



ارائه الگوی عملیاتی نقش نوآوری بر ارتقای قابلیت فن آوری با تأکید بر عملکرد اقتصادی

سازمان (مورد مطالعه: بانک کشاورزی شهر تهران)

الهه یزدان پناه* کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن، رودهن، ایران

علیرضا رزقی رستمی استادیار مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن، رودهن، ایران

رشید ذوالفقاری زعفرانی دانشیار مدیریت آموزش عالی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران

نوع مقاله: پژوهشی

دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۲۶ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۱۷

چکیده: هدف از این پژوهش، ارائه الگوی عملیاتی نقش نوآوری بر ارتقای قابلیت فن آوری در عملکرد اقتصادی سازمانی بوده است. پژوهش حاضر از نظر ماهیت، اکتشافی، از نظر هدف، توسعه‌ای- کاربردی و از حیث روش اجرا، از نوع تحقیق‌های کیفی است که از روش نظریه داده‌بنیاد استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل اساتید، صاحب‌نظران حوزه نوآوری و مدیران ارشد ستادی بانک کشاورزی تهران می‌باشد که دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر یا سابقه کاری بالای ۱۵ سال می‌باشد. روش نمونه‌گیری، غیراحتمالی بوده و از طریق نمونه‌گیری قضاوتی انجام شده است. جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات پژوهش موضوع، از منابع کتابخانه‌ای و به‌منظور طراحی مدل و شناسایی مؤلفه‌ها، ابعاد و متغیرهای مدل، از روش داده‌بنیاد و از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با صاحب‌نظران، استفاده گردید. نتایج به‌دست‌آمده شامل محرک‌های خارجی (محرک‌های اجباری، تقلیدی و هنجاری)، محرک‌های داخلی (نگرش مدیران و ساختار سازمانی متناسب با نوآوری)، نوآور باز (واردشونده و خارج‌شونده)، قابلیت‌های فناوری (به‌روزرسانی سریع و تطابق با نیازهای سازمان)، پذیرش فناوری (اعتماد، آگاهی و استفاده آسان) و عملکرد سازمانی شامل (عملکرد اقتصادی، بازار و فرایندی) می‌باشد.

واژگان کلیدی: نوآوری، ارتقای قابلیت فن آوری، عملکرد سازمانی، عملکرد اقتصادی

۱- مقدمه

عملکرد اقتصادی سازمانی نقش مهمی را در مسائل مالی سازمان برعهده دارد و به عنوان ابزاری مفید در به دست آوردن رشد مالی و مزایای سازمان به شمار می‌رود؛ به گونه‌ای که در اکثر سازمان‌ها، مدیران و رهبران سازمانی به دنبال ارتقا و بهبود عملکرد اقتصادی سازمان می‌باشند.

تقریباً در دو دهه آخر قرن گذشته میلادی، پیشرفت و توسعه فناوری چنان فراگیر شد که عموم پارادایم‌های زندگی اجتماعی انسان را متأثر ساخت و طرح‌های نوینی در افکند؛ به طوری که صاحب‌نظران را به این باور رساند که عصر نوینی در تمدن بشری به نام عصر ارتباطات و فناوری آغاز شده است. نگاهی به توسعه روزافزون فناوری اطلاعات از یک سو و توسعه اقتصادی جوامع از سوی دیگر، نشانگر وجود ارتباط میان توسعه اقتصادی با توسعه یافتگی فناوری در کشورهاست. اکنون آشکار شده است که وقتی اقتصاد کشوری توسعه یابد، بخش فناوری آن نیز با آهنگ سریع‌تری رشد می‌کند؛ برای مثال در دهه ۹۰، اقتصاد چین سالی ۱۱ تا ۱۲ درصد رشد داشته است اما رشد فناوری این کشور بیش از ۲۵ درصد بوده است. از این رو طی دو دهه گذشته در کشورهای مختلف جهان، تلاش‌های وسیعی جهت طراحی، تدوین و اجرای برنامه‌های توسعه فناوری و قابلیت‌های آن شده است. این در حالی است که براساس آمار و اطلاعات ارائه شده توسط اتحادیه بین‌المللی مخابرات، ایران در سال ۲۰۰۸ در میان ۱۵۴ کشور مورد مطالعه در زمینه توسعه فناوری اطلاعات در رتبه ۷۸ قرار گرفته است. این آمار بر اساس ۱۱ شاخص مختلف و در یک دوره زمانی پنج‌ساله گردآوری شده است. در این رتبه‌بندی، کشورهایی از قبیل: قطر، ترکیه و امارات متحده، بالاتر از ایران قرار داشته‌اند؛ این بدان معنی است که ایران در نیمه پایینی این جدول قرار گرفته است. همچنین از لحاظ شاخص دسترسی دیجیتال، در دسته دسترسی میانه ۵ و در جایگاه ۸۸ و

پایین‌تر از کشورهایمانند: چین، فیجی، اردن و ترکیه قرار داشته است. این آمار در سال‌های اخیر نیز آن چنان تغییری نداشته است و این موضوع بیانگر نیاز کشور به توسعه قابلیت‌های فناوری به‌ویژه فناوری‌های الکترونیک در کشور می‌باشد (شجاعان و همکاران، ۱۳۹۹). از جمله دلایل و علل این کاستی‌ها و ضعف‌ها، در ابعاد مختلفی مطرح است. شرایط ویژه ژئوپلیتیک، موانع فرهنگی، ضعف در برنامه‌ریزی، کمبود سرمایه‌گذاری و بودجه، حقوق مالکیت معنوی و سایر عوامل سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را می‌توان در سرعت رشد فناوری و قابلیت‌های آن به‌ویژه در بخش فناوری اطلاعات در کشور دخیل دانست. به عبارتی می‌توان گفت، ضعف عملکرد و تعاملات مجموعه‌ای از کنشگران سازمانی، قوانین و مقررات و سیاست‌های اعمالی به همراه عوامل پشتیبان محیطی در رقم زدن کندی توسعه فناوری و قابلیت‌های آن در کشور مؤثر بوده‌اند. به نظر می‌رسد برای تحلیل عوامل مستقیم ضعف کشور در توسعه فناوری و قابلیت‌های آن، اتخاذ چارچوب نظام نوآوری، مبنای تئوریک و تحلیلی مناسبی را می‌تواند ایجاد کند؛ زیرا بسیاری از مفاهیم توسعه فن‌آوری و قابلیت‌های آن با مفاهیم نوآوری مرتبط بوده و این دو عامل با یکدیگر عجین شده‌اند (محترمی و همکاران، ۱۳۹۹).

به اذعان صاحب‌نظران، یکی از مهم‌ترین عوامل ناکارآمدی‌های اقتصادی و اجتماعی در کشورهای در حال توسعه، کاستی‌های نهادی به معنای ضعف سازمان‌ها، ترجمان‌ها، قوانین و مقررات حاکم بر توسعه فناوری‌هاست؛ لذا برخی معتقدند که در کشور برای پاسخگویی به نیازهای توسعه در بخش فناوری و قابلیت‌های آن باید در کل این بخش اصلاحات ساختاری و نهادی انجام گیرد. به اعتقاد برخی از صاحب‌نظران در حوزه فناوری اطلاعات، هسته اصلی رویکرد نظام نوآوری، دیدگاه نهادی به توسعه و نوآوری است؛ بدین معنی که داشتن الگوی نظام‌مند با ساختار مناسب در حوزه نوآوری می‌تواند کشور و سازمان‌های دولتی و غیردولتی

را به سمت و سوی توسعه فناوری و قابلیت‌های آن و بهبود عملکرد سوق دهد (قنبری‌نژاد اسفغن سری و محمدی آلمانی، ۱۳۹۱).

