

اثرات هم افزایی نوآوری بر عملکرد شرکت

جلیل فیروزی^۱

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد و دبیر آموزش و پرورش

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 فرآیند بر عملکرد شرکت های با فناوری بالا مثبت است و در شرکت های با فناوری پایین منفی است. نوآوری های بازار یابی 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 بازار یابی، نوآوری سازمان، نوآوری فرآیند، نوآوری محصول