

بررسی مدیریت نوآوری کسب و کار در عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین

طاها محمودی

کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار جدید دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری ایران، سندج

ebnesina.tv۸۶@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی مدیریت نوآوری کسب و کار در عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین می باشد. این پژوهش کاربردی بوده و از نظر شیوه جمع آوری اطلاعات، پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۱۰ نفر از مدیران و کارشناسان شناسایی شده در شرکت های پیشتاز در حوزه کارآفرینی صنایع خلاق با بیش از ۳۰ پرسنل در تهران بوده که ۸۶ نفر از آنها با استفاده از جدول مورگان، به عنوان نمونه به روش تصادفی انتخاب شده اند. جمع آوری اطلاعات پژوهش از طریق پرسشنامه محقق ساخته است که روایی آن توسط اساتید و پایایی ابزار از طریق اندازه گیری آلفای کرونباخ سنجیده شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از الگوی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد که مدیریت نوآوری کسب و کار شامل ایجاد چشم انداز نوآورانه، یکپارچگی استراتژی ها، گسترش استراتژی ها، تحلیل گرایش بازار، قابلیت فناوری و تحلیل اقدامات رقیب بر عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین تاثیر گذار است و رابطه معناداری دارد.

کلیدواژه‌ها: مدیریت نوآوری کسب و کار، عملکرد رقابتی، شرکت های کارآفرین، نوآوری، عملکرد نوآورانه.

مقدمه

دستیابی به اهداف رقابتی برآورد شود. عملکرد رقابتی به چگونگی مأموریت‌ها و وظایف و فعالیت‌های سازمانی و نتایج آنها اطلاق می‌شود. این مفهوم ارزش مورد انتظار سازمان تعریف می‌شود که یک فرد در یک دوره رقابتی از زمان انجام می‌دهد (انسلین^۳ و همکاران، ۲۰۲۲). هر سازمانی برای نیل به عملکرد رقابتی مطلوب در جستجوی راه‌هایی است تا محیط رقابتی را برای کارکنان مساعد سازد. تا به درجه ای از توانایی برسند که تأثیر گذاری بیشتری بر روی کارشان داشته باشند (نوین و همکاران^۴، ۲۰۲۲).

عملکرد رقابتی که به توسعه اقتصادی اشاره دارد، علاوه بر افزایش رقابت، منجر به تغییراتی در محیط کسب و کار شده که این امر، نشان‌دهنده نیاز سازمان‌ها برای جستجوی راه‌های جدیدی در راستای بقا و ارتقای عملکرد آنهاست (کوردی^۵ و همکاران، ۲۰۲۳). امروزه سازمان‌ها با توجه به محیط چالشی و رقابت فزاینده، بهبود عملکرد رقابتی را به عنوان یک اصل و هدف تلقی کرده و در تلاش اند تا با اجرای روش‌های سیستماتیک و جستجوی بهترین روش‌ها، در دستیابی به مزیت رقابتی و پیشرفت در درازمدت موفق ظاهر شوند. عملکرد رقابتی بیانگر مجموعه ای از معیارهای مطلوب عملکرد نوآورانه و مدیریت نوآوری است (احمد^۶ و همکاران، ۲۰۲۲).

در سال‌های اخیر توسعه کارآفرینی به عنوان پارادایم نوین توسعه، پارادایم سازمان و مدیریت مورد توجه بسیاری از کشورهای نه تنها توسعه یافته بلکه جوامع در حال توسعه قرار گرفته است. دامنه تأثیرات کارآفرینی بر جامعه بسیار وسیع است، از تغییر در ارزش‌های اجتماعی تا رشد شتابان اقتصادی (حقی نوجه ده و همکاران، ۱۴۰۱). محققین تغییرات مختلفی را که رواج فرهنگ کارآفرینی در یک جامعه ایجاد می‌کند بررسی کرده و آثار آن را از دیدگاه‌های متفاوت مورد بحث قرار داده اند. کارآفرین فردی نوآور، یا توسعه گراست که فرصت‌ها را تشخیص داده و آن‌ها را به چنگ می‌آورد؛ آن فرصت‌ها را به ایده‌های عملی/قابل فروش تبدیل می‌کند و از طریق پول، زمان و مهارت، با افزودن ارزش، بهره‌گیری از این فرصت‌ها را در جهت ارتقای عملکرد سازمان تحقق می‌بخشد (کیابو و ایساکا^۷، ۲۰۲۰). بر همین اساس، توسعه عملکرد رقابتی کارآفرینان به کاربردی ترین و عملی ترین استراتژی توسعه و پیشرفت جوامع توسعه یافته و در حال توسعه تبدیل شده است (لی^۸ و همکاران، ۲۰۲۲).

