

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



پردیس کشاورزی و منابع طبیعی
دانشکده کشاورزی
گروه ترویج و آموزش کشاورزی

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی

عنوان پایان نامه

تحلیل عوامل مؤثر بر میزان نوآوری صاحبان صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی

شهرستان کرمانشاه

استاد راهنما:

دکتر نادر نادری

استاد مشاور:

دکتر امیرحسین علی بیگی

نگارش:

مریم السادات متقی

بهمن ماه ۱۳۹۳

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات و
نوآوری های ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه
متعلق به دانشگاه رازی است.

پاسکزاری:

شکر و سپاس خدا را که بزرگترین امید و یاور در نطفه نطفه زندگیت.

پس از سپاس خالصانه از پروردگار بزرگ و مهربانم، بر خود لازم می‌دانم از تمامی عزیزانی که نطفه نطفه مرا در رسیدن به سرمشقل مقصود در این پایان نامه یاری نمودند قدر دانی بنمایم:

دکار فراهم شدن و انجام این پژوهش خود را مدیون استاد راهنمای فرزانه و فریخته جناب آقای دکتر ناد نادری می‌دانم که در طی ایامی چند که افتخار شکر داری ایشان نصیبم گردیده، نکات علمی و اخلاقی ارزنده‌ای را فرا گرفته‌ام. از استاد مشاور ارجمند و بزرگوار، جناب آقای دکتر امیر حسین علی‌یگی به پاس لطف و محبت بی‌پای که در حق این شاگرد کوچک خود داشته‌اند شکر می‌نمایم چرا که بدون راهنمایی ایشان تأمین این پایان نامه بسیار مشکل می‌نمود. از استادان بزرگوار جناب آقای دکتر حسین آگهی و سرکار خانم دکتر فرخناز رستمی که زحمت داورای این پایان نامه را تقبل فرمودند، صمیمانه نهایت شکر و سپاس را دارم. همچنین از سرکار خانم دکتر رستمی و به ویژه از دوست عزیز و مهربانم سرکار خانم دکتر آرزو باباجانی به دلیل یاریها، راهنماییها و کمکهای بی‌دینشان که بسیاری از سختیها را برایم آسانتر نمودند، صمیمانه سپاسگزارم.

از تمام دوستان و دانشجویان دکتر، بخصوص خانم شاه‌مادی، قنبر علی، کرمی، قربانی و سرکار خانم دکتر گرافندی صمیمانه کمال شکر و سپاس را دارم.

در پایان از کلیه اساتید محترم گروه ترویج و آموزش کشاورزی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی که مانشاه که از محضرشان بهره‌گرفتم، کمال امتنان و قدر دانی را دارم.

این پایان نامه را ضمن تشکر و سپاس سیکران و دکمال افتخار و اتقان تقدیم می‌نمایم به:

به آنان که در راه کسب دانش را به‌نمایم بودند.

به آنان که نفس خیرشان و دعای روح پرورشان بدرقه ای راهم بود.

به مادر عزیز و مهربانم که هرچه دارم و هرچه هستم از وجود پربرکت و نازنین اوست.

خدای رابی شاکرم که از روی کرم، مادری فدکار نصیصم ساخته تا در سایه درخت پربار وجودش بی‌سایم و از ریشه آن شاخ و برگ کیرم و از سایه وجودش در راه کسب علم و دانش تلاش نمایم. مادری که بودنش تاج افتخاری است بر سرم و نامش دلیلی است بر بودنم، چرا که این وجود پس از پروردگاریه هستی ام بوده، دستم را گرفته و راه رفتن را در این وادی زندگی بر فراز و نشیب به من آموخت. به پاس عاطفه سرشار و گرمای امید بخش وجودش که در این سردترین روزگار ان بهترین پشتیبان است و به پاس محبت‌های بیدریغش که هرگز فروکش نمی‌کند.

آموزگاری که برایم زندگی، بودن و انسان بودن را معنا کرد. ...

برادر عزیز و مهربانم به جهت همراهی و به‌فکری او در خلال سالیان تحصیل

چکیده:

