



## توسعه نوآورانه کسب‌وکارهای تولیدی کوچک و متوسط (SME) به روش آمیخته

یاسر مقسم<sup>۱</sup>

پرویز سعیدی<sup>۲</sup>

احمد مهرابیان<sup>۳</sup>

حسین دیده‌خانی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۶/۰۴ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۸/۲۰

### چکیده

هدف این پژوهش، ارائه مدلی برای تأثیر نوآوری در تکنولوژی بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط شهرک صنعتی استان گلستان است. در بخش کیفی، از تحلیل محتوا و روش دلفی فازی به منظور تعیین ابعاد و مولفه‌های تحقیق و در بخش کمی، از روش پیمایشی و نرم افزار Smart PIs به منظور بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق استفاده گردید. حجم نمونه تعداد ۱۹۸ شرکت تولیدی که با فرمول کرجسی و مورگان، به صورت تصادفی ساده انتخاب شده و جمع‌آوری داده‌ها با پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. نتایج تحقیق نشان داد بیشترین تأثیر بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط شامل معیار مالی، ارزش افزوده، محیط خارجی، فرآیندها، منابع انسانی، صادرات، تولید با فناوری بالا، محصولات و نوآوری‌ها مربوط به عملکرد شرکت می‌باشد و نوآوری در تکنولوژی شامل قابلیت نوآوری کارآفرینان، زیرساخت فناوری، فرهنگ نوآوری و حمایت دولت از نوآوری فناوری بر عملکرد شرکت‌های تولیدی تأثیر مثبت دارد.

### کلمات کلیدی

توسعه کسب‌وکار، نوآوری در فناوری (تکنولوژی)، عملکرد شرکت، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط.

۱- گروه کارآفرینی، واحد علی‌آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آبادکتول، ایران. Yasser.moghasssem@gmail.com

۲- گروه مدیریت و حسابداری، واحد علی‌آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آبادکتول، ایران. (نویسنده مسئول) Dr.parvizsaeedi@yahoo.com

۳- گروه مهندسی صنایع، واحد علی‌آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آبادکتول، ایران. Mehrabian.project@gmail.com

۴- گروه مهندسی صنایع، واحد علی‌آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آبادکتول، ایران. H.didekhani@gmail.com

در حال حاضر سیر تحولات جهانی، نوآوری را در خط مقدم توسعه فناوری و توسعه اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران های اقتصادی به واسطه توسعه کارآفرینی و نوآوری در آن کشورها، موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی و شکل گیری کسب و کارهای نوآوران اهمیت خاصی قائل گردند. نوآوری در تکنولوژی برای شرکت هایی که مایل به توسعه و حفظ یک مزیت رقابتی و یا ورود به بازارهای جدید هستند، اجتناب ناپذیر است (سینگ و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). مفاهیم تحقیق و توسعه با رویکرد فناوری و نوآوری بیان می شود و عواملی همچون انتقال فناوری، مدل های پیاده سازی نوآوری و مدیریت شبکه نوآوری فناوری، جزو مهم ترین مباحث تحقیق و توسعه می باشد، زیرا بر بقای شرکت های جدید تأثیر مستقیم دارند (ولو<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵). در طول سه دهه گذشته، نتایج تحقیقات نشان داده است که سازمان ها، کارآفرینی سازمانی را به عنوان یک عامل مهم رشد بالقوه با دانش سازمانی خود درمی آمیزند تا از این طریق افزایش درآمد، افزایش سودآوری، بهبود شدت رقابت و نوآوری را تسهیل نمایند (فرارا و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵). کارآفرینی سازمانی نقش بسیار مهمی در توانمندسازی فناوری اطلاعات و نوآوری جهت یکپارچه سازی منابع و استراتژی های سازمانی دارد و از این طریق موجب ارتقاء عملکرد می گردد (یونیس و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸). بنگاه های کسب و کار از طریق نوآوری می توانند محصول یا خدمت جدید به بازارهای داخلی و بین المللی عرضه کنند و موجب توسعه اقتصادی شوند. با توجه به قرارگیری ایران در شرایط تحریم اقتصادی، فعال سازی بنگاه های اقتصادی درون کشور برای توسعه اقتصادی بسیار حائز اهمیت می باشند. اما با وجود آگاهی به اضطرار توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط به عنوان بزرگ ترین فعالان اقتصادی، چگونگی دستیابی به توسعه این کسب و کارها به ویژه در بازار رقابتی محصولات داخلی و خارجی مورد توجه قرار نگرفته است. تحقیقات بسیار اندکی در راستای توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط بر اساس قابلیت های داخلی این شرکت ها صورت گرفته است که در این تحقیق برآنیم تا با ارائه مدلی جامع از عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط، گامی مهم در ارتقاء اقتصاد کشور با تکیه بر توان داخلی شرکت ها برداریم. لذا در این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سؤال خواهیم بود که "چگونه می توان به توسعه نوآورانه کسب و کارهای تولیدی کوچک و متوسط به روش آمیخته دست یافت؟"

### فرضیه های تحقیق

۱- بین قابلیت نوآوری کارآفرینان با عملکرد شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

## فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره پنجاه و دو، پائیز ۱۴۰۰

- ۲- بین زیرساخت فناوری با عملکرد شرکت رابطه معناداری وجود دارد.
- ۳- بین فرهنگ نوآوری با عملکرد شرکت رابطه معناداری وجود دارد.
- ۴- بین حمایت دولت از نوآوری فناورانه با عملکرد شرکت رابطه معناداری وجود دارد.
- ۵- بین عملکرد شرکت با معیار مالی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۶- بین عملکرد شرکت با ارزش افزوده رابطه معناداری وجود دارد.
- ۷- بین عملکرد شرکت با محیط خارجی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۸- بین عملکرد شرکت با فرآیندها رابطه معناداری وجود دارد.
- ۹- بین عملکرد شرکت با منابع انسانی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۰- بین عملکرد شرکت با صادرات رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۱- بین عملکرد شرکت با تولید با فناوری بالا (تکنولوژی بالا) رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۲- بین عملکرد شرکت با محصولات رابطه معناداری وجود دارد.
- ۱۳- بین عملکرد شرکت با نوآوری‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

### **مبانی نظری و پیشینه تحقیق**

#### **الف) توسعه کسب‌وکار**

توسعه کسب‌وکار شامل افزایش درآمد، بالا بردن سود، پیدا کردن شرکای جدید، ایجاد بازاری جدید و گرفتن تصمیم‌های استراتژیک است (گولم بیویسکی<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷). در تحقیق حاضر مقصود از توسعه کسب‌وکار، افزایش سهم تولیدات فناورانه، افزایش صادرات با فناوری بالا، افزایش درآمد و سود شرکت، افزایش ارزش افزوده شرکت تولیدی، توسعه منابع انسانی و فرآیند نوآوری محصولات می‌باشد (سینگ و همکاران، ۲۰۱۷). نوآوری مدل کسب‌وکار، عاملی کلیدی در به‌کارگیری کارآمد و مؤثر نوآوری در فناوری است و می‌توان آن را برای به‌دست آوردن مزیت رقابتی مورد استفاده قرارداد (ژانگ و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۶). تحقیقات نشان داده است که نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط با ویژگی‌های کارآفرینی و قابلیت‌های نیروی کار همراه است (سوبرامانیا<sup>۷</sup>، ۲۰۱۵).