عملکرد رقابتی معیاری برای اندازه‌گیری میزان دستیابی خوب و موثر یک اقدام بر اهداف تعیین شده در شرایط رقابتی تعریف می‌شود که می‌تواند به وسیله کارایی و اثربخشی سازمان در

^۴ Nguyen
^۵ Kurdi
^۶ Ahmad

^۷ Kiyabo & Isaga
^۸ Li
^۳ Ensslin

اجرای مدیریت نوآوری در سازمان برای بدست آوردن مزیت رقابتی است (پوروبای و خاسانوا^{۱۰}، ۲۰۲۳). اهمیت مدیریت نوآور در سازمان توسط مدیریت در جنبه فردی باعث موفقیت های فردی، شغلی، اجتماعی، رشد و شکوفایی استعدادهای فردی و... می شود. اهمیت این مفهوم در جنبه سازمانی نیز باعث موفقیت در رقابت، کاهش هزینه ها، ارتقا بهره وری، رشد و بالندگی، رضایت شغلی کارکنان و... خواهد شد (کاسکامو^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۳). بنابراین، مدیریت نوآورانه در سازمان ها به طور سیستماتیک یک هدف را دنبال می کند که آن مدیریت کارآمد فرآیندها به منظور بهبود قابلیت های نوآورانه و بهبود عملکرد رقابتی کسب و کار است.

شعبانپور و کیا کجوری (۱۴۰۲) در پژوهش خود نقش نوآوری، گشودگی خارجی و مدیریت نوآوری باز را بر عملکرد نوآورانه کسب و کارهای کوچک و متوسط مورد بررسی قرار دادند. یافته های پژوهش نشان می دهد که گشودگی خارجی و مدیریت نوآوری باز تقریباً به یک اندازه بر عملکرد نوآورانه به صورت مثبت و معناداری تأثیرگذار هستند و سطح نوآوری کمتر از دو متغیر مذکور بر عملکرد نوآورانه به صورت مثبت و معنادار تأثیرگذار می باشد. بنابراین، عملکرد نوآورانه کسب و کارهای حوزه گردشگری تحت تأثیر هر سه متغیر سطح نوآوری، گشودگی خارجی و مدیریت نوآوری باز می باشد؛ در واقع این

مدیریت نوآوری به عنوان ایجاد پیش شرط هایی در سازمان مطرح می شود که خلاقیت انسان یا فرآیند استفاده از اطلاعات را تشویق می کند. طراحی نوآوری در هر سازمانی موجب تقویت موقعیت سازمان در برابر رقبای خود می شود و اجازه می دهد که در دراز مدت مزیت رقابتی نگهداری شود و متناوباً آن را در حال ایجاد چیز جدیدی که برآورده شدن هدف ویژه سازمان است آماده می کند (کونیا^۷، ۲۰۲۴). در واقع، مدیریت نوآوری به صورت مجموعه ای از شیوه های نوآورانه شامل تجزیه و تحلیل مکانیسم های رقابت، مانند ایجاد چشم انداز نوآورانه، هماهنگ کردن استراتژی کسب و کار، گسترش استراتژی به تمام سطوح سازمانی، گرایش های بازار، فناوری ها و اقدامات رقیب تعریف می شود (هیفنر^۸ و همکاران، ۲۰۲۱). ضرورت ایجاد نوآوری و مدیریت آن در سازمان، به انجایی بازمی گردد که نوآوری موفقیت شرکت را از جنبه های مختلف (محصولات، فناوری، فرایندها و...) تضمین می کند (مورا^۹ و همکاران، ۲۰۲۳).

