

بررسی تأثیر نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فناورانه و عملکرد شرکتهای تولیدی در شهر صنعتی کرمانشاه با رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری

فرزاد صفائی شایگان^۱

صبا فرزام فر^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۰۴ تاریخ چاپ: ۱۳۹۹/۰۶/۱۵

چکیده

هدف این مطالعه بررسی تأثیر نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فناورانه و عملکرد شرکتهای صنایع غذایی در شهرستان کرمانشاه می باشد. پژوهش حاضر از نوع توصیفی است و به لحاظ هدف کاربردی است. این تحقیق از طریق بررسی اثرات نوآوری سازمانی در ایجاد قابلیت نوآوری در تولیدات و فرایندها و همچنین بررسی اثرات نوآوری سازمانی و قابلیتهای فناورانه بر عملکرد شرکتهای بخشی از خلاء موجود در زمینه بهبود عملکرد شرکتهای تولیدی شهر صنعتی کرمانشاه که ناشی از عدم بررسی نوآوری و عوامل تقویت کننده نوآوریهای فرایندی و تولیدی می باشد را نشان داده و راه های برطرف کردن این نقاط ضعف را مورد بررسی قرار می دهد. لزوم پرداختن به مسئله نوآوری و تأثیر آن بر عملکرد شرکتهای تولیدی در شهر صنعتی کرمانشاه دارای اهمیت دو چندانی می باشد زیرا از یک سو عملکرد این شرکتهای بهبود یافته و از سوی دیگر رشد صنعت بهبود پیدا خواهد کرد. با مرور ادبیات پژوهش و اخذ نظر خبرگان، موضوع در قالب ۶ بعد (ریسک پذیری، متغیرهای ساختاری، متغیرهای فرهنگی، متغیرهای منابع انسانی، پویایی سازمانی، زیرساختهای فناوری) مورد شناسایی قرار گرفت؛ سپس پرسشنامه ماتریسی ساخت یافته با رویکرد ISM برای تعیین ارتباطات بینابینی این شاخصها تدوین گردید. داده های حاصل از پرسشنامه با استفاده از مدل سازی ساختاری تفسیری، تحلیل و در ۵ سطح در یک شبکه تعاملی ترسیم شد. نتایج نشان داد که نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فرایند و قابلیت نوآوری تولید تأثیر معناداری دارد. همچنین قابلیت نوآوری فرایند و قابلیت نوآوری تولید بر عملکرد سازمانی تأثیر معناداری داشته است.

واژگان کلیدی

نوآوری سازمانی، قابلیت نوآوری فرایند، قابلیت نوآوری تولید، عملکرد سازمانی

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشگاه پیام نور، همدان، ایران. (Farzadsshaygan@gmail.com)

^۲ کارشناسی ارشد گروه مدیریت، دانشکده ادبیات، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران (pfarzam30@yahoo.com)

۱. مقدمه

امروزه نوآوری حوزه ای است که توجه بسیاری از شرکت ها را به خود جلب کرده است. درک این مطلب که بسیاری از رقبا درون یک صنعت، سطح یکسانی از شایستگی ها را در حوزه های مدیریتی به دست می آورند موجب شده بسیاری از شرکت ها به سوی نوآوری به عنوان عامل کلیدی جهت رسیدن به مزیت رقابتی هدایت شوند. با افزایش توجه به سمت نوآوری، توجه به مفهوم رشد نیز به طور فزاینده توسعه یافته است. رشد مربوط به حوزه ای است که شرکت در آن با یک روش جدید و بهتر به چیزهای تازه ای می رسد. در حیطه ی دانش امروزی، تعیین رشد شرکت از مواد خام به سمت دارایی های غیر قابل ملموس و بالقوه دانش و قابلیت نوآوری تغییر جهت داده است. قابلیت نوآوری وسیله ای برای تغییر سازمانی است که شرکت را در دستیابی به نوآوری کمک می کند و انعکاس دهنده تمایل شرکت به حذف کارهای یکنواخت و روزانه ای است که با محیط جدید سازگار نیست و همچنین نشان دهنده گرایش شرکت به پذیرش ایده های جدیدی است که برای شرایط رقابتی مناسب هستند.

در سال های اخیر، سیر شتابان و مستمر رویدادها، به طور تدریجی مرزها، ساختار و پویایی فضای کسب و کارها را دگرگون ساخته و تمامی موسسه ها را به نحوی روز افزون با چالش های جدید، غیر منتظره و گسترده ای مواجه کرده است. با نزدیک شدن به سالهای پایانی قرن بیستم و ورود به قرن جدید سرعت این تغییرات شدیدتر شد، به گونه ای که بسیاری از سازمان ها با نوعی از سرگشتگی در چگونگی مقابله با پویایی محیط، روبه رو شده اند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۵)^۱. تغییرات محیطی، اثر بسیار مؤثر و غیر قابل انکاری بر عملکرد شرکت دارند. بسیاری از سازمان ها که سال ها سودآور و موفق بوده اند، با تغییر مختصات محیطی و عدم همراهی با پویایی های محیط، نتوانستند عملکرد مناسبی داشته باشند و با ورشکستگی و مرگ روبه رو شده اند؛ به عبارت دیگر یکی از جنبه های مهم و مؤثر در بهبود عملکرد شرکت، چگونگی برخورد با محیط و پویایی های محیطی است (یو و همکاران، ۲۰۱۵)^۲. پویایی های محیطی شرایطی است که محیط بر شرکت تحمیل می کند و باعث به وجود آمدن تهدیدها و فرصتهایی برای شرکت می گردد. به وجود آمدن بازارهای رقابتی و نیاز بشر به رشد و توسعه در زمینه های اقتصادی و اجتماعی موجب توجه خاص جوامع و به خصوص شرکتهای عملکرد شرکتهای شده است (سوئیتین و همکاران، ۲۰۱۳)^۳ شرکتهای تولیدی در کشور ما، عمر بسیار پائینی دارند و بسیاری از آنها به علت ناتوانی در پاسخگویی به نیازها و فرصتهای محیطی از تولید باز می مانند و نمی توانند عملکرد قابل قبولی را از خود ارائه کنند و در مقابل رقبای خود مغلوب می شوند و به تدریج از چرخه تولید کشور حذف می شوند. نرخ شکست شرکتهای تولیدی، همواره به صورت یک معضل بزرگ، نظر سیاستگذاران، تصمیم گیرندگان و مدیران بخشهای اقتصاد هر کشور را به خود جلب کرده است. همانطور که واحدهای تولیدی نقش مهم و اساسی در توسعه اقتصادی کشورها ایفا می کنند، در صورت شکست می توانند نقش منفی در اقتصاد داشته باشند (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۴).

