

بررسی نقش نوآوری در شیوه های منابع انسانی بر عملکرد نوآوری و بهبود عملکرد صنعت غذایی با تاکید نقش واسطه ای شدت رقابت

سید مسعود موسوی طیبی، مریم محمدی، مهسا میر آبادی، علیرضا صفائی

دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، زنجان، ایران

masodtayebii@gmail.com

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران، گرایش خط و مشی گذاری

marmarmohammadi7000@gmail.com

دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گرایش خط و مشی گذاری، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

Mirabadi.mahsaa@gmail.com

دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

ar.safaeii@gmail.com

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۴/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۱۰

The role of innovation in human resource practices on innovation performance and performance improvement in the food industry with emphasis on the mediating role of competition intensity

Seyyed Masoud Mousavi Tayyibi, Maryam Mohammadi, Mahsa Mirabadi, Alireza Safai

Master of Business Administration, Marketing Major, Islamic Azad University, Zanjan Branch, Zanjan, Iran

Master of Public Administration student, Islamic Azad University, Zanjan, Iran, majoring in Policy Making

PhD student in Public Administration, Policy Development, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

PhD student in Public Administration, Human Resources Department, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Abstract

The main objective of this study is to investigate the effect of innovations in human resource practices and innovation capability on company performance with an emphasis on the mediating role of competitive advantage in food industry companies in Zanjan province. This study is applied in terms of its purpose and is descriptive-analytical, using a survey method with a causal approach. The statistical population of the present study includes employees of food industry companies in Zanjan province, whose statistical sample is 150 people, who were selected using the Cochran formula and a simple random method in a proportional manner. The primary data collection tool is a standard questionnaire. The reliability of the questionnaire was confirmed by reporting the total Cronbach's alpha coefficient. Descriptive and inferential statistical methods were used in data analysis, and in descriptive analyses, SPSS version 21 software was used, and in inferential analyses and testing of research hypotheses, structural equations and LISREL 8.8 software were used. The results of the study using the path analysis technique show that innovations in human resource practices have an effect on company performance and competitive advantage. Innovation capabilities affect company performance and competitive advantage. Competitive advantage also affects company performance. Finally, practical suggestions are provided based on the research results.

Keywords: Innovations in human resource practices, innovation capabilities, firm performance, mediator of competitive advantage

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی و قابلیت نوآوری بر عملکرد شرکت با تاکید بر نقش میانجی مزیت رقابتی در شرکت های صنایع غذایی استان زنجان می باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی-تحلیلی، به شیوه پیمایشی با رویکرد -علی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کارکنان شرکت های صنایع غذایی استان زنجان می باشند که نمونه آماری ۱۵۰ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران و به روش تصادفی ساده به شیوه نسبی انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده های اولیه پرسشنامه استاندارد می باشد پایایی پرسشنامه با گزارش ضریب آلفای کرونباخ کل مورد تایید قرار گرفت. در تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد، که در تحلیل های توصیفی از نرم افزار SPSS نسخه ۲۱ و در بخش تحلیل های استنباطی و آزمون فرضیه های پژوهش هم از معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل ۸/۸ استفاده شد. نتایج پژوهش با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر نشان می دهند، نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی بر عملکرد شرکت و مزیت رقابتی تأثیر دارد. قابلیت های نوآوری بر عملکرد شرکت و مزیت رقابتی تأثیر دارد همچنین مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت تأثیر دارد در پایان با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادات کاربردی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی، قابلیت های نوآوری، عملکرد شرکت، میانجی مزیت رقابتی

۱. مقدمه

اقدامات استراتژیک منابع انسانی رویکردهای مقدماتی (اولیه) برای استخراج و تقویت دانش و تخصص کارمندان در مسیری که شرکت نیاز دارد است (نوری و همکاران، ۱۴۰۰، ۶). بطور کلی برخی رویه‌های اجرایی استراتژیک منابع انسانی از قبیل کارمندیابی، آموزش، مشارکت، ارزیابی عملکرد و جبران خدمت، محرک مرتبط به افزایش تعهد، کاهش چرخش و ترک شغل و افزایش عملکرد از طریق تأثیرسان بر توسعه و انگیزش کارمندان است. لذا سازمان‌ها می‌توانند از این رویه‌ها برای آماده‌کردن کارمندان با مهارت استفاده‌کنند و تشخیص دهند که آن‌ها نیاز به توسعه مدیریت دانش دارند (سانچز و همکاران^۱، ۲۰۱۵، ۳). سازمان‌ها می‌توانند اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی شامل کارمندیابی، آموزش، ارزیابی عملکرد و جبران خدمت را به عنوان ابزاری برای انگیزش تعهد کارکنان و بهبود عملکردشان استفاده کنند. از طریق کارمندیابی مؤثر و کارا، کارکنان منابع مهم ایده‌های جدید در فرآیند بهبود کار می‌شوند. سرمایه‌گذاری در آموزش می‌تواند تخصص کارکنان را در همه سطوح سازمان توسعه دهد و این به احتمال زیاد منبع پایدار بالقوه‌ای را برای همکاری بیشتر فراهم و ارائه می‌کند (مارتینز و همکاران^۲، ۲۰۱۷، ۵۶). سازمان‌ها ممکن است همکاری و مشارکت کارکنان را توسط دادن حق مشارکت که کار آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد به دست بیاورند. سطح بالای مشارکت، شرایطی را برای تشویق کارکنان به منظور خلق ایده‌های جدید و مبادله دانش در فرآیند بهبود عملکرد شغلی ایجاد می‌کند و نتایج و پیامدهای مثبت را افزایش می‌دهد (برومند و همکاران، ۱۴۰۱، ۵) ارزیابی عملکرد می‌تواند انگیزش کارکنان برای مشارکت در فعالیت‌هایی چون رعایت نظم و انضباط و همکاری افزایش دهد و سبب شود تا سازمان به نتایج مطلوب چون افزایش احساس مسئولیت و بهبود کار دسترسی پیدا کند. علاوه بر این پرداخت‌ها نیز می‌تواند بهبود

عملکرد شغلی را در برداشته باشد. هم پاداش درونی و هم پاداش بیرونی برای انگیزاندن کارکنان به منظور بهبود انجام کار، لازم و ضروری می‌باشد و به آن‌ها انگیزه‌هایی را برای افزایش احساس مسئولیت، همکاری و رعایت نظم و انضباط ارائه می‌کند (جیانگ^۳ و همکاران، ۲۰۱۳، ۱۴۵۰). نوآوری در سازمان‌ها بر تمام اجزای یک شرکت از روش‌های عملکردی گرفته تا برنامه‌های استراتژیک و مدل‌های کسب و کار نوآورانه تأثیر می‌گذارد. نوآوری به ارزیابی یک سیاست بحرانی به دلیل وجود و توسعه سازمان‌ها و شخصیت‌ها کمک می‌کند (آگراوال و همکاران، ۲۰۱۷). قابلیت‌های نوآوری توانایی یک سازمان را برای ارائه محصولات، خدمات و فرایندهای جدید و روش‌های بازاریابی نوآورانه و همچنین پیشنهاد ارزش منحصر به فرد برای حفظ مزیت رقابتی سازمان با نوآوری‌های مستمر نشان می‌دهند (احمد و همکاران، ۲۰۲۰؛ لیائو و همکاران، ۲۰۰۷؛ لین و همکاران، ۲۰۱۰؛ مقدادی، ۲۰۲۱؛ مولیانا و همکاران، ۲۰۲۰؛ والمحمدی، ۲۰۱۷؛ یوشنگ و ابراهیم، ۲۰۲۰). قابلیت جدید برای مدیریت شیوه‌های نوآورانه منابع انسانی از شرکت‌های صنایع غذایی در جذب و حفظ کارکنان ماهر و با کیفیت و ارزش افزوده به عملکرد آن‌ها به صورت مؤثر و سازگار پشتیبانی می‌کند و این امکان را به آنها می‌دهد تا مزیت رقابتی را توسعه دهند و حفظ کنند و عملکرد تجاری برتر را در طولانی مدت حفظ کنند (چوهان، ۲۰۱۶؛ کوتی و اسلید، ۲۰۰۵؛ ژنگ و همکاران، ۲۰۰۹). تحقیقات قبلی مربوط به شیوه‌های نوآورانه منابع انسانی یک ساختار چند بعدی متشکل از پنج مولفه را نشان داده است: «استخدام و انتخاب، دستمزد و پاداش‌ها، توسعه شغلی، مشارکت و آموزش» (آگراوال و همکاران، ۲۰۱۷، ص. ۴۰۹). این ابعاد در بخش‌های زیر توضیح داده می‌شوند. در شیوه‌های معاصر، نوآوری‌های استخدام و انتخاب به عنوان نوآوری‌هایی بیان می‌شوند که نشان‌دهنده ساختارهای اصلی وابسته به هم ترکیب تاکتیکی، تلاش مستمر