اکثر سازمان ها نوآوری را مزیتی رقابتی و مدیریت نوآوری را امری اجتناب ناپذیر می دانند و حتی صاحب نظران معتقدند که نوآوری رمز بقای سازمان است درحالی که برخی از سازمان ها بحث مدیریت نوآوری را به صورت درون سازمانی دنبال می کنند، عده ای از صاحب نظران و سازمان ها نیز به صورت فراسازمانی به این موضوع می نگرند. همانگونه که بیان شد،

^{۱۰} Porubay & Khasanova
^{۱۱} Caccamo

^۷ Konina
^۸ Haefner
^۹ Mora

کارآفرینانه (پیشگامی، نوآوری و ریسک پذیری)، سرمایه های ساختاری و انسانی بر عملکرد شرکت ها می گردد.

حامید^{۱۲} و همکاران (۲۰۲۱) با بررسی روابط بین دانش خارجی، نوآوری داخلی، عملکرد نوآورانه باز شرکت ها، نوآوری خدمات و عملکرد تجاری در صنعت هتل داری پاکستان به این نتیجه رسیدند که دانش خارجی و نوآوری داخلی بر عملکرد نوآورانه باز شرکت ها تأثیر مثبت می گذارد.

الایوبی^{۱۳} و همکاران (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان الزامات استفاده از کارآفرینی استراتژیک به عنوان نقطه ورود به پیشرفت نوآوری فنی انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که بین الزامات استفاده از کارآفرینی استراتژیک و دستیابی به نوآوری فنی در دانشکده فنی فلسطین- دیر الاباء همبستگی مثبت و قوی وجود دارد. همچنین از نظر آماری، تأثیر معناداری بین الزامات اجرای کارآفرینی استراتژیک و دستیابی به نوآوری فنی در دانشکده وجود دارد و متغیرهای باقیمانده نشان می دهد که تأثیر آنها ضعیف است.

ایگل سیاز- سانچز^{۱۴} و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی موضوع رویکردهای صنعت گردشگری بر اساس نوآوری باز پرداختند. نتایج تحلیل رگرسیون ۱۴۷ شرکت فعال در حوزه گردشگری کشور اسپانیا نشان می دهند که سطح نوآوری،

متغیرها کمک می کنند تا محصولات و خدمات جدید و باکیفیت معرفی و عرضه.

بارانی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی تأثیر جهت گیری یادگیری و نوآوری مدل کسب و کار را بر عملکرد کارآفرینی شرکت های نوپا بررسی نمودند. تمامی فرضیه ها در سطح اطمینان ۹۹٪ تأیید شدند. نتایج نشان داد که جهت گیری یادگیری به طور مستقیم و غیر مستقیم از طریق نوآوری مدل کسب و کار بر عملکرد کارآفرینی شرکت های نوپا تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین، مدیران شرکت های نوپا با اتخاذ سیاست های توسعه طلبانه و تقویت کانال های جذب، اشتراک و نگاشت دانش با هدف تقویت و بهبود یادگیری و تشویق به یادگیری فعال در راستای پرورش جزئیات قابلیت های اعضای سازمان و ایجاد دانش جدید قادر خواهند بود نقشی راهبردی در بهبود عملکرد کارآفرینانه شرکت های نوپا ایفا نمایند.

ناطق و کشاورز خورشیدی (۱۳۹۹) طی پژوهشی به بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه، سرمایه های ساختاری و انسانی بر عملکرد شرکتهای کارآفرین با میانجی متغیر نوآوری کارکنان پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد مؤلفه های گرایش کارآفرینانه (پیشگامی، نوآوری و ریسک پذیری)، سرمایه های ساختاری و انسانی بر عملکرد شرکتهای تأثیر مستقیم و معناداری دارند و نوآوری کارکنان موجب تقویت تأثیر مستقیم مؤلفه های گرایش

^{۱۴} Iglesias-Sánchez

^{۱۲} Hameed
^{۱۳} Alayoubi

گشودگی خارجی و مدیریت نوآوری باز بر عملکرد نوآوری تأثیر مثبت دارد.