در این مطالعه عوامل مؤثر بر میزان نوآوری صاحبان در صنایع تبدیلی و تکمیلی شهرستان کرمانشاه مورد بررسی قرار گرفت و تأثیر عوامل فردی، درون سازمانی و محیطی که بر نوآوری مدیران صنایع مؤثر هستند، در جامعه آماری مورد بررسی قرار داده شد. جامعه آماری عبارت از کلیه صاحبان و یا مدیران صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی در شهرستان کرمانشاه بود و ۷۲ نفر از آنها با استفاده از جدول بارتلت (۲۰۰۱)، به عنوان افراد نمونه گزینش شدند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS19 استفاده شد. میزان آلفای کرونباخ نیز ۰/۸۶ به دست آمد. نتایج، نشان می‌دهد که ۲۶/۷ درصد از صاحبان میزان نوآوری پایین و ۲۰ درصد صاحبان میزان نوآوری نسبتاً پایین و ۳۳/۳ درصد میزان نوآوری متوسط و ۲۰ درصد میزان نوآوری زیاد داشتند. میزان نوآوری مدیران با سن، میزان سرمایه، ظرفیت تولید، رضایت از شغل رابطه منفی و معکوسی داشت. بین میزان نوآوری مدیران با میزان تحصیلات، شرکت در کلاس‌های آموزشی، تعداد و سن و مهارت کارکنان، سیاست‌ها و قوانین دولت رابطه‌ای دیده نشد. بین میزان نوآوری مدیران با میزان ریسک، بودجه تخصیص داده شده به بخش آموزش، مصرف اعتبارات در فعالیت‌های نوآورانه، پاداش به کارمندان، کنترل تجهیزسیستم‌ها، تعداد رقبا، فرصت نوآوری، دانش و اطلاعات دانشگاه، میزان استفاده از مشاوران، ارتباط با خریداران، مشتریان، رقبا و تولیدکنندگان مواد اولیه رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشت. نتایج آزمون من ویت نی و کروسکال والیس نشان داد که تفاوت معناداری بین گروه‌های مختلف جنسیتی و تحصیلی وجود ندارد، همچنین میانگین امتیاز متغیر نوآوری صاحبان صنایع صنعت، معدن و تجارت بالاتر از صاحبان صنایع جهاد کشاورزی است، بنابراین میزان نوآوری در صاحبان صنایع تبدیلی و تکمیلی که زیرمجموعه سازمان صنعت، معدن و تجارت هستند نسبت به مدیران صناعی که زیرمجموعه وزارت جهاد کشاورزی بودند، بیشتر بوده است. همچنین نتایج رگرسیون بیانگر این بود که عوامل فردی، عوامل درون سازمانی و عوامل محیطی به ترتیب در میزان نوآوری مدیران تأثیر داشته‌اند.

کلمات کلیدی: صنایع تبدیلی و تکمیلی، نوآوری مدیران، عوامل فردی، عوامل درون سازمانی، عوامل محیطی.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات طرح تحقیق

۲	۱-۱- مقدمه.....
۳	۲-۱- بیان مسأله.....
۶	۳-۱- اهمیت و ضرورت پژوهش.....
۷	۴-۱- اهداف تحقیق.....
۷	۱-۴-۱- هدف کلی.....
۸	۲-۴-۱- اهداف اختصاصی.....
۸	۳-۴-۱- سؤالات تحقیق.....
۸	۵-۱- محدوده تحقیق.....
۸	۱-۵-۱- محدوده موضوعی.....
۸	۲-۵-۱- محدوده جغرافیایی تحقیق.....
۸	۳-۵-۱- محدوده زمانی تحقیق.....
۹	۶-۱- محدودیت‌های تحقیق.....
۹	۷-۱- تعریف واژگان تخصصی.....
۹	۱-۷-۱- خلاقیت.....
۹	۲-۷-۱- نوآوری.....
۱۰	۳-۷-۱- صنایع تبدیلی و تکمیلی.....
۱۱	۸-۱- جمع‌بندی.....

فصل دوم: ادبیات تحقیق

۱۳	۱-۲- مقدمه.....
۱۳	۲-۲- مبانی نظری.....
۱۳	۱-۲-۲- صنایع تبدیلی و تکمیلی: تعاریف و مفاهیم.....
۱۴	۲-۲-۲- تاریخچه.....
۱۴	۱-۲-۲-۲- صنایع تبدیلی و تکمیلی در جهان.....
۱۴	۲-۲-۲-۲- صنایع تبدیلی و تکمیلی در ایران.....
۱۵	۳-۲-۲- نقش و اهمیت شرکت‌های کوچک و متوسط.....
۱۷	۴-۲-۲- سیمای منطقه مورد مطالعه.....
۱۹	۵-۲-۲- تعاریف و مفاهیم مربوط به نوآوری.....
۱۹	۱-۵-۲-۲- نوآوری.....
۲۰	۲-۵-۲-۲- انواع نوآوری.....

۲۶ ۲-۲-۳- سطوح نوآوری
۲۷ ۲-۲-۶- اهمیت نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط
۲۸ ۲-۲-۷- سیر تحول نوآوری در جهان و وضعیت نوآوری در ایران
۲۸ ۲-۲-۷-۱- سیر تحول نوآوری در جهان
۲۹ ۲-۲-۷-۲- وضعیت نوآوری در ایران
۳۰ ۲-۲-۸- جمع‌بندی مطالب
۳۱ ۲-۳-۳- بخش دوم: مروری بر تحقیقات انجام شده
۳۱ ۲-۳-۱- مطالعات خارجی
۴۲ ۲-۳-۲- مطالعات داخلی
۴۹ ۲-۳-۳- نتیجه‌گیری
۵۲ ۲-۴- بخش سوم: چهارچوب مفهومی