#### **ب) عملکرد شرکت**

نوآوری در فرآیند تولید محصولات باعث بهبود عملکرد سازمانی می‌گردد. استراتژی نوآوری فرآیند، به گونه‌ای مزیت رقابتی از جهت قیمت ایجاد می‌کند. این مزیت رقابتی با ایجاد ارزش پیشنهادی، باعث

### توسعه نوآورانه کسب و کارهای تولیدی کوچک و متوسط / مقسم، سعیدی، مهربان و دیده‌خانی

بهبود در عملکرد صادراتی می‌شوند (رحیم‌نیا و همکاران، ۱۳۹۷). عملکرد محصول جدید، یکی از پیامدهایی است که به میزان دستیابی بنگاه به اهداف توسعه محصول بر اساس بازار، حجم و رشد فروش، سودآوری، زمان رسیدن به نقطه سر به سر، زمان توسعه محصول و زمان ارائه محصول به بازار اشاره دارد (لئو<sup>۸</sup>، ۲۰۱۱).

### ج) نوآوری در فناوری

نوآوری در فناوری، عبارت است از ارتباط‌های بین اجزا، روش‌ها، فرآیندها و فنونی که در محصول یا خدمت استفاده می‌شوند و ممکن است به نوآوری سازمانی نیاز داشته و یا نداشته باشد و می‌تواند در محصول، فرآیند یا خدمت باشد. توانمندی‌های نوآوری فناوری، یک نوع سرمایه ویژه است که شامل فناوری، فرآیند تولید، معلومات، تجربیات و سازماندهی می‌باشد (ادوارد و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۱۸). نوآوری فناوری در محصولات چالش برانگیز بوده و توانمندی بنگاه‌ها برای مقابله با این چالش‌های متفاوت است (باوور و همکاران<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۷).

### جدول ۱ - تحقیقات پیشین داخلی و خارجی

محقق	سال	عنوان	هدف	نتایج
مبارک آبادی و همکاران	۱۳۹۹	مدل توسعه منابع انسانی شرکت‌های کوچک و متوسط	شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های توسعه منابع انسانی شرکت‌های کوچک و متوسط	در بعد ساختاری پنج مؤلفه، در بعد رفتاری چهار مؤلفه و در بعد زمینه‌ای سه مؤلفه در توسعه منابع انسانی شرکت‌ها شناخته شدند.
ولیان و همکاران	۱۳۹۷	الگوی کارکرد نوآورانه زیست محیطی برای توسعه عملکرد کسب و کار	مشخص نمودن معیارهای کارکردهای نوآورانه زیست محیطی شرکت‌ها	معیار تولید به عنوان مهم‌ترین معیار تاثیرگذار تعیین گردید.
استیفان کریستین و همکاران	۲۰۲۰	SME ها موتور رشد اقتصادی از طریق سرمایه‌گذاری و نوآوری	بررسی تأثیر سرمایه‌گذاری‌ها و نوآوری‌ها در رشد اقتصادی سرزمینی براساس گردش مالی در شرکت‌های فعال رومانی	نتایج برآورد تأثیر مثبت تعداد واحدهای خرد فعال بر رشد اقتصادی سرزمینی را نشان می‌دهد.
بنائو هشیه و هسون چو	۲۰۱۸	مدل‌سازی تاثیر نوآوری خدمات برای شرکت‌های کوچک و متوسط با رویکرد پویایی سیستم	نوآوری در خدمات شرکت‌های کوچک و متوسط	شرکت‌های کوچک و متوسط باید منابع مناسب را برای توسعه سازگاری بازار، قابلیت استفاده از دانش و کاربرد موثر فناوری اطلاعات سرمایه‌گذاری کنند.

## فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره پنجاه و دو، پائیز ۱۴۰۰

### روش تحقیق (کیفی و کمی)

هدف پژوهش حاضر کاربردی و روش مطالعه آن، توصیفی پیمایشی است. نتایج جامعه آماری بخش کیفی از طریق مصاحبه با متخصصان و اساتید هیات علمی دانشگاه در حوزه‌های مدیریت و کارآفرینی و نیز مدیران شرکت‌های تولیدی از مجموع ۲۰ مدیر ارشد بخش تولید و عملیات و مدیران ارشد بخش مالی شرکت‌های کوچک و متوسط برتر از نظر توسعه یافتگی تولید، توانایی فناوری و کارآفرینی و درآمدزایی شهرک صنعتی استان گلستان انجام شده است. در روش تحقیق کیفی از دلفی فازی و تحلیل محتوا و نمونه‌گیری گلوله برفی برای ارائه مدل محقق ساخته استفاده گردید که در بخش توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، ۹ مولفه و ۲۸ شاخص و در بخش نوآوری در تکنولوژی ۴ مولفه و ۱۸ شاخص انتخاب شد. برای تعیین حجم نمونه بر اساس فرمول کرجسی و مورگان، تعداد ۱۹۸ شرکت تولیدی شهرک صنعتی به صورت تصادفی ساده در سطح اطمینان ۹۵ درصد انتخاب و به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه بسته محقق ساخته استفاده شد. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و پاسخگویی به سوالات تحقیق از ابزارهای آمار توصیفی و آماره‌های استنباطی، مانند آزمون تحلیل عاملی تاییدی و مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart Pls استفاده گردید.

### یافته های کیفی پژوهش

جدول ۲ متغیرها و مولفه‌های شناسایی شده توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط، نوآوری در فناوری و عملکرد شرکت‌های تولیدی از منابع مکتوب و نتیجه مصاحبه خبرگان با استفاده از روش دلفی فازی را نشان داده است. در این جدول تمامی ابعاد شناسایی شده توسط خبرگان مورد تایید قرار نگرفته‌اند و ابعاد متغیرهایی که مقدار معناداری آن‌ها کمتر از حد آستانه بوده است، از نتایج تحقیق به عنوان سوالات پرسشنامه در بخش کمی حذف شده‌اند (این موارد بصورت هایلایت و رنگی مشخص شده است).

**جدول ۲- شاخص توسعه، نوآوری در فناوری و عملکرد کسب و کارها بر اساس روش دلفی فازی**

حد آستانه	مقدار معنی‌داری	میانگین هندسی		مقدار خوش بینانه		مقدار بدبینانه		ابعاد	متغیر
		بیشترین	کمترین	بیشترین	کمترین	بیشترین	کمترین		
	۹/۳۳	۶/۳۵	۵/۳۸	۹	۵	۹	۲	مالی	توسعه کسب و کار
	۸/۱۱	۶/۸۳	۵/۸۵	۱۰	۴	۱۰	۲	ارزش افزوده	
	۲/۲۸	۴/۵۸	۲/۸۲	۹	۲	۶	۱	نظام پژوهشی	
	۹/۳۸	۶/۳۱	۴/۷۷	۱۰	۶	۹	۱	محیط خارجی	
	۹/۹۶	۶/۷۶	۵/۱۷	۱۰	۶	۹	۱	فرآیند	
	۸/۷۹	۶/۸۶	۵/۴۶	۱۰	۵	۹	۱	منابع انسانی	

توسعه نوآورانه کسب و کارهای تولیدی کوچک و متوسط / مقسم، سعیدی، مهربان و دیده خانی