آوری اطلاعات پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته در طیف پنج گزینه ای لیکرت استفاده شده که روایی آن توسط اساتید و پایایی ابزار از طریق اندازه گیری آلفای کرونباخ سنجیده شده است. ضریب پایایی کل پرسشنامه ۰/۸۲ به دست آمده که نشان دهنده پایایی مطلوب ابزار است. تجزیه و تحلیل داده های پژوهش با استفاده از الگوی معادلات ساختاری انجام شده است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر کاربردی بوده و از نظر روش جمع آوری اطلاعات، پیمایشی می باشد. جامعه آماری پژوهش را ۱۱۰ نفر از مدیران و کارشناسان شناسایی شده در شرکت های پیشتاز در حوزه کارآفرینی صنایع خلاق با بیش از ۳۰ پرسنل در تهران تشکیل می دهند. با استفاده از جدول مورگان، حجم نمونه شامل ۸۶ نفر بوده که به روش تصادفی انتخاب شده اند. به منظور جمع

نتایج پژوهش

شاخص های توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. شاخص های توصیفی عوامل

عوامل	میانگین	انحراف معیار
ایجاد چشم انداز نوآورانه	۳/۲۶	۰/۵۵
یکپارچگی استراتژی ها	۳/۰۹	۰/۶۱
گسترش استراتژی ها	۳/۳۱	۰/۷۸
تحلیل گرایش بازار	۳/۶۱	۰/۷۶
قابلیت فناوری	۳/۰۲	۰/۵۱
تحلیل اقدامات رقیب	۳/۷۷	۰/۶۱
عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین	۳/۲۲	۰/۷۴

همانگونه که مشاهده می شود، میانگین هر سازه از حد متوسط بیشتر شده است که نشان دهنده اهمیت هر یک از موارد از منظر آزمودنی می باشد.

جدول ۲، نتایج تحلیل عاملی اکتشافی را نشان می دهد.

جدول ۲. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی

نتایج آزمون	تحلیل عاملی اکتشافی
شاخص KMO	
تقریبی از آماره کایدو	۰/۶۶۵
آزمون بارتلت	درجه آزادی
	Sig
	بیشتر از ۰/۵
تعداد عامل با مقادیر ویژه بیشتر از یک	۳۲
روش استخراج و کاهش تعداد متغیرها	تحلیل مولفه های اصلی (PCA)
روش چرخش	Varimax with Kaiser normalization
متغیرهای حذف شده در آنالیز	---
واریانس بعد از چرخش	۵۰/۰۲

بودن ماتریس همبستگی رد می شود. به عبارتی متغیرهای به کار رفته در تحلیل عاملی با یکدیگر همبسته هستند. در تحلیل عاملی مقادیر ویژه ۳۲ عامل بزرگتر از ۱ هستند، بنابراین در مدل باقی می ماند.

مقدار شاخص KMO در تحلیل برابر ۰/۶۶۵ بدست آمده است که بیشتر از ۰/۶ می باشد؛ بنابراین تعداد نمونه (تعداد پاسخ دهندگان) برای تحلیل عاملی کافی است. همچنین مقدار Sig آزمون بارتلت، کوچکتر از ۰/۰۵ بوده که نشان می دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب و فرض واحد

جدول ۳. آزمون نرمال بودن عوامل

عوامل	آماره	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتیجه
ایجاد چشم انداز نوآورانه	۰/۰۵	۸۶	۰/۲۰۰	نرمال
یکپارچگی استراتژی ها	۰/۰۵	۸۶	۰/۲۰۰	نرمال
گسترش استراتژی ها	۰/۰۶	۸۶	۰/۲۰۰	نرمال
تحلیل گرایش بازار	۰/۰۵	۸۶	۰/۲۰۰	نرمال

نرمال	۰/۲۰۰	۸۶	۰/۰۶	قابلیت فناوری
نرمال	۰/۲۰۰	۸۶	۰/۰۶	تحلیل اقدامات رقیب
نرمال	۰/۲۰۰	۸۶	۰/۰۶	عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین

با توجه به اینکه سطح معناداری های بدست آمده در متغیرها و پذیرفته می شود و می توان از آزمون های پارامتری برای انجام فرضیات استفاده نمود.
عوامل آن بیشتر از ۰/۰۵ است، فرض نرمال بودن متغیرها