فصل سوم: روش شناسی تحقیق

۵۶ ۳-۱- مقدمه
۵۶ ۳-۲- نوع و روش تحقیق
۵۷ ۳-۳- حوزه‌ی مطالعه
۵۷ ۳-۳-۱- شهرستان کرمانشاه
۵۸ ۳-۴- جامعه‌ی آماری، حجم نمونه و روش نمونه‌گیری
۵۹ ۳-۵- نرخ بازگشت پرسشنامه
۵۹ ۳-۶- روش و ابزار گردآوری داده‌ها (ابزار تحقیق)
۵۹ ۳-۶-۱- مطالعات کتابخانه‌ای
۵۹ ۳-۶-۲- مطالعات میدانی
۶۱ ۳-۷- متغیرهای تحقیق و شیوه سنجش آن‌ها
۶۱ ۳-۷-۱- متغیرهای تحقیق
۶۱ ۳-۷-۲- متغیر مستقل
۶۵ ۳-۷-۳- متغیر وابسته
۶۵ ۳-۸- روش‌ها و تکنیک‌های آماری مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده‌ها
۶۵ ۳-۸-۱- آمار توصیفی
۶۶ ۳-۸-۲- آمار استنباطی
۶۶ ۳-۸-۳- رگرسیون
۶۷ ۳-۹- نحوه‌ی تعیین و کنترل قابلیت اعتبار (روایی) پرسشنامه
۶۷ ۳-۱۰- نحوه‌ی تعیین و کنترل قابلیت اعتماد (پایایی) پرسشنامه
۶۸ ۳-۱۱- تعاریف عملیاتی متغیرها
۶۹ ۳-۱۳- جمع‌بندی

فصل چهارم: یافته‌های تحقیق

۷۱ ۴-۱- مقدمه
----	------------------

- ۷۱-۲-۴-آمار توصیفی.....
- ۷۱-۲-۴-۱-سن.....
- ۷۲-۲-۴-۲-جنسیت.....
- ۷۲-۲-۴-۳-میزان تحصیلات.....
- ۷۳-۲-۴-۴-رشته تحصیلی.....
- ۷۳-۲-۴-۵-سابقه کار.....
- ۷۴-۲-۴-۶-سابقه کار مدیریت.....
- ۷۴-۲-۴-۷-ارتباط شغل با رشته تحصیلی.....
- ۷۵-۲-۴-۸-ریسک پذیری.....
- ۷۵-۲-۴-۹-شغل فرعی در کنار مدیریت.....
- ۷۶-۲-۴-۱۰-منبع اطلاعاتی مورد استفاده مدیران برای دستیابی به روش‌های نوآوری.....
- ۷۶-۲-۴-۱۱-میزان مراجعه کارکنان برای گرفتن راهنمایی از مدیران.....
- ۷۷-۲-۴-۱۲-دوره‌های آموزشی.....
- ۷۸-۲-۴-۱۳-علت کم یا عدم برگزاری دوره‌های آموزشی.....
- ۷۸-۲-۴-۱۴-بودجه بخش آموزش.....
- ۷۹-۲-۴-۱۵-ارزیابی دوره‌ها.....
- ۷۹-۲-۴-۱۶-اساس برگزاری دوره‌های آموزشی.....
- ۸۰-۲-۴-۱۷-میزان حضور کارکنان در دوره‌های آموزشی (در داخل و خارج از شرکت).....
- ۸۰-۲-۴-۱۸-تغییر در مهارت پس از برگزاری دوره‌های آموزشی.....
- ۸۰-۲-۴-۱۹-نقاط ضعف و نارسایی‌های دوره‌های آموزشی.....
- ۸۱-۲-۴-۲۰-نوآوری و کاهش هزینه‌ها.....
- ۸۱-۲-۴-۲۱-نوآوری و افزایش درآمد.....
- ۸۲-۲-۴-۲۲-نوآوری و افزایش در تولید.....
- ۸۲-۲-۴-۲۳-میزان سرمایه شرکت به میلیارد ریال.....
- ۸۳-۲-۴-۲۴-سابقه فعالیت شرکت.....
- ۸۳-۲-۴-۲۵-اندازه شرکت.....
- ۸۴-۲-۴-۲۶-سودآوری.....
- ۸۴-۲-۴-۲۷-ظرفیت تولید.....
- ۸۵-۲-۴-۲۸-وضعیت تحقیق و توسعه شرکت.....
- ۸۵-۲-۴-۲۹-میزان وضوح اهداف شرکت برای کارمندان.....
- ۸۶-۲-۴-۳۰-میزان همخوانی اموال و تجهیزات شرکت با اهداف شرکت.....
- ۸۶-۲-۴-۳۱-میزان پاداش‌دهی به کارکنان برای ایده‌های جدید.....
- ۸۷-۲-۴-۳۲-میزان مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های شرکت.....
- ۸۸-۲-۴-۳۳-میزان پیشرفت شرکت در سال‌های اخیر.....
- ۸۸-۲-۴-۳۴-میزان تطابق تجهیزات و سیستم‌های موجود با نوآوری.....
- ۸۹-۲-۴-۳۵-میزان تأثیر ابتکار و روحیه کارآفرینی در پذیرش نوآوری.....