	۹/۷۹	۶/۷۶	۶/۱۸	۱۰	۵	۹	۱	صادرات	
	۱۰/۹۵	۶/۹۷	۵/۶۳	۱۰	۶	۱۰	۲	تولید با فناوری بالا	
	۸/۴۳	۶/۹۴	۵/۷۰	۱۰	۶	۸	۲	محصولات	
	۸/۴۴	۶/۴۴	۴/۸۹	۱۰	۷	۹	۴	نوآوری	
	۳/۱۱	۴/۲۱	۲/۱۴	۶	۲	۵	۱	ساختار سازمانی	
۹/۳۳	۹/۸۵	۸/۷۳	۵/۲۳	۱۰	۸	۸	۳	افزایش درآمد شرکت	مالی
	۱۲/۱۲	۸/۱۲	۵/۴۳	۹	۷	۹	۳	افزایش سودآوری شرکت	
	۹/۸۰	۸/۳۹	۴/۶۳	۱۰	۷	۹	۲	سرمایه کسب و کار	
	۱۰/۷۶	۸/۱۵	۵/۳۲	۹	۶	۹	۲	خود تأمین مالی	
	۱۰/۷۴	۸/۴۱	۶/۹۵	۱۰	۷	۹	۴	بودجه پشتیبانی از محصولات جدید	
	۲/۶۹	۶/۵۹	۲/۸۶	۹	۴	۴	۱	وام‌های بانکی	
۸/۸۰	۱۱/۲۰	۸/۶۱	۶/۴۱	۱۰	۷	۹	۳	پیدا کردن شرکای جدید	ارزش افزوده
	۸/۹۰	۷/۵۹	۳/۷۶	۹	۶	۹	۲	گسترش زنجیره تأمین	
	۴/۰۷	۵/۷۹	۲/۴۴	۹	۳	۷	۱	اتخاذ تصمیمات مناسب	
	۱۱/۰۳	۸/۶۷	۵/۰۵	۱۰	۷	۹	۱	استراتژی تحقیق و توسعه	
۶/۹۴	۸/۱۱	۸/۸۲	۵/۹۸	۱۰	۶	۹	۴	بهبود موقعیت رقابتی	محیط خارجی
	۵/۰۰	۶/۴۴	۳/۹۱	۹	۲	۸	۱	محوریت بخش خصوصی در طرح	
	۷/۷۳	۷/۵۹	۳/۶۸	۹	۶	۸	۲	اطلاعات و ارتباطات خارجی	
۹/۰۸	۹/۳۹	۸/۴۹	۴/۲۶	۱۰	۷	۹	۲	مدیریت دانش	فرآیند
	۳/۹۷	۵/۵۴	۲/۳۶	۹	۳	۷	۱	توسعه فرم‌های سازمانی	
	۱۳/۷۱	۸/۴۷	۶/۹۳	۹	۷	۹	۴	افزایش بهره‌وری واحد تجاری	
	۹/۲۴	۷/۶۰	۵/۳۳	۹	۷	۸	۴	حاکمیت شرکتی	
۶/۳۶	۶/۴۰	۷/۲۸	۴/۶۲	۱۰	۵	۸	۲	برگزاری دوره آموزشی	منابع انسانی
	۶/۷۲	۸/۵۱	۴/۷۸	۱۰	۷	۷	۳	پرسنل با تجربه جوان و تحصیلکرده	
	۸/۰۷	۸/۴۹	۴/۰۹	۱۰	۷	۸	۲	مهارت ارتباطی مدیران	
	۳/۲۱	۴/۶۹	۲/۷۹	۸	۲	۶	۱	شایستگی منابع انسانی	
	۷/۴۰	۷/۸۲	۵/۲۸	۹	۷	۷	۴	توانمندسازی نیروی انسانی	
۶/۹۸	۹/۲۷	۷/۶۰	۵/۶۶	۹	۶	۹	۴	وجود ارز خارجی	صادرات
	۴/۱۵	۵/۹۷	۳/۶۵	۸	۲	۷	۲	تولید کالاهای صادراتی	
	۷/۵۲	۷/۵۰	۴/۰۶	۱۰	۵	۹	۱	توسعه روش بازاریابی	
۸/۰۶	۸/۴۷	۷/۹۸	۵/۱۷	۱۰	۴	۱۰	۱	تکنولوژی نوین توسعه محصولات	تولید با فناوری بالا
	۱۰/۱۵	۸/۶۳	۶/۳۸	۱۰	۵	۱۰	۲	گسترش فضای تولید	

فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره پنجاه و دو، پائیز ۱۴۰۰

	۳/۸۶	۴/۸۳	۲/۴۶	۹	۲	۸	۱	امکانات پیشرفته تولید	
	۹/۰۹	۷/۶۰	۵/۲۰	۹	۷	۸	۴	تکنولوژی تولید	
	۸/۷۴	۸/۴۶	۶/۹۲	۱۰	۶	۹	۴	فناوری اطلاعات و ارتباطات	
۱۰/۲۸	۱۱/۶۰	۸/۷۳	۵/۳۴	۱۰	۸	۹	۳	قیمت محصولات	محصولات
	۱۴/۰۳	۸/۲۲	۶/۲۹	۹	۷	۹	۳	کیفیت محصولات	
	۵/۰۴	۷/۱۱	۳/۵۱	۱۰	۳	۸	۱	افزایش گسترده محصول	
	۱۰/۴۴	۸/۱۵	۵/۱۰	۹	۶	۹	۲	حفظ منافع ذینفعان	
۶/۸۲	۱۱/۲۰	۸/۶۱	۶/۴۱	۱۰	۷	۹	۳	نوآوری در فرایندها	نوآوری
	۲/۰۶	۵/۱۸	۲/۱۷	۹	۳	۴	۱	نوآوری مهارت کارآفرینی	
	۷/۲۰	۸/۳۳	۵/۶۴	۱۰	۵	۸	۲	نوآوری مدل کسب و کار	
۹/۹۹	۱۱/۲۴	۸/۱۱	۵/۹۲	۹	۷	۸	۳	حمایت دولت از نوآوری فناورانه	نوآوری در فناوری
	۳/۸۲	۷/۰۰	۴/۶۶	۹	۴	۶	۳	فرصت‌های نوآورانه	
	۱۱/۷۶	۷/۵۵	۷/۳۸	۱۰	۵	۱۰	۲	قابلیت نوآوری کارآفرینان	
	۱۰/۰۹	۸/۰۵	۵/۵۱	۱۰	۷	۹	۳	فرهنگ نوآوری	
۵/۶۲	۱۳/۰۴	۷/۹۶	۵/۸۰	۹	۷	۹	۳	زیرساخت فناوری	قابلیت های نوآوری کارآفرینان
	۷/۹۲	۸/۹۱	۴/۶۹	۱۰	۷	۸	۳	سطح دانش کارآفرینان	
	۳/۷۴	۴/۵۵	۳/۹۲	۹	۲	۸	۲	تصمیم‌گیری استراتژیک	
	۶/۱۰	۷/۳۰	۵/۰۱	۱۰	۶	۸	۴	شناسایی کسب و کار نوآورانه	
	۴/۶۹	۶/۱۲	۳/۴۲	۱۰	۳	۸	۱	دانش طرح‌های دولت برای کسب و کار	
	۳/۴۴	۷/۲۶	۴/۶۲	۱۰	۴	۶	۳	برنامه‌ریزی مالی، تدارکات و منابع	
	۵/۷۲	۸/۱۰	۴/۰۱	۱۰	۷	۶	۲	تحقیق و توسعه، فناوری و نوآوری	
	۴/۰۵	۶/۱۱	۳/۰۶	۹	۳	۷	۲	توانایی تصمیم‌گیری فعالیت تجاری	
۶/۵۹	۹/۱۱	۹/۰۳	۴/۶۲	۱۰	۸	۸	۳	فرصت بازار و بازاریابی محصول	زیرساخت فناوری
	۵/۸۲	۸/۲۴	۳/۵۵	۱۰	۶	۷	۲	ارائه محصولات نوآورانه جدید	
	۹/۸۱	۸/۲۶	۴/۴۳	۹	۷	۸	۲	مواد خام قیمت مناسب برای تولید	
	۸/۴۶	۹/۰۷	۴/۶۷	۱۰	۸	۷	۲	دانش فنی عملیات تجاری	
	۴/۶۷	۶/۷۳	۴/۶۲	۱۰	۴	۷	۲	فناوری تولید و مهارت جدید	
	۲/۰۸	۵/۶۶	۴/۲۸	۷	۳	۵	۴	استراتژی مالی استفاده موثر بودجه	
	۲/۶۶	۵/۸۷	۴/۲۸	۷	۴	۵	۴	پیاده‌سازی فرآیندهای تولید	
۶/۵۹	۴/۳۶	۵/۳۱	۳/۷۱	۷	۳	۶	۲	تبدیل نتایج تحقیق به محصول	زیرساخت فناوری
	۹/۲۹	۹/۵۶	۵/۸۴	۱۰	۸	۸	۴	اینترنت پر سرعت برای بازاریابی	
	۸/۰۶	۹/۰۸	۵/۰۸	۱۰	۸	۷	۳	بودجه مالی برای ابتکارات	