عملکرد شرکت به چگونگی انجام مأموریت ها، وظایف و فعالیت های سازمانی و نتایج حاصل از انجام آنها اطلاق می شود. در تعریفی دیگر، عملکرد سازمانی عبارتست از دستیابی به اهداف سازمانی و اجتماعی یا فراتر رفتن از آنها و انجام مسئولیت هایی که سازمان به عهده دارد. عملکرد سازمانی یکی از مهم ترین سازه های مورد بحث در پژوهش های مدیریتی است و بدون شک مهم ترین معیار سنجش موفقیت در شرکت های تجاری به حساب می آید. اثربخشی سازمانی

¹ Wang et al, 2015

² Yu et al, 2015

³ Sweetin et al, 2013

عبارت است از درجه یا میزانی که سازمان به هدف های مورد نظر خود نائل می آید. دوینی معتقد است عملکرد سازمانی بخشی از مفهوم اثربخشی سازمانی است که مبنای آن اهداف بیرونی مطالعات تجربی گذشته، سازمان یعنی اهداف گروه های ذی نفع هست (لی و همکاران، ۲۰۱۴)^۴

نوآوری^۵ به عنوان یک عامل حیاتی برای شرکت ها در جهت ایجاد ارزش و حفظ مزیت رقابتی^۶ در محیط به شدت پیچیده و پویای امروزی قلمداد می شود. این در حالی است که شرکت ها با نوآوری بالاتر، در پاسخ به تغییرات محیطی و همچنین گسترش قابلیت های جدید که به آنها برای دستیابی به عملکرد بالاتر کمک می کند، موفق تر خواهند شد. نوآوری برای هر سازمانی ضروری به نظر می رسد و سازمان ها نمی توانند مثل گذشته صرفاً نقش مکانیکی ایفا کنند، بلکه باید پیوسته خود را با شرایط جدید تطبیق دهند. (میرفخرالدینی و دیگران، ۱۳۸۹). نوآوری عاملی کلیدی برای ارتقای عملکرد است و نقشی حیاتی را در رقابت های سازمانی چه در سطوح مختلف ملی و چه در سطوح بین شرکتی، ایفا می کند. در شرایط پویا و پیچیده که امروزه شرکت ها در آن مشغول به رقابت هستند، نیاز به سازمان های نوآور به طور مستمر بیشتر شده است. مطالعه هوگان^۷ و کوت^۸ (۲۰۱۳) رابطه مثبت بین نوآوری و عملکرد مورد نظر را نشان می دهد. در نتیجه علاقه برای تجربه در مسیر افزایش درک روش های رسیدن به نوآوری، بیشتر شده است.

نوآوری سازمانی به معنای چیزی جدید برای استفاده است. آن به عنوان توسعه یا پذیرش یک ایده یا رفتار در عملیات سازمانی است که برای کل سازمان جدید و نو است. آنچه که در فرآیند نوآوری به خصوص در سازمان ها مهم است بومی ساختن و نشر آن در سطوح مختلف و متقاعد ساختن افراد به آن می باشد که این امر همواره از مشکلات عمده در راه عمومی ساختن نوآوری در سطح ساختارهای مختلف از جمله سازمان ها است (کاماساک و بولوتلار، ۲۰۱۰)^۹.

شرکت های تولیدی در شهر صنعتی کرمانشاه با وجود دسترسی به نیروی کار جوان، تحصیلکرده و خلاق، نتوانسته اند در زمینه ایجاد نوآوری و دسترسی به سهم قابل توجهی از بازار، موفق عمل نمایند. دلیل اصلی این امر، بی توجهی به بسترهای تسهیل کننده فرایندهای نوآوری و تقویت انگیزه نیروی انسانی برای مشارکت در این امر می باشد و لذا نیازمند توجه بیشتر مسئولین حوزه تولید و صنعت به این مقوله است.

در استان کرمانشاه شرکتهای مختلفی گرایش به نوآوری فناورانه را نشان داده اند؛ اما تنها تعداد کمی از آنها، به موفقیت های اندکی دست پیدا کرده اند. شرکت های اندکی نیز ضمن فراهم نمودن سرمایه در گردش به وسیله نوآوری در تولید و ارائه محصول جدید و نو، سهم بازار بیشتری را به خود تخصیص داده و از عملکرد مطلوبی برخوردار می باشند. محققان سالهای متعددی است که از رابطه نزدیک بین نوآوری سازمانی و نوآوری فناورانه آگاه می باشند. با این وجود اگر چه نقش نوآوری سازمانی در پیشبرد و توسعه قابلیت نوآوری فنی به صورت تئوریک مورد بحث قرار گرفته، هنوز هیچ نتیجه و تاییدیه تجربی و عملی وجود نداشته است. (دامانپور و همکاران، ۱۹۸۹)^{۱۰}. مطالعه تجربی نشان می دهد که نوآوری سازمانی همواره نوآوری فناورانه را تحت تاثیر قرار می دهد. برخی از مطالعات اخیر نیز بر ماهیت مکمل بودن نوآوری

⁴ Lee et al, 2014

⁵ - Innovation

⁶ - Competetive advantage

⁷ - Hogan

⁸ - Coote

⁹ Kamasak & Bulutlar, 2010

¹⁰ Damanpur

سازمانی و نوآوری فناورانه تاکید نموده اند و نشان داده اند که خاصیت هم افزایی بین این دو نوع نوآوری این اجازه را می دهد که بتوان از فرایندهای مکمل به جای فرایندهای جایگزین بهره گرفت (کمیسون و لوپز، ۲۰۱۴)

نوآوری سازمانی یکی از منابع مهم مزیت رقابتی است که می تواند منجر به بهبود در عملکرد بشود. بر اساس رویکرد مبتنی بر منابع، تنها شرکتهایی که دارائیهای استراتژیک در اختیار دارند، می توانند به مزیت رقابتی پایدار دست یابند و متعاقب آن به عملکرد متعالی دست یابند. محققان نوآوری همچنین اهمیت نوآوری سازمانی را برای عملکرد بهتر مورد تاکید قرار داده اند. ولی تاکنون مطالعات تجربی کافی برای توضیح کامل و جامع این ارتباط را انجام نداده اند. البته در ادبیات مربوط به عملکرد، مطالعات بسیاری تاثیر سودمند نوآوری بر عملکرد را مورد حمایت قرار می دهند. برای مثال؛ مازانتی و همکاران (۲۰۰۶)، روش تجزیه و تحلیل کمی را برای نشان دادن همبستگی مثبت و معنادار بین عملکرد شرکت و نوآوری سازمانی به کار بردند و چنین نتیجه گیری کردند که شرکتهای با عملکرد بهتر، به صورت وسیع تری در تغییرات سازمانی مشارکت می کنند. شمار زیادی از تحقیقات نشان داده اند که اقدامات نوآوری سازمانی همچون سیستمهای مدیریت کیفیت و روشهای مدیریت عملکرد عالی به صورت مثبتی بر عملکرد شرکت تاثیرگذارند (کمیسون و لوپز، ۲۰۱۴)

تحقیق حاضر اقتباسی از پژوهش انجام شده توسط کامیسون و لوپز (۲۰۱۴) می باشد. در این تحقیق نوآوری سازمانی به عنوان متعیر مستقل، نوآوری فرایند و نوآوری محصول به عنوان متعیرهای میانجی و متغیر عملکرد به عنوان متعیر وابسته تحقیق مورد بررسی قرار خواهند گرفت. هدف تحقیق نیز بررسی نحوه تاثیرگذاری نوآوری سازمانی بر عملکرد از طریق نوآوری فناورانه می باشد. این تحقیق از طریق بررسی اثرات نوآوری سازمانی در ایجاد قابلیت نوآوری در تولیدات و فرایندها و همچنین بررسی اثرات نوآوری سازمانی و قابلیتهای فناورانه بر عملکرد شرکتهای، بخشی از خلاء موجود در زمینه بهبود عملکرد شرکتهای تولیدی شهر صنعتی کرمانشاه که ناشی از عدم بررسی نوآوری و عوامل تقویت کننده نوآوریهای فرایندی و تولیدی می باشد را نشان داده و راه های برطرف کردن این نقاط ضعف را مورد بررسی قرار می دهد. با توجه به کلیه مطالب فوق الذکر، سوال اصلی تحقیق اینست که آیا نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فناورانه و عملکرد شرکتهای تاثیرگذار می باشد؟

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱- مبانی نظری

عملکرد سازمان

به اشتباه بسیاری بر این باورند که عملکرد عبارت است از سودآوری سازمان. واقعیت آن است که عملکرد شرکت بسته به نوع سازمان، تفکرات مدیریت، فلسفه ی وجودی و رسالت سازمان، شرایط محیطی و موارد بی شمار دیگری بررسی و اندازه گیری می شود. از این رو از شاخص ها و معیارهای متعددی بدین منظور بهره گرفته می شود. پژوهشگران در مطالعات مربوط به عملکرد بازرگانی مؤلفه های مختلفی را برای سنجش آن به کار برده اند (کفاش پور و نجفی سیاهرودی، ۱۳۸۸). چرا که میان محققان درخصوص انتخاب معیار سنجش عملکرد توافقی وجود ندارد (رضایی دولت آبادی و خائف الهی، ۱۳۸۵).