۸۹	۴-۲-۳۶-میزان تأثیر وضعیت مالی، اقتصادی و تجاری در پذیرش نوآوری
۹۰	۴-۲-۳۷-سیستم بازخوردی از نظرات مصرف‌کنندگان
۹۰	۴-۲-۳۸-نوع سیستم بازخوردی مورد استفاده
۹۱	۴-۲-۳۹-میزان تأثیر تحریم‌ها بر بازار داخلی
۹۲	۴-۲-۴۰-روش‌های بازاریابی
۹۲	۴-۲-۴۱-عامل اصلی برای انتخاب روش بازاریابی
۹۲	۴-۲-۴۲-میزان تأثیر رقبا بر استراتژی‌های شرکت
۹۳	۴-۲-۴۳-فرصت نوآوری
۹۴	۴-۲-۴۴-سیاست‌های دولت
۹۵	۴-۲-۴۵-افزایش میزان تقاضا
۹۶	۴-۲-۴۶-تعداد رقبا
۹۶	۴-۲-۴۷-دسترسی به دانش و اطلاعات
۹۷	۴-۲-۴۸-تعداد مشاوران
۹۷	۴-۲-۴۹-میزان مراجعه به مشاوران
۹۸	۴-۲-۵۰-ارتباطات
۱۰۰	۴-۲-۵۱-میزان نوآوری صاحبان صنایع تبدیلی و تکمیلی
۱۰۱	۴-۳-آمار استنباطی
۱۰۱	۴-۳-۱-تحلیل همبستگی
۱۱۲	۴-۳-۲-مقایسه گروه‌ها
۱۱۴	۴-۳-۳-رگرسیون چندگانه برای شناسایی میزان تأثیر عوامل مؤثر بر نوآوری مدیران

فصل پنجم: نتیجه‌گیری، بحث و پیشنهادها

۱۱۷	۵-۱-مقدمه
۱۱۷	۵-۲-خلاصه تحقیق
۱۱۸	۵-۳-نتیجه‌گیری و بحث
۱۲۸	۵-۴-پیشنهادها
۱۳۱	۵-۵-عناوین پیشنهادی برای تحقیقات آتی
۱۳۲	منابع

فهرست اشکال

شکل ۱-۲- مدل مفهومی تحقیق ۵۴

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۱-۱- تقسیم بندی صنایع تبدیلی و تکمیلی شهرستان کرمانشاه برحسب محصول.....	۵
جدول ۱-۲- انواع نوآوری از دیدگاه تروت.....	۲۵
جدول ۱-۳- متغیرهای مستقل مورد مطالعه.....	۶۲
جدول ۲-۳- مربوط به متغیر وابسته.....	۶۵
جدول ۳-۳- مربوط به مقدار ضریب آلفای کروناخ.....	۶۸
جدول ۱-۴- توزیع فراوانی مدیران مورد مطالعه بر اساس متغیر سن.....	۷۲
جدول ۲-۴- توزیع فراوانی مدیران مورد مطالعه بر اساس متغیر جنسیت.....	۷۲
جدول ۳-۴- توزیع فراوانی مدیران بر اساس متغیر سطح تحصیلات.....	۷۲
جدول ۴-۴- توزیع فراوانی مدیران بر اساس رشته تحصیلی.....	۷۳
جدول ۵-۴- توزیع فراوانی مدیران مورد مطالعه بر اساس سابقه کار.....	۷۳
جدول ۶-۴- توزیع فراوانی مدیران مورد مطالعه بر اساس سابقه مدیریت.....	۷۴
جدول ۷-۴- توزیع فراوانی مربوط به ارتباط شغل مدیران مورد مطالعه با رشته تحصیلی.....	۷۴
جدول ۸-۴- تمایل مدیران مورد مطالعه به ریسک پذیری.....	۷۵
جدول ۹-۴- اشتغال مدیران به شغل های فرعی در کنار مدیریت.....	۷۵
جدول ۱۰-۴- میزان استفاده مدیران از منابع اطلاعاتی برای دستیابی به روش های نوآوری.....	۷۶
جدول ۱۱-۴- توزیع فراوانی مراجعه کارکنان به مدیر جهت گرفتن راهنمایی.....	۷۶
جدول ۱۲-۴- تعداد دوره های آموزشی برگزار شده.....	۷۷
جدول ۱۳-۴- دوره های آموزشی (قبل استخدام).....	۷۷
جدول ۱۴-۴- دوره های آموزشی (طی دوران خدمت).....	۷۷
جدول ۱۵-۴- علل عدم برگزاری دوره های آموزشی.....	۷۸
جدول ۱۶-۴- میزان بودجه اختصاص داده شده به امر آموزش.....	۷۸
جدول ۱۷-۴- ارزیابی پس از برگزاری دوره آموزشی.....	۷۹
جدول ۱۸-۴- علل برگزاری دوره های آموزشی.....	۷۹
جدول ۱۹-۴- میزان حضور کارکنان در دوره های آموزشی.....	۸۰
جدول ۲۰-۴- میزان تغییر در مهارت کارکنان بعد از شرکت در کلاس.....	۸۰