امروزه نوآوری، یکی از انگیزاننده‌های اصلی برای رشد اقتصادی و تولید ارزش است، خصوصاً با مطرح شدن اقتصاد دانش‌بنیان، نوآوری عامل کلیدی موفقیت یا شکست سازمان‌ها در عرصه رقابت و همچنین منبع اصلی مزیت رقابتی تلقی می‌شود (ابراهیمی‌نژاد و دهقانی سلطانی، ۱۳۹۷). از سوی دیگر مطالعات صورت گرفته در کمیته فناوری اطلاعات بر توسعه کامستک اشاره دارد که ترکیب پویا و خلاقانه اقدامات دولت و بخش خصوصی در چارچوب نظام نوآوری ملی یا بخشی هر کشور شکل می‌گیرد و در تمام کشورهای کمتر توسعه‌یافته می‌تواند برای بهره‌مندی از فناوری و قابلیت‌های آن، فرصت فراهم آورد. همچنین اگر تغییرات نهادی فاقد الگوی مناسب و گسترده باشد، فناوری و قابلیت‌های آن در چنبره سازوکارهای سنتی و نهادهای ناکارآمد انعطاف‌ناپذیر گرفتار می‌شود. در این صورت بعید است که فناوری بتواند در کشورهای رو به توسعه از روند پویا و متناسب برخوردار باشد. آماده‌سازی نهادی و ایجاد یک الگوی نظام‌مند برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های بالقوه نوآوری، یکی از عناصر اساسی در توسعه قابلیت‌های فن‌آورانه در یک کشور است (مهاجرانی و همکاران، ۱۳۹۸).

بدون شک مهمترین راهبرد بانکداری موفق در داخل کشور، ایجاد فضای رقابتی است که در دوران تحریم، فرصت و شرایط خاصی را بر بانک‌های کشور حاکم و از ابزاری موسوم به تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات و قابلیت‌های تکنولوژی به‌منظور تسهیل و تسریع در امور و ایجاد امنیت مؤثر در تراکنش‌های مالی و بانکی استفاده و موجب جلب توجه سپرده‌گذاران و افزایش منابع مالی بانک می‌گردد. شعب بانک‌های داخل کشور با توجه به محدودیت‌های ناشی از قطع روابط کارگزاری با بانک‌های طراز اول دنیا ناگزیرند توجه

ویژه‌ای را معطوف به دانش بومی و تخصص‌گرایی و نوآوری کارشناسان خود در ایجاد بهره‌وری سازمانی و بهبود عملکرد اقتصادیشان نمایند و از طریق خدمات جدید و تبیین و پیروی از استراتژی‌های نوآورانه در متنوع‌سازی خدمات و بهبود قابلیت‌های نوآوری، بازارهای رقابتی در فضای داخلی و هم‌فضاهای مجازی ایجاد و بیش از پیش بتوانند نسبت به جذب منابع ریالی و ارزی در داخل کشور اقدام نمایند (قنبری‌نژاد اسفغن سری و محمدی آلمانی، ۱۳۹۱). در این صورت توجه به موضوع نوآوری در عرضه خدمات بانکی و توسعه فن‌آوری و قابلیت‌های آن در راستای بهبود عملکرد اقتصادی سازمان در بانک‌ها نیز موضوعی است که نیاز آن در کشور به شدت احساس می‌شود. عدم توسعه قابلیت‌های فن‌آوری با تکیه بر نوآوری در سازمان، صنعت بانکداری کشور را به مشکلات جدی روبه‌رو خواهد کرد و از این رو تدوین الگوی نظام‌مند در این حوزه به ویژه در بانک‌های دولتی کشور که تأمین‌کننده منابع مالی کشور در حوزه زیرساخت‌های تولیدی و خدماتی می‌باشد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. با توجه به مطالب بیان شده این تحقیق در پی پاسخگویی به این سؤال است که الگوی عملیاتی نوآوری به منظور ارتقای قابلیت فن‌آوری و عملکرد اقتصادی سازمانی چیست؟

۲- پیشینه پژوهش

الف) پژوهش‌های خارجی

تکسیرا-کویروس^۱ و همکاران (۲۰۲۲)، به بررسی تأثیر نوآوری، مدیریت کیفیت فراگیر و بین‌المللی‌سازی بر عملکرد سازمانی مؤسسات آموزش عالی پرداختند. برای بررسی ارتباط بین متغیرهای مستقل؛ یعنی ابعاد مدیریت کیفیت فراگیر، استراتژی‌های نوآوری و استراتژی‌های بین‌المللی‌سازی با متغیر وابسته؛ یعنی عملکرد سازمانی مؤسسات آموزش عالی، از تحلیل رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد. یک مدل

و نوآوری در زنجیره تأمین می‌تواند سه راه بهبود عملکرد سازمان باشد.

کمال^۴ (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای به بررسی فاکتورهای مؤثر بر موفقیت فناوری نوآور پرداخت. نتایج نشان دادند دانش‌های نوآرانه به تفکر نوآوری در سازمان منجر می‌گردد و این موضوع باعث بهبود فرایندهای اجرایی در نوآوری می‌شود و در این صورت، فناوری با تکیه بر نوآوری در سازمان ایجاد می‌گردد. فاکتورهای مرتبط با نوآوری، پذیرش تکنولوژی، حمایت‌های سازمانی و فاکتورهای مرتبط با هماهنگی را در موفقیت فناوری نوآور، مؤثر شناخته شد.

ب) پژوهش‌های داخلی

شجاعان و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای به ارائه مدل نظام نوآوری فناورانه در حوزه حاکمیت الکترونیک ایران پرداختند. آنان نشان دادند که کارکردهای نظام نوآوری فناورانه در ایران؛ شامل خلق دانش، انتشار دانش، فعالیت‌های کارآفرینی، مشروعیت‌بخشی، بسیج منابع و شکل‌دهی به بازار می‌باشد. نظام نوآوری فناورانه در ایران شامل محرک‌ها و استراتژی‌ها می‌باشد که مبتنی بر نوآوری باز می‌باشد.

محترمی و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای به ارائه چارچوبی برای معماری نظام نوآوری فناوری اطلاعات با تأکید بر اشاعه فناوری پرداختند. در مجموع، ۴۲ نهاد در سه سطح نهادهای عینی (فیزیکی)، مقرراتی و هنجاری بررسی شدند. نتایج پژوهش نشان دادند که در هر گروه نهادی در کشور، با کاستی‌های نهادی در اشاعه فناوری مواجه هستیم. همچنین نتایج نشان دادند که با طراحی محرک‌ها و استراتژی‌های مناسب در نظام‌های نوآور می‌توان به بهبود عملکرد نوآوری در سازمان‌ها امیدوار بود.

قنبری‌نژاد اسفغن سری و محمدی آلمانی (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای، به بررسی تأثیر مدیریت تکنولوژی و تحقیق و توسعه (مدیریت نوآوری جامع) بر عملکرد سازمان از لحاظ نوآوری و کیفیت پرداختند. یافته‌های

رگرسیون خطی چندگانه پیش‌بینی‌کننده، پیشنهاد شد. ۹ متغیر پیش‌بینی‌کننده عبارت بودند از: ارتباطات، مشارکت/توانمندسازی معلم، توسعه/آموزش معلم، بهبود مستمر، تعهد رهبری/مدیریت، تجزیه و تحلیل داده‌ها/اندازه‌گیری نتایج، تمرکز بر دانش‌آموزان، استراتژی‌های نوآوری و استراتژی بین‌المللی‌سازی. همچنین نتایج نشان دادند که برخی از متغیرهای مدیریت کیفیت فراگیر با عملکرد سازمانی مؤسسات آموزش عالی؛ یعنی مشارکت/توانمندسازی معلم و توسعه/آموزش معلم، ارتباط معنا‌داری دارند. از سوی دیگر، استراتژی‌های نوآوری و استراتژی بین‌المللی‌سازی نیز با عملکرد سازمانی مؤسسات عالی ارتباط دارند.