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

عوامل موثر بر عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین	برآوردهای استاندارد	کمیت t	سطح معناداری	نتایج آزمون
ایجاد چشم انداز نوآورانه	۰/۱۸۱	۳/۱۰۱	۰/۰۲۰	تایید
یکپارچگی استراتژی ها	۰/۱۲۶	۳/۰۱۵	۰/۰۲۵	تایید
گسترش استراتژی ها	۰/۲۳۷	۴/۳۸۱	۰/۰۰۰	تایید
تحلیل گرایش بازار	۰/۲۰۲	۴/۲۵۹	۰/۰۰۱	تایید
قابلیت فناوری	۰/۲۰۲	۴/۲۸۲	۰/۰۰۹	تایید
تحلیل اقدامات رقیب	۰/۲۱۵	۴/۳۰۴	۰/۰۲۵	تایید

با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها:

۲- ضریب بدست آمده برای شدت رابطه میان یکپارچگی استراتژی ها و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین برابر ۰/۱۲۶ و در بررسی سطح معناداری مقدار بدست آمده برابر ۰/۰۲۵ می باشد که کمتر از ۰/۰۵ بوده و حاکی از معنادار بودن رابطه است. بنابراین می توان بیان داشت که بین یکپارچگی استراتژی ها و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین رابطه معنادار بوده و این عامل، فاکتور مهمی در عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین از منظر پاسخگویان می باشد.

۱- ضریب بدست آمده برای شدت رابطه میان ایجاد چشم انداز نوآورانه و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین برابر ۰/۱۸۱ و در بررسی سطح معناداری مقدار بدست آمده برابر ۰/۰۲۰ می باشد که کمتر از ۰/۰۵ بوده و حاکی از معنادار بودن رابطه است. بنابراین می توان بیان داشت که بین ایجاد چشم انداز نوآورانه و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین رابطه معنادار بوده و این عامل، فاکتور مهمی در عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین از منظر پاسخگویان می باشد.

۶- ضریب بدست آمده برای شدت رابطه میان تحلیل اقدامات رقیب و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین برابر ۰/۲۱۵ و در بررسی سطح معناداری مقدار بدست آمده برابر ۰/۰۲۵ می باشد که کمتر از ۰/۰۵ بوده و حاکی از معنادار بودن رابطه است. بنابراین می توان بیان داشت که بین تحلیل اقدامات رقیب و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین رابطه معنادار بوده و این عامل، فاکتور مهمی در عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین از منظر پاسخگویان می باشد.

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف مدیریت نوآوری کسب و کار در عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین انجام شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش به شرح زیر ارائه می گردد:

۱- ایجاد چشم انداز نوآورانه بر عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین تاثیرگذار است.

بین ایجاد چشم انداز نوآورانه و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین رابطه معنادار بوده و این عامل، فاکتور مهمی در ارتقای عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین از منظر پاسخگویان می باشد. مدیریت نوآوری کسب و کار وظیفه ایجاد چشم انداز نوآوری بین واحدهای اصلی و فرعی را در جهت نیل به اهداف سازمانی افزایش می دهد. ایجاد چشم انداز نوآورانه باعث می شود که کارکنان شرکت، نیازهای خود را به طور دقیق و واضح دریافته و با ابراز ایده های نوآورانه خود در رفع هرچه بهتر نیازها کمک شود.

۳- ضریب بدست آمده برای شدت رابطه میان گسترش استراتژی ها و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین برابر ۰/۲۳۷ و در بررسی سطح معناداری مقدار بدست آمده برابر ۰/۰۰۰ می باشد که کمتر از ۰/۰۵ بوده و حاکی از معنادار بودن رابطه است. بنابراین می توان بیان داشت که بین گسترش استراتژی ها و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین رابطه معنادار بوده و این عامل، فاکتور مهمی در عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین از منظر پاسخگویان می باشد.

۴- ضریب بدست آمده برای شدت رابطه میان تحلیل گرایش بازار و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین برابر ۰/۲۰۲ و در بررسی سطح معناداری مقدار بدست آمده برابر ۰/۰۰۱ می باشد که کمتر از ۰/۰۵ بوده و حاکی از معنادار بودن رابطه است. بنابراین می توان بیان داشت که بین تحلیل گرایش بازار و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین رابطه معنادار بوده و این عامل، فاکتور مهمی در عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین از منظر پاسخگویان می باشد.