¹ Sanchez et al

² Jesavos BarnaMartines

³ Jiang

استراتژیک، و نکات تفسیر تقاضاهای تاکتیکی در مورد استخدام مناسب و مشخصات انتخاب (آگراوال و همکاران، ۲۰۱۷)، و استفاده از یک روش ترکیبی جدید استخدام هستند (آماراکون و همکاران، ۲۰۱۸). بنابراین، هدف شیوه های اکتساب استخدام و انتخاب کارکنان متخصص است که تاثیر مثبتی بر نوآوری ها و عملکرد سازمانی می گذارند (هوسلید، ۱۹۹۵؛ سام، ۲۰۰۸؛ ژيو و همکاران، ۲۰۱۷؛ یوندت و همکاران، ۱۹۹۶). از دیدگاه عملی، دستمزد و پاداش سرمایه انسانی را بعنوان یک دارایی فرض می کنند که از طریق آن نتیجه مناسبی پیش بینی می شود. بنابراین، به یک کارمند باید سهمیه ای مطابق با مشارکت و همکاری آن ها داده شود (آگراوال و همکاران، ۲۰۱۷؛ ژنگ و همکاران، ۲۰۰۹). در نتیجه، شرکت های نوآور از نظر استراتژیکی به کارکنانی پاداش می دهند که برای تکمیل اهداف نوآوری شرکت کار می کنند. بنابراین، شیوه جبران نوآورانه رابطه مثبت و معنی داری با عملکرد شرکت دارد (سام، ۲۰۰۸). بنابراین در این پژوهش درصدد یافتن پاسخ این سؤال های اصلی هستیم که: آیا نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی و قابلیت های نوآوری بر عملکرد شرکت با تاکید بر نقش میانجی مزیت رقابتی در شرکت های صنایع غذایی استان زنجان تاثیر معناداری می گذارد؟

۲. مرور ادبیات پژوهش

ادبیات نظری پژوهش

اقدامات استراتژیک کلیدی منابع انسانی، قادرند عنصری برای سازمان در جهت افزایش توانایی سازمان ها در استقرار ابزارها و فعالیت های مدیریت دانش باشند. جذب کارمندان با دانش و مهارت بالا برای سازمان ها در جهت عملیاتی کردن ابزارها و فعالیت های مدیریت دانش حیاتی است. از طرف دیگر سازمان ها نیاز به ارایه فرصت های آموزشی داخلی و خارجی برای توسعه و پرورش دانش و تخصص کارمندان دارند. مشارکت و فعالیت بیشتر کارمندان در تصمیم گیری ها می تواند شمول، آگاهی و تعهد کارمندان را افزایش دهد. و اگر شرکت ها مجموعه ای از

لاوسون و سامسون (۲۰۰۱، ص. ۳۸۴) قابلیت های نوآوری را به صورت «توانایی تبدیل مداوم دانش و ایده ها به محصولات، فرایندها و سیستم های جدید به نفع شرکت و ذینفعان آن» بیان می کنند.

نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی: مدیریت استراتژیک منابع انسانی در برگرفته‌ی تمامی فعالیت‌ها و تصمیمات مدیریتی می‌باشد که به‌طور مستقیم در زمینه افراد یا منابع انسانی که در درون سازمان کار می‌کند مؤثر است و معطوف به سیاست‌ها، اقدامات و سیستم‌هایی است که رفتار، طرز فکر و عملکرد کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهند. از جمله اقدامات عمده مدیریت استراتژیک منابع انسانی می‌توان به؛ کارمندیابی، آموزش، مشارکت، جبران خدمت و ارزیابی عملکرد اشاره کرد (جیانگ و همکارانش، ۲۰۲۳، ۱۴۵۱). شیوه های نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی از نظر تئوری به صورت ایده، برنامه، شیوه یا سیستم مرتبط با عملکرد مدیریت منابع انسانی بیان می شوند و برای سازمان پذیرنده جدید هستند. تحقیقات قبلی مربوط به نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی یک ساختار چند بعدی از پنج مولفه استخدام و انتخاب، دستمزد و پاداش، توسعه شغلی، مشارکت و آموزش را نشان می دهند (زانک و همکاران، ۲۰۲۴، ۵).

قابلیت های نوآوری (محصول و فرایند): نوآوری از نظر شومپیتر^۴ یعنی استقرار کارکرد های نو در تولید. درموضوع رفتار سازمانی، نیز نوآوری را خلق و به کارگیری ایده های جدید می کند. این ایده جدید ممکن است مربوط به نوآوری در زمینه فناوری یا فرآیند کار باشد (افخمی، ۱۳۹۹، ۵۶). ابداع و اجرای عملیات ها، فرایندها، ساختار یا تکنیک های مدیریتی جدید که به سمت اهداف سازمانی آینده پیش می روند (کامیسون و همکاران، ۲۰۱۴، ۲۸۹۸)، نوآوری شامل عملیاتیهای جدید مدیریتی، سازمان جدید، مفاهیم بازاریابی جدید و شرکت جدید رویکردهای جدید در دانش برای انجام وظایف مدیریتی و

را شناسایی و حذف می کند (مکی و باکسال، ۲۰۰۷؛ ژبو و همکاران، ۲۰۱۷). علاوه بر این، مشارکت کارکنان در تصمیم گیری شرکت باعث ارتقای مزیت رقابتی و عملکرد تجاری شرکت ها شده است (هوسلید، ۱۹۹۵؛ کاتو و بودهور، ۲۰۰۷؛ سام، ۲۰۰۸؛ یاندت و همکاران، ۱۹۹۶؛ ژنگ و همکاران، ۲۰۰۹). آموزش یک مجموعه تخصص ضروری است و از کارکنان در توسعه دانش پیشرفته آن‌ها و سوق دادن آنها به نوآوری پشتیبانی می کند (گوپتا، ۲۰۱۸؛ لیئوبویتر، ۲۰۱۰). نوآوری های آموزشی شیوه های فعلی منابع انسانی هستند که «از نظر استراتژیکی مرتبط با اهداف سازمانی هستند و هدف آن رسمی سازی آموزش و فرایندهای توسعه است تا یک رویکرد سیستمی را بجای رویکرد موقتی نسبت به آموزش تضمین کند» (آگراوال و همکاران، ۲۰۱۷؛ ۴۰۲؛ ژنگ و همکاران، ۲۰۰۹). علاوه بر این چندین محقق نیاز به اجرای شیوه های آموزشی برای ارتقای نوآوری را پیشنهاد کرده اند زیرا سطوح مهارت کارکنان موجود را می توان از طریق نوآوری آموزشی برای برآورده کردن نیازهای شرکت بهینه کرد (کاپلر اس و همکاران، ۲۰۲۱). بنابراین شیوه آموزشی نوآورانه ارتباط مثبت و معنی داری با نتایج منابع انسانی، نوآور بودن و عملکرد کسب و کار دارد (کاپلر اس و همکاران، ۲۰۲۱؛ سام، ۲۰۰۸؛ ژبو و همکاران، ۲۰۱۷؛ ژنگ و همکاران، ۲۰۰۹). هال و ویلیامز (۲۰۰۸، ص. ۵) و هجالاگر (۲۰۱۰، ص. ۲) بیان می کنند که «نوآوری به فرایند ارائه هر ایده جدید حل مسئله در عمل اشاره می کند. ایده هایی برای سازماندهی مجدد، کاهش هزینه، اختصاص سیستم های جدید بودجه بندی، بهبود ارتباطات یا مونتاژ محصولات در گروه ها نیز نوآوری هستند. نوآوری تولید، پذیرش و اجرای ایده ها، فرایندها، محصولات یا خدمات جدید است.... پذیرش و اجرا برای این بیان ضروری است؛ نوآوری شامل ظرفیت تغییر و سازگاری است.» هجالاگر درباره دسته بندی های نوآوری (۲۰۱۰، ص. ۲) بیان می کند «نوآوری های محصول، فرایند، سازمان/مدیریت و بازار شامل بدنه اصلی دسته بندی های نوآوری هستند».