تعاریف و مفهوم عملکرد سازمانی

همواره در اکثر سازمان های جهان مدیران و رهبران سازمانی در پی ارتقا و بهبود عملکرد سازمان های خویش می باشند. عملکرد سازمان ترکیب گسترده ای هم از دریافتی های غیر ملموس، هم چون افزایش دانش سازمانی و هم دریافتی های عینی و ملموس، هم چون نتایج اقتصادی و مالی است. مدل های گوناگونی تلاش کرده اند عملکرد سازمانی را معرفی و ارزیابی کنند (علامه و مقدمی، ۱۳۸۹).

عملکرد سازمانی تقریباً شامل تمامی اهداف رقابت پذیری و تعالی تولید است و به هزینه، انعطاف پذیری، سرعت، قابلیت اعتماد یا کیفیت مربوط می شود. به علاوه، عملکرد سازمانی را می توان به مثابه چتری تعریف کرد که همه مفاهیم مرتبط به موفقیت و فعالیت های کل سازمان را در بر می گیرد. سازمان های با عملکرد برتر دارای ویژگی هایی خاص از لحاظ چشم انداز و مأموریت های سازمان، اهداف، تفکر راهبردی، رهبری، طراحی سازمان، فناوری و فرآیندهای سازمانی می باشند. در یک سازمان با عملکرد برتر، پیش رانه های اصلی عملکرد توسط بیانیه مأموریت تبیین می شود. یکی از مهم ترین و زیربنایی ترین ویژگی یک سازمان با عملکرد برتر، مأموریت و چشم انداز آن است. سازمان های با عملکرد برتر، هدف های روشن و قابل اندازه گیری را تدوین می کنند (هاردستی^{۱۱}، ۲۰۰۳).

ساختار سازمان های با عملکرد برتر، در نهایت سادگی است و تعداد مقام های ارشد این گونه سازمان ها به طرز شگفت آوری اندک است. این سازمان ها تأکید زیادی بر استفاده از فن آوری برای تأثیرگذاری راهبردی بر کسب و کار دارند. در یک سازمان با عملکرد برتر، بیان مأموریت، اتخاذ راهبرد همسو با مأموریت و تبیین ارزش های محوری سازمان، به تنهایی کفایت نمی کند، چرا که فرآیندها نیز باید کارآمد باشند تا بتوان منابع محدود را برای ایجاد ارزش مورد استفاده قرارداد. این قبیل سازمان ها اهمیت ویژه ای را برای فرآیند و مدیریت فرآیند قائل هستند چرا که ایجاد ارزش برای مشتری از راه به کارگیری فرآیندهای مؤثر و کارآمد حاصل می شود. عملکرد بهینه و برتر به خودی خود تحقق نمی یابد، بلکه برای پشتیبانی از آن باید ساختار، راهبرد و فرآیندهای مختلف از جمله فرآیند یادگیری متناسب گردد. افزایش توانایی و قابلیت های کارکنان از طریق آموزش مستمر آنان می تواند دارای اثر مستقیمی بر نتایج مالی سازمان باشد و هم چنین می توان گفت که شایستگی سرمایه انسانی با عملکرد سازمان رابطه مستقیمی دارد (چن^{۱۲}، ۲۰۰۴). عملکرد سازمانی، به چگونگی انجام مأموریت ها، وظایف و فعالیت های سازمانی و نتایج حاصل از انجام آنها اطلاق می شود. در تعریفی دیگر، عملکرد سازمانی عبارت است از دست یابی به اهداف سازمانی و اجتماعی یا فراتر رفتن از آنها و انجام مسئولیت هایی که سازمان به عهده دارد (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۹).

در یک سازمان هر فرد برای پیشرفت و نیل به اهداف تعیین شده شغلی نیاز به آگاهی از موقعیت خود دارد. این آگاهی موجب می شود که او از نقاط قوت و ضعف عملکرد و رفتار خود مطلع گردد و تمهیدات لازم را برای اثر بخشی بیشتر کوشش هایش به کار برد. سازمان ها نیز نیاز به شناخت کارآیی کارکنان خود دارند تا بر اساس آن وضعیت نیروی انسانی خود را بهبود بخشند و بدین طریق بر حجم ارائه خدمات خود بیفزایند و در روند حرکت های خود تحولات مثبت را ایجاد کنند. به قول یکی از فیلسوفان اسلام شناس زمانی یک مجموعه می تواند باقی بماند و اثر

¹¹ Hardesty

¹² Chen

مطلوب بدهد که آن مجموعه موزون باشد و یا به عبارتی از لحاظ مقدار لازم هر جزء و کیفیت ارتباط اجزا با یکدیگر در آن مجموعه توازن یا عدالت برقرار باشد (میرسپاسی، ۱۳۸۵).

عملکرد حاصل انتظارات مشخص و معینی است که سازمان از فرد در قبال انجام وظایف شغلی در راستای اهداف سازمانی انتظار دارد؛ ولی واقعیت امر این است که در برخی موقعیت ها افراد رفتارهایی را از خود بروز می دهند که در چارچوب وظایف سازمانی آنها نبوده و در ارزیابی عملکرد مورد توجه مدیران قرار نمی گیرند؛ اما به تحقق اهداف سازمانی کمک می کنند. بدیهی است اینگونه رفتارها می توانند تأثیر بسزایی در بهبود عملکرد افراد و سازمان ها داشته باشند (کاظمی و همکاران، ۱۳۸۴).

عملکرد سازمانی پدیده ای پیچیده است که شاید ساده ترین تعبیر برای آن را بتوان، مجموعه فعالیت های معطوف به دستیابی سازمانی دانست. متناسب با عملکرد که از دریچه های مختلف مورد مطالعه قرار می گیرد، اهداف نیز از دریچه های مختلفی بروز می کند. عملکرد را مطابق با تعریف یاد شده می توان بیان کرد که توانایی سامانه سنجش در دستیابی به نتایج مرتبط با اهداف سنجش است (راس^{۱۳} و همکاران، ۲۰۱۲). عملکرد سازمانی به چگونگی مأموریت ها و وظایف و فعالیت های سازمانی و نتایج آنها اطلاق می گردد. ارزیابی به فرایند پیچیده سنجش، ارزش گذاری و قضاوت در خصوص عملکرد اطلاق می شود (دربان آستانه و همکاران، ۱۳۹۱).

عملکرد سازمانی حاصل یا نتیجه فرآیندهای اجرایی و تحقق اهداف سازمان است. در تعریفی دیگر، عملکرد سازمانی عبارت است از به نتیجه رساندن وظایفی که از طرف سازمان بر عهده نیروی انسانی گذاشته شده است. عملکرد سازمانی تقریباً شامل تمامی اهداف رقابت پذیری و تعالی تولید است و به هزینه، انعطاف پذیری، سرعت، قابلیت اعتماد یا کیفیت مربوط می شود. به علاوه، عملکرد سازمانی را می توان به مثابه چتری تعریف کرد که همه مفاهیم مرتبط به موفقیت و فعالیت های کل سازمان را در بر می گیرد (قربانی زاده و همکاران، ۱۳۹۱).