زب^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای به بررسی نقش ارزش‌های حاکم در سازمان و عوامل محیطی و محرک‌های فرهنگی بر نوآوری و عملکرد سازمان پرداختند. آنان نشان دادند نوع فرهنگ حاکم بر سازمان، محرک‌هایی از قبیل: ارتباطات سازمانی، انعطاف‌پذیری، روابط بین‌وظیفه‌ای و مهارت‌های کارکنان بر بهبود فرایند نوآوری در سازمان مؤثر است و این موضوع باعث بهبود عملکرد سازمان می‌شود.

کافتزوپولوس^۲ و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای به بررسی توانمندسازی‌های الگوی جایزه ملی کیفیت اروپا و عملکرد نوآوری در سازمان پرداختند. نتایج نشان دادند فاکتورهای نظیر: فرایند رهبری، نیروی انسانی، استراتژی‌های سازمان، فرایندهای مدیریتی، فرایند نوآوری و بهبود مستمر به بهبود عملکرد نوآوری در سازمان منجر شده و در نهایت عملکرد سازمان را نیز بهبود می‌بخشند.

جیسن^۳ و همکاران (۲۰۰۷) در مطالعه‌ای به بررسی راه‌های بهبود نوآوری به منظور دستیابی به عملکرد مناسب در کسب‌وکار پرداختند. آنان نشان دادند نوآوری در مدل‌های کسب‌وکار، نوآوری در کسب درآمد

1- Zeb
2- Kaftzopoulos
3- Giesen

4- Kamal

را برای تشریح آن به کار می‌برند. در اینجا، راه جالبی برای تعریف و قائل شدن تمایز بین هر سه واژه وجود دارد: یک ایده، نسخه‌ای است برای عمل. برحسب تعریف، یک ایده باید افراد، مکان‌ها و شرایط را تغییر دهد. خلاقیت درباره راه‌های نگرش به مسائل است. بنابراین، یک ایده خلاق، راه جدیدی است برای برخورد و تعامل با مردم، مکان‌ها و شرایط. نوآوری عبارت است از: پیاده‌سازی ایده خلاق و بهره‌مند شدن. پیاده‌سازی، کلید نوآوری است (برزگر، ۱۳۹۸).

سازمان‌ها با اتکا به ظرفیت و توان عملیاتی خود، قادر به ایجاد مزیت رقابتی خواهند بود، اما در ادامه مسیر رشد و توسعه و به منظور حفظ برتری خود، لازم است تا منابع موجود را به موازات تغییرات محیطی، نوسازی و بازتعریف کنند (شیرازی و همکاران، ۱۳۹۷). به بیانی دیگر، منابع ارزش‌آفرین در سازمان همواره در معرض تغییرات شدید محیطی قرار دارند و توانایی ارزش‌آفرینی آنها ممکن است به سرعت از بین برود. به همین دلیل، سازمان‌ها مجبورند قابلیت‌های خود را درون خود ایجاد کنند که توانایی بازسازی آن منابع بالارزش را داشته باشد تا از آن طریق، بتوانند مزیت رقابتی خود را در طول زمان حفظ کنند (Rehman et al., 2019). به اعتقاد ال ریچ و لک^۱ (۱۹۹۱)، موفقیت در تولید محصولات یا ارائه خدمات در گرو داشتن قابلیت‌های سازمانی است و اساساً قابلیت‌های سازمانی پایه شکل‌گیری مزیت رقابتی می‌باشد. آنها قابلیت‌های سازمانی را متشکل از سه بخش قابلیت‌های راهبردی، قابلیت‌های فناورانه و قابلیت‌های مالی می‌دانند. در عین اهمیت داشتن هر یک از این سه مورد، در کشورهای در حال توسعه، قابلیت‌های فناورانه، جایگاه و اهمیت بیشتری دارد. تقویت و توسعه قابلیت‌های فناورانه می‌تواند زمینه لازم برای رشد فناورانه کشور را مهیا کرده و در مرحله بعد، به رشد و توسعه آن کشور منجر شود. این امر برای کشور جمهوری اسلامی ایران که در شرایط مختلف تحریمی به سر می‌برد اهمیت مضاعفی دارد (طهماسبی و همکاران، ۱۳۹۵). این قابلیت‌ها؛ شامل مفاهیمی و

تحقیق نشان دادند که به‌کارگیری مدیریت تکنولوژی و تحقیق و توسعه سبب ارتقای عملکردهای کیفیت و مهمتر از آن تقویت عملکردهای نوآوری در سازمان‌ها می‌شود.

مهاجرانی و همکاران (۱۳۹۸)، به شناسایی مؤلفه‌های نوآوری باز و ارائه مدل برای پیاده‌سازی نوآوری باز در دانشگاه پرداختند. مدل تحقیق، مؤلفه‌های تأثیرگذار بر پیاده‌سازی نوآوری باز در دانشگاه را در سه گروه عوامل مرتبط با سازمان و ساختار سازمانی دانشگاه، عوامل مرتبط با مشتریان دانشگاه و عوامل مرتبط با ارتباطات داخلی و بیرونی دانشگاه دسته‌بندی کرد.

۳- مبانی نظری نظری

در دهه‌های اخیر، نوآوری به یک مفهوم کلیدی تبدیل شده است. در واقع نوآوری یک ضرورت برای سازمان‌هایی است که در محیط‌های پویا و غیرقابل پیش‌بینی رقابت می‌کنند و همچنین به عنوان یک منبع حیاتی ایجاد مزیت رقابتی عمل می‌کند (Cillo et al., 2019). به بیان دیگر در عصر جهانی شدن و ارتباطات، سازمان‌ها نیازمند اتخاذ تصمیمات صحیح و سریع هستند تا بتوانند در عرصه تنگننگ رقابت، گامی جلوتر باشند. به دلیل وجود رقابت زیاد بین جوامع، اکثر کشورها با تکیه بر نوآوری به دنبال افزایش بهره‌وری و بهبود وضعیت اقتصادی خود هستند (Santa-Maria et al., 2022). نوآوری به عنوان یک عامل حیاتی برای سازمان‌ها جهت ایجاد ارزش و حفظ مزیت رقابتی در محیط‌های پیچیده و پویای امروزی قلمداد می‌شود. به دلیل آنکه نوآوری به برنامه‌های کاربردی جدید از دانش، ایده‌ها، روش‌ها و مهارت‌ها مربوط می‌شود، می‌تواند قابلیت‌های منحصر به فرد و اهرمی رقابتی را در سازمان ایجاد کند (رودساز و همکاران، ۱۳۹۹).

محرك‌های نوآوری، به کلیه عوامل داخلی یا خارجی گفته می‌شود که سازمان را به سمت‌وسوی نوآوری سوق می‌دهد (Zeb et al., 2021). اکثر سازمان‌ها دید روشنی از نوآوری ندارند و هر یک از سه واژه ایده‌ها، خلاقیت و نوآوری

به اهداف خود از منظرهای مختلف می‌باشد که با حداقل منابع و حداکثر بازدهی همراه است (Zeb et al., 2021).