⁴Schumpeter

بررسی تاثیر نوآوری و مزیت رقابتی با در نظر گرفتن نقش تعدیلگر سن شرکت در بین شرکت های کسب و کاری صنایع غذایی شهر تهران ارائه شد. هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر نوآوری بر مزیت رقابتی با در نظر گرفتن نقش تعدیلگر سن شرکت بوده است. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - پیمایشی بوده است. جامعه آماری تحقیق شرکت های کسب و کاری صنایع غذایی در تهران بوده است؛ حجم جامعه آماری برابر با ۵۱۵ شرکت بوده است، محقق با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه را برابر با ۲۲۰ شرکت تعیین نمود و روش نمونه گیری به صورت تصادفی ساده بوده است نتایج نشان می دهد که ابتدا نوآوری سازمانی بر کسب مزیت رقابتی شرکت ها تاثیر مستقیم و معنی داری دارد. همچنین سن شرکت ها در تاثیرگذاری نقش تعدیلگر منفی را دارد؛ یعنی هر چه سن شرکت ها بالاتر رود، این اثرگذاری؛ ناکارآمدتر میگردد. از سوی تفاوت معنی داری همچنین از نظر اندازه شرکت نیز وجود دارد و بین شرکت ها با اندازه مختلف تفاوت معنی داری (به غیر از مقایسه دو گروه شرکت های زیر ۱۰ نفر و همچنین بین ۱۰ تا ۲۰ نفر) وجود دارد. مقاله ای توسط حسون الخفاجی امیرعدنان و همکاران (۱۴۰۲)، با عنوان بررسی تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی قابلیت نوآوری و تعدیلگری مقیاس شبکه سازی و قدرت ارتباط (مورد مطالعه شرکتهای صنایع غذایی عراق) ارائه شد. جامعه آماری تحقیق حاضر، کلیه مدیران و معاونان شرکت- های صنایع غذایی در کشور عراق می باشد که تعداد آن ها نامشخص بوده است؛ بر اساس روش سرانگشتی کلاین (۵ تا ۱۰ برابر تعداد گویه ها)، تعداد اعضای ۱۷۰ نفر به روش غیر تصادفی در دسترس انتخاب شده است. ابزار پژوهش پرسشنامه دونگلینگ و همکاران (۲۰۲۲) بوده که برای آزمودن روایی از روایی محتوا و تأیید خبرگان و جهت روایی سازه از روایی سازه، همگرا و واگرا بهره گرفته شده است. پایایی پرسشنامه با آلفای کرونباخ و پایایی مرکب (بیش از ۰/۷) انجام شده است. تجزیه و تحلیل داده ها به روش معادلات

فرایندهای جدید که تغییراتی را در استراتژی سازمان، ساختار، رویه های اداری، و سیستم ها پدید می آورد (آراویند^۵، ۲۰۲۱، ۳۲۴). قابلیت های نوآوری ایده هایی برای سازماندهی مجدد، کاهش هزینه، اختصاص سیستم های جدید بودجه بندی، بهبود ارتباطات یا مونتاژ محصولات در گروه ها است (خان و همکاران، ۲۰۲۲، ۱).

مزیت رقابتی: مزیت رقابتی به صورت اجرای یک استراتژی بیان می شود که در حال حاضر توسط سایر شرکت هایی که کاهش هزینه، بهره برداری از فرصت های بازار، و یا خنثی سازی تهدیدهای رقابتی را تسهیل می کنند، اجرا نمی شود. یک شرکت در صورتی دارای مزیت رقابتی است که بتواند ارزش اقتصادی بیشتری نسبت به رقیب حاشیه ای در بازار محصول خود ایجاد کند (پیرایش و غنیون، ۱۴۰۲، پارک و همکاران، ۲۰۲۱).

عملکرد شرکت: عملکرد شرکت توانایی شرکت برای ایجاد نتایج و اقدامات قابل پذیرش است. عملکرد به مجموع رفتارهایی که افراد، در ارتباط با شغل از خود بروز می دهند یا به عبارتی میزان پیامد و یا بازدهی است که به موجب اشتغال فرد در شغل خود حاصل می گردد، تعریف می شود. عملکرد عبارت است از آنچه شخص انجام می دهد و قابل مشاهده است و شامل آن دسته از فعالیت هایی است که در ارتباط با اهداف سازمان است و می توان آن را اندازه گیری کرد (زتلر و همکاران، ۲۰۱۸، ۳۸۰).

۳. مرور پژوهش های پیشین

در هر پژوهش علمی قبل از تدوین فرضیه ها باید ضمن مطالعه پژوهش های پیشین ضروری است به بررسی افکار، عقاید و اندیشه های صاحب نظران و نظریه های علمی مرتبط با موضوع پژوهش پرداخته شود تا پژوهش از طریق چارچوب نظری جنبه علمی یافته و دارای پشتوانه نظری مناسب باشد پژوهشی توسط حقیقتی و محمدی در سال ۱۴۰۳ با عنوان

⁵ Aravind

های نوآوری و مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت‌های صنایع غذایی در تایلند، پرداخت، این تحقیق به بررسی عملکرد شرکت‌های صنایع غذایی عمده فروشی و خرده فروشی در تایلند که نوآوری شیوه های منابع انسانی، قابلیت های نوآوری، و مزیت رقابتی را ادغام می کنند، می پردازد. نمونه داده شامل ۲۶۰ شرکت صنایع غذایی مستقر در کوریدور اقتصادی شرق تایلند است. این داده ها با استفاده از مدلسازی معادله کیفی و ساختاری تحلیل می شوند. این تحقیق رابطه معنی داری بین نوآوری در شیوه های منابع انسانی، قابلیت های نوآوری، مزیت رقابتی، و عملکرد SME پیدا می کند. این نتایج به توسعه اثربخشی عملکرد بلند مدت و تجاری کمک می کنند، زیرا عوامل ضروری منابع انسانی و شیوه های قابلیت های نوآوری صنعت بسیار رقابتی فعلی با عصر اختلالات دیجیتال تشدید می شوند. هیانگ (۲۰۲۳)، به پژوهشی دیگر با عنوان "بررسی تاثیر مدیریت دانش و اقدامات استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد نوآورانه در صنعت خوروسازی" پرداخته است. این مقاله بصورت تجربی اثر عوامل اقدامات استراتژیک منابع انسانی و ظرفیت مدیریت دانش را بر عملکرد نوآورانه، می آزماید. داده های مورد استفاده در این مطالعه از ۱۸۱ سازمان، با استفاده از پرسشنامه که روایی و پایایی آن مورد تأیید قرار گرفته است، جمع آوری گردیده است. روش پژوهش مقاله از حیث هدف کاربردی و از نوع توصیفی و همبستگی است و برای بررسی فرضیات از مدل معادلات ساختاری (نرم افزار LISREL 8/7) و تجزیه تحلیل رگرسیون چندگانه (نرم افزار SPSS21) استفاده شده است یافته های پژوهش نشان می دهد که ظرفیت مدیریت دانش اثری مثبت و معنی دار بر عملکرد سازمانی دارد ولی اقدامات استراتژیک منابع انسانی اثری معنادار بر عملکرد نوآورانه ندارد ولی به صورت غیرمستقیم و با تاثیر بر ظرفیت مدیریت دانش می تواند اثری مثبت و معنی دار بر عملکرد نوآورانه داشته باشد همچنین از بین ۵ بعد اقدامات استراتژیک منابع انسانی تنها آموزش و جبران خدمات بر عملکرد نوآورانه اثر مثبت

