, H. R. (2005). Interorganizational learning and heterogeneous social structure”, *Organization Studies*, 26: 1025–1047.
- Gumusluoglu ,L. & Ilsev, A. (2009), Transformational leadership ,creativity and organizational innovation, *Journal of Business Research* ,Vol. 62, pp: 461-473.
- Hardesty, C. (2003). Ten characteristics of a high effective organization.
- Hariyati, H. , Tjahjadi, B. , & Soewarno, N. (2019). The mediating effect of intellectual capital, management accounting information systems, internal process performance, and customer performance. *International journal of productivity and performance management*, 68(7), 1250-1271.
- Huang. Z. x, K. S. Savita, J. Zhong-jie(2022). The Business Intelligence impact on the financial performance of start-ups. *Information Processing and Management*, 59 (1).
- Huber, G. (1991) ‘Organisational Learning: The Contributing Processes and the Literatures’, *Organisation Science* 2(1): 88–115.
- Jiang, Xu. & Yuan, Li. (2008). The relationship between organizational learning and firm’s financial performance in strategic alliances: A contingency approach. *Journal of World Business*, 43: 365-379.
- Kahn, K. B. , & Candi, M. (2021). Investigating the relationship between innovation strategy and performance. *Journal of business research*, 132, 56-66.



- Kandemir, D. & Hult, G. T. M. (2005). A Conceptualization of an organizational learning culture in international joint ventures. *Industrial Marketing Management*, 34: 430-439.
- Katila, R. , Chen, E. L. , & Piezunka, H. (2012). All the right moves: How entrepreneurial firms compete effectively. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 6(2), 116–132.
- Kostopoulos, K. , Papalexandris, A. , Papachroni, M. , and Ioannou, G. , (2011) Absorptive capacity, innovation, and financial performance, *Journal of Business Research*, 64(12): 1335-1343.
- Lasi, H. (2013). Industrial intelligence-a business intelligence-based approach to enhance manufacturing engineering in industrial companies. *Procedia CIRP*, 12, 384–389.
- Lemon, M. , Sahota, P. S. (2004). Organizational culture as a knowledge repository for increased innovative capacity. *Technovation* 24 (6), 483–499.
- Levitt, B. and March, J. G. (1988) ‘Organisational Learning’, *American Review of Sociology* 14: 319–405.
- Liao, S. H. , Fei, W. C. , & Chen, C. C. (2010). Knowledge sharing, absorptive capacity and innovation capability: An empirical study on Taiwan’s knowledge intensive industries. *Journal of Information Science*, 33(3): pp. 340–359.
- Lopez, S. P. , Peon, J. M. M. , & Ordas, C. J. V. (2004). Managing knowledge: The link between culture and organizational learning. *Journal of Knowledge Management*, 8(6): pp. 93-104.
- Matsuno, K. , Mentzer, J. T. & Özsomer, A. (2002). The effects of entrepreneurial proclivity and market orientation on business performance, *Journal of Marketing*, 66: 18-32.
- McKee, D. (1992). An organizational learning approach to product innovation, *Journal of Product Innovation Management*, 9: 234.
- Mone, M. A. , McKinley, W. & Barker, V. L. (1998). Organizational decline and innovation: A contingency framework. *Academy of Management Rev*, 23(1): 115–132.
- Nithya, N. , & Kiruthika, R. (2021). Impact of Business Intelligence Adoption on performance of banks: A conceptual framework. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 12(2), 3139–3150.
- Nuseir, M. T. , Aljumah, A. , & Alshurideh, M. T. (2021). How the Business Intelligence in the New Startup Performance in UAE During COVID-19: The Mediating Role of Innovativeness. The Effect of Coronavirus Disease (COVID-19) on Business Intelligence, 334, 63.
- Prugsamatz, R. (2010). Factors that influence organization learning sustainability in non-profit organizations. *The learning organization*.



- Raghuvanshi, J. , Agrawal, R. , & Ghosh, P. K. (2017). Analysis of barriers to women entrepreneurship: The DEMATEL approach. *The Journal of Entrepreneurship*, 26(2), 220–238.
- Schwandt, D. R. (1997) 'Integrating Strategy and Organisational Learning', in P. Shrivastava, A. S. Huff and J. E. Dutton (series eds) and J. P. Walsh and A. S. Huff (vol. eds) *Advances in Strategic Management*, Vol. 14, *Organisational Learning and Strategic Management*, 337–59.
- Tushman, M. L. , Nadler, D. A. (1986). Organizing for innovation. *California Management Review*, 28, 74–92.
- Wang, C. L. , & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4): pp. 303-313.
- Williams, A. P. (2001) 'A Belief-focused Process Model of Organisational Learning', *The Journal of Management Studies*38(1): 67–85.
- Woodman RW, Sawyer JE, Griffin RW. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*; 18 (2): 293 –321.