- جدول ۴-۲۱- میزان کاهش هزینه‌ها با استفاده از روش‌های نوین..... ۸۱
- جدول ۴-۲۲- میزان افزایش درآمد با استفاده از روش‌های نوین..... ۸۲
- جدول ۴-۲۳- میزان افزایش تولید با استفاده از روش‌های نوین..... ۸۲
- جدول ۴-۲۴- توزیع فراوانی میزان سرمایه شرکت..... ۸۳
- جدول ۴-۲۵- توزیع فراوانی سابقه شرکت‌های مورد بررسی..... ۸۳
- جدول ۴-۲۶- توزیع فراوانی اندازه شرکت..... ۸۴
- جدول ۴-۲۷- میزان سودآوری شرکت‌های مورد بررسی..... ۸۴
- جدول ۴-۲۸- میزان ظرفیت تولید در سال..... ۸۵
- جدول ۴-۲۹- توزیع فراوانی مربوط به وضعیت واحدهای توسعه و تحقیق در صنایع تبدیلی و تکمیلی..... ۸۵
- جدول ۴-۳۰- میزان وضوح اهداف شرکت برای کارمندان..... ۸۶
- جدول ۴-۳۱- توزیع فراوانی مربوط به تجهیزات و اموال با اهداف شرکت..... ۸۶
- جدول ۴-۳۲- توزیع فراوانی میزان پاداش‌دهی به کارکنان..... ۸۷
- جدول ۴-۳۳- فراوانی مربوط به میزان مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های شرکت..... ۸۷
- جدول ۴-۳۴- فراوانی مربوط به میزان رضایت از پیشرفت‌های شرکت..... ۸۸
- جدول ۴-۳۵- فراوانی مربوط به تطابق تکنولوژی، تجهیزات و نوآوری موجود..... ۸۸
- جدول ۴-۳۶- میزان تأثیر ابتکار و روحیه کارآفرینی در پذیرش نوآوری..... ۸۹
- جدول ۴-۳۷- میزان تأثیر وضعیت مالی، اقتصادی و تجاری در پذیرش نوآوری..... ۸۹
- جدول ۴-۳۸- توزیع فراوانی مربوط به سیستم بازخوردی از نظرات مصرف‌کنندگان..... ۹۰
- جدول ۴-۳۹- توزیع فراوانی مربوط به انواع سیستم بازخوردی..... ۹۰
- جدول ۴-۴۰- میزان تأثیر تحریم بر بازار داخلی صنایع مورد بررسی..... ۹۱
- جدول ۴-۴۱- میزان تأثیر تحریم بر بازار خارجی صنایع مورد بررسی..... ۹۱
- جدول ۴-۴۲- روش‌های بازاریابی مختلف..... ۹۲
- جدول ۴-۴۳- توزیع فراوانی مربوط به مهمترین عامل در انتخاب روش بازاریابی..... ۹۲
- جدول ۴-۴۴- میزان تأثیر رقبا بر استراتژی‌های شرکت..... ۹۳
- جدول ۴-۴۵- توزیع فراوانی مربوط به میزان فرصت نوآوری در جامعه..... ۹۴
- جدول ۴-۴۶- توزیع فراوانی مربوط به میزان فرصت نوآوری در صنایع کوچک مقیاس..... ۹۴
- جدول ۴-۴۷- توزیع فراوانی میزان هم راستا بودن سیاست‌های دولت با نوآوری..... ۹۵

- جدول ۴-۴۸- توزیع فراوانی میزان افزایش تقاضا بعد از دوره مدیریت مدیر فعلی صنایع مورد بررسی..... ۹۵
- جدول ۴-۴۹- توزیع فراوانی مربوط به میزان رقبا در صنایع مورد بررسی..... ۹۶
- جدول ۴-۵۰- توزیع فراوانی مربوط به میزان دسترسی به دانش و اطلاعات دانشگاهها..... ۹۶
- جدول ۴-۵۱- توزیع فراوانی مربوط به تعداد مشاوران..... ۹۷
- جدول ۴-۵۲- توزیع فراوانی میزان مراجعه به مشاوران..... ۹۷
- جدول ۴-۵۳- توزیع فراوانی میزان ارتباط با تولیدکنندگان مواد اولیه..... ۹۸
- جدول ۴-۵۴- توزیع فراوانی میزان ارتباط با مشتریان..... ۹۹
- جدول ۴-۵۵- توزیع فراوانی میزان ارتباط با رقبا..... ۹۹
- جدول ۴-۵۶- توزیع فراوانی میزان ارتباط با خریداران..... ۹۹
- جدول ۴-۵۷- میزان نوآوری صاحبان صنایع تبدیلی و تکمیلی شهرستان کرمانشاه..... ۱۰۰
- جدول ۴-۵۸- ارتباط بین متغیر وابسته نوآوری صاحبان صنایع با متغیرهای مستقل عوامل فردی..... ۱۰۱
- جدول ۴-۵۹- ارتباط بین متغیر وابسته نوآوری صاحبان صنایع با متغیرهای مستقل عوامل درون سازمانی..... ۱۰۵
- جدول ۴-۶۰- ارتباط بین متغیر وابسته نوآوری صاحبان صنایع با متغیرهای مستقل عوامل محیطی..... ۱۰۹
- جدول ۴-۶۱- نتایج آزمون ناپارامتری من ویتنی برای مقایسه میانگین میزان نوآوری در صنایع زیرمجموعه صنعت، معدن، تجارت و وزارت جهادکشاورزی..... ۱۱۲
- جدول ۴-۶۲- نتایج آزمون ناپارامتری من ویتنی برای مقایسه میانگین میزان نوآوری مدیران زن و مرد در صنایع کوچک مورد مطالعه..... ۱۱۳
- جدول ۴-۶۳- نتایج آزمون ناپارامتری کروسکال والیس برای مقایسه تفاوت میزان نوآوری مدیران در طبقات مختلف تحصیلی..... ۱۱۴
- جدول ۴-۶۴- نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه به منظور بررسی عوامل مؤثر بر میزان نوآوری صاحبان صنایع تبدیلی و تکمیلی شهرستان کرمانشاه..... ۱۱۴