توسعه نوآورانه کسب و کارهای تولیدی کوچک و متوسط / مقسم، سعیدی، مهربان و دیده خانی

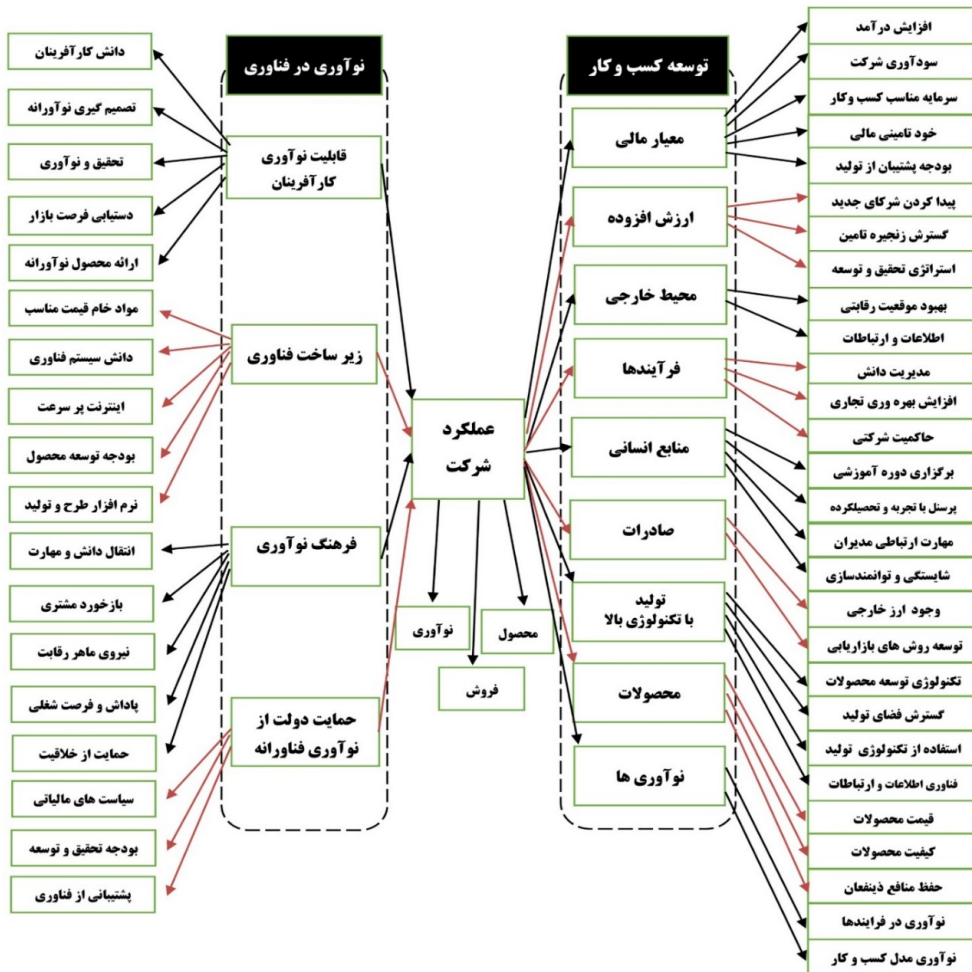
	۹/۹۳	۸/۷۷	۵/۳۰	۱۰	۸	۸	۳	استفاده از نرم افزار طراحی و تولید	
۷/۷۰	۸/۵۰	۵/۸۰	۴/۶۰	۸	۴	۱۰	۳	انتقال دانش و مهارت	فرهنگ نوآوری
	۹/۷۸	۸/۱۰	۵/۶۲	۱۰	۷	۸	۲	بازخورد مشتری و	
	۸/۲۱	۸/۴۲	۶/۱۶	۱۰	۵	۱۰	۴	حمایت از خلاقیت و نوآوری	
	۳/۱۲	۵/۹۱	۴/۰۴	۷	۲	۵	۲	توانمندسازی کارکنان برای نوآوری تکنولوژیک	
	۸/۴۷	۸/۱۰	۴/۵۷	۱۰	۶	۹	۲	نیروی انسانی ماهر برای رقابت	
	۸/۱۲	۸/۲۴	۶/۱۵	۱۰	۷	۸	۴	پاداش رسمی، مالی برای انگیزش	
۵/۸۴	۱۰/۰۹	۸/۶۳	۵/۳۹	۱۰	۸	۸	۳	سیاست مالیاتی جهت تشویق	حمایت دولت از نوآوری فناوریانه
	۷/۹۴	۸/۳۵	۵/۹۱	۱۰	۷	۸	۴	بودجه ابتکارات تحقیق و توسعه	
	۳/۷۱	۶/۳۷	۴/۱۲	۷	۴	۵	۳	آموزش به کارکنان موسسات	
	۲/۵۹	۴/۷۷	۳/۱۹	۹	۲	۶	۲	اطلاعات رایگان آخرین فناوریها	
	۴/۱۵	۵/۸۵	۳/۸۴	۹	۳	۷	۲	تغذیه ارزان برای کسب و کارها	
	۶/۵۵	۷/۷۶	۵/۷۱	۱۰	۴	۹	۳	پشتیبانی در دستیابی به آخرین تکنولوژی	
۹/۹۷	۱۰/۹۳	۸/۱۱	۵/۷۵	۹	۷	۸	۳	کم بودن زمان آغاز ایده تا راه اندازی	عملکرد محصول
	۴/۲۴	۶/۶۱	۴/۲۶	۹	۴	۶	۲	معرفی محصولات و خدمات جدید	
	۱۱/۷۶	۷/۵۵	۷/۳۸	۱۰	۵	۱۰	۲	هزینه پایین تولید	
	۱۲/۲۵	۷/۹۶	۵/۴۵	۹	۷	۹	۳	افزایش سود محصولات با تکنولوژی پیشرفته	
	۱۰/۶۸	۸/۰۵	۵/۹۳	۱۰	۷	۹	۳	بهبود چرخه عمر محصولات	
۸/۳۲	۱۱/۲۸	۸/۰۶	۵/۹۲	۹	۷	۸	۳	بهبود فروش کل شرکت با تولید محصولات جدید	عملکرد فروش
	۸/۹۷	۶/۶۹	۵/۸۳	۸	۴	۱۰	۴	افزایش سهم بازار به دلیل محصولات جدید	
	۹/۱۵	۸/۴۵	۵/۵۸	۱۰	۷	۹	۴	افزایش نفوذ به بازارهای جدید	
	۲/۵۰	۶/۴۶	۴/۰۹	۸	۴	۵	۴	میزان افزایش رشد بازار سازمان	
	۹/۶۸	۸/۵۱	۶/۱۳	۱۰	۷	۹	۴	افزایش سود فروش ۳-۵ سال گذشته	
۱۰/۸۴	۱۲/۰۷	۹/۰۷	۵/۷۳	۱۰	۸	۹	۳	افزایش محصولات جدید	عملکرد نوآوری
	۱۲/۳۸	۷/۹۶	۵/۵۱	۹	۷	۹	۳	بهبود ویژگی های فنی و ویژگی های محصول	
	۱۱/۲۳	۷/۹۱	۵/۸۳	۹	۷	۸	۳	پیماده سازی فرآیند ابتکارات تکنولوژی	
	۵/۴۶	۶/۴۶	۵/۰۸	۷	۵	۶	۴	گسترش محصولات در ۳-۵ سال گذشته	
	۱۳/۰۹	۸/۸۱	۶/۵۹	۱۰	۷	۱۰	۳	تطبيق فناوری اساسی با سیستم شرکت	

بر اساس متغیرهای تایید شده در روش کیفی به منظور ارائه مدل در بخش کمی، مدل مفهومی

پژوهش مطابق شکل ۱ ارائه شده است.



فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره پنجاه و دو، پائیز ۱۴۰۰



شکل ۱- مدل توسعه نوآورانه کسب و کارهای کوچک و متوسط - منبع: یافته‌های پژوهشگر

روش کمی پژوهش

در بخش کمی جامعه آماری پژوهش، شرکت‌های فعال شهرک صنعتی استان گلستان می‌باشند که حجم این جامعه به تعداد ۴۳۰ شرکت بوده که از این تعداد ۱۹۸ شرکت نمونه از مدیران ارشد هر شرکت به صورت تصادفی ساده با سطح اطمینان ۹۵ درصد جهت نظر سنجی انتخاب شدند که برای سنجش سؤال‌ها از مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده‌است. همچنین برای سنجش پایایی

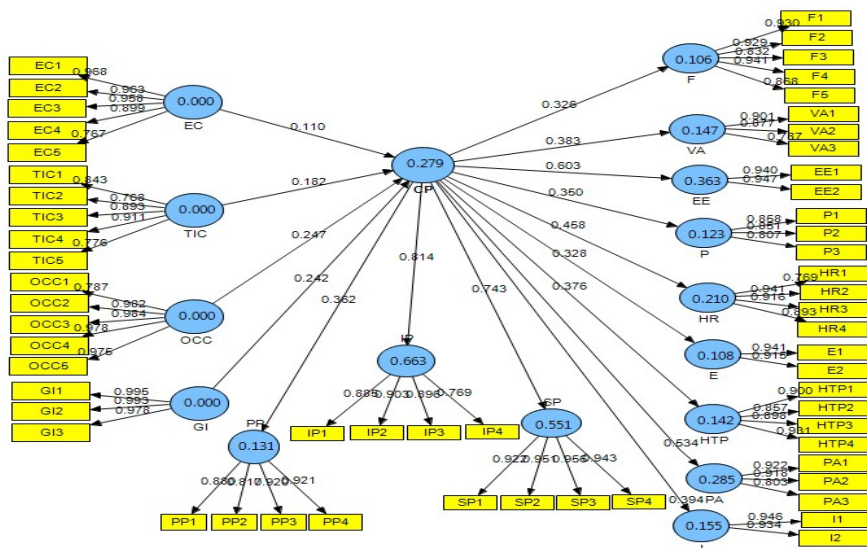
## توسعه نوآورانه کسب و کارهای تولیدی کوچک و متوسط/مقسم، سعیدی، مهربان و دیده‌خانی

پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ<sup>۱۱</sup> استفاده شده که این میزان برابر با ۰/۷ بوده و دلالت بر پایایی مناسب را دارد.

### یافته‌های پژوهش

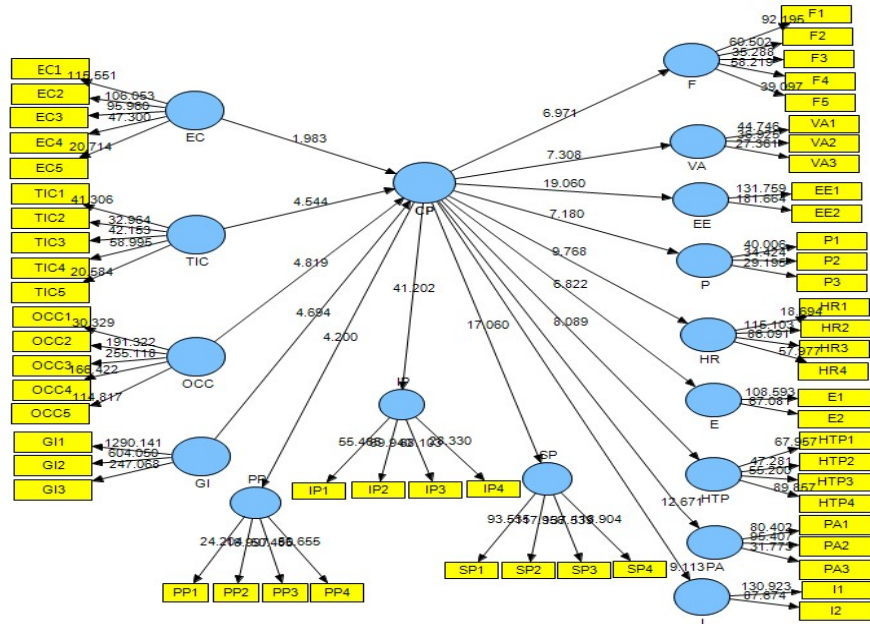
### آزمون مدل مفهومی و روابط بین متغیرهای پژوهش

برای تحلیل داده‌های تحقیق از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و Smart-Pls استفاده شد. خروجی نرم‌افزار، بعد از آزمون مدل مفهومی پژوهش در شکل ۲ و ۳ نشان داده شده است. در زیر نتایج بررسی دو بخش آزمون مدل اندازه‌گیری و آزمون مدل ساختاری به تفصیل ارائه شده است.



شکل ۲- مدل ساختاری روابط بین مولفه‌های تحقیق همراه با ضرایب بارهای عاملی

فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره پنجاه و دو، پائیز ۱۴۰۰



شکل ۳- مدل ساختاری روابط بین مولفه‌های تحقیق همراه با ضرایب معناداری

مدل‌های معادلات ساختاری به طور معمول ترکیبی از مدل‌های اندازه‌گیری (نشان دهنده زیر مولفه‌های متغیرهای مکنون) و مدل‌های ساختاری (نشان دهنده روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته) هستند.

**بررسی آزمون مدل اندازه‌گیری**

برای سنجش برازش مدل اندازه‌گیری از پایایی شاخص، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شده است. برای بررسی اعتبار سازه‌ها (فورنل و لارکر<sup>۱۲</sup>، ۱۹۸۱)، سه ملاک معرفی کردند که شامل اعتبار هر یک از گویه‌ها، پایایی ترکیبی (CR) هر یک از سازه‌ها و متوسط واریانس استخراج شده (AVE) می‌باشند. مقادیر بیشتر از ۰/۴ برای ضرایب بارهای عاملی، بیشتر از ۰/۵ برای متوسط واریانس استخراج شده (AVE) و بیشتر از ۰/۷ برای پایایی مرکب (CR) بیانگر برازش مناسب مدل‌های اندازه‌گیری‌اند و این‌که از نظر پایایی و روایی همگرا هستند. نتایج این شاخص‌ها در جدول ۳ آمده است.

توسعه نوآورانه کسب و کارهای تولیدی کوچک و متوسط /مقسم، سعیدی، مهربان و دیده خانی

جدول ۳- آمار توصیفی و نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی (CFA)

متغیرهای مکنون	علامت اختصاری	آلفای کرونباخ (Alpha>0.7)	پایایی ترکیبی (CR>0.7)	میانگین واریانس استخراجی (AVE>0.5)
قابلیت نوآوری کارآفرینان	ICE	۰/۹۰۹	۰/۹۲۲	۰/۸۳۶
زیرساخت فناوری	TIC	۰/۸۹۴	۰/۹۲۳	۰/۷۰۶
فرهنگ نوآوری	IC	۰/۸۶۸	۰/۸۷۶	۰/۸۹۲
حمایت دولت از نوآوری فناورانه	GSI	۰/۸۸۹	۰/۸۹۳	۰/۹۷۸
عملکرد محصول	PP	۰/۹۰۸	۰/۹۳۵	۰/۷۸۴
عملکرد نوآوری	IP	۰/۸۸۶	۰/۹۲۲	۰/۷۴۹
عملکرد فروش	SP	۰/۹۵۹	۰/۹۷۰	۰/۸۸۹
معیار مالی	F	۰/۹۴۱	۰/۹۵۵	۰/۸۱۱
ارزش افزوده	VA	۰/۸۱۷	۰/۸۹۲	۰/۷۳۴
محیط خارجی	EE	۰/۸۷۶	۰/۹۴۲	۰/۸۹۰
فرآیند	P	۰/۷۹۳	۰/۸۷۷	۰/۷۰۴
منابع انسانی	HR	۰/۹۰۴	۰/۹۳۳	۰/۷۷۸
صادرات	E	۰/۸۴۰	۰/۹۲۶	۰/۸۶۱
تولید با فناوری بالا	HTP	۰/۹۱۹	۰/۹۴۳	۰/۸۰۴
محصولات	PA	۰/۸۵۷	۰/۹۱۳	۰/۷۷۹
نوآوری‌ها	I	۰/۸۶۹	۰/۹۳۹	۰/۸۸۴