ساختاری با نرم افزار پی ال اس انجام شده است. نتایج نشان داد تاثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری با میانجی گری قابلیت نوآوری معنادار بوده است ($t = 2/559$). به علاوه نقش تعدیلگر مقیاس شبکه سازی ($t = 2/671$) و قدرت ارتباط ($t = 3/651$) در تاثیر اشتراک دانش سازمانی بر قابلیت نوآوری معنادار گزارش شده است. نیکخواه تکمه داش و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان تاثیر مدیریت منابع انسانی دانش محور بر عملکرد نوآوری در شرکت های صنایع غذایی صادرکننده ایرانی ارائه کردند. هدف این پژوهش، بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی دانش محور بر عملکرد نوآوری با میانجی گری مدیریت دانش و سرمایه فکری در شرکت های صنایع غذایی فعال در صادرات است. برای بررسی متغیرهای پژوهش از روش مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است و متغیرهای میانجی از طریق آزمون سوپل سنجش شده اند. تحقیق حاضر از نوع کاربردی و کمی است. برای گرد آوری داده ها از نظرات مدیران ۲۵۳ شرکت صنایع غذایی صادرکننده، بهره گرفته شده است. داده ها به صورت میدانی و از طریق پرسشنامه جمع آوری شده اند. روایی محتوای پرسشنامه از طریق شاخص روایی و نسبت روایی محتوایی انجام شده است. نتایج نشان دهنده نقش کلیدی اعمال شده توسط مدیریت منابع انسانی دانش محور در ارتقاء مدیریت دانش، سرمایه فکری و عملکرد نوآوری در شرکت های صنایع غذایی صادرکننده است. از دیگر نتایج، مدیریت دانش و سرمایه فکری نقش میانجی تأثیرگذاری را در رابطه بین مدیریت منابع انسانی دانش محور و عملکرد نوآوری دارند. همچنین نقش واسط مدیریت دانش در بین سرمایه فکری و عملکرد نوآوری معنادار بود. به طور کلی با ارتقاء سطح دانش مدیریت منابع انسانی در شرکت های صادرکننده، می توان از طریق مدیریت دانش و سرمایه فکری بر بهبود عملکرد نوآوری تاثیر گذاشت. چرون و همکاران در سال (۲۰۲۴)، پژوهشی با عنوان "تاثیر نوآوری شیوه های منابع انسانی، قابلیت

⁶ Jedsada & et al

است. که از تحلیل عاملی تأییدی و رگرسیون سلسله مراتبی استفاده شده است. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه استاندارد جمع‌آوری گردیده که روایی پرسشنامه تحقیق با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی بین ۰/۷۴ تا ۰/۹۰ بدست آمده است. داده‌های بدست آمده با استفاده از نرم‌افزار SPSS، آزمون رگرسیون سلسله مراتبی، تجزیه و تحلیل شدند و نتایج نشان می‌دهند درگیر کردن وظایف منابع انسانی (جذب-انتخاب، آموزش کارکنان، ارزیابی آنان و پاداش دادن به آن‌ها و ایجاد فضایی مطمئن و منصفانه برای کارکنان) با استراتژی شرکت، نرخ گردش مالی کارکنان را کاهش و عملکرد مالی را افزایش می‌دهد.

۴. روش شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی-تحلیلی، به شیوه پیمایشی با رویکرد علی-است. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کارکنان شرکتهای صنایع غذایی استان زنجان می باشند که نمونه آماری ۱۵۰ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران و به روش تصادفی ساده به شیوه نسبی انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده های اولیه پرسشنامه استاندارد لیو و همکاران(۲۰۲۴)، می باشد ولی بنا به شرایطی و جهت بومی سازی سوال ها، محقق در آن ها، تغییراتی جهت قابلیت درک بیشتر پاسخ دهندگان ایجاد کرده است. در کل پرسشنامه ای شامل ۲۹ گویه، در دو بخش طراحی شده است که بخش اول شامل ویژگی‌های فردی و جمعیت شناختی پاسخ دهندگان شامل جنسیت، سن، تحصیلات و... می باشد. در بخش دوم ۲۴سوال به منظور بررسی سایر فرضیه ها آورده شده است. لازم بذکر است سؤال‌های بصورت بسته طراحی شده است و براساس طیف پنج گزینه ای لیکرت برای متغیرهای تحقیق از خیلی زیاد تا خیلی کم مقیاس بندی شده است. برای تعیین روایی ابزار پژوهش از روایی صوری و و برای روایی سازه از شاخص (KMO) استفاده شد (شرح در جدول ۱) و مشخص شد که این پرسشنامه اعتبار لازم برای پژوهش را دارا می باشند. در تعیین پایایی

و معنادار داشتند. نتایج حاصله از این تحقق می تواند توجه مدیران را در خصوص سرمایه گذاری بیشتر بر ابزارهای مدیریت دانش به منظور دستیابی سریعتر به عملکرد نوآورانه جلب نماید. چن و هانگ^۷ (۲۰۱۹)، به پژوهشی با عنوان " شیوه های منابع انسانی استراتژیک و عملکرد نوآوری- نقش واسطه ای ظرفیت مدیریت دانش" پرداخته‌اند. این مطالعه نقش ظرفیت مدیریت دانش و ارتباط بین رویه های منابع انسانی استراتژیک و عملکرد نوآوری را از نقطه نظر مدیریت دانش محور مورد بررسی قرار می دهد. پژوهش از حیث هدف کاربردی و روش تحقیق به لحاظ ماهیت و روش، توصیفی پیمایشی است. جهت گردآوری داده ها از ابزار پرسشنامه استفاده شده است که پایایی آن از طریق آزمون آلفای کرونباخ و روایی آن از بوسیله ضرایب بارهای عاملی مورد تأیید قرار گرفته است. این مطالعه از تحلیل رگرسیون با استفاده از نرم افزار SPSS جهت آزمون فرضیه مطرح شده در یک نمونه متشکل از ۱۴۶ شرکت استفاده می نماید. نتایج معرف آن هستند که فرآیندهای منابع انسانی استراتژیک به طور مثبتی در ارتباط با ظرفیت مدیریت دانش می باشند که در مقابل دارای تاثیر مثبتی بر روی عملکرد نوآوری هستند. این یافته ها مشخص می سازند که ظرفیت مدیریت دانش فراهم آورنده یک نقش رابط و میانجی بین فرآیندهای استراتژیک منابع انسانی و عملکرد نوآوری می باشد. در نهایت، این مطالعه ضروریات مدیریتی را مورد بحث قرار داده و مسیرهای تحقیقاتی آتی را مشخص می سازد. سلن^۸ و همکارانش (۲۰۲۱)، به "بررسی رابطه بین مدیریت منابع انسانی استراتژیک و افزایش عملکرد سازمانی" پرداخته‌اند. هدف از این پژوهش آزمون تجربی توسعه و درگیری مدیریت منابع انسانی استراتژیک با عملکرد سازمانی است. جامعه آماری این پژوهش مدیران شرکت‌های مالی اردن می‌باشد. روش تحقیق حاضر از نوع توصیفی با رویکرد همبستگی و از لحاظ هدف کاربردی است و در زمره تحقیقات پیمایشی- تحلیلی

⁷ Chen & Huang

⁸ Selen

باشد که با توجه به ضریب محاسبه شده میتوان گفت

پرسشنامه پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که مقدار محاسبه شده آن بشرح جدول زیر می باشد که پرسشنامه طراحی شده از پایایی و ثبات لازم برخوردار است.