فصل اول

کلیات طرح تحقیق

۱-۱- مقدمه

امروزه بنگاه‌های کوچک و متوسط با توجه به ویژگی‌ها و مزیت‌های خاص خود و همچنین سهم شایسته‌ای که در ایجاد اشتغال دارند نقش مهمی در اقتصاد کشورها ایفا می‌کنند. نگاهی به نظام اقتصاد صنعتی در بسیاری از کشورهای پیشرفته و تازه توسعه‌یافته‌ی جهان نشان می‌دهد که ایجاد و حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط یکی از اولویت‌های اساسی در برنامه‌های توسعه اقتصادی آنها است. این بنگاه‌ها علی‌رغم نیاز کمتر به سرمایه‌گذاری، بازدهی اقتصادی بیشتری دارند و در ایجاد اشتغال، بسترسازی مناسب برای نوآوری، اختراعات و افزایش صادرات نقشی مهم را دارا هستند. در ایالات متحده آمریکا بیش از ۵۵ درصد از نوآوری‌ها و اختراعاتی که به ثبت می‌رسد در شرکت‌های کوچک و متوسط رخ می‌دهد. در آلمان حداقل ۳ میلیون مؤسسه کوچک و متوسط وجود دارد که تعداد کارکنان آنها ۲۰ میلیون نفر است و ۷۰ درصد کل شاغلان این کشور را در خود جای می‌دهد (مردانی گیوی و ابراهیمی، ۱۳۸۲). در ایالات متحده نیز حدود ۲۵ میلیون بنگاه کوچک و متوسط وجود دارد که بیش از ۵۰ درصد از نیروی کار بخش خصوصی را در اختیار دارند. این بنگاه‌ها به تنهایی نیمی از تولید ناخالص داخلی ایالات متحده را تأمین کرده و ۹۶ درصد از کل صادرات این کشور نیز توسط این شرکت‌ها تولید می‌شوند. این شرکت‌ها به دلیل ویژگی‌های خاصی که دارند، از کارکردهای بی‌بدیلی برخوردارند (مجیدی، ۱۳۸۱).

در مورد کشورهای در حال توسعه، صنایع کوچک و تکنولوژی‌های متوسط، می‌تواند به‌عنوان استراتژی مناسب برای این کشورها مطرح باشد و از طریق رفع فقر، افزایش درآمد، ایجاد فرصت‌های شغلی برای نیروی انسانی غیر ماهر، انباشت سرمایه از طریق افزایش بازدهی، بهبود بهره‌وری در بخش روستایی، و همچنین جلوگیری از مهاجرت‌های بی‌رویه، به فرآیند توسعه کشورهای جهان سوم (از جمله ایران) از ابعاد اقتصادی و اجتماعی کمک نموده و رشد اقتصادی این کشورها را تسریع بخشد (نظام جامع اطلاع‌رسانی اشتغال، ۱۳۸۶). در کشور ما ایران افزایش بیکاری در بخش کشاورزی به علت تعداد زیاد شاغلان در این بخش و بیکاری فصلی باعث کاهش درآمد روستائیان و افزایش انگیزه مهاجرت به شهرها گردیده است (کوپاهی و دربان آستانه، ۱۳۸۱). بنابراین تنها راه حل اساسی برای مشکلات روستاها و بخش کشاورزی، ایجاد، حمایت و توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی است. صنایع تبدیلی و تکمیلی برای راهکار اشتغال‌زایی و افزایش درآمد روستائیان، نسبت به سایر فعالیت‌های غیرکشاورزی مفیدتر است (شایان، ۱۳۸۶). صنعتی شدن روستاها و گسترش واحدهای فعالیت‌های غیرکشاورزی، عاملی مهم در افزایش رفاه، تأمین کالاها و خدمات ضروری