خروجی جدول ۳ در راستای پاسخ به فرضیه‌های تحقیق می‌باشد که پس از انجام دادن تحلیل عاملی تأییدی که نتایج حاصل از آن در شکل شماره ۲، نشان داده شد، مشخص گردید که تمامی گویه‌ها دارای بار عاملی بالاتر از ملاک ۰/۴، متوسط واریانس استخراج شده بالای ۰/۷ و پایایی مرکب بالای ۰/۵ می‌باشند که نشان از مناسب بودن این معیار و پایایی مناسب مدل‌های اندازه‌گیری دارد.

روایی واگرایی قابل قبول یک مدل بیانگر آن است که یک سازه در مدل، نسبت به سازه‌های دیگر تعامل بیشتری با شاخص‌هایش دارد. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) بیان می‌کنند روایی واگرایی وقتی در سطح قابل قبولی است که AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی میزان بین آن سازه و سازه‌های دیگر در مدل باشد. بررسی این امر توسط ماتریسی صورت می‌گیرد که خانه‌های این ماتریس حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها و جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه است. براساس نتایج

### فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره پنجاه و دو، پائیز ۱۴۰۰

همبستگی‌ها و جذر AVE، می‌توان روایی واگرایی مدل را در سطح سازه از نظر معیار فورنل- لارکر نتیجه گرفت. در این پژوهش روابط علی بین متغیرها و فرضیه‌های تحقیق مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۴- نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری مدل پژوهش

روابط علی بین متغیرهای پژوهش	علامت اختصاری	ضریب مسیر ( $\beta$ )	معناداری (T-Value)	نتیجه
قابلیت نوآوری کارآفرینان ← عملکرد شرکت	ICE ---CP	۰/۱۰۰	۱/۹۸۳	رابطه معنی دار
زیرساخت فناوری ← عملکرد شرکت	TIC ---CP	۰/۱۸۲	۴/۵۴۴	رابطه معنی دار
فرهنگ نوآوری ← عملکرد شرکت	IC ---CP	۰/۲۴۷	۴/۸۱۹	رابطه معنی دار
حمایت دولت از نوآوری ← عملکرد شرکت	GSI ---CP	۰/۳۶۲	۴/۶۸۴	رابطه معنی دار
عملکرد شرکت ← معیار مالی	CP ---F	۰/۳۲۶	۶/۹۷۱	رابطه معنی دار
عملکرد شرکت ← ارزش افزوده	CP ---VA	۰/۳۸۳	۷/۳۰۸	رابطه معنی دار
عملکرد شرکت ← محیط خارجی	CP ---EE	۰/۶۰۳	۱۹/۰۶۰	رابطه معنی دار
عملکرد شرکت ← فرآیندها	CP ---P	۰/۳۵۰	۷/۱۸۰	رابطه معنی دار
عملکرد شرکت ← منابع انسانی	CP ---HR	۰/۴۵۸	۹/۷۶۸	رابطه معنی دار
عملکرد شرکت ← صادرات	CP ---E	۰/۳۲۸	۵/۸۲۲	رابطه معنی دار
عملکرد شرکت ← تولید با تکنولوژی بالا	CP ---HTP	۰/۳۷۶	۸/۰۸۹	رابطه معنی دار
عملکرد شرکت ← محصولات	CP ---PA	۰/۵۳۴	۱۲/۶۷۱	رابطه معنی دار
عملکرد شرکت ← نوآوری‌ها	CP ---I	۰/۳۹۴	۹/۱۱۳	رابطه معنی دار

با توجه به این که ضرایب معناداری متغیرها بیشتر از قدر مطلق ۱/۹۶ می‌باشد، فرضیه‌ها تایید می‌شوند.

#### پاسخ به فرضیه های تحقیق

۱- آیا قابلیت نوآوری کارآفرینان با عملکرد شرکت رابطه‌ی معنادار دارد؟ نتایج حاصل از جدول ۴ رابطه قابلیت نوآوری کارآفرینان با عملکرد شرکت‌های تولیدی (عملکرد محصول، نوآوری، فروش) با توجه به ضریب معناداری ( $t=1/983$ ) که بیشتر از قدر مطلق ۱/۹۶ می‌باشد، تأیید می‌شود. از این رو قابلیت نوآوری کارآفرینان می‌تواند در ارائه محصولات جدید با فناوری بالا، توانایی به دست آوردن فرصت بازار، تحقیق و توسعه و رهبری فناوری و روش‌های نوین بازاریابی برای فروش محصولات، اثرگذار باشد.

## توسعه نوآورانه کسب و کارهای تولیدی کوچک و متوسط / مقسم، سعیدی، مهربان و دیده‌خانی

۲- آیا زیرساخت فناوری با عملکرد شرکت رابطه معنادار دارد؟ رابطه زیر ساخت فناوری با عملکرد شرکت‌های تولیدی با توجه به ضریب معناداری ( $t=4/544$ ) که بیشتر از قدرمطلق  $1/96$  می‌باشد، تأیید می‌شود. بنابراین زیرساخت فناوری با تأثیرگذاری بر فرآیند نوآوری باعث سهولت در خلق نوآوری می‌گردد که با ایجاد مزیت رقابتی نسبت به رقبا باعث افزایش عملکرد فروش و عملکرد محصول می‌شود.

۳- آیا فرهنگ نوآوری با عملکرد شرکت رابطه معنادار دارد؟ رابطه فرهنگ نوآوری با عملکرد شرکت‌های تولیدی با توجه به ضریب معناداری ( $t=4/819$ ) که بیشتر از قدرمطلق  $1/96$  می‌باشد، تأیید می‌شود و در واقع تحقیق کنونی اثرات فرهنگ نوآوری را بر عملکرد شرکت‌های تولیدی نشان می‌دهد.

۴- آیا حمایت دولت از نوآوری فناورانه با عملکرد شرکت رابطه معنادار دارد؟ رابطه حمایت دولت از نوآوری فناورانه با عملکرد شرکت با توجه به ضریب معناداری ( $t=4/684$ ) که بیشتر از قدرمطلق  $1/96$  می‌باشد، تأیید می‌شود. بنابراین دولت‌ها موظفند تا با اتخاذ سیاست‌هایی در جهت ارتقای توانمندی نوآوری بنگاه، فرصت مناسبی را برای افزایش توان رقابت‌پذیری بنگاه‌ها در بازار بین المللی فراهم کنند.

۵- آیا عملکرد شرکت با معیار مالی رابطه معنادار دارد؟ رابطه عملکرد شرکت و معیار مالی با توجه به ضریب معناداری ( $t=6/971$ ) که بیشتر از قدرمطلق  $1/96$  می‌باشد، تأیید می‌شود و با توجه به ضریب مسیر به میزان  $\beta=0/326$  بر معیار مالی تأثیرگذار است. (قابل ذکر است: در رتبه‌بندی شاخص‌های مالی، افزایش سودآوری شرکت با مقدار معنی‌داری  $12/12$  دارای رتبه ۱، خود تامينی مالی با مقدار معنی‌داری  $10/76$  دارای رتبه ۲، بودجه پشتیبان از تولید محصولات با مقدار معنی‌داری  $10/74$  دارای رتبه ۳ می‌باشد. بنابراین شرکت‌های تولیدی باید تمرکز بیشتری بر افزایش سودآوری شرکت، استقلال مالی و بودجه پشتیبانی از محصولات جدید نمایند).

۶- آیا عملکرد شرکت با ارزش افزوده رابطه معنادار دارد؟ رابطه عملکرد شرکت و ارزش افزوده با توجه به ضریب معناداری ( $t=7/308$ ) که بیشتر از قدرمطلق  $1/96$  می‌باشد، تأیید می‌شود، بنابراین ارتقاء عملکرد شرکت در دنیای رقابتی امروز، مستلزم استفاده از استراتژی تحقیق و توسعه، پیدا کردن شرکای تجاری جدید در بازار، بکارگیری دانش و ابزار مدیریتی و فنی مناسب بوده و بدون تجهیز به آنها، نمی‌توان بقایی برای سازمان متصور بود.

۷- آیا عملکرد شرکت با محیط خارجی رابطه معنادار دارد؟ رابطه عملکرد شرکت و محیط خارجی با توجه به ضریب معناداری ( $t=19/060$ ) که بیشتر از قدرمطلق  $1/96$  می‌باشد، تأیید می‌شود. بنابراین

## فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره پنجاه و دو، پائیز ۱۴۰۰

توجه به مقوله شهروندمداری و ارائه خدمات با کیفیت و جلب رضایت ارباب رجوع به منظور بهبود موقعیت رقابتی بسیار مهم است.

۸- آیا عملکرد شرکت با فرآیندها رابطه معنادار دارد؟ رابطه عملکرد شرکت و فرآیندها با توجه به ضریب معناداری ( $t=7/180$ ) که بیشتر از قدرمطلق  $1/96$  می باشد، تأیید می شود. بنابراین پیاده سازی فرآیندهای نوین، مانند مدیریت دانش، افزایش بهره‌وری واحد تجاری و حاکمیت شرکتی می تواند موجب بهبود عملکرد کسب و کارها گردد.

۹- آیا عملکرد شرکت با منابع انسانی رابطه معنادار دارد؟ رابطه عملکرد شرکت و منابع انسانی با توجه به ضریب معناداری ( $t=9/768$ ) که بیشتر از قدرمطلق  $1/96$  می باشد، تأیید می شود. بنابراین برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی، استفاده از نیروی انسانی توانمند در کسب و کار، آموزش مهارت های ارتباطی ویژه مدیران و توانمند سازی نیروی انسانی از مهمترین اقداماتی است که در توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط اثرگذار است.

۱۰- آیا عملکرد شرکت با صادرات رابطه معنادار دارد؟ رابطه عملکرد شرکت و صادرات با توجه به ضریب معناداری ( $t=5/822$ ) که بیشتر از قدرمطلق  $1/96$  می باشد، تأیید می شود. در راستای تحقق صادرات و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط، شرکت‌ها می بایست با نوآوری در عملکرد محصولات و تولید کالاهای استاندارد با ظرفیت صادراتی و روش‌های نوین بازاریابی الکترونیکی، بهبود کیفیت، بهبود شکل و ابعاد محصول، در راستای فروش محصولات اقدام نموده تا بتوانند فرصت‌های بیشتری را در راستای فروش صادراتی محصولات خود خلق و کشف نمایند.

۱۱- آیا عملکرد شرکت با تولید فناوری بالا (تکنولوژی بالا) رابطه معنادار دارد؟ رابطه عملکرد شرکت و تولید با تکنولوژی بالا با توجه به ضریب معناداری ( $t=8/089$ ) که بیشتر از قدرمطلق  $1/96$  می باشد، تأیید می شود. لذا تولید با تکنولوژی بالا بر مبنای نوآوری در عملکرد محصول و استفاده از تکنولوژی‌های نوین جهت بازاریابی و فروش محصولات می تواند منجر به توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط گردد.

۱۲- آیا عملکرد شرکت با محصولات رابطه معنادار دارد؟ رابطه عملکرد شرکت و محصولات با توجه به ضریب معناداری ( $t=12,671$ ) که بیشتر از قدرمطلق  $1/96$  می باشد، تأیید می شود. بنابراین پیاده سازی فرآیند جدید تولید محصولات با فناوری نوین و کیفیت بالا، و بهبود ویژگی‌های فنی محصول می تواند در افزایش درآمد شرکت‌های تولیدی، افزایش سهم تولید و صادرات با فناوری بالا و افزایش ارزش افزوده بخش صنعت، اثرگذار باشد.

## توسعه نوآورانه کسب و کارهای تولیدی کوچک و متوسط / مقسم، سعیدی، مهربان و دیده خانی

۱۳- آیا عملکرد شرکت با نوآوری ها رابطه معنادار دارد؟ رابطه عملکرد شرکت و نوآوری ها با توجه به ضریب معناداری ( $t=9/113$ ) که بیشتر از قدرمطلق  $1/96$  می باشد، تأیید می شود. نوآوری در فرآیندها و مدل کسب و کار می تواند موجب ارتقا عملکرد محصول، نوآوری و فروش شده و توسعه کسب و کارها را به دنبال داشته باشد.

### **بحث و نتیجه گیری**

پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی توسعه نوآورانه کسب و کارهای تولیدی کوچک و متوسط بوده که نتایج آن به تفسیر بیان شده است. بر اساس نتایج حاصل از تحقیق، قابلیت نوآوری کارآفرینان ( $T\text{-Value} = 1,983, \beta = 0,100$ )، زیرساخت فناوری ( $T\text{-Value} = 4,544, \beta = 0,182$ )، فرهنگ نوآوری ( $T\text{-Value} = 4,819, \beta = 0,247$ ) و حمایت دولت از نوآوری های فناورانه ( $T\text{-Value} = 4,684, \beta = 0,362$ )؛ بر عملکرد شرکت به طور مثبت تاثیرگذار است که با نتایج تحقیقات سینگ، ۲۰۱۷؛ ابری و محمودزاده، ۲۰۱۵ نیز همخوانی دارد. لذا بر اساس نتیجه تحقیق پیشنهاد می گردد تا برنامه های توجیهی و آموزشی مناسب برای کارکنان، جهت توانایی به دست آوردن فرصت ها از بازار و استفاده از استراتژی های مناسب در بازاریابی محصول جدید برگزار شود. شرکت های کوچک و متوسط با استفاده از نرم افزارهای کاربردی برای طراحی و تولید محصول و توسعه آن و راه اندازی کسب و کار خود در قالب کسب و کار الکترونیک و ایجاد زیرساخت های امنیتی و سهولت به کارگیری برای کاربران، عملکرد فروش را تسریع نمایند. پیشنهاد می گردد تصمیم گیری ها به صورت جمعی بوده و مدیریت مشارکتی حاکم باشد و با راه اندازی سیستم های ارتباطی درون سازمانی بر پایه فناوری اطلاعات، برقراری ارتباط با مدیران و همچنین بین کارکنان تسریع گردد تا جوی دوستانه بر پایه هم فکری در سازمان توسعه یابد. همچنین دولت با ارائه سیاست مالیاتی برای کسب و کارهای کوچک و متوسط جهت تشویق آن ها به سرعت بخشیدن به پروژه های توسعه فناوری و محصول جدید و پشتیبانی در دستیابی به آخرین تکنولوژی، گواهینامه کیفیت و بازاریابی و ارائه اطلاعات به صورت رایگان یا به صورت کمک هزینه ای در مورد آخرین روند و فناوری های مربوط به مقررات دولتی و همچنین افزایش سیاست ها و اقدامات مهم برای حمایت از نفوذ نوآوری به شرکت ها برای دستیابی به فناوری نوآورانه کمک نماید.