۵- ضریب بدست آمده برای شدت رابطه میان قابلیت فناوری و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین برابر ۰/۲۰۲ و در بررسی سطح معناداری مقدار بدست آمده برابر ۰/۰۰۹ می باشد که کمتر از ۰/۰۵ بوده و حاکی از معنادار بودن رابطه است. بنابراین می توان بیان داشت که بین قابلیت فناوری و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین رابطه معنادار بوده و این عامل، فاکتور مهمی در عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین از منظر پاسخگویان می باشد.

رقابتی شرکت های کارآفرین از منظر پاسخگویان می باشد. داشتن دید بلندمدت از تحولات بازار برای هدایت تلاش ها به سمت ارتقای عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین ضروری می باشد.

۵- قابلیت فناوری بر عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین تاثیرگذار است.

بین قابلیت فناوری و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین رابطه معنادار بوده و این عامل، فاکتور مهمی در ارتقای عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین از منظر پاسخگویان می باشد.

سیستم های اطلاعاتی به صورت اساسی با تغییر قابلیت سازمان ها، به میزان زیادی امکان سازماندهی فعالیت ها را افزایش داده است. در تمامی سازمان ها، ارتقای عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین نیز نیازمند تجزیه و تحلیل تحولات فناوری می باشد.

۶- تحلیل اقدامات رقیب بر عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین تاثیرگذار است.

بین تحلیل اقدامات رقیب و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین رابطه معنادار بوده و این عامل، فاکتور مهمی در ارتقای عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین از منظر پاسخگویان می باشد. به منظور ارتقای عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین، استفاده از افراد متخصص و با مهارت به منظور تجزیه و تحلیل اقدامات و استراتژی های رقیب به ویژه در زمینه مدیریت نوآوری کسب و کار ضروری می باشد. با استفاده از

۲- یکپارچگی استراتژی ها بر عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین تاثیرگذار است.

بین یکپارچگی استراتژی ها و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین رابطه معنادار بوده و این عامل، فاکتور مهمی در ارتقای عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین از منظر پاسخگویان می باشد. مدیریت نوآوری کسب و کار در ایفای نقش گسترش استراتژی ها، جمع آوری، ذخیره و انتشار استراتژی های نوآورانه را تسهیل نموده؛ اجرای پروژه ها را مطمئن تر کرده و سازگاری درون سازمانی را افزایش می دهد.

۳- گسترش استراتژی ها بر عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین تاثیرگذار است.

بین گسترش استراتژی ها و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین رابطه معنادار بوده و این عامل، فاکتور مهمی در ارتقای عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین از منظر پاسخگویان می باشد. گسترش استراتژی ها به کنترل و انتشار استراتژی ها براساس اهداف تعیین شده سازمانی کمک می نماید. ایجاد مرکزی برای ارزیابی عملکرد رقابتی به شناسایی بهتر مهارت های انتشار صحیح استراتژی ها کمک نموده و نقش ها و مسئولیت های کارکنان را بهتر توصیف می کند.

۴- تحلیل گرایش بازار بر عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین تاثیرگذار است.

بین تحلیل گرایش بازار و عملکرد رقابتی شرکت های کارآفرین رابطه معنادار بوده و این عامل، فاکتور مهمی در ارتقای عملکرد

عملکرد شرکت های کارآفرین با میانجی متغیر نوآوری

کارکنان، مدیریت تبلیغات و فروش، ۱(۴).

- Ahmad, M., Wu, Q., & Khattak, M. S. (۲۰۲۲). Intellectual capital, corporate social responsibility and sustainable competitive performance of small and medium-sized enterprises: mediating effects of organizational innovation. *Kybernetes*, (ahead-of-print).
- Alayoubi, M. M., Al Shobaki, M. J., & Abu-Naser, S. S. (۲۰۲۰). Requirements for applying the strategic entrepreneurship as an entry point to enhance technical innovation: case study-Palestine technical college-Deir al-Balah. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 9(۳), ۱-۱۷.
- Caccamo, M., Pittino, D., & Tell, F. (۲۰۲۳). Boundary objects, knowledge integration, and innovation management: A systematic review of the literature. *Technovation*, 122, ۱۰۲۶۴۵.
- Ensslin, S. R., Rodrigues, K. T., Yoshiura, L. J. M., da Silva, J. C., & Longaray, A. A. (۲۰۲۲). Organizational performance management and the 'sustainability' of the performance evaluation system: A view guided by the integrative review perspective. *Sustainability*, 14(۱۷), ۱۱۰۰۵.
- Haefner, N., Wincent, J., Parida, V., & Gassmann, O. (۲۰۲۱). Artificial

این امر، مدیران اطلاعات دقیق تر و به هنگام تری بدست می آورند؛ لذا می توانند سریع تصمیم گیری کنند.