۴- روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر ماهیت، اکتشافی است؛ زیرا به مسئله‌ای توجه می‌کند که پیش از این به آن پرداخته نشده است، از نظر هدف، توسعه‌ای- کاربردی و از حیث روش اجرا، از نوع تحقیق‌های کیفی است. تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش براساس نظریه داده‌بنیاد انجام شده است. روش داده‌بنیاد، رویکرد استقرایی برای کشف مفاهیم است و سازوکاری ارائه می‌دهد تا مفاهیم مهم موضوع پژوهش براساس داده‌ها، شناسایی شوند. نظریه مبنایی، تجزیه و تحلیل از سه نوع کدگذاری تشکیل شده است. در روش داده‌بنیاد، به جای استفاده از داده‌ها برای آزمون فرضیه، از داده‌ها برای ایجاد مفاهیم استفاده می‌شود. در این صورت در این پژوهش مفاهیم و ابعاد الگوی عملیاتی نقش نوآوری بر ارتقای قابلیت فن‌آوری در عملکرد اقتصادی سازمانی شناسایی شده است. در این مطالعه از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. مراحل کدگذاری مورد استفاده شامل کدگذاری باز بر مبنای مقولات استخراج شده از مطالعه مقدماتی، مبنای نظری تحقیق می‌باشد. که در این پژوهش از روش کدگذاری باز در تحلیل مصاحبه‌ها و مطالعات استفاده شد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل اساتید، صاحب‌نظران حوزه نوآوری و مدیران ارشد ستادی بانک کشاورزی تهران بزرگ که دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر یا سابقه کاری بالای ۱۵ سال هستند می‌باشد. روش نمونه‌گیری، غیراحتمالی بوده و از طریق نمونه‌گیری قضاوتی انجام شد. ۱۰ نفر از اساتید، صاحب‌نظران حوزه نوآوری و مدیران ارشد ستادی بانک کشاورزی تهران بزرگ که دارای مدرک کارشناسی ارشد یا سابقه کاری بالای ۱۵ سال هستند، انتخاب شدند که شامل چهار استاد دانشگاه و شش نفر از مدیران ستادی می‌باشد. از این تعداد ۸۰ درصد دارای جنسیت مرد، با مدرک تحصیلی دکتری (۷۰ درصد) و از خبرگان دانشگاهی (۶۰ درصد) بودند.

توانمندی‌هایی می‌باشد که باعث بهبود عملکرد و توانمندی فناوری در سازمان می‌شود (Zeb et al., 2020).

امروزه در فضای رقابتی، کسب و کارها در تلاشند تا با ایجاد مزیت رقابتی پایدار از طریق ارتقای عملکرد اقتصادی و تجاری، رونق یابند و خود را با تغییرات انطباق دهند. همواره در اکثر سازمان‌ها، مدیران و رهبران سازمانی در پی ارتقا و بهبود عملکرد اقتصادی سازمان‌های خویش می‌باشند. عملکرد سازمان ترکیب گسترده‌ای هم از دریافتی‌های غیر ملموس، همچون افزایش دانش سازمانی و هم دریافتی‌های عینی و ملموس، هم‌چون نتایج اقتصادی و مالی است (Alhawamdeh & Alsmairat, 2019). برای سنجش عملکرد سازمانی به نتایج مشهود اقتصادی چون نرخ بازگشت سرمایه، افزایش حاشیه سود و سطح خلاقیت و نوآوری توجه کرد. عملکرد سازمانی در رویکرد سنتی بر سودآوری تأکید دارد و اغلب به وسیله نرخ بازگشت سرمایه ارزیابی می‌شود. در این راستا، عملکرد تجاری مطلوب می‌تواند تضمین‌کننده بقای یک سازمان باشد؛ مسئله‌ای که مطرح می‌شود این است که چه عوامل مؤثری وجود دارد که از طریق آنها بتوان به عملکرد تجاری مناسب دست یافت (سیفی و خمسه، ۱۴۰۰). عملکرد تجاری دربرگیرنده شاخص‌های بازده فروش، بازده سرمایه‌گذاری و سود هر سهم، شاخص‌های غیرمالی چون سهم بازار و توسعه محصول جدید است (Kamal, 2006). کونسوگرا و استبان^۱ (۲۰۰۹) نیز عملکرد تجاری را سودآوری، اندازه شرکت، سهم بازار و میزان رشد می‌دانند. در تحقیقات انجام شده عملکرد تجاری؛ شامل عملکرد مشتری و عملکرد تولید می‌باشد. عملکرد مشتری شامل: جذب و حفظ مشتریان، رضایت مشتریان، رسیدگی به خواسته‌ها و سفارشات آنان و عملکرد تولید نیز شامل: توسعه محصول، نسبت فروش و دستیابی به سهم بازار می‌باشد و همچنین به معنی توانایی سازمان در دستیابی

جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات پژوهش موضوع، از منابع کتابخانه‌ای، استفاده شده است و به منظور طراحی مدل و شناسایی مؤلفه‌ها، ابعاد و متغیرهای مدل، از روش داده‌بنیاد و از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با صاحب‌نظران بهره گرفته شد. همواره دو معیار اصلی روایی و پایایی برای ارزیابی پژوهش‌های کیفی و کمی مطرح گردیده است. در روایی محتوایی کیفی گروه هدف خبرگان و متخصصان حوزه مورد بررسی هستند که اشراف علمی لازم در مورد موضوع مورد بررسی را دارند. در این صورت پرسشنامه از طریق اساتید و جمعی از صاحب‌نظران در زمینه منابع انسانی بررسی و روایی آن تأیید شد.

۵- یافته‌های تحقیق

در این مرحله به منظور دستیابی به توصیفی عمیق و راهگشا، از دیدگاه‌ها و نظرات اساتید و صاحب‌نظران استفاده شد. اطلاعات این بخش بر اساس الگوی مصاحبه نیمه‌ساختارمند گردآوری شدند و چارچوب اولیه‌ای متشکل از پرسش‌های زیر در مصاحبه با خبرگان مورد استفاده قرار گرفت:

- محرک‌های نوآوری در شرایط کنونی در بانک کشاورزی چیست؟
- خط‌مشی‌های نوآوری مناسب در بانک کشاورزی کدام است؟

- فناوری‌های نوین بانکی مورد استفاده در این بانک باید دارای چه قابلیت‌هایی باشند؟
 - پذیرش فناوری‌های جدید از سوی مشتریان و کارکنان بر اساس چه شاخص‌هایی انجام شده است؟
- در تحلیل محتوای داده‌های مذکور، از رویکرد تحلیل محتوای استقرایی استفاده شده است. به این ترتیب پژوهشگران ضمن در نظر داشتن عوامل شناسایی شده، عبارات اظهارشده توسط مصاحبه‌شوندگان را به روش استقرایی کدگذاری کردند. در این مرحله امکان دارد تا بر مبنای تحلیل‌های انجام گرفته بر روی مصاحبه‌ها برخی از عوامل شناسایی شده تحقیق، تغییر یافته یا حذف شوند. با توجه به ماهیت اطلاعات موردنیاز، در این تحقیق، مضمون به عنوان واحد تحلیل در نظر گرفته شد. به این منظور پژوهشگران ابتدا متن مصاحبه را بر اساس موضوعات مطرح‌شده، بررسی کردند. در این مرحله، جمله یا جملات متوالی که به مضمون واحدی اشاره داشتند، در کنار یکدیگر و در یک عبارت قرار داده شد، سپس کلیه عبارات شناسایی شده هر یک از خبرگان مبنای دسته‌بندی قرار گرفتند. به طور کلی تحلیل‌های انجام شده در قالب مفاهیم جدول ۱، کدگذاری شده است. به طور کلی پس از کدگذاری مقوله‌ها در مجموع ۷ مقوله اصلی و ۱۵ مقوله فرعی شناسایی شد که این مقوله‌ها به صورت جدول ۲ دسته‌بندی شده‌اند.

