

عنوان مقاله:

تاثیر محرک های استراتژی نوآوری بر فعالیت های نوآورانه سازمان

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان با تاکید بر اقتصاد مقاومتی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

شبیم کاظمی - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت اجرایی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

صادق عابدی - عضو هیئت علمی، گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

نوآوری یک عامل اساسی در ایجاد رقابت است که منجر به رشد سازمانی می شود، موفقیت آینده را در بردارد و همانند موتور رشدی است که به شرکت ها اجازه می دهد در اقتصاد جهانی از کارایی بهتری برخوردار شوند، با توجه به اهمیت نوآوری در سازمان های امروزی و با اقتباسی از مدل T&B اندازه گیری ظرفیت نوآوری شرکت ها (محرک های نوآوری) به استراتژی، سازماندهی، آموزش، فرآیندها، شبکه، مدیریت دانش و مدیریت خلاقیت بستگی دارد. هدف این پژوهش بررسی تاثیر این محرک های استراتژی نوآوری بر فعالیت های نوآورانه سازمان در شرکت همراه اول مرکزی در شهر کرج می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل 150 نفر از کارکنان شرکت همراه اول است که به صورت سرشماری انتخاب شدند. لذا این تحقیق توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی است. جهت جمع آوری داده ها، از پرسشنامه فرری و همکاران (2016) و صفورا الهی و همکاران (1393) و کیوان احمدی و همکاران (1393) که شامل 29 سوال می باشد، استفاده گردیده. روایی (محتوا) و پایایی (آلفای کرونباخ) پرسشنامه حاکی از آن هستند که ابزارهای اندازه گیری از روایی و پایایی خوبی برخوردار هستند. نتایج حاصل از آزمون فرضیات توسط نرم افزار AMOS و با استفاده از تحلیل مسیر نشان داد که مولفه استراتژی بر فعالیت های نوآورانه با ضریب تاثیر 0/70 بیشترین تاثیر و سازماندهی بر فعالیت های نوآورانه با ضریب تاثیر 0/47 کمترین تاثیر را دارند، همچنین تاثیر فرایندهای نوآوری با ضریب تاثیر 0/56، مدیریت خلاقیت با ضریب تاثیر 0/55، شبکه نوآوری با ضریب تاثیر 0/56، مدیریت دانش با ضریب تاثیر 0/66 و آموزش با ضریب تاثیر 0/55 بر فعالیت های نوآورانه تایید گردید.

کلمات کلیدی:

استراتژی نوآوری، سازماندهی نوآوری، فرایندهای نوآوری، شبکه نوآوری، آموزش نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/694067>