«نوآوری» ایده، روش و یا موضوعی است که از نظر فرد، گروه و یا یک سیستم، جدید تلقی می گردد تا آن جا که به رفتار بشر مربوط می شود، جدید بودن ایده از نظر عینی نسبت به طول زمان به اولین کاربرد و یا کشف آن بستگی چندانی ندارد، بلکه برداشت و یا تازگی ذهنی ایده است که واکنش فرد یا گروه را در مقابل آن تعیین می کند اگر ایده به نظر فرد یا گروه جدید باشد نوآوری به شمار می آید. نوآوری و خلاقیت دو مفهوم مترادف نیستند «خلاقیت» یک ایده و یک فکر است در حالی که نوآوری به کار بستن آن تفکر است. سازمان ها نیز به عنوان عناصر اصلی اثربخش در فرآیندهای اقتصادی و اجتماعی جوامع، حوزه های مهمی در ظهور خلاقیت ها و نوآوری ها به شمار می روند و اساساً ادامه حیات آن ها بستگی به تغییر و نوآوری دارد. در عرصه سازمان ها، نوآوری فرآیندی است که وضع موجود و حفظ و نگهداری آن از طریق تفکر و نگرش جدید به محتوای فرآیندها و تغییر در ترکیب ۳ عامل عامل فن آوری، محیط و سازمان مورد چالش قرار می دهد و در حوزه های متعددی مانند توسعه محصول، فرآیند تولید و توزیع، شیوه های مدیریت، روش های انجام کار، روابط سازمانی و به طور کلی در تمام فعالیت های انسانی قابل تعریف و کاربرد است (پیراسته فرد، ۱۳۸۰).

نوآوری و عملکرد سازمانی

برخی از پژوهشگران، با توجه به اهمیت نوآوری در بحث عملکرد سازمانی به دنبال عواملی هستند که بر نوآوری تاثیر مثبت دارند و به شکلی غیرمستقیم بر عملکرد سازمانی نقش به سزایی ایفا می کردند، زیرا پژوهش های آنان نشان می داد که نوآوری بر عملکرد تاثیری ندارد. به بیانی دیگر ویژگی های سازمان های نوآور ارتباطی با عملکرد نداشت (داروچ^{۱۴}، ۲۰۰۵). البته تجزیه و تحلیل عواملی که بر نوآوری تاثیر مستقیم داشتند همانند رهبری و یادگیری سازمانی رابطه ی مثبتی با بهبود عملکرد داشتند (آراگون-کورا^{۱۵} و همکاران، ۲۰۰۷). اکگان و همکاران (۲۰۰۹) بیان می کنند که نوآوری به عنوان یک عامل مداخله گر، می تواند موجب بهبود عملکرد سازمانی شود. این پژوهشگران با مطالعه ی تاثیر توانمندی هیجانی و نوآوری بر عملکرد سازمانی نشان دادند که نوآوری محصول و نوآوری فرآیند به عنوان متغیری میانجی بین توانمندی هیجانی و عملکرد سازمانی نقش با اهمیتی ایفا می کند. کالانتون، کاسگیل و ژاو (۲۰۰۲) نیز معتقد بودند که یادگیری به عنوان یکی از عوامل ایجاد نوآوری، می تواند به شکلی غیرمستقیم و از طریق نوآوری موجب ارتقای عملکرد در سازمان شود. نتایج نشان داده که تعهد سازمانی، دیدگاه مشترک سازمانی، تسهیم دانش، کسب دانش، فرهنگ سازمانی و... می توانند موجبات افزایش ویژگی های نوآور بودن در سازمان شود و نوآوری نیز به نوبه خود بر عملکرد تاثیر مثبت خواهد داشت (المبارک^{۱۶}، ۲۰۰۶).

به هر حال مطالعات کمی در ارتباط با نقش نوآوری بر عملکرد سازمانی، چه به صورت ارتباطی مستقیم چه به صورت متغیری میانجی، انجام شده است (لوپز-نیکولاس و مرونو-سردان^{۱۷}، ۲۰۱۱).

داروچ (۲۰۰۵) در مطالعه خود به بررسی تاثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با نقش میانجیگری نوآوری پرداخت. نتایج پژوهش این پژوهشگر نشان داد که توانمندی مدیریت دانش می تواند موجب کارایی بیشتر سازمان شود و مدیریت دانش و نوآوری موجب بهبود عملکرد سازمانی می شود. لین و چن (۲۰۰۷) در مطالعه ای به بررسی رابطه نوآوری و عملکرد سازمانی پرداختند که نتایج پژوهشان نشان داد نوآوری به شکلی مستقیم بر عملکرد سازمانی تاثیر گذار است. لوپز-نیکولاس و مرونو-سردان (۲۰۱۱) نیز همانند پژوهش های گذشته در مطالعه ی خودشان به این نتیجه رسیدند که نوآوری می تواند موجب عملکرد بهتر سازمان ها شود.

۲-۲- پیشینه پژوهش:

کامیسون و لوپز (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی اثرات نوآوری سازمانی بر قابلیت های نوآوری فنی و عملکرد سازمانی پرداختند. جامعه آماری تحقیق آنها شرکتهای صنعتی کشور اسپانیا بودند که از بین این شرکتهای ۱۴۴ شرکت به عنوان نمونه مورد بررسی محققان قرار گرفت. ابزار جمع آوری داده در این تحقیق پرسشنامه بود و داده های جمع آوری شده با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی مورد بررسی و آزمون قرار گرفتند. نتایج نشان داد که نوآوری سازمانی بر قابلیت نوآوری فرایند و قابلیت نوآوری فرآیند بر قابلیت نوآوری تولید تاثیر معناداری داشته است. همچنین قابلیت نوآوری تولید نیز بر عملکرد سازمانی تاثیر معناداری دارد. در حالیکه رابطه معناداری بین نوآوری سازمانی و قابلیت نوآوری تولید و همچنین قابلیت نوآوری فرایند و عملکرد سازمان وجود نداشته است.

¹⁴ Darroch

¹⁵ Aragón-Correa

¹⁶ Al-Mabrouk

¹⁷ Lopez-Nicolas & Merono-Cerdan

صفرزاده و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی تاثیر استراتژیهای مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی پرداختند. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی، از نظر روش گردآوری داده ها از نوع توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق مراکز بهداشتی و درمانی شمال فارس می باشد. در این تحقیق ۳۰ برابر متغیرهای تحقیق که ۱۲۰ نفر می باشد به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. برای تست فرضیات این تحقیق از پرسشنامه ای مشتمل بر ۲۰ سوال بسته استفاده گردید. به منظور بررسی اعتبار سازه با استفاده از نرم افزار لیزرل از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد و به منظور تجزیه و تحلیل یافته ها از آزمون معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان می دهد که شخصی سازی دانش و کد گذاری دانش تاثیر مثبتی بر نوآوری و عملکرد سازمانی دارد و همچنین این متغیرها از طریق نوآوری بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبتی می گذارند و بین نوآوری و عملکرد سازمانی نیز رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