جدول ۱- کدگذاری مصاحبه‌کنندگان

شماره مصاحبه‌کننده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
کد مصاحبه‌کننده	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J

جدول ۲- نتایج تحلیل محتوای استقرایی

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای شناسایی شده
محرك‌های خارجی	محرك‌های اجباری	MA1, MA5, MB4, MF3, MJ6, MC5.
	محرك‌های تقلیدی	MG6, MI3, MD4, ME8, MF5, MH4.
	محرك‌های هنجاری	MB3, MC1, MH4, MI2, MF1, MH2, MI1, MI2
محرك‌های داخلی	نگرش مدیران	MB1, MB1, MG4, MC2, ME1, MI5, MC3, MA1.
	ساختار سازمانی متناسب با نوآوری	MC4, ME2, MA1, MA5, MB4, MF3, MJ6, MC5, MI2, MC3.
نوآوری باز	وارد شونده	MB3, MC1, MH4, MI2, MF1, MH2, MI1, MI2, MD1, MF5.
	خارج شونده	MI4, ME2, MJ1, MJ5, MB4, MF3, MJ6, MA5, MI2.
قابلیت‌های فناوری	نوآوری بسته	MA1, MB3, MF4, MC1, ME1, MI5, MC3, MA1.
	به روزرسانی سریع	ME2, MJ1, MJ5, MB4, MF3, MJ6, MA5, MI2
	تطابق با نیازهای سازمان	ME2, MJ1, MJ5, MB4, MF3, MJ6, MA5, MI2
پذیرش فناوری	اعتماد	MF5, MA5, MB4, MB3, MJ6, MI5.
	آگاهی	MF3, MC1, MB2, MI7, MF1, MD1, MH1, MI2, MF7, ME3, MA5.
عملکرد سازمانی	استفاده آسان	MC1, MH4, MI2, MF1, MH2, MI1, MI2, MA4, ME3, MC6, MH3
	عملکرد اقتصادی	MC1, MH4, MI2, MF1, MH2, MI1, MI2, MA4, ME3, MC6, MH3
	عملکرد بازار	MI2, MA4, ME3, MC6, MH3
	عملکرد فرایندی	MA1, MA5, MB4, MF3, MJ6, MC5.

پس از تحلیل محتوای استقرایی، به تحلیل فراوانی ارجاعات پرداخته شد (جدول ۳). نتایج نشان دادند که فراوانی را در مصاحبه‌ها داشتند. شایان ذکر است میزان ارجاعات پس از انجام مصاحبه شانزدهم به اشباع رسید و مقوله کنترل از طریق ربات‌ها و از راه دور، بیشترین دیگر مقوله جدیدی شناسایی نشد.

جدول ۳- نتایج تحلیل محتوای استقرایی با فراوانی نسبی مقوله‌ها

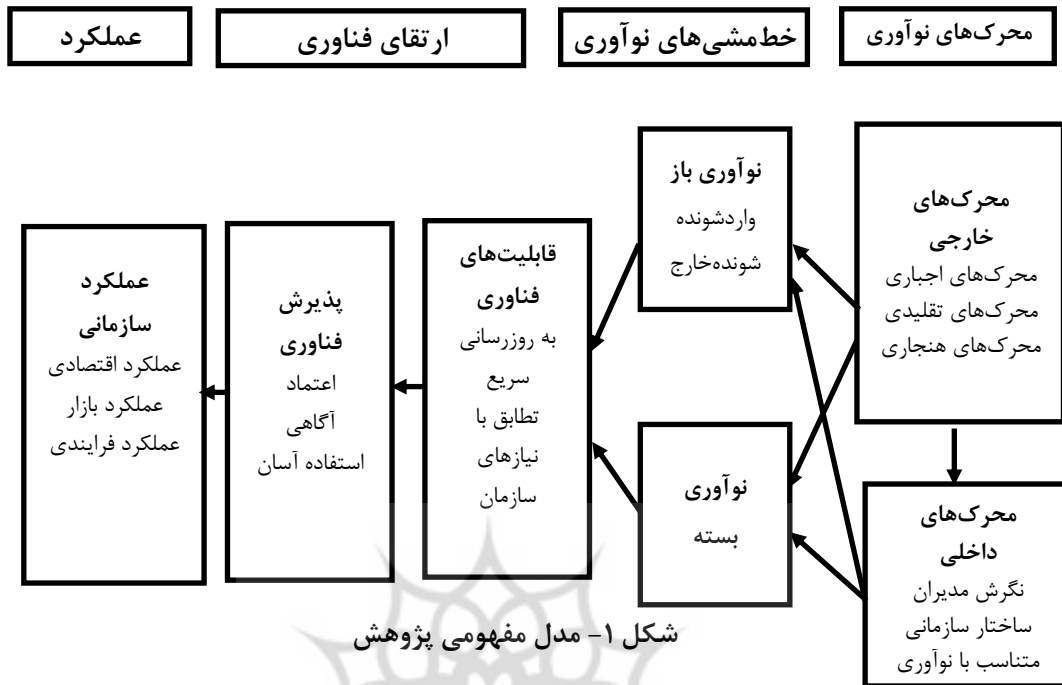
مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای شناسایی شده	فراوانی ارجاع‌ها	فراوانی نسبی ارجاع‌ها
محرك‌های خارجی	محرك‌های اجباری	MA1, MA5, MB4, MF3, MJ6, MC5	۶	۰/۰۴۶
	محرك‌های تقلیدی	MG6, MI3, MD4, ME8, MF5, MH4	۶	۰/۰۴۶
	محرك‌های هنجاری	MB3, MC1, MH4, MI2, MF1, MH2, MI1, MI2	۸	۰/۰۶۱
محرك‌های داخلی	نگرش مدیران	MB1, MB1, MG4, MC2, ME1, MI5, MC3, MA1	۸	۰/۰۶۱
	ساختار سازمانی متناسب با نوآوری	MC4, ME2, MA1, MA5, MB4, MF3, MJ6, MC5, MI2, MC3	۱۰	۰/۰۷۶
نوآوری باز	وارد شونده	MB3, MC1, MH4, MI2, MF1, MH2, MI1, MI2, MD1, MF5	۱۰	۰/۰۷۶
	خارج شونده	MI4, ME2, MJ1, MJ5, MB4, MF3, MJ6, MA5, MI2	۹	۰/۰۶۹
قابلیت‌های فناوری	نوآوری بسته	MA1, MB3, MF4, MC1, ME1, MI5, MC3, MA1	۸	۰/۰۶۱
	به روزرسانی سریع	ME2, MJ1, MJ5, MB4, MF3, MJ6, MA5, MI2	۸	۰/۰۶۱
	تطابق با نیازهای سازمان	ME2, MJ1, MJ5, MB4, MF3, MJ6, MA5, MI2	۸	۰/۰۶۱
پذیرش فناوری	اعتماد	MF5, MA5, MB4, MB3, MJ6, MI5.	۶	۰/۰۴۶
	آگاهی	MF3, MC1, MB2, MI7, MF1, MD1, MH1, MI2, MF7, ME3, MA5.	۱۱	۰/۰۸۴
عملکرد سازمانی	استفاده آسان	MC1, MH4, MI2, MF1, MH2, MI1, MI2, MA4, ME3, MC6, MH3	۱۱	۰/۰۸۴
	عملکرد اقتصادی	MC1, MH4, MI2, MF1, MH2, MI1, MI2, MA4, ME3, MC6, MH3	۱۱	۰/۰۸۴
	عملکرد بازار	MI2, MA4, ME3, MC6, MH3	۵	۰/۰۳۸
	عملکرد فرایندی	MA1, MA5, MB4, MF3, MJ6, MC5	۶	۰/۰۴۶
	مجموع		۱۳۱	۱