جدول ۱- خلاصه ضرایب مسیر معادلات ساختاری

متغیرها	KMO	آلفا
نوآوری در شیوه های منابع انسانی	۰/۸۵۳	۰/۸۴۰
قابلیت های نوآوری	۰/۷۳۳	۰/۷۴۴
مزیت رقابتی	۰/۷۶۸	۰/۷۶۹
عملکرد شرکت	۰/۷۵۹	۰/۷۲۲
کل		۰/۸۴۶

ابتدا آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن توزیع داده ها و سپس از آزمون تحلیل مسیر و معادلات ساختاری استفاده می شود. در آزمون کولموگروف اسمیرنوف داده ها از توزیع نرمال پیروی می کنند. در صورتی که مقدار احتمال یعنی $P < 0/05$ فرض صفر یعنی فرض نرمال بودن توزیع نمونه در سطح خطای ۵ درصد رد، در غیر اینصورت فرض صفر تائید می شود. در ادامه پژوهش برای بررسی روابط علی بین متغیرها از مدل معادلات ساختاری یا تحلیل چند متغیری با متغیرهای مکنون استفاده شد همچنین برای ارزیابی نیکویی برازش تمام مدل ها از معیارهای زیر استفاده شده: شاخص GFI مقدار نسبی واریانس ها و کواریانس ها را به گونه مشترک از طریق مدل ارزیابی می کند. شاخص برازندگی دیگر $AGFI$ همان مقدار تعدیل یافته شاخص GFI برای درجه آزادی می باشد. شاخص $RMSEA$ ، ریشه میانگین مجذورات تقریب می باشد. شاخص NFI که (شاخص بنتلر- بونت هم نامیده می شود) نشانه برازندگی مناسب مدل است. شاخص CFI که نشانه برازندگی مدل است. اولین معیار قضاوت برازش مدل مفهومی، مقدار کای اسکور بر روی درجه آزادی df/x^2 است که برای تک بعدی بودن سازه ها استفاده می شود و مقدار آن باید کمتر از ۳ باشد. مقدار این شاخص ها برای مدل حاضر

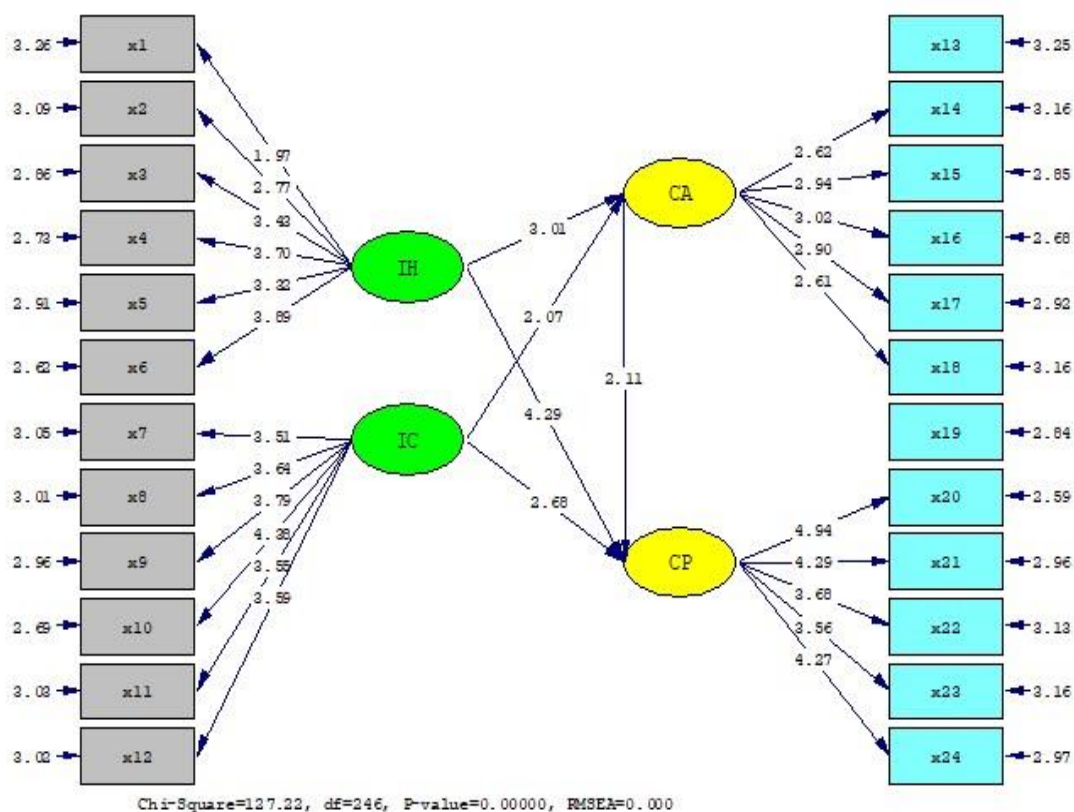
در تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای $SPSS$ و لیزرل ۸/۸ نتایج زیر بدست آمد از میان ۱۵۰ پاسخگویی که به پرسش های این تحقیق پاسخ گفته اند، ۵۹ نفر یعنی ۳۹/۹ درصد زن و ۹۱ نفر یعنی ۶۰/۷ درصد مرد هستند. بیشترین پاسخگویان مربوط به گروه سنی ۴۶-۵۵ سال (با مقدار ۳۵/۳ درصد) است و پس از آن گروه سنی ۳۵-۴۵ سال (با مقدار ۳۴/۷ درصد) است، حدود ۱۸ درصد پاسخگویان این تحقیق کمتر از ۳۵ سال و حدود ۱۲ درصد بیش از ۵۶ سال، هستند. پاسخگویانی که مقطع تحصیلی خود را کارشناسی اعلام کرده اند با ۴۴/۷ درصد بیشترین گروه پاسخگویان این تحقیق را تشکیل می دهند. ۳۷ نفر یعنی ۲۴/۷ درصد کمتر از ۱۰ سال، ۷۰ نفر یعنی ۴۶/۷ درصد ۱۰-۲۰ سال، ۴۳ نفر یعنی ۲۸/۷ درصد بیشتر از ۲۰ سال سابقه کار دارند. ۸۵ نفر یعنی ۵۶/۷ درصد کارمند، ۵۹ نفر یعنی ۳۹/۳ درصد کارشناس، ۶ نفر یعنی ۴ درصد مدیر، هستند. در تحلیل توصیفی متغیرها، میانگین کل سؤالات متغیرها از میانگین نظری یعنی مقدار ۳ بیشتر بوده، یعنی پاسخ دهندگان گزینه های زیاد، خیلی زیاد را بیشتر انتخاب نموده اند، پس از دید پاسخگویان هر کدام از متغیرها، متغیرهای حائز اهمیت می باشند، در آمار استنباطی با توجه به سطح اندازه گیری متغیرها

مورد این شاخص به برازش کامل دست یافته است. همچنین بررسی نتایج شاخص‌های برازش متغیرها حاکی از برازش مناسب مدل می‌باشد و همه شاخص‌های برازش در محدوده مورد پذیرش، واقع شدند. بنابراین هر کدام از مدل‌ها بدون هیچ تغییری مورد پذیرش می‌باشد.