ازجمله محدودیت های پژوهش می توان به استفاده از پرسشنامه و احتمال سوگیری اعضای نمونه آماری پاسخ به سوالات و جمع آوری اطلاعات اشاره نمود. به منظور انجام پژوهش های آتی، پیشنهاد می گردد تحقیق مشابهی به صورت جامع در صنایع مختلف با تکنولوژی های متفاوتی انجام شود.

منابع

- بارانی، صمد، رشنوادی، یعقوب، نصرت پناه، رسول، آتشی، غلامحسین. (۱۴۰۱). تأثیر جهت گیری یادگیری و نوآوری مدل کسب و کار بر عملکرد کارآفرینی شرکت های نوپا، مدیریت نوآوری در سازمان های دفاعی، ۵(۴)، ۵۹-۱۰.
- حقی نوجه ده، علی، شفیع لیالستانی، علی، حقی نوجه ده، رضا. (۱۴۰۱). تأثیر گرایش به بازار، قابلیت شبکه و کارآفرینی بر عملکرد (مطالعه موردی: بانک سپه)، سیستم های اطلاعاتی هوشمند، ۱(۴)، ۲۰-۱۰.
- شعبانپور، زهرا، کیا کجوری، کریم. (۱۴۰۲). نقش نوآوری، گشودگی خارجی و مدیریت نوآوری باز بر عملکرد نوآوران کسب و کارهای کوچک و متوسط، پژوهش های کارآفرینی و نوآوری، ۲(۲)، ۳۷-۴۹.
- ناطقی، رضا، کشاورز خورشیدی، حامد. (۱۳۹۹). تأثیر گرایش کارآفرینانه، سرمایه های ساختاری و انسانی بر

- competitive performance in the UAE healthcare industry. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), ۲۶۱-۲۶۶.
- Li, G., Long, Z., Jiang, Y., Huang, Y., Wang, P., & Huang, Z. (۲۰۲۲). Entrepreneurship education, entrepreneurship policy and entrepreneurial competence: Mediating effect of entrepreneurship competition in China. *Education+ training*, 65(۴), ۶۰۷-۶۲۹.
 - Mora, L., Gerli, P., Ardito, L., & Petruzzelli, A. M. (۲۰۲۳). Smart city governance from an innovation management perspective: Theoretical framing, review of current practices, and future research agenda. *Technovation*, 123, ۱۰۲۷۱۷.
 - Nguyen, N. T., Yadav, M., Pande, S., Bhanot, A., & Hasan, M. F. (۲۰۲۲). Impact of diversity management on organizational performance in hotel organizations: a conceptual framework. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, ۱۳(۱), ۱۸۶-۱۹۶.
 - Porubay, O., & Khasanova, M. (۲۰۲۳). Formation of new technologies for innovation management in the modern competitive environment. *Engineering problems and innovations*.
 - intelligence and innovation management: A review, framework, and research agenda☆. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, ۱۲۰۳۹۲.
 - Hameed, W. U., Nisar, Q. A., & Wu, H. C. (۲۰۲۱). Relationships between external knowledge, internal innovation, firms' open innovation performance, service innovation and business performance in the Pakistani hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 92, ۱۰۲۷۴۵.
 - Iglesias-Sánchez, P. P., Jambrino-Maldonado, C., & de las Heras-Pedrosa, C. (۲۰۱۹). Industrial and tourism perspectives on open innovation. *Journal of Organizational Change Management*, 32(۵), ۵۱۷-۵۳۲.
 - Kiyabo, K., & Isaga, N. (۲۰۲۰). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), ۱۲.
 - Konina, O. V. (۲۰۲۴). Improving business innovation management through artificial intelligence. *Journal of Trends and Challenges in Artificial Intelligence*, 1, ۲۱-۳۲.
 - Kurdi, B., Alquqa, E., Alzoubi, H., Alshurideh, M., & Al-Hawary, S. (۲۰۲۳). The effect of process quality improvement and lean practices on