



اثرات هم افزایی نوآوری بر عملکرد شرکت

جلیل فیروزی^۱ و علیرضا عقیقی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد firozi1358@gmail.com

^۲ استادیار، گروه مدیریت، بخش مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. Aghighi56@gmail.com

چکیده

در این پژوهش اثرات هم افزایی محصول، فرآیند، بازاریابی و نوآوری سازمانی با در نظر گرفتن سطوح نوآوری و دسته بندی صنعتی مورد بررسی قرار می گیرد. این مطالعه همچنین تأثیر جهت گیری های استراتژیک، اکتشاف و بهره برداری، در فعالیت های نوآوری یک شرکت را بررسی می کند. به همین منظور با استفاده از پرسشنامه ای که تهیه شد داده ها در دو دسته از شرکت های با فناوری بالا و فناوری پایین جمع آوری و با نرم افزار pls تحلیل شدند نتایج نشان می دهد که جهت گیری های اکتشاف و بهره برداری تأثیر مثبت بر نوآوری فرآیند دارند همچنین تأثیر جهت گیری های اکتشافی و بهره بردارانه بر نوآوری رادیکال و افزایشی محصول در شرکت های با فناوری بالا مثبت است اما در شرکت های با فناوری پایین این اثرات بیشتر به صورت منفی خود را نشان می دهد. نوآوری در فرآیند، نوآوری رادیکال و افزایشی محصول را تشویق می کند. تأثیر نوآوری فرایند بر عملکرد شرکت های با فناوری بالا مثبت است و در شرکت های با فناوری پایین منفی است. نوآوری های بازاریابی و سازمانی اثرات مثبت بر عملکرد شرکت دارند. این پژوهش با در نظر گرفتن متغیرهای متعدد و دسته بندی شرکت ها در دو سطح فناوری بالا و پایین در نوع خود جدید است. یافته ها نشان می دهد که اثرات هم افزایی نوآوری وجود دارد و می تواند بسته به سطح نوآوری و دسته بندی صنعتی تغییر یابد.

واژه های کلیدی

اثرات هم افزایی، نوآوری بازاریابی، نوآوری سازمان، نوآوری فرایند، نوآوری محصول

مقدمه

تغییرات محیطی سازگار سازند به بیان دیگر، با توجه به سرعت شتابنده تغییرات و تحولات علمی، تکنولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و ... در عصر حاضر،

در عصر حاضر سازمانها به صورت فزاینده ای با محیطهای پویا و در حال تغییر مواجه اند. بنابراین، به منظور بقا و پویایی خود مجبورند که خود را با