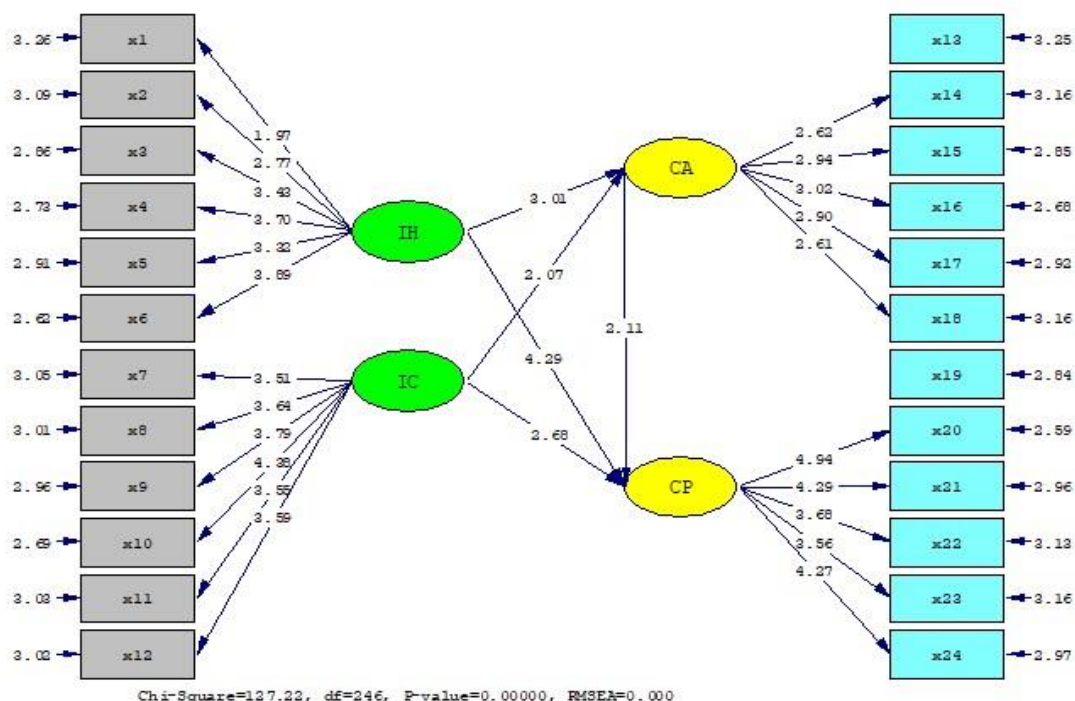
($\chi^2/df = 0.5171$) است. همچنین مقدار 0.0000 $RMSEA$ است که این مقدار کوچکتر از مقدار 0.1 است. شاخص‌های برازش مهم در جدول زیر آورده شده است. همانگونه که در جدول ۵ دیده می‌شود تقریباً تمامی شاخص‌ها کفایت آماری داشته، بنابراین با اطمینان بسیار بالایی می‌توان دریافت محقق در

خلاصه جدول ۲ شاخص نیکویی برازش

شاخص	سطح تحت پوشش	شاخص نیکویی برازش	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	شاخص برازش تطبیقی	میانگین مربعات خطای برآورد
مقدار قابل قبول	بزرگتر از ۵ درصد	$GFI > 0.90$	$AGFI > 0.90$	$CFI > 0.90$	$RMSEA < 0.10$
نوآوری در شیوه‌های منابع انسانی	۲/۸۲	۰/۹۴	۰/۹۳	۰/۹۶	۰/۰۰۰
قابلیت‌های نوآوری	۱/۵۲	۰/۹۱	۰/۹۹	۱/۰۰	۰/۰۰۰
مزیت رقابتی	۱/۵۸	۰/۹۰	۰/۹۸	۱/۰۰	۰/۰۰۰
عملکرد شرکت	۱/۷۹	۰/۹۹	۰/۹۵	۱/۰۰	۰/۰۰۰
برازش مدل ترسیمی	۱۲۷/۲۲	۰/۹۸	۰/۹۲	۱/۰۰	۰/۰۰۰



شکل ۲ مدل معادلات ساختاری تحقیق در حالت T-Valus



شکل ۳ مدل معادلات ساختاری تحقیق در حالت ضریب استاندارد

این تحقیق را نمایش می‌دهد، در این جدول مقادیر هر دو مدل در حالت T و استاندارد آورده شده است.

جدول ۳. خلاصه ضرایب مسیر معادلات ساختاری

۰/۶۸	(CA)	مزیت رقابتی	(IH)	← نوآوری در شیوه های منابع انسانی
۰/۵۴	(CP)	عملکرد شرکت	(IH)	← نوآوری در شیوه های منابع انسانی
۰/۷۳	(CA)	مزیت رقابت	(IC)	← قابلیت های نوآوری
۰/۶۶	(CP)	عملکرد شرکت	(IC)	← قابلیت های نوآوری
۰/۸۷	(CP)	عملکرد شرکت	(CA)	← مزیت رقابتی

استاندارد نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی و عملکرد شرکت های صنایع غذایی مقدار ۰/۵۴ و ۴/۲۹ و $(T = ۴/۲۹ > ۱/۹۶)$ که معناداری تاثیر

در ادامه برای آزمون فرضیه ها از روش تحلیل مسیر و معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. با توجه به الگوی تحلیل مسیر و مقادیر جدول فوق ضریب

با یک واحد تغییر در قابلیت های نوآوری (محصول و فرایند)، ما شاهد افزایش ۰/۷۳ واحدی در مزیت رقابتی هستیم ضریب استاندارد مزیت رقابتی و عملکرد شرکت های صنایع غذایی مقدار ۰/۸۷ و (۲/۱۱) $(T=)$ و $(T=۲/۱۱, > ۱/۹۶)$ که معناداری تاثیر مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت های صنایع غذایی را نشان می دهد، می توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H_0 رد شده و فرضیه پنجم تأیید می شود. مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت های صنایع غذایی تأثیر معناداری دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در مزیت رقابتی، ما شاهد افزایش ۰/۸۷ واحدی در عملکرد شرکت های صنایع غذایی هستیم.

۵. بحث و نتیجه گیری

در مجموع، اقدامات استراتژیک منابع انسانی نقش بنیادینی در توانمندسازی سازمان ها جهت استقرار مؤثر ابزارها و فعالیت های مدیریت دانش ایفا می کنند. جذب و پرورش نیروهای متخصص، ایجاد فضای مشارکت و تصمیم گیری، طراحی نظام های انگیزشی و ارزیابی عملکرد منطبق با اهداف دانشی سازمان، همگی مؤلفه هایی هستند که موجب تقویت فرهنگ یادگیری و اشاعه دانش در سازمان می شوند. همچنین، بهره گیری از شیوه های نوآورانه در آموزش و توسعه شغلی، بستر مناسبی برای ارتقاء عملکرد کارکنان و شکوفایی نوآوری فراهم می آورد. این نوآوری نه تنها در قالب محصولات و فرایندها بلکه در ساختارها، روش های مدیریتی و تعاملات بازار نیز تجلی می یابد. به این ترتیب، سازمان ها از طریق هم افزایی میان منابع انسانی و مدیریت دانش، می توانند قابلیت های نوآورانه خود را توسعه داده و در مسیر تحقق مزیت رقابتی پایدار گام بردارند. لذا پیشنهادات ب شرح زیر است:

✓ به مدیران و کارشناسان شرکت های صنایع غذایی پیشنهاد می شود علاوه بر پاداش های مالی، از پاداش های غیرمادی مانند فرصت های رشد حرفه ای، آزادی عمل و قدردانی عمومی استفاده کنند و با پاداش دادن به عملکرد تیم، روحیه همکاری و همبستگی را تقویت کنند و سیستم های پاداش را به گونه ای طراحی کنند که

نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی بر عملکرد شرکت های صنایع غذایی را نشان می دهد، می توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H_0 رد شده و فرضیه اول تأیید می شود. نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی بر عملکرد شرکت های صنایع غذایی تأثیر معناداری دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی، ما شاهد افزایش ۰/۵۴ واحدی در عملکرد شرکت های صنایع غذایی هستیم. ضریب استاندارد نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی و مزیت رقابتی مقدار ۰/۶۸ و $(T=۳/۰۱, > ۱/۹۶)$ و $(T=۳/۰۱)$ که معناداری تاثیر نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی بر مزیت رقابتی را نشان می دهد، می توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H_0 رد شده و فرضیه دوم تأیید می شود. نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی بر مزیت رقابتی تأثیر معناداری دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در نوآوری ها در شیوه های منابع انسانی، ما شاهد افزایش ۰/۶۸ واحدی در مزیت رقابتی هستیم. ضریب استاندارد قابلیت های نوآوری (محصول و فرایند) و عملکرد شرکت های صنایع غذایی مقدار ۰/۶۶ و $(T=۲/۶۸, > ۱/۹۶)$ و $(T=۲/۶۶)$ که معناداری تاثیر قابلیت های نوآوری (محصول و فرایند) بر عملکرد شرکت های صنایع غذایی را نشان می دهد، می توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H_0 رد شده و فرضیه سوم تأیید می شود. قابلیت های نوآوری (محصول و فرایند) بر عملکرد شرکت های صنایع غذایی تأثیر معناداری دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در قابلیت های نوآوری (محصول و فرایند)، ما شاهد افزایش ۰/۶۶ واحدی در عملکرد شرکت های صنایع غذایی هستیم. ضریب استاندارد قابلیت های نوآوری (محصول و فرایند)، و مزیت رقابتی مقدار ۰/۷۳ و $(T=۲/۰۷, > ۱/۹۶)$ و $(T=۲/۰۷)$ که معناداری تاثیر قابلیت های نوآوری (محصول و فرایند) بر مزیت رقابتی را نشان می دهد، می توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرض H_0 رد شده و فرضیه چهارم تأیید می شود. قابلیت های نوآوری (محصول و فرایند)، بر مزیت رقابتی تأثیر معناداری دارد. به عبارتی

زندگی شخصی خود برقرار کنند.

در ادامه پیشنهادهایی به شرح ذیل برای انجام تحقیقات بعدی برای پژوهشگران آتی ارائه می گردد:

۴ توسعه مدل مفهومی رابطه بین نوآوری، فناوری اطلاعات و عملکرد در شرکت‌های صنایع غذایی

۶. منابع و مواخذ

اسدی نژاد، سمیه (۱۳۹۴)، پایان نامه کارشناسی ارشد، نقش نوآوری و کیفیت خدمات درک شده در ایجاد ارزش مشتری در شرکت‌های خصوصی بیمه در شهر زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان.

اسکندری، محمد، قیدرخلجانی، جعفر، اعرابی، سید محمد، (۱۳۹۰)، " الگوی هماهنگی راهبرد های نوآوری محصول و فرآیند براساس چارچوب ارزش های رقیب"، بهبود مدیریت، سال پنجم، شماره ۲، پیاپی ۱۳، صص ۳۶-۹.

اعرابی، سیدمحمد، (۱۳۸۹)، " ارائه مدلی برای افزایش عملکرد از طریق هماهنگ سازی استراتژی های تغییر سازمانی"، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۱۴، شماره ۳.

حسون الخفاجی امیرعدنان، بهبودی امید، مرادی محسن؛ (۱۴۰۲)، با عنوان بررسی تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی قابلیت نوآوری و تعدیلگری مقیاس شبکه سازی و قدرت ارتباط (مورد مطالعه شرکتهای صنایع غذایی عراق)، نشریه: مدیریت دانش سازمانی اطلاعات دوره: سال: ۱۴۰۲ دوره: ۶ شماره: ۲۰ صفحات: ۱۱-۴۷

حقیقتی، مسعود؛ محمدی، راحله؛ در سال ۱۴۰۲ با عنوان بررسی تاثیر نوآوری و مزیت رقابتی با در نظر گرفتن نقش تعدیلگر سن شرکت در بین شرکت های کسب و کاری صنایع غذایی شهر تهران، مجله: مطالعات مدیریت و کار آفرینی «بهار ۱۴۰۲ - شماره ۴۳ (19 صفحه - از ۴۱۸ تا ۴۳۶)

با نیازها و اهداف فردی کارکنان سازگار باشد.

✓ به مدیران و کارشناسان شرکت‌های صنایع غذایی پیشنهاد می شود با ایجاد تیم‌های کاری چند رشته‌ای و برگزاری جلسات تبادل نظر، به اشتراک گذاری دانش و ایده‌ها بین کارکنان کمک کنند.

✓ به مدیران و کارشناسان شرکت‌های صنایع غذایی پیشنهاد می شود با بکارگیری فناوری‌های نوین در مدیریت منابع انسانی فرآیندهای منابع انسانی را خودکار کرده و به داده‌های کارکنان دسترسی آسان داشته باشند.

✓ به مدیران و کارشناسان شرکت‌های صنایع غذایی پیشنهاد می شود با استفاده از ابزارهای همکاری آنلاین ارتباطات بین کارکنان را بهبود بخشیده و همکاری از راه دور را تسهیل کنند.

✓ به مدیران و کارشناسان شرکت‌های صنایع غذایی پیشنهاد می شود با ایجاد یک برند کارفرمایی جذاب، توجه استعداد‌های برتر را به خود جلب کنند و فرآیند استخدام را ساده‌سازی کرده و از ابزارهای ارزیابی نوآورانه استفاده کنند.

✓ مزیت رقابتی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا در بازار رقابتی دوام آورده و سهم بازار خود را افزایش دهند با ارائه محصولات یا خدماتی که منحصر به فرد هستند، شرکت‌ها می‌توانند قیمت‌های بالاتری را تعیین کرده و سودآوری خود را افزایش دهند و نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای شرکت را شناسایی کنند همچنین محصولات و خدمات خود را با رقبا مقایسه کرده و نقاط تمایز خود را مشخص کنند.

✓ به مدیران و کارشناسان شرکت‌های صنایع غذایی پیشنهاد می شود با ارائه برنامه‌های حرفه‌ای جذاب، استعداد‌های برتر را به سازمان خود جذب کرده و حفظ کنند. به مدیران و کارشناسان شرکت‌های صنایع غذایی پیشنهاد می شود با ارائه برنامه‌های سلامت و تندرستی، به بهبود سلامت جسمی و روانی کارکنان کمک کنند و به کارکنان کمک کنند تا تعادل بهتری بین کار و

محصول جدید و نوآورانه، فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد، سال نهم، شماره 34 صص. ۱-۱۵.
کشتکاران، علی، محبتی، فاطمه، هدایتی، سیدپوریا، روشن فرد، آمنه، (۱۳۸۸)، " رابطه سبک تفکر با نوآوری سازمانی مدیران ارشد و میانی بیمارستان های آموزشی شیراز"، مجله دانشکده بهداشت و انستیتو تحقیقات بهداشتی، دوره ۷ شماره ۴، صص ۳۳-۴۰.

محمدی، ناهید، (۱۳۸۸)، مقاله: ویژگی های سازمان خلاق، www.danaee.com.
میرغفوری، سید حبیب اله، صیادی تورانلو، حسین، کریمی نیا، مریم، (۱۳۹۲)، "رتبه بندی عوامل موثر بر ارتقای نوآوری در شرکت های وابسته به مراکز رشد با استفاده از تکنیک تاپسیس فازی"، رشد فناوری، فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد، سال نهم، شماره ۳۶، صص ۱۹-۲۸.