همچنین بر اساس نتایج حاصل از پژوهش، عملکرد شرکت بر معیارهای مالی ( $\beta = 0/326$ )،  $6/971$ ؛ ارزش افزوده ( $T\text{-Value} = 7/308, \beta = 0/383$ )؛ محیط خارجی ( $\beta = 0/603$ )،  $19/060$ ؛ فرآیندها ( $T\text{-Value} = 7/180, \beta = 0/350$ )؛ منابع انسانی ( $T\text{-Value} = 9/768, \beta = 0/458$ )؛ صادرات ( $T\text{-Value} = 5/822, \beta = 0/328$ )؛ تولید با تکنولوژی بالا ( $T\text{-Value} = 8/089, \beta = 0/376$ )؛



### فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره پنجاه و دو، پائیز ۱۴۰۰

Value؛ محصولات ( $\beta = ۰/۵۳۴$ ,  $T\text{-Value} = ۱۲/۶۷۱$ )؛ نوآوری‌ها ( $\beta = ۰/۳۹۴$ ,  $T\text{-Value} = ۹/۱۱۳$ ) به طور مثبت تاثیرگذار است. لذا بر اساس نتیجه تحقیق پیشنهاد می‌گردد تا مدیران شرکت‌ها نوآوری در عملکرد محصول با تکنولوژی بالا و استفاده از روش‌های نوین بازاریابی برای فروش محصولات و افزایش سودآوری شرکت را در دستور کار قرار دهند، همچنین تولید محصولات با کیفیت و متنوع و خلق و کشف فرصت‌های بازار برای فروش محصولات می‌تواند در معیارهای مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط اثرگذار باشند. نگاه ویژه به بخش‌های R&D و IT در ساختار سازمانی و مدیریت اجرایی و بررسی استراتژی‌های مختلف در زمان طراحی و برنامه‌ریزی زنجیره‌های تأمین توسط مدیران صنایع به منظور انعطاف‌پذیری در شبکه‌های حمل‌ونقل و ارتقاء میزان سرمایه‌گذاری برای ظرفیت‌های بالاتر می‌تواند به بهبود ارزش افزوده کمک نماید. به فعالان بازار و کسب‌وکار پیشنهاد می‌شود در تصمیمات سرمایه‌گذاری خود، توانایی رقابتی شرکت‌ها را مد نظر قرار داده و به آن به عنوان یک عامل بالقوه در عملکرد شرکت‌ها توجه نمایند. به منظور بهبود عملکرد و بهره‌وری واحد تجاری بر مدیریت دانش تمرکز بیشتری شود و سرمایه‌گذاری‌های سازمانی بیشتر بر روی مدیریت دانش سازمان باشد. نسبت به مدیریت کیفیت جامع در کارکنان و ابلاغ ارزش‌های مدیریت کیفیت به آنان و همچنین تشویق و حمایت از مشارکت کارکنان جهت بهبود فرآیندهای کاری تعهد ایجاد شود. این امر می‌تواند به بهبود بهره‌وری در شرکت‌های کوچک و متوسط کمک نماید. برای ارتقای جایگاه توانمندسازی منابع سازمانی فرآیندهای مناسبی از جمله جذب، تأمین و تعدیل منابع انسانی، نگهداشت منابع انسانی، بهسازی منابع انسانی، به کارگیری مؤثر منابع انسانی و بهبود و اصلاح اقدامات منابع انسانی، طراحی و تدوین شود.

## توسعه نوآورانه کسب و کارهای تولیدی کوچک و متوسط / مقسم، سعیدی، مهربان و دیده خانی

### منابع

- ۱) رحیم نیا، فریبرز؛ خوراکیان، علیرضا؛ قادری، فرشاد. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر استراتژی‌های نوآوری بر عملکرد کسب و کارهای صادراتی. نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی، ۱(۳): ۱-۲۲.
- ۲) مبارک آبادی، هوشنگ؛ ناصحی‌فر، وحید؛ امیری، مقصود. (۱۳۹۸). ارائه الگویی برای توسعه منابع انسانی شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs): مطالعه ای مبتنی بر مدل سه شاخگی مدیریت. نشریه مدیریت بهره‌وری، ۱۳(۳): ۵۱-۸۸.
- ۳) ولیان، حسن؛ عبدلی، محمدرضا؛ کریمی، شبنم. (۱۳۹۷). طراحی الگوی کارکردهای نوآورانه زیست محیطی برای توسعه عملکردهای کسب و کار با رویکرد فازی (مطالعه موردی: شرکت‌های دارویی بورس اوراق بهادار تهران). حسابداری مدیریت، ۱۱(۳۷): ۵۹-۷۵.
- 4) Abri, Amir Gholam., & Mahmoudzadeh, Mahmoud. (2015). Impact of information technology on productivity and efficiency in Iranian manufacturing industries. *Journal of Industrial Engineering International*, VOL. 11, PP.143–157.
- 5) Bauer, V., Herman, M., & Zápach, J. (2017). Management of technological innovation introducing in mineral industry. In *New Trends in Process Control and Production Management* (pp. 51-54). CRC Press
- 6) Cristian Gherghina, Ștefan., Alexandru Botezatu, Mihai., Hosszu, Alexandra., Nicoleta Simionescu, Liliana. (2020). “Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): The Engine of Economic Growth through Investments and Innovation”. *Sustainability*, VOL. 12, NO. 1, PP. 1-22.
- 7) Edwards, D., Hudson, H., Anderson, C., McGee, R., & Brock, K. (2018). Supporting innovation and the use of technologies in accountability initiatives: lessons from Making All Voices Count.
- 8) Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., Alves, H., & Raposo, M. L. (2015). Drivers of innovation strategies: testing the Tidd and Bessant (2009) model. *Journal of Business Research*, 68(7), 1395-1403.
- 9) Golembiewski, R. (2017). *Organization development: Ideas and issues*. Routledge.
- 10) Hsieh, Y. H., & Chou, Y. H. (2018). Modeling the impact of service innovation for small and medium enterprises: A system dynamics approach. *Simulation Modelling Practice and Theory*, 82, 84-102.
- 11) Kabongo, J. D. and Okpara, J. O. (2014). “ICT possession among Congolese SMEs: an exploratory study”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 21 No. 2, pp. 313 – 326.

- 12) Lau, A. K., Yam, R., & Tang, E. (2011). The impact of product modularity on new product performance: Mediation by product innovativeness. *Journal of Product Innovation Management*, VOL. 28 NO. 2, pp. 270-284
- 13) Singh, D., Khamba, J. S., & Nanda, T. (2017). Influence of technological innovation on performance of small manufacturing companies. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 66(7), 838-856.
- 14) Subrahmanya, M. H. B. (2015). "Innovation and growth of engineering SMEs in Bangalore: Why do only some innovate and only some grow faster?". *Journal of Engineering and Technology Management*, Vol. 36 No. 2, pp. 24-40.
- 15) Velu, Chander. (2015). "Business model innovation and third-party alliance on the survival of new firms." *Technovation*, NO. 35, PP. 1-11.
- 16) Yunis, M., Tarhini, A., & Kassar, A. (2018). The role of ICT and innovation in enhancing organizational performance: The catalysing effect of corporate entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 88, 344-356
- 17) Zhang, Y., Shukuan Zh., and Xiaobo Xu. (2016). "Business model innovation: an integrated approach based on elements and functions." *Information Technology and Management*, VOL. 17, NO. 3, PP. 303-310.

یادداشت‌ها :

- 
- 1 Singh et al.
  - 2 Velu
  - 3 Ferreira et al.
  - 4 Yunis et al.
  - 5 Golembiewski
  - 6 Zhang et al.
  - 7 Subrahmanya
  - 8 Leo
  - 9 Edwards et al.
  - 10 Bauer et al.
  - 11 Cronbach
  - 12 Fornell & Larcker