برای خانواده‌های فقیر روستایی است (نوری، ۱۳۷۹). صنایع تبدیلی و تکمیلی جدا از توان اشتغال‌زایی بالایی که دارند، می‌توانند در حل مسائل نابرابری و توزیع درآمد و امکانات، مهاجرت روستائیان به شهرها، امنیت ملی، آمایش سرزمین، رشد بیش از اندازه جمعیت شهرها و آلودگی آن و دیگر موارد بسیار مؤثر باشند (بیگ محمدی، ۱۳۸۶). این صنایع به لحاظ توانایی بالایی که در جذب نیروی کار دارند، منابع عمده‌ای برای کسب درآمد هستند که منجر به کاهش شکاف درآمدی در سطح روستا می‌گردد. اما در ایران علی‌رغم اهمیت و پیامدهای بسیار مفیدی که صنایع تبدیلی و تکمیلی دارند، بسیاری از این صنایع پس از تأسیس بنا به دلایلی منحل می‌شوند. یکی از علل مهم در به وجود آمدن چنین وضعیتی کمبود و یا فقدان نوآوری در بین مدیران صنایع کوچک می‌باشد. بنابراین یکی از عوامل بسیار مهم و اساسی در جلوگیری از انحلال این صنایع، توجه به مسئله نوآوری مدیران می‌باشد.

۱-۲- بیان مسأله

نوآوری، اصلاح عملی و توسعه یک اختراع جدید و تبدیل آن به یک محصول یا تکنیک قابل استفاده و یا فرایندی است که بر تمامی جنبه‌های زنجیره‌ی ارزش^۱ سازمان از ابتدا تا انتهای آن تأثیرگذار باشد تا بدین ترتیب راه‌های بهتر و جدیدتری برای ایجاد ارزش برای مشتریان به وجود آید (زارعی و نسیمی، ۱۳۸۶). اخیراً شرایط اقتصادی چالش‌آفرین، مشکلات جدی را برای صنایع کوچک در ایران به وجود آورده است طبق آخرین سرشماری صنایع کارگاهی کشور، به‌رغم ۴۱ درصد افزایش در میزان سرمایه‌گذاری در صنایع کوچک، تعداد شرکت‌های فعال در سال ۱۳۸۵ نسبت به سرشماری قبل ۰/۵ درصد کاهش نشان می‌دهد (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۶). شرکت‌های کوچک فعال در بخش صنایع غذایی در طولانی مدت با مشکلات متعددی مانند عدم توانایی رقابت با شرکت‌های بزرگ، مشکلات مالی، مشکلات بازاریابی و کمبود امکانات و دانش لازم برای استفاده از تکنولوژی‌های روز، نیروی کار غیرمتخصص و در نهایت کمبود مدیران نوآور، شایسته و کارآمد مواجهند. این مشکلات مانع از تحقق نوآوری و در نتیجه مانع رشد و گسترش صنایع کوچک غذایی به‌ویژه در روستاها می‌شوند (سلطانی، ۱۳۸۹). از آنجا که بخش گسترده‌ای از شرکت‌ها قادر به بقا در سال‌های اولیه ورودشان به بازار نمی‌باشند، تجزیه و تحلیل بقای شرکت‌ها به صورت امری حیاتی درآمده است، از این رو بسیاری از محققان تلاش می‌کنند تا عوامل اثرگذار بر شکست را دریابند تا بدین وسیله از رخداد آن جلوگیری کنند آنان دریافته‌اند که بقای شرکت‌های جدید در اثر فعالیت‌های نوآورانه افزایش می‌یابد (مسچی، ۱۳۹۱).

بنابراین نوآوری یک عامل اساسی در ایجاد رقابت در سطح جهانی است که منجر به رشد سازمانی می‌شود، موفقیت آینده را در بردارد و همانند موتوری است که به شرکت‌ها اجازه می‌دهد در اقتصاد جهانی از کارایی

مستمری برخوردار شوند (اکبری، ۱۳۹۱). افزایش اهمیت نوآوری به دلیل جهانی شدن بازارها و فشار رقابت به شرکت‌هاست تا همواره به دنبال نوآوری باشند. این واقعیت شرکت‌ها را برمی‌انگیزد که به‌عنوان یک الزام، تمرکز خود را بر نوآوری افزایش دهند (Tang, ۱۹۹۹). در نتیجه نوآوری یک فعالیت مهم است که برای بیشتر شرکت‌ها جهت ایجاد و حفظ مزیت رقابتی حیاتی است (chen, ۲۰۰۴).

مطالعات نشان داده‌اند که بسیاری از شرکت‌ها تعداد زیادی ایده دارند که نمی‌توانند به‌طور اثربخش آنها را پیگیری کنند و به نتیجه برسانند. بدون تحقق نتیجه نوآوری به‌صورت یک برونداد قابل استفاده، نوآوری همچنان در حد یک ایده خوب باقی می‌ماند (Evitt, ۲۰۰۷).

یک راه کمک به شرکت‌های صنعتی کوچک برای رسیدن به پایداری در شرایط بحران اقتصادی، تدوین سیاست‌های حمایتگر نوآوری می‌باشد. اولین گام در تدوین سیاست‌های مناسب برای حمایت از نوآوری در مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط، بررسی عواملی که بر تلاش‌های نوآورانه شرکت‌ها اثر می‌گذارند و همچنین بررسی چگونگی تأثیر این عوامل می‌باشد.