میرفخرالدینی، سید حیدر؛ حاتمی نسب، سید حسن؛ طالعی فر، رضا؛ کنجاو منفرد، امیررضا (۱۳۸۹). مدیریت دانش، نوآوری دانش و عملکرد نوآوری در شرکتهای صنایع غذایی، علمی-پژوهشی چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۳۵، صص ۱۱۸-۱۰۳.

مهرگان، محمد رضا، دهقان نیری، محمود، (۱۳۸۸)، «رویکرد منسجم -BSC-TOPSIS جهت ارزیابی دانشکده های مدیریت برتر دانشگاه های استان تهران»، نشریه مدیریت صنعتی، دوره: ۱، شماره: ۲، صص ۱۶۸-۱۵۳.

مهرزاد، رضا، (۱۳۹۳)، "ارزیابی استراتژی عملکرد سازمان بیمه ایران با کارت امتیازی متوازن در شهرستان سبزوار (مطالعه موردی)"، پایان نامه کارشناسی مهندسی صنایع.

هادی زاده، اکرم، قلیچ لی، بهروز، و محبی، پروین. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری در سازمان های خدمات مالی: بانک رفاه کارگران. پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۱۷، شماره ۱، صفحه ۲۰۷-۱۸۷.

عباسی اسفنجانی، حسین؛؛ در سال ۱۴۰۱ با عنوان تاثیر قابلیت های نوآوری محصول، هوشمندی بازار، قیمت گذاری و ارتباطات بازاریابی بر مزیت رقابتی و عملکرد بین المللی کسب و کارهای صنایع غذایی استان هرمزگان، مجله: مدیریت کسب و کارهای بین المللی، زمستان ۱۴۰۱ - شماره ۲۰ رتبه ب (وزارت علوم (20 صفحه - از ۱۵۹ تا ۱۷۸)

صفیاری، شهرام؛ شاکری، رویا؛ (۱۴۰۱)، با عنوان بررسی رابطه بین ارتباطات بازاریابی با عملکرد شرکت با نقش میانجی مزیت رقابتی (مورد مطالعه: شرکت های صنایع غذایی شهرک های صنعتی شهر سنندج)، مجله: مدیریت و حسابداری در هزاره سوم «تابستان ۱۴۰۱ - شماره ۱۸ (۱۳ صفحه - از ۳۲ تا ۴۴)

نیکخواه تکمه داش یونس، حسینی سیدصمد، کرمی اژدر؛ تأثیر مدیریت منابع انسانی دانش محور بر عملکرد نوآوری در شرکت های صنایع غذایی صادرکننده ایرانی، نشریه: مدیریت کسب و کار بین المللی اطلاعات دوره: سال: ۱۳۹۸ دوره: ۲ شماره: (پیاپی ۴) صفحات: ۱-۲۱

آقا داوود، سید رسول و همکاران (۱۳۹۱)، بررسی عوامل مؤثر بر نوآوری سازمانی در میان مدیران، مطالعه موردی (مدیران ارشد مخابرات استان اصفهان). فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر، سال چهارم، شماره یازدهم، صص ۱۷۰-۱۲۷.

علامه، محسن، مقدمی، مهدی، (۱۳۸۹)، " بررسی رابطه میان یادگیری سازمانی و عملکرد سازمانی"، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، سال دهم، شماره ۱، صص ۷۵-۹۹.

عماد زاده، مرتضی، درخشان، محمد رضا، نوربخش، مازیار، (۱۳۹۱)، " استراتژی سازمان های آینده: نوآوری در مدل کسب و کار"، سومین کنفرانس مدیریت اجرایی، صص ۱۱-۱.

قاسمی نژاد، یاسر، شاه میری (۱۳۹۲)، ارائه چارچوبی مفهومی برای انتخاب ایده های

Management research News. 30(2), 115-132

Chesbrough, Henry W. , (2006b). Open Business Models: How to Thrive in the New Innovation Landscape, Harvard Business School Press, Boston.

Chesbrough, Henry W., (2003), " Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from Technology", Boston: Harvard Business School Press

Chen, J., Zhu, Z., and Xie, H. Y. (2004). Measuring Intellectual Capital: A new Model and Empirical Study. *Journal of Intellectual Capital* 5(1): 195-212.

-Chin, W. W. (2003). PLS-Graph (Version 3.00, Build 1126) (Computer Software). Texas: University of Houston.

Coombs, J. E., & Bierly, P. E. (2001). Looking through the kaleidoscope: Measuring technological capability and performance. *Academy of Management Proceedings*, B1-B7.

Coombs, J. E., & Bierly, P. E. (2006). Measuring technological capability and performance. *R&D Management*, 36(4), 421-438.

-Daft, R. L. (1978). *Essentials of organizations theory and design*. Cincinnati, Ohio: South- Western College Publishing.

Damanpour, F. (2010). An integration of research findings of effects of firm size and market competition on product and process innovations. *British Journal of Management*, 21(4), 996-1010.

-Damanpour, F., & Aravind, D. (2006). Product and process innovations: A review of organizational and environmental determinants. In J. Hage, & M. Meeus (Eds.), *Innovation, Science, and Industrial Change: A Research Handbook* (pp. 38-66). : Oxford University Press.

Damanpour, F., & Aravind, D. (2011). Managerial innovation: Conceptions, processes, and antecedents. *Management and Organization Review*. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1740-8784.2011.00233.x>.

-Damanpour, F., & Evan, W. M. (1984). Organizational innovation and performance: The problem of organizational lag. *Administrative Science Quarterly*, 29, 392-409

mediating role of brand knowledge on employees' brand citizenship behaviour: Does organizational tenure matter?

هومن، حیدر علی. (۱۳۸۸). مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت)، چاپ سوم.

Bigliardi, B. & Ivo Dormio, A. (2009). An empirical investigation of innovation determinants in food machinery enterprises. *European Journal of Innovation Management*. 12(2), 223-242.

Bullinger, H. J., Fähnrich, K. P., & Meiren, T. (2003) Service engineering—methodical development of newservice products. *International Journal of Production Economics*, 85(3), 275-28.

César Camisón, Ana Villar-López (2014), Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business Research* 67 pp.2891-2902

Calantone, R. Burns, T., & Stalker, G. M. (1961). *The management innovation*. London: Tavistock. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31, 515-524

Camisón, C. (2004). On how to measure managerial and organizational capabilities. *Management Research*, 3(1), 27-48.

Camisón, C., Boronat, M., & Villar, A. (2010). Technological strategic alliances and performance: The mediating effect of knowledge-based competencies. *Journal of Strategic Management Education*, 6(1), 1-22.

Camisón, C., & Villar-López, A. (2010). An examination of the relationship between manufacturing flexibility and firm performance: The mediating role of innovation. *International Journal of Operations and Production Management*, 30(8).

Chang, S; Lee, M.A, (2008), "The linkage between knowledge accumulation capability and organizational innovation", *Journal of Knowledge Management*, 12(1), 3-20.

Lin, C. & Chen, M. (2007). Does innovation lead to performance? An empirical study of SMEs in Taiwan.

Sally Rao Hill , Jodie Conduit, (2024), The

Australasian Marketing Journal, <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2024.04.003>
Wu, W.-L. , Lee, Y.-C. , 2022. Empowering group leaders encourages knowledge sharing: integrating the social exchange theory and positive organisational behaviour perspective. *J. Knowl. Manag.* 21, 474-491

Xiong Lina, Ceridwyn King, (2024), Aligning employees' attitudes and behavior with hospitality brands: The role of employee brand internalization, *Journal of Hospitality and Tourism Management* 40 (2024) 67-76

Xiong, L., & King, C. (2023). Too much of a good thing? Examining how proactive personality affects employee brand performance under formal and informal organizational support. *International Journal of Hospitality Management*, 68, 12-22.

Xiong, L., So, K. K., Wu, L., & King, C. (2023). Speaking up because it's my brand: Examining employee brand psychological ownership and voice behavior in hospitality organizations. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.11.006>