جدول ۴ - عبارتهای کلامی

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	عبارتهای بیانی منتخب مصاحبه‌شوندگان
محرک‌های خارجی	محرک‌های اجباری	قوانین باید طوری طراحی شوند تا بانک‌ها ملزم به توسعه نوآوری در سازمان شوند. حمایت‌های دولتی در توسعه نوآوری غیرقابل انکار است. اختیار توسعه نوآوری در سازمان باید از سوی سیاست‌گذاران حوزه بانکداری به سازمان داده شود. تغییرات محیطی، سازمان‌ها را خواسته یا ناخواسته به سمت و سوی نوآوری سوق می‌دهد.
	محرک‌های تقلیدی	سایر بانک‌های رقیب به ویژه بانک‌های خصوصی به سمت و سوی نوآوری در حال حرکتند. بانک‌های بزرگ دنیا در صحنه بین‌المللی، نوآوری را در خط‌مشی خود نهادینه کرده‌اند. سازمان‌های ناظر بر عملکرد بانک‌های بین‌المللی، نوآوری را به عنوان شاخص‌های مزیت رقابتی در نظر می‌گیرند. بانک‌های خصوصی فضای مناسب‌تری برای توسعه نوآوری دارند.
	محرک‌های هنجاری	تغییرات جامعه، سازمان را به سمت‌وسوی نوآوری سوق می‌دهد. مشتریان خواهان خدمات جدید و نوآور هستند. مشتریان همگام با نوآوری و فناوری‌های روز دنیا پیش می‌روند. بدون توجه به نیازهای مشتریان در حوزه فناوری‌های جدید نمی‌توان صنعت بانکداری موفق داشت.
محرک‌های داخلی	نگرش مدیران	نگرش مبتنی بر نوآوری در بین مدیران باید ایجاد شود. مدیران باید بدانند که راه نجات سازمان در شرایط رقابتی کنونی نوآوری است. مدیران باید شیوه‌های تفکر سنتی خود را رها کنند. مدیران باید آزادی عمل برای خلق ایده به کارکنان خود بدهند.
	ساختار سازمانی متناسب با نوآوری	ساختار سازمانی باید به سمت و سوی ساختارهای غیرمتمرکز حرکت کند. انعطاف‌پذیری و کارگروهی باید در سازمان و ساختار آن تعریف شود. کارگروه‌های حامی نوآوری و خلق ایده در سازمان باید ایجاد شود. روحیه کار تیمی باید در سازمان تقویت شود. بازنگری اساسی باید در برخی از بخش‌های ساختار سازمانی باید صورت گیرد.
نوآوری باز	واردشونده	ارتباط سازمان با مراکز نوآوری باید برقرار شود. می‌توان در زمینه نوآوری از تجربیات موفق بانک‌های دنیا استفاده کرد. روش‌های و ایده‌های جدید را می‌توان به صورت فراخوان عمومی از متخصصین خارج سازمان دریافت کرد. همکاری تکنولوژیک می‌تواند یکی از سیاست‌های سازمان در ایجاد فن‌آوری‌های جدید باشد.
	خارج‌شونده	انتقال تکنولوژی می‌تواند در سازمان به خوبی انجام شود. سرمایه‌گذاری در زمینه نوآوری باید انجام گیرد. از طرح‌ها و ایده‌های جدید در داخل سازمان در راستای تجاری سازی باید استفاده کرد. مرکز تحقیقات و نوآوری با هدف تولید و توسعه فناوری در سازمان باید تشکیل شود.
نوآوری بسته		
قابلیت‌های فناوری	به‌روزرسانی سریع	نوآوری سازمانی یکی از روش‌های سنتی در توسعه نوآوری است. تشویق کارکنان به ارائه شیوه‌های جدید در سازمان ضروری است. روش‌های انجام کار باید در سازمان بازنگری و به روز آوری شود. بهبود مستمر با روش‌های جدید باید مورد توجه مدیران باشد.
	تطابق با نیازهای سازمان	فناوری‌های جدید در حوزه بانکداری باید به سرعت به‌روزرسانی شود. نرخ تبادل اطلاعات در فناوری‌های بانکی باید بالا باشد. دستیابی به نسخه‌های به‌روز فناوری امکان‌پذیر باشد. به‌روزرسانی پایگاه‌های داده باید با کمترین هزینه انجام شود. در به‌روزرسانی امنیت شبکه باید مورد توجه باشد.
	اعتماد	فناوری جدید باید با زیرساخت‌های کشور تطابق داشته باشد. فناوری باید با سایر زیرسیستم‌های موجود ارتباط کارا برقرار کند. فناوری جدید بدون امکان‌سنجی فنی نباید استفاده شود. نیازهای فنی و کارکردی در قابلیت‌های فناوری در اولویت است.
پذیرش فناوری	آگاهی	در فناوری‌های جدید ایجاد اعتماد در بین کاربران در اولویت است. فناوری‌های جدید باید بتوانند اعتماد مدیران را به خود جلب کنند. مشتریان بانک باید به فناوری جدید اعتماد کنند. کارکنان بانک باید از امنیت اطلاعات در فناوری جدید اطمینان داشته باشند. امنیت اطلاعات مهمترین عامل در اعتماد کاربران است.
	استفاده آسان	کاربران به ویژه کارکنان بانک باید اطلاعات کافی در این زمینه داشته باشند. آگاهی از دانش فنی فناوری یکی از مهمترین فاکتورهاست. نیروی انسانی متخصص برای پشتیبانی از فناوری باید وجود داشته باشد. آگاهی و آموزش‌پذیری کارکنان باید مورد توجه باشد.
عملکرد اقتصادی	عملکرد اقتصادی	استفاده آسان از نرم‌افزارهای فناوری جدید باید مورد توجه باشد. پشتیبانی و نگهداری از فناوری باید به سادگی امکان‌پذیر باشد. مشتریان باید به صورت خودآموز بتوانند از فناوری استفاده کنند. کارکنان باید بتوانند بدون نیاز به آموزش‌های سطح بالا از فناوری استفاده کنند.
	عملکرد بازار	نوآوری در سازمان باید به کسب منفعت اقتصادی ختم شود. سود و زیان برای نظام بانکی بسیار اهمیت دارد. فناوری‌های جدید باید با هدف کسب سود توسعه یابند. فناوری‌های جدید با هزینه‌های اضافی مقرون به صرفه نمی‌باشد.
	عملکرد سازمانی	توسعه بازار با تکیه بر نوآوری باید مورد توجه باشد. روش‌های جدید بازاریابی باید در سازمان پیاده‌سازی شود. ایجاد نگرش مثبت به سازمان از سوی مشتریان بسیار مهم است. کسب مزیت رقابتی از طریق فناوری‌های جدید برای جذب مشتریان اهمیت دارد.
عملکرد فرایندی		بهبود فرایندها با روش‌های نوین مورد توجه مدیران است. فرایندگرایی با رویکردهای نوین مدیریت باید انجام شود. به‌کارگیری مدیران خلاق در ایجاد فرایندهای جدید در عملکرد مؤثر است. بدون اصلاح فرایندها نمی‌توان به بهبود امید داشت.

فن آوری در عملکرد اقتصادی سازمانی در بانک کشاورزی شهر تهران، به صورت شکل ۱ ترسیم شده است.

با توجه به تحلیل تفسیری مصاحبه‌ها و مفاهیم احصاشده، مدل مفهومی نقش نوآوری بر ارتقای قابلیت



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

پژوهش کیفی است. در این فرایند می‌توان خلاصه‌ای از پژوهش و مقولات استخراجی را برای ارزیابی ناظرین ارسال کرد تا آن‌ها نحوه کدگذاری داده‌ها و تلفیق مقوله‌ها را تأیید کنند. در این تحقیق جهت تأیید مقوله‌ها و داده‌های استخراج شده، توسط چهار نفر از مصاحبه‌شوندگان به صورت مجدد مورد بررسی قرار گرفت.

بازنگری ناظرین: الگوی استخراجی به دو نفر از اساتید دانشگاه با تخصص کارآفرینی که هم‌زمان دارای تجارب اجرایی بودند، ارائه شد و نظرات آن‌ها در تدوین مدل نهایی و از جمله در نام‌گذاری خوشه‌ها، استفاده شد.

برای اطمینان از عدم تورش، پژوهشگران از روش ارزیابی پایایی بین کدگذاران استفاده کردند. در این شیوه هر طبقه محتوا با توجه به میزان توافق کدگذاران مورد آزمون قرار گرفت. به این منظور از آزمون‌های آماری استفاده می‌شود که برای تعیین قابلیت اعتماد، پیچیدگی

روایی در روش کیفی به این پرسش مربوط می‌شود که آیا روش‌ها، رویکردها و فنون به یکدیگر مربوط است و آنچه را پژوهشگر به دنبال سنجش آن است به درستی می‌سنجد؟ در این مطالعه، پژوهشگران با انجام اقدامات زیر از روایی مرحله کیفی تحقیق اطمینان حاصل کردند:

- بررسی توسط اعضا (ممیزی پژوهش): راهبرد مهم و عنصر کلیدی اعتمادپذیری است. ممیزی پژوهش برای تضمین تدریجی روایی و پایایی طی فرایند انجام پژوهش استفاده می‌شود. انجام این کار منجر به اصلاح خطاها قبل از نفوذ در مدل می‌شود و به عبارتی پژوهش کیفی حالت خطی ندارد بلکه خاصیتی رفت و برگشتی و اصلاح‌پذیر دارد. در این پژوهش جهت انجام ممیزی پژوهش به طور هم‌زمان از مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد.

- کسب اطلاعات همگنان: کسب اطلاعات همگنان فرایندی برای افزایش اعتمادپذیری یا روایی

در نهایت میزان توافق کدگذاری انجام شده توسط پژوهشگران و کدگذاری کنترلی، با استفاده از ضریب هولستی طبق رابطه زیر مورد بررسی قرار گرفت:

$$PAO = 2M / (N1+N2)$$

در فرمول بالا، M، تعداد موارد کدگذاری مشترک بین دو کدگذار می‌باشد و N1 و N2 به ترتیب تعداد کلیه موارد کدگذاری شده توسط کدگذار اول و دوم است. مقدار PAO بین صفر (عدم توافق) و یک (توافق کامل) است و اگر از ۰/۷ بزرگتر باشد، مطلوب می‌باشد. در این صورت پایایی مقوله‌های پژوهش مورد تأیید می‌باشد. پایایی کل بین دو کدگذار برابر با ۰/۷۳ به دست آمد که قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها تأیید می‌گردد.

کدگذاری متغیرها را مورد توجه قرار می‌دهد و مشخص می‌کند که آیا توافق مشاهده شده میان کدگذاران حاصل شانس و تصادف است یا حاصل به‌کارگیری صحیح مفاهیم و تعاریف مشخص شده در پروتکل تحقیق. در استفاده از این راهبرد، پس از پایان کدگذاری، متن پیاده‌سازی شده سه مصاحبه انجام شده به صورت تصادفی انتخاب شد و به همراه مفاهیم، ابعاد و تعاریف عملیاتی در اختیار یک کدگذار دیگر قرار گرفت. این کدگذار که ضمن آشنایی با فضای تحقیق از تسلط کامل در روش تحلیل محتوا نیز برخوردار بود، مجاز بود تنها از روش استقرایی در تحلیل محتوا استفاده کند و در صورت مشاهده مقوله جدید، آن را به مجموعه قبلی اضافه کند.

جدول ۶- جدول پایایی کیفی

پایایی بین دو کدگذار	M	N2	N1	شماره مصاحبه
	تعداد توافقات	تعداد کدهای نفر دوم	تعداد کدهای نفر اول	
۰/۵۱	۸	۱۸	۱۳	اول
۰/۷۲	۹	۱۱	۱۴	چهارم
۰/۷۸	۱۱	۱۲	۱۶	نهم

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

از رشد آینده و بقای هر بنگاه است. نوآوری به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا خود را با تغییرات محیط، بازار و تقاضای مشتری هماهنگ کنند. نوآوری به‌عنوان یک عامل مهم در عملکرد سازمان و بقای بنگاه‌ها در محیط رقابتی توصیف می‌شود. امروزه اهمیت نوآوری برای نتایج خوب شرکت در دراز مدت بسیار گسترده است. نوآوری یکی از مهمترین و پیچیده‌ترین موضوعاتی است که امروزه سازمان‌ها با آن روبه‌رو هستند. نوآوری سازمانی به سرعت در حال تبدیل شدن به یک عامل مهم در بقای شرکت است. نوآوری باز و بسته هر کدام قادر است تا عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار دهد. نوآوری بسته بر توانایی کارکنان و مدیران داخل سازمان تأکید داشته و نوآوری باز بر مشارکت رقبا و شرکا تأکید داشته که هر کدام می‌تواند باعث ایجاد ایده‌های جدید و در نتیجه عملکرد بهتر سازمان شوند. در این پژوهش به منظور درک نقش نوآوری بر ارتقای قابلیت فن‌آوری در عملکرد

امروزه عملکرد شرکت‌ها امر حیاتی برای بقا و دوام آنها در نظر گرفته می‌شود. عملکرد شرکت؛ شامل شاخص‌های مالی و غیرمالی است که اطلاعات لازم را برای دستیابی به اهداف و نتایج فراهم می‌کند. نسبت‌های مالی توسط ذی‌نفعان مختلف برای تصمیم‌گیری‌های مؤثر مالی خود مانند سرمایه‌گذاری و تصمیمات ارزیابی عملکرد استفاده می‌شود. با این حال نسبت‌های مالی همچنان به‌عنوان بخشی از این مدل‌های مالی و حسابداری یا به‌عنوان یکی دیگر از تحلیل‌های مهم حمایتی با آن، مهم هستند و از یک قدرت ذهنی برخوردار می‌شوند. اقدامات خوب حاکمیت شرکتی نقش مهمی در کاهش ریسک سهامداران، گسترش سرمایه‌گذاری و افزایش عملکرد شرکت‌ها دارد و از جمله عوامل تأثیرگذار بر عملکرد نوآوری می‌باشد. به طور جهانی پذیرفته شده است که نوآوری کلید اطمینان

- بانکها، کارکنان و مدیران خود را تشویق کنند تا فعالیت‌های روزانه خود را با روش‌های جدید انجام دهند و ایده‌ها و نظرات خود را ابراز کنند.

- نگرش مدیران باید نسبت به نوآوری مثبت باشد و بدانند که راه نجات سازمان در شرایط رقابتی کنونی نوآوری است. مدیران باید شیوه‌های تفکر سنتی خود را رها کنند و کارکنان را تشویق کنند تا نسبت به تغییرات محیطی حساس باشند و سعی شود تا مطابق با پیشرفت‌ها و تغییرات رقبا فعالیت کنند.

- ساختار سازمانی بانک‌ها باید به سمت ساختارهای غیرمتمرکز هدایت شود، انعطاف‌پذیری و کار گروهی باید در سازمان و ساختار تشویق شود و کارگروه‌های حامی نوآوری و خلق ایده در سازمان ایجاد شود.

- بانک‌ها با مراکز نوآوری ارتباط برقرار سازند، در زمینه نوآوری از تجربیات موفق بانک‌های دنیا استفاده شود و در زمینه فناوری جدید سرمایه‌گذاری لازم انجام شود.

- کارکنان به ارائه شیوه‌های جدید تشویق شوند، روش‌های انجام کار باید در سازمان بازنگری و به‌روزرسانی شود، همچنین بهبود مستمر با روش‌های جدید باید مورد توجه مدیران باشد.

- برای پذیرش فناوری در بین کارکنان و همچنین مشتریان پیشنهاد می‌شود تا فناوری‌های جدید در حوزه بانکداری باید به سرعت به‌روزرسانی شود، نرخ تبادل اطلاعات در فناوری‌های بانکی افزایش یابد. همچنین به‌روزرسانی امنیت شبکه باید مورد توجه باشد تا اعتماد مشتریان برای پذیرش فناوری افزایش یابد.

