

عنوان مقاله:

استخراج میزان تاثیر ابعاد نوآوری سازمانی در عملکرد نوآورانه سازمان در صنعت ساخت و ساز (مطالعه موردی: شرکت های ساختمانی و تاسیساتی)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه گذاری (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

اعظم تاری یان درونکلا - دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان قزوین

خلاصه مقاله:

امروزه نوآوری سازمانی عامل ضروری برای رقابت پذیری و برتری بسیاری از سازمان های پیشرو است. این سازمان ها با استراتژی تمایز تلاش می کنند نسبت به رقبای متفاوت ظاهر شوند. در این پژوهش ضمن بررسی رابطه بین نوآوری سازمانی و ابعاد مختلف آن با عملکرد نوآورانه تلاش شد سهم نسبی هر یک از مؤلفه های نوآوری سازمانی را در پیش بینی عملکرد نوآورانه مشخص شود. به این منظور ابعاد نوآوری سازمانی براساس مدل ترکیبی گاندی و الون و لیتون و همکاران شامل نوآوری محصول، فرآیند، مدیریتی و بازاریابی در نظر گرفته شد. جامعه آماری این تحقیق را کارشناسان و مدیران شرکت های ساختمانی ثبت شده در انجمن شرکت های ساختمانی تاسیساتی استان تهران تشکیل دادند. پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث روش توصیفی پیمایشی است. اطلاعات مورد نیاز با استفاده از ابزار پرسشنامه با نمونه ای بالغ بر 200 نفر جمع آوری گردید. اعتبار شاخص ها و مدل پژوهش با تست CVR و پایایی پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت. یافته های پژوهش نشان می دهند که بین مولفه های نوآوری سازمانی و عملکرد نوآورانه رابطه معناداری وجود دارد. همچنین به این نتیجه رسیدیم که نوآوری محصول بیش تر از مولفه های دیگر نوآوری سازمانی بر عملکرد نوآورانه تاثیر مستقیم و مثبتی دارد. براین اساس سازمان های نوآور و پیشرو از نتایج این پژوهش می توانند در اجرای پروژه های استراتژیک سازمان جهت کسب مزیت رقابتی استفاده نمایند.

کلمات کلیدی:

عملکرد نوآورانه، نوآوری سازمانی، نوآوری در بازاریابی، نوآوری مدیریتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/253969>