۳. روش شناسی پژوهش

این پژوهش بر مبنای پارادایم اثبات گرایی بوده و به دلیل این که به قصد کاربرد نتایج یافته هایش برای حل مسئله خاص متداول در سازمان انجام می شود، از لحاظ نوع و هدف پژوهش، کاربردی می باشد. از جنبه روش جمع آوری داده ها، توصیفی-تحلیلی بوده؛ توصیفی است زیرا پژوهشگر در اجرای آن، متغیرها را دست کاری نمی کند و یا برای وقوع رویدادها شرایطی را به وجود نمی آورد. در واقع، اگر هیچ گونه مشاهده یا تحلیلی نیز انجام نمی گرفت، وقایعی که مشاهده و توصیف می شوند، اتفاق می افتادند. تحلیلی است، زیرا پژوهشگر با اطلاعات غیر کافی می تواند به نتایج منطقی دست یابد (آذر و همکاران، ۱۳۹۲). به دلیل آنکه پژوهشگر با استفاده از پرسشنامه سعی در توصیف نگرش، افکار یا خصیصه های جامعه داشته، پژوهش از نوع کمی می باشد. در این پژوهش، پژوهشگر پس از شناسایی عوامل مؤثر در نوآوری سازمانی مبتنی بر قابلیت های نوآوری فناورانه با بهره گیری از نظر خبرگان مربوطه، تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM) برای سطح بندی و تفسیر روابط مفهومی شاخص های مذکور در شرکت ایران رادیاتور به کار برده است. در این تحقیق به منظور بررسی عوامل مؤثر در نوآوری سازمانی مبتنی بر قابلیت های نوآوری فناورانه، پس از مشورت با اساتید راهنما و مشاور، تصمیم به انتخاب شرکتهای تولیدی در شهر صنعتی کرمانشاه گرفته شد.

۴. یافته های پژوهش

مدل سازی ساختاری تفسیری

در این تحقیق، با بررسی ادبیات موضوع، ابعاد و شاخص های مؤثر تحقیق، شناسایی و از تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM) برای تفسیر روابط بین ابعاد و شاخص های آن بکار رفته است، زیرا مدل مذکور یک روش استقرار مطلوب برای شناسایی و تحلیل روابط بین ابعاد و شاخص ها است.

گام های اجرایی تکنیک ISM در این پژوهش

گام اول: شناسایی ابعاد و شاخص های تحقیق

در این پژوهش، ابتدا با بررسی ادبیات موضوع، ابعاد و شاخص های تحقیق شناسایی شده است. سپس به منظور جمع آوری نظر خبرگان در خصوص شناسایی روابط میان ابعاد و شاخص های استخراج شده و ارائه مدل ساختاری تفسیری از این معیارها، پرسشنامه ای طراحی گردید و پس از تأیید اساتید راهنما و مشاور میان ۱۳ تن از خبرگان توزیع گردید. ابعاد و شاخص های حاصل از ادبیات پس از اعمال نظرات متخصصین در جدول (۱) آمده است.

جدول (۱): ابعاد و شاخص های جمع آوری شده از پیشینه تحقیق

ابعاد	ردیف
ریسک پذیری	۱
متغیرهای ساختاری	۲
متغیرهای فرهنگی	۳
متغیرهای منابع انسانی	۴
پویایی سازمانی	۵
زیرساختهای فناوری	۶

گام دوم: تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری

پس از تعیین شاخص ها، پرسشنامه ماتریسی ISM طراحی شده و خبرگان این شاخص ها را به صورت زوجی مورد بررسی قرار داده و با استفاده از نمادهای زیر به تعیین روابط میان شاخص ها پرداخته اند:

V: اگر عنصر i بر عنصر j تأثیر گذار باشد؛ A: اگر عنصر j بر عنصر i تأثیر گذار باشد؛

X: تأثیر متقابل عناصر i و j؛ O: در صورت عدم وجود ارتباط بین عناصر i و j؛

اطلاعات حاصله بر اساس مدل سازی ساختاری تفسیری جمع بندی شده و ماتریس خود تعاملی ساختاری از ابعاد و شاخص های پژوهش و مقایسه آنها با استفاده از چهار حالت روابط مفهومی تشکیل شده است. منطق مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM) بر مبنای مد در فراوانی ها عمل می کند.

نتایج حاصل از پرسشنامه ها در مورد شاخص های مورد بررسی در جدول (۲) آورده شده است.

جدول (۲): ماتریس خودتعاملی ساختاری

ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱ ریسک پذیری	X	V	V	V	V	V
۲ متغیرهای ساختاری	A	X	X	X	X	V
۳ متغیرهای فرهنگی	A	X	X	A	X	X
۴ متغیرهای منابع انسانی	A	X	V	X	A	A
۵ پویایی سازمانی	A	X	X	V	X	V
۶ زیرساختهای فناوری	A	A	X	V	A	X

گام سوم: تشکیل ماتریس دسترسی اولیه

ماتریس دسترسی اولیه از تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دو ارزشی (صفر و یک) حاصل می‌گردد. به منظور جایگزینی اعداد صفر و یک بجای نمادهای چهارگانه جدول (۲)، برای استخراج ماتریس دسترسی اولیه، قوانین زیر مورد استفاده قرار می‌گیرند:

- اگر ورودی (i, j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری نماد V باشد، در ماتریس دسترسی اولیه (i, j) عدد یک و ورودی (j, i) عدد صفر خواهد بود.

- اگر ورودی (i, j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری نماد A باشد، در ماتریس دسترسی اولیه (i, j) عدد صفر و ورودی (j, i) عدد یک خواهد بود.

- اگر ورودی (i, j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری نماد X باشد، در ماتریس دسترسی اولیه (i, j) عدد یک و ورودی (j, i) عدد یک خواهد بود.

- اگر ورودی (i, j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری نماد O باشد، در ماتریس دسترسی اولیه (i, j) عدد صفر و ورودی (j, i) عدد صفر خواهد بود.

جدول (۳): ماتریس دسترسی اولیه شاخص ها

ابعاد		۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱	ریسک پذیری	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲	متغیرهای ساختاری	۰	۱	۱	۱	۱	۱
۳	متغیرهای فرهنگی	۰	۱	۱	۰	۱	۱
۴	متغیرهای منابع انسانی	۰	۱	۱	۱	۰	۰
۵	پویایی سازمانی	۰	۱	۱	۱	۱	۱
۶	زیرساختهای فناوری	۰	۰	۱	۱	۰	۱

گام چهارم: ایجاد ماتریس دسترسی نهایی

پس از آنکه ماتریس دسترسی اولیه بدست آمد، روابط ثانویه شاخص ها کنترل می گردد. رابطه ثانویه به صورتی است که اگر شاخص i منجر به شاخص j شود و هم چنین شاخص j منجر به شاخص k شود، آن گاه شاخص i نیز منجر به شاخص k خواهد شد. اگر در ماتریس دسترسی اولیه این حالت برقرار نبود، باید ماتریس اصلاح شده و روابطی که از قلم افتاده جایگزین شود؛ به این عمل اصطلاحاً سازگار کردن ماتریس دسترسی اولیه گفته می شود. در این گام، کلیه روابط ثانویه بین متغیرها، بررسی شد و ماتریس دسترسی نهایی طبق جدول (۴) بدست آمد. خانه هایی که با علامت *^۱ مشخص شده اند، نشان می دهند که در ماتریس دسترسی اولیه صفر بوده و پس از سازگاری عدد یک گرفته اند. در این ماتریس قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر متغیر نیز نشان داده شده است. قدرت نفوذ یک متغیر از جمع تعداد متغیرهای متأثر از آن و خود متغیر بدست می آید و میزان وابستگی یک متغیر نیز از جمع متغیرهایی که از آن تأثیر می پذیرد و خود متغیر بدست می آید.

جدول (۴): ماتریس دسترسی نهایی (ماتریس دسترسی سازگار شده شاخص‌ها)

ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	قدرت نفوذ
۱ ریسک پذیری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۶
۲ متغیرهای ساختاری	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۵
۳ متغیرهای فرهنگی	۰	۱	۱	۱*	۱	۱	۵
۴ متغیرهای منابع انسانی	۰	۱	۱	۱	۱*	۱*	۵
۵ پویایی سازمانی	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۵
۶ زیرساختهای فناوری	۰	۱*	۱	۱	۱*	۱	۵
میزان وابستگی	۱	۶	۶	۶	۶	۶	

گام پنجم: تعیین روابط و سطح بندی شاخص ها

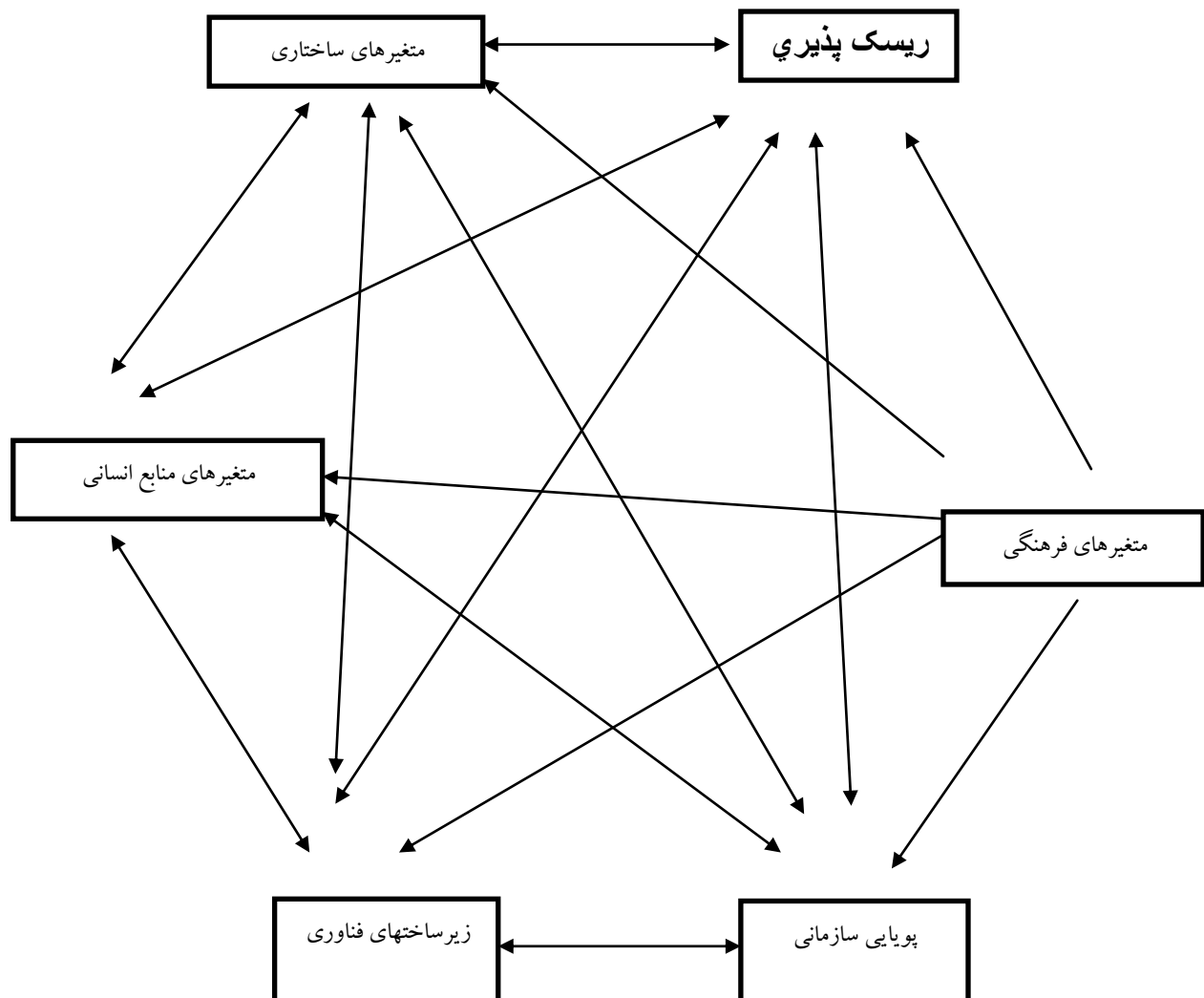
در این گام، با استفاده از ماتریس دسترسی نهایی، پس از تعیین مجموعه های ورودی و خروجی، اشتراک این مجموعه ها برای هر یک از شاخص بدست می آید. سپس تعداد عناصر مجموعه ورودی و مجموعه مشترک را مشخص نموده و به صورت صعودی بر اساس کوچکترین فراوانی به بزرگترین، عمل سطح بندی را انجام می دهیم. مجموعه خروجی یک شاخص شامل اجزایی از سیستم است که از آن جزء نشات می گیرد (تعداد "۱" های هر ستون در ماتریس دسترسی نهایی) و مجموعه ورودی هر شاخص شامل اجزایی از سیستم است که به آن جزء منتهی می شود (تعداد "۱" های هر سطر در ماتریس دسترسی نهایی).

جدول (۵): سطح بندی شاخص ها

مؤلفه ها	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه خروجی	سطح بندی
ریسک پذیری	۱	۱	۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶	۵
متغیرهای ساختاری	۲ و ۳ و ۴ و ۵	۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵	۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶	۲
متغیرهای فرهنگی	۲ و ۳ و ۵ و ۶	۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶	۲ و ۳ و ۵ و ۶	۱
متغیرهای منابع انسانی	۲ و ۴	۱ و ۲ و ۴ و ۵ و ۶	۲ و ۳ و ۴	۲
پویایی سازمانی	۲ و ۳ و ۵	۱ و ۲ و ۳ و ۵	۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶	۴
زیرساختهای فناوری	۳ و ۶	۱ و ۲ و ۳ و ۵ و ۶	۳ و ۴ و ۶	۳

گام ششم: رسم مدل اولیه و نهایی ساختاری تفسیری

در این مرحله با توجه به سطوح متغیرها و ماتریس دسترسی نهایی، یک مدل اولیه رسم و از طریق حذف روابط ثانویه در مدل اولیه، مدل نهایی به دست می آید.



نمودار (۱): مدل اولیه پژوهش

گام هفتم: تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و میزان وابستگی (نمودار MICMAC)

با استفاده از داده‌های جدول (۴) می‌توان شاخص‌های پژوهش را بر اساس قدرت نفوذ هر شاخص در شاخص‌های دیگر و میزان وابستگی هر شاخص به شاخص‌های دیگر در چهار سطح زیر دسته‌بندی کرد:

۱- سطح استقلال (خودمختار): شاخص‌هایی که حداقل وابستگی و قدرت نفوذ را در دیگر شاخص‌ها دارند.

۲- وابستگی: شاخص‌هایی که وابستگی زیادی به شاخص‌های دیگر دارند.

۳- ارتباط (پیوندی): شاخص‌هایی که رابطه دو طرفه‌ای با دیگر شاخص‌ها دارند.

۴- نفوذ (عدم وابستگی): شاخص‌هایی که بر شاخص‌های دیگر نفوذ قابل توجهی دارند.

قابل توجه می‌باشد که در این تحقیق همه شاخص‌ها در سطح سوم قرار می‌گیرند، گروه سوم، متغیرهای ارتباطی (سطح ۳) می‌باشند که از قدرت نفوذ و وابستگی بالایی برخوردارند. در واقع هرگونه عملی بر روی این متغیرها باعث تغییر سایر متغیرها می‌شود. تحلیل ماتریس قدرت نفوذ-وابستگی در بخش نتایج تحقیق ارائه شده است.

جدول (۶): ماتریس قدرت نفوذ-وابستگی

همه شاخص ها در این سطح قرار می گیرند

III

IV

I

II

کم قدرت نفوذ زیاد

زیاد وابستگی کم

۵. نتیجه گیری و پیشنهادات

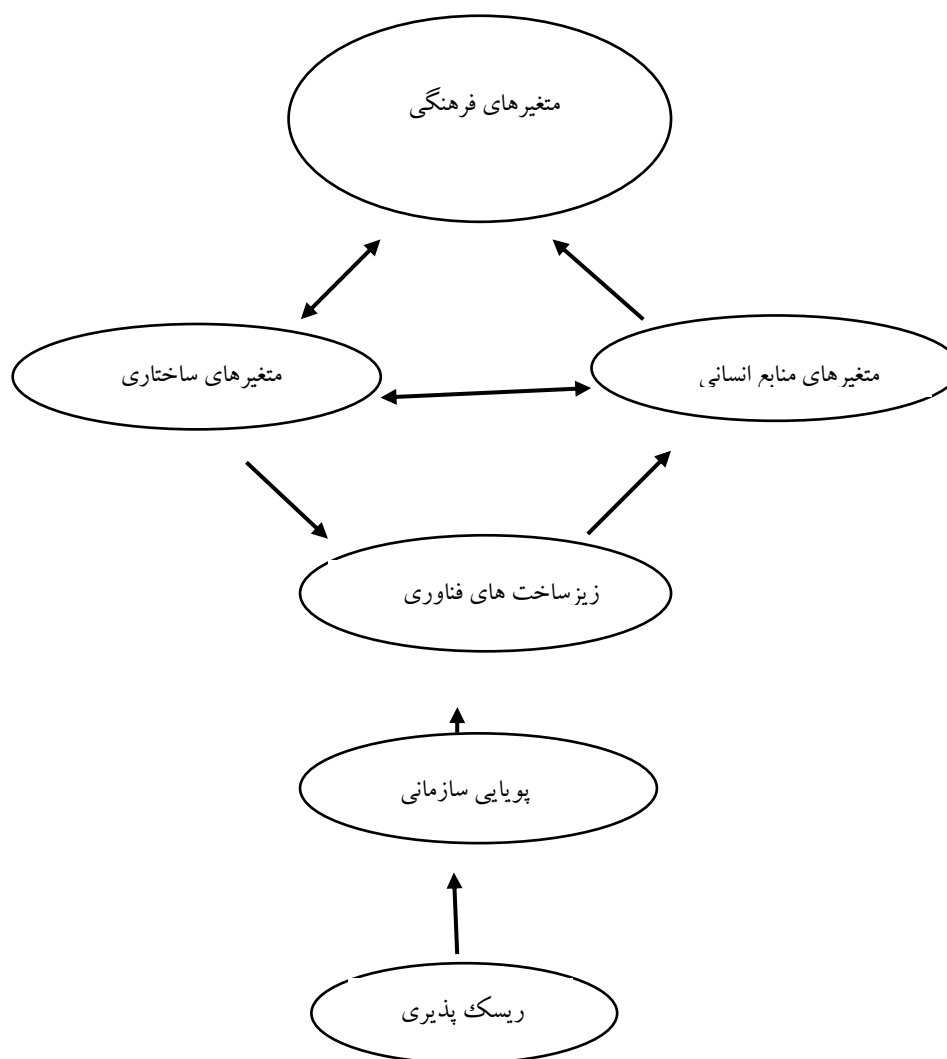
سؤال اول: ابعاد و شاخص های تاثیر نوآوری سازمانی در قابلیت های توآوری فناورانه کدامند؟
با بررسی تحقیقات قبلی و مرور ادبیات مرتبط با موضوع و همچنین مصاحبه با خبرگان، ۶ عامل مؤثر شناسایی شد که این مجموعه شاخص ها، با توجه به ادبیات در قالب ۵ بعد اصلی دسته بندی شدند.

جدول (۷): تاثیر نوآوری سازمانی در قابلیت های توآوری فناورانه

ردیف	ابعاد
۱	ریسک پذیری
۲	متغیرهای ساختاری
۳	متغیرهای فرهنگی
۴	متغیرهای منابع انسانی
۵	پویایی سازمانی
۶	زیرساختهای فناوری

سؤال دوم: روابط بین شاخص های تاثیر نوآوری سازمانی در قابلیت های نوآوری فناورانه در قالب یک مدل یکپارچه ISM به چه صورت است؟

مدل اولیه با توجه به سطوح متغیرها و ماتریس دسترسی نهایی رسم شد و از طریق حذف انتقال پذیری ها در مدل اولیه، مدل نهایی بدست می آید.



نمودار (۲): مدل ساختاری تفسیری پژوهش

همان طور که اشاره شد، مدل نهایی به دست آمده در این پژوهش از چهار سطح تشکیل شده است. باید توجه داشت که موانعی که در سطوح بالاتر هستند از تأثیرگذاری کمتری برخوردارند و بیشتر تحت تأثیر سایر موانع می باشند. ابعاد متغیرهای فرهنگی و متغیرهای منابع انسانی در بالاترین سطح قرار گرفته اند؛ بنابراین، بیشتر تحت تأثیر موانع سطح پایین تر هستند.

از جمله نتایج دیگر تحقیق می توان بر نتایج ماتریس نفوذ- همبستگی اشاره کرد. در این ماتریس شاخص های قابلیت نوآوری سازمانی با توجه به قدرت نفوذ هر شاخص در شاخص های دیگر و میزان وابستگی هر شاخص به شاخص های دیگر در چهار سطح تقسیم بندی شده است. سطح بندی مذکور نشان می دهد که همه شاخص های تحقیق در ناحیه پیوندی قرار گرفته اند. متغیرهای این ناحیه، قدرت نفوذ و وابستگی بالایی دارند.

سؤال سوم: اولویت بندی ابعاد و شاخص های تاثیر نوآوری سازمانی در قابلیت های نوآوری فناورانه چگونه است؟ همان طور که اشاره شد، مدل نهایی به دست آمده در این پژوهش از پنج سطح تشکیل شده است. باید توجه داشت که شاخص هایی که در سطوح بالاتر هستند از تأثیرگذاری کمتری برخوردارند و بیشتر تحت تأثیر سایر شاخص ها می باشند. جدول (۸) اولویت بندی شاخص های پژوهش را بر اساس سطح بندی بدست آمده نمایش می دهد.

جدول (۸): اولویت بندی شاخص های پژوهش

شاخص	سطح
متغیرهای فرهنگی	۱
متغیرهای منابع انسانی، متغیرهای ساختاری	۲
زیرساختهای فناوری	۳
پویایی سازمانی	۴
ریسک پذیری	۵

تبیین و تفسیر نتایج تحقیق

در تحقیق حاضر نتایج نشان داد که نوآوری سازمانی، قابلیت نوآوری فناورانه و قابلیت نوآوری تولید بر عملکرد سازمانی تاثیر داشته اند و می توانند تغییرات عملکرد سازمانی را با توجه به مدل تحقیق، پیش بینی نمایند. از سوی دیگر بر اساس میانگین به دست آمده برای متغیر عملکرد سازمان می توان گفت این متغیر وضعیت مناسبی نداشته و خصوصا توجه به نوآوری فرایند به دلیل تاثیر قابل توجهی که بر عملکرد سازمان دارد می تواند در دستور کار مسئولین مربوطه در شرکتهای صنایع غذایی شهرستان کرمانشاه قرار بگیرد.

نتایج بررسی فرضیات نشان داد که متغیرهای قابلیت نوآوری فرایند و قابلیت نوآوری تولید می توانند موجب تاثیرگذاری غیرمستقیم نوآوری سازمانی بر عملکرد باشند و بیشترین تاثیر غیر مستقیم نیز از مسیر نوآوری فرایند حاصل می شود که نقش مهم برخوردار بودن شرکتهای از قابلیت های مناسب برای ایجاد نوآوری در فرایندهای سازمانی را نشان می دهد و همچنین بیان می کند که مدیران به منظور کسب عملکرد بهینه می توانند بر فعالیتهای نوآوری سازمانی و نوآوری فرایندی تاکید بیشتری نسبت به نوآوری در تولید داشته باشند.

پیشنهادات کاربردی

بر اساس نتایج به دست آمده تعدادی پیشنهاد به مدیران شرکتهای صنایع غذایی شهرستان کرمانشاه بدین شرح ارائه می شود:

۱- پیشنهاد می شود به منظور تقویت نوآوری سازمانی، تهیه و استفاده از پایگاههای داده در رابطه با تجربیات شرکتهای موفق بین المللی و داخلی، تهیه کارگروهی برای بررسی و رصد دقیق رقبا و اقداماتی مشابه در دستور کار مدیران شرکتهای صنایع غذایی شهرستان کرمانشاه قرار بگیرد.

۲- پیشنهاد می شود در شرکتهای تولیدی از روشهای مدرن و ابزارهای جدید و کارآمد مدیریتی همچون سیستمهای مدیریت استعداد کارکنان، سیستم تصمیم گیری غیر متمرکز، گروههای کاری بین وظیفه ای و به طور کلی مدیریت منابع انسانی پیشرفته بهره بیشتری گرفته شود.

۳- پیشنهاد می شود به منظور متمرکز شدن شرکت بر اهداف و ماموریتهای اصلی خود، از برونسپاری فعالیتهای غیر ضروری و همچنین توجه ویژه به تامین کنندگان و عرضه کنندگان، به عنوان رنجیره تولید شرکت و همکاران خارجی مجموعه، استفاده شود تا نوآوری سازمانی نمود بیشتری پیدا کند.

۴- پیشنهاد می شود جهت کسب عملکرد بالاتر و در سطح استانداردهای بین المللی، شرکتها تلاش نمایند تا از قابلیتهای به روز همچون قابلیت ایجاد و مدیریت مجموعه ای از فناوریهای به هم مرتبط، توانائی جذب فناوریهای اصلی و پایه ای صنعت، قابلیت خلق نوآوری در فرایندهای تولیدی و فنی و فعالیتهای این چنین بهره بگیرند.

۵- پیشنهاد می شود با توجه به رویکر جهانی در خصوص توجه به محیط زیست و تعیین استانداردهای تولیدی دوسنادر محیط زیست و احتمال وضع قوانینی بازدارنده در این خصوص، شرکتها در زمینه برخورداری از فرایندهای تولیدی سبز نیز برنامه ریزی نمایند.

۶. منابع و مآخذ

۱- دربان آستانه، علیرضا؛ قدیری معصوم، معجبی؛ فیروزی، محمدعلی، (۱۳۹۱). بررسی ارتباط بین عملکرد سازمانی و مهارت های کارآفرینی مدیران محلی روستایی (مطالعه موردی: دهیاران استان قزوین) پژوهش های روستایی، سال سوم، شماره یکم، صص ۵۹-۲۷.

۲- پیراسته فرد، سعید (۱۳۸۰). موانع نوآوری در سازمان. مجله توسعه مدیریت، شماره ۳۲، سال نهم.

۳- صفرزاده، حسین؛ تدین، اعظم و حرمحمدی، مریم (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر استراتژی های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی، فصلنامه علمی پژوهشی دانشکده بهداشت یزد، دوره یازدهم، شماره ۱، صص ۸۶-۷۶.

۴- قربانی زاده، وجه الله، حبیبی بدرآبادی، حسین، ابراهیم زاده، حسین (۱۳۹۱). نقش تعدیل کننده فرایند یادگیری در رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی، پژوهش های مدیریت عمومی سال پنجم، شماره شانزدهم، تابستان ۱۳۹۱، صص ۱۶۱-۱۳۵.

5- Al-Mabrouk, K. 2006. Critical Success Factors Affecting Knowledge management Adoption: A Review of the Literature. IEEE Xplore, 1-6.

6- Aragón-Correa, JA; García-Morales, VJ; Cordon-Pozo, E.2007. Leadership and organizational learning's role on innovation and performance: Lessons from Spain. Industrial Marketing Management, 36, 349- 359.

- 7- Currie, G., Dingwall, R., Kitchener, M., Waring, J. (2012). *Let's dance: Organization studies, medical sociology and health policy*. *Social Science & Medicine*, 74(3), 273-280.
- 8- Darroch, J. 2005. Knowledge management, innovation and firm performance. *Journal of Knowledge Management*, 9: 101- 115.
- 9- Kamasak, Rifat and Bulutlar, Fusun. (2010). The influence of knowledge sharing on innovation. *European Business Review*, Vol. 22 No. 3, pp. 306-317.
- 10- Lin, CY; Chen, MY. 2007. Does innovation lead to performance? An empirical study of SMEs in Taiwan. *Management Research News*, 30, 115- 132.
- 11- López-Nicolás, C., & mer˜no-Cerdán, A. (2011). Strategic knowledge management, innovation and performance. *International Journal of Information Management*, 31, 502–509.
- 12- Rus, C.L; Ranas, G & Baban, A. (2012), "An analysis of environmental changes, resources and performance: an internal police organization perspective", *Procedia- social and Behavioral*, vol. 33, pp. 727-731

Investigating the Impact of Organizational Innovation on Technological Innovation Capability and Performance of Manufacturing Companies in Kermanshah Industrial City with Interpretive Structural Modeling Approach

Farzad Safaei Shaygan¹

Saba farzamfar²

Date of Receipt: 2020/08/25 Date of Issue: 2020/09/05

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of organizational innovation on technological innovation capability and performance of food industry companies in Kermanshah. The present study is descriptive and applied in terms of purpose. This study by examining the effects of organizational innovation in creating innovation capability in products and processes as well as the effects of organizational innovation and technological capabilities on the performance of companies, part of the gap in improving the performance of Kermanshah manufacturing companies due to lack of innovation and strengthening factors Demonstrates process and production innovations and explores ways to address these weaknesses. The need to address the issue of innovation and its impact on the performance of manufacturing companies in the industrial city of Kermanshah is doubly important because on the one hand the performance of these companies will improve and on the other hand the growth of industry will improve. By reviewing the research literature and obtaining experts' opinions, the issue was identified in the form of 6 dimensions (risk-taking, structural variables, cultural variables, human resource variables, organizational dynamics, technology infrastructure); Then, a matrix questionnaire was developed with ISM approach to determine the interrelationships of these indicators. The data obtained from the questionnaire were analyzed using interpretive structural modeling and plotted at 5 levels in an interactive network. The results showed that organizational innovation has a significant effect on process innovation capability and production innovation capability. Also, process innovation capability and production innovation capability have had a significant effect on organizational performance.

Keyword

Organizational innovation, process innovation capability, production innovation capability, organizational performance

1. Department of Business Management, Payame Noor University, Hamadan, Iran (Farzadsshaygan@gmail.com).

2. Department of Management, Kermanshah branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran (pfarzam30@yahoo.com)