- برای افزایش عملکرد سازمانی، جلب مشتریان از طریق استفاده از خدمات الکترونیکی و پذیرش فناوری لازم و ضروری است. در این زمینه پیشنهاد

اقتصادی سازمانی در بانک کشاورزی شهر تهران هفت مقوله اصلی به همراه مقوله‌های فرعی شناسایی شده است که عبارتند از:

- محرک‌های خارجی شامل مقوله‌های فرعی محرک‌های اجباری، تقلیدی و هنجاری

- محرک‌های داخلی شامل مقوله‌های فرعی نگرش مدیران و ساختار سازمانی متناسب با نوآوری

- نوآوری باز شامل مقوله‌های فرعی واردشونده و خارج‌شونده

- نوآوری بسته

- قابلیت‌های فناوری شامل مقوله‌های فرعی به‌روزرسانی سریع و تطابق با نیازهای سازمان

- پذیرش فناوری شامل مقوله‌های فرعی اعتماد، آگاهی و استفاده آسان

- عملکرد سازمانی شامل مقوله‌های فرعی عملکرد اقتصادی، عملکرد بازار و عملکرد فرایندی

نتایج این پژوهش با یافته‌های مطالعات شجاعان و همکاران (۱۳۹۹)، قنبری‌نژاد اسفخن سری و محمدی آلمانی (۱۳۹۱)، مهاجرانی و همکاران (۱۳۹۸)، زب و همکاران (۲۰۲۱) و کمال (۲۰۰۶)، هم‌راستا می‌باشد.

با توجه به یافته‌های تحقیق پیشنهاد می‌گردد:

- بانک‌ها سعی کنند تا به تغییرات محیطی توجه داشته باشند و از تجربیات بانک‌های موفق استفاده کنند. همچنین در این زمینه پیشنهاد می‌شود تا دوره‌های آموزشی مفید و مؤثری جهت تغییر در نگرش مدیران نسبت به توجه به تغییرات محیطی ارائه شود.

- بانک‌ها نسبت به تغییرات محیطی پاسخگو باشند، از خط‌مشی بانک‌های بزرگ دنیا در زمینه نوآوری پیروی کنند و فضا و محیط مناسبی را جهت توسعه نوآوری ایجاد کنند.

یک سازمان صنعتی صنایع دریایی. نشریه سیاست علم و فناوری، ۱۹-۳۳، (۴)۸.

قنبری نژاد اسفغن سری، مجید؛ محمدی آلمانی، امین. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر مدیریت تکنولوژی و تحقیق و توسعه (مدیریت نوآوری جامع) بر عملکرد سازمان از لحاظ نوآوری و کیفیت. نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۲(۲)، ۱-۱۸.

محترمی، امیر؛ خداداد حسینی، سیدحمید؛ الهی، شعبان. (۱۳۹۹). ارائه چارچوبی برای معماری نظام نوآوری فناوری اطلاعات با تأکید بر اشاعه فناوری. فصلنامه مجلس و راهبرد، ۲۱(۷۲)، ۱۲۹-۱۲۱.

مهاجرانی، مهدی؛ کریمی، فریبا؛ نادری، محمدعلی. (۱۳۹۸). شناسایی مؤلفه‌های نوآوری باز و ارائه مدل برای پیاده‌سازی نوآوری باز در دانشگاه. نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۹(۲)، ۱۹۹-۲۲۵.

ابراهیمی نژاد، مهدی؛ دهقانی سلطانی. (۱۳۹۷). نقش قابلیت‌های نوآوری فناورانه در ارتقای عملکرد نوآوری شرکت‌های دانش‌بنیان (مطالعه شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران). نشریه پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۱(۴۱)، ۸۳-۱۰۹.

Alhawamdeh, H. M., & Alsmairat, M. A. (2019). Strategic decision making and organization performance: A literature review. *International review of management and marketing*, 9(4), 95.

Cillo, V., Petruzzelli, A. M., Ardito, L., & Del Giudice, M. (2019). Understanding sustainable innovation: A systematic literature review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(5), 1012-1025.

Giesen, E., Berman, S. J., Bell, R., & Blitz, A. (2007). Three ways to successfully innovate your business model. *Strategy & leadership*.

Kafetzopoulos, D., Gotzamani, K., & Skalkos, D. (2019). The relationship between EFQM enablers and business performance: The mediating role of innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*.

می‌شود تا در فناوری‌های جدید ایجاد اعتماد در بین کاربران در اولویت باشد، کارکنان بانک باید امنیت اطلاعات در فناوری جدید را مشتریان انتقال دهند، کاربران به ویژه کارکنان بانک باید اطلاعات کافی در این زمینه داشته باشند و نیروی انسانی متخصص برای پشتیبانی از فناوری باید وجود داشته باشد.

برای مطالعات آتی نیز پیشنهاد می‌شود عوامل مؤثر بر نوآوری و نیز پذیرش فناوری در سازمان‌های دیگر، شناسایی شود. همچنین پیشنهاد می‌گردد این عوامل شناسایی شده با روش AHP نیز بررسی گردد.

۷- منابع

برزگر، کمال. (۱۳۹۸). سیستم‌های اطلاعات مدیریت و عملکرد سازمانی. نشریه اطلاعات علمی، ۲(۲۴)، ۳۷-۴۱.

رودساز، حبیب؛ سیدنقوی، میرعلی؛ عبدلی مسینان، فائزه. (۱۳۹۹). تأثیر نوآوری باز بر مزیت رقابتی با نقش میانجیگری مدیریت دانش. نشریه مطالعات مدیریت صنعتی، ۱۸(۵۹)، ۱۱۷-۱۵۰.

سیفی، جلال؛ خمسه، عباس. (۱۴۰۰). همسویی راهبردهای نوآوری و محیط کسب‌وکار به منظور بهبود عملکرد تجاری در صنعت پلاستیک. فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، ۱۹(۴۴)، ۲۳-۳۸.

شجاعان، امیر؛ تقوی فرد، سیدمحمدتقی؛ الیاسی، مهدی؛ محمدی، مهدی. (۱۳۹۹). ارائه مدل نظام نوآوری فناورانه در حوزه حاکمیت الکترونیک ایران. نشریه مدیریت بهبود، ۳۱(۳)، ۳۸-۱۱.

شیرازی، حسین؛ هاشم‌زاده خوراسگانی، غلامرضا؛ رادفر، رضا؛ ترابی، تقی. (۱۳۹۷). نقش منابع سازمانی و قابلیت نوآوری در خلق مزیت رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان نوپا با تعدیل‌گری عملکرد تجاری‌سازی فناوری. نشریه مدیریت نوآوری، ۷(۴)، ۱۱۱-۱۳۰.

طهماسبی، سیامک؛ فرتوکزاده، حمیدرضا؛ بوشهری، علیرضا؛ طبائیان، سیدکمال؛ قیدرخلجانی، جعفر. (۱۳۹۵). مراحل شکل‌گیری و توسعه قابلیت‌های فناورانه؛ مطالعه

- Kamal, M. M. (2006). IT innovation adoption in the government sector: identifying the critical success factors. *Journal of Enterprise Information Management*, 19(2), 192-222.
- Martin-Consuegra D & Esteban A, (2009), Market orientation and business performance: An empirical investigation in the airline industry, *Journal of Air Transport Management*, Vol. 13, pp. 383-386.
- Rehman, S. U., Mohamed, R., & Ayoup, H. (2019). The mediating role of organizational capabilities between organizational performance and its determinants. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-23.
- Santa-Maria, T., Vermeulen, W. J., & Baumgartner, R. J. (2022). How do incumbent firms innovate their business models for the circular economy? Identifying micro-foundations of dynamic capabilities. *Business Strategy and the Environment*, 31(4), 1308-1333.
- Teixeira-Quiros, J., do Rosário Justino, M., Antunes, M. G., Mucharreira, P. R., & de Trindade Nunes, A. (2022). Effects of Innovation, Total Quality Management, and Internationalization on Organizational Performance of Higher Education Institutions. *Frontiers in Psychology*, 13.
- Ulrich, D., & Lake, D. (1991). Organizational capability: Creating competitive advantage. *Academy of Management Perspectives*, 5(1), 77-92.
- Zeb, A., Akbar, F., Hussain, K., Safi, A., Rabnawaz, M., & Zeb, F. (2021). The competing value framework model of organizational culture, innovation and performance. *Business process management journal*.