

تاثیر قابلیت های فناوری اطلاعات بر عملکرد نوآوری محصول با توجه به نقش گرایش به کارآفرینی شرکتی، شدت رقابت و افزایش انگیزه

هما درودی^{۱*}، حامد سلوکی مقدم^۲

۱- استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران؛ homa_doroudi@yahoo.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت اجرایی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران؛ hamed.solooki@yahoo.com

چکیده

امروزه شرکت های فناوری توجه خود را به ایجاد عملکرد نوآوری در محصولات خود معطوف کرده اند. حفظ مزیت رقابتی و بقاء سازمانی شرکت ها در راستای حفظ، تقویت و ایجاد عملکرد نوآوری در محصول می باشد. برطبق پیشینه پژوهش قابلیت های فناوری اطلاعات، کارآفرینی شرکتی، شدت رقابت و افزایش انگیزه از جمله عوامل موثر بر عملکرد نوآوری محصول در شرکت ها هستند. از این رو هدف این پژوهش بررسی تاثیر بین متغیر های قابلیت فناوری اطلاعات، کارآفرینی شرکتی، شدت رقابت، افزایش انگیزه و ایجاد عملکرد نوآوری محصول در صنایع با فناوری بالا می باشد. این پژوهش بر اساس هدف، کاربردی و باروش توصیفی- تحلیلی و از نوع علی است که با رویکرد پیمایشی انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه مدیران و سرپرستان ارشد واحد های شرکت های فناوری خدماتی و تولیدی واقع در بخش اراضی پارک علم و فناوری پردیس تشکیل داده اند. نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۱۶۵ مدیر تعیین شد. به منظور جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه بومی سازی شده استفاده شده است. پایایی پرسشنامه توسط ضریب الفای کرونباخ (۰/۹۳۷) و روایی پرسشنامه به وسیله روایی صوری انجام شده است. تجزیه و تحلیل داده ها به روش معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار smart-pls انجام گرفته است. بر اساس یافته های حاصل از این پژوهش بین متغیر قابلیت های فناوری اطلاعات و عملکرد نوآوری شرکتی تاثیر مثبت و معنا داری وجود دارد و کار آفرینی شرکتی این تاثیر را بصورت کامل میانجی گری نموده و شدت رقابت و افزایش انگیزه نیز تاثیر فوق را به صورت مثبت تعدیل می کنند. در انتهای نیز با توجه به نتایج بدست آمده پژوهش، پیشنهادهایی ارائه شده است.

واژه های کلیدی: قابلیت های فناوری اطلاعات، کارآفرینی شرکتی، شدت رقابت، افزایش انگیزه، عملکرد نوآوری محصول

۱- مقدمه

از آنجاکه چرخه عمر محصولات و خدمات به سرعت در حال کوتاه تر شدن هستند و فناوری های جدید با سرعت روزافزونی متولد می شوند، شرکت ها معمولاً تحت فشار قرار دارند تا به سرعت هر چه تمام تر به نوآوری در محصولات دست یابند. زمان ورود به بازار و لحظه معرفی محصول جدید به بازار، عوامل اساسی در رقابت هستند. در این میان قابلیت های فناوری اطلاعات می تواند در مدیریت نوآوری و عملکرد نوآورانه در محصول نقش اساسی داشته باشد [1]. قابلیت های فناوری اطلاعات این توانایی را به یک شرکت می دهد تا در جهت بسیج کردن و استقرار منابع و ترکیب و همکاری آن ها با یکدیگر در قسمت های مختلف سازمان فعالیت نمایند. فناوری اطلاعات این پتانسیل را دارد تا به شرکت کمک نماید تا نسبت به رقبای در جهت کاهش هزینه، افزایش سود و دیگر عملکردها برتری یابد. به دلیل اینکه قابلیت های فناوری اطلاعات شامل طیف گسترده ای از ابزار اطلاعاتی، ارتباطی و خدماتی رایج می باشد، توانایی استدلال اطلاعات گذشته که مفید هستند را نیز دارد. قابلیت ساختاری آن به صورت گسترده و مفهوم آن به شکل کلی به عنوان شاکله ای مجازی از ساختار شرکت می باشد که قابلیت های آن دارای چهار