بنابراین نوآوری همچون جنبشی است که به‌صورت آشکار و پنهان سایه خود را به روند فعالیت‌ها می‌افکند تا دیوارهای کهنه و مندرس روش‌های ناکارآمد را درهم شکند و بنای نو و مستحکم را ایجاد نماید. نوآوری مدیران یکی از توانایی‌های محوری و حیاتی هر سازمان است زیرا این امکان را به مدیر می‌دهد تا باعث رشد و سودآوری شرکت شود. عمده‌ترین ضرورت نوآوری در صنعت شامل: رشد اقتصادی، بهبود رفاه جامعه، مزیت رقابتی، کافی نبودن کاهش هزینه‌ها، افزایش درآمد، بهبود عملکرد شرکت‌ها، بهره‌گیری از فرصت‌های به‌دست آمده، تداوم نوآوری‌ها، بهبود بازدهی سرمایه و حفظ بقا در عرصه‌ی رقابت می‌باشد (زارعی و نسیمی، ۱۳۸۶).

با وجود مسائل و مشکلات متعددی که صنایع غذایی کوچک را در کشور تهدید می‌کند، به نظر می‌رسد که مهارت‌های مدیریتی مدیران این صنایع به حدی نیست که بتوانند با مشکلات موجود مقابله کنند و لذا نوآوری مدیران یکی از مهارت‌های اساسی برای مقابله با این مشکلات محسوب می‌شود. در این میان صنایع کشور نیازمند برخورداری و هدایت توسط مدیرانی هستند که از سطح نوآوری و خلاقیت مناسب در زمینه‌های مدیریتی برخوردار باشند. مدیران می‌توانند برنامه‌های تشویقی برای درگیرسازی کارکنانشان در نقش‌ها، فعالیت‌ها و فرآیندهای دانش پایه را تجویز کنند. به هر حال بسیاری از کسب و کارهای با اندازه‌ی کوچک و متوسط قادر به پذیرش فناوری‌های جدید نیستند و این مشکل خود تا حدی به دلیل عدم وجود مدیران نوآور در این شرکت‌ها است. براین اساس موفقیت مدیران نوآور تابع عوامل مختلفی است که می‌تواند موجبات رشد و توسعه‌ی بهینه را در سطوح مختلف تضمین نماید. موفقیت مدیران نوآور می‌تواند زمینه‌ساز و حل‌کننده مشکلات متعددی در جامعه نظیر رونق صنعت، کاهش بیکاری، مسائل اجتماعی و افزایش امید به آینده در میان جامعه‌ی صنعت‌گران گردد.

طبق آمار مدیریت صنایع و توسعه روستایی تعداد ۱۰۵ واحد از شرکت‌های صنایع تبدیلی و تکمیلی شهرستان کرمانشاه دارای مجوز رسمی از سازمان صنعت معدن و تجارت می‌باشند و همچنین حدود ۲۵ واحد در دفتر صنایع تبدیلی و تکمیلی سازمان جهاد کشاورزی ثبت شده و دارای مجوز رسمی از این وزارتخانه می‌باشند. طبق بررسی‌های اولیه محقق در این زمینه تعداد زیادی از این شرکت‌ها در یک یا دو سال اخیر به دلیل ضعف نوآوری‌های مدیران در زمینه‌های:

- مدیریت منابع انسانی
- به‌روز رسانی تکنولوژی‌ها و ماشین آلات
- تأمین مواد اولیه
- تأمین منابع مالی

و تولید و فروش محصولات (بازاریابی) غیرفعال شده‌اند. طبق بررسی محقق در حال حاضر تعداد ۶۰ واحد (فعال) از ۱۳۰ واحد می‌باشند.

طبق آمار رسمی از دفتر صنایع تبدیلی و تکمیلی سازمان جهاد کشاورزی کرمانشاه و سازمان صنعت، معدن و تجارت در سال ۹۳-۱۳۹۲ و بررسی محقق در زمینه شرکت‌های فعال صنایع تبدیلی و تکمیلی جدولی از تقسیم بندی صنایع تبدیلی و تکمیلی شهرستان کرمانشاه برحسب محصول به شکل زیر ارائه می‌گردد.

جدول ۱-۱- تقسیم بندی صنایع تبدیلی و تکمیلی شهرستان کرمانشاه برحسب محصول

نام زیر بخش	تعداد واحدهای صنعتی دارای مجوز	تعداد واحدهای صنعتی فعال یا نیمه فعال در زمان انجام تحقیق
زراعی	۳۷	۲۰
دام و طیور	۲۵	۱۲
باغی	۱۵	۱۰
شیلات	-	-
صنایع غذایی	۵۳	۱۸
جمع	۱۳۰	۶۰

قرن حاضر مملو از نوآوری در زمینه‌ی فناوری‌ها، کالاها و خدمات است. در هیچ دوره‌ای مانند امروز نیاز به خلاقیت و نوآوری چنین حاد نبوده است. بدون شک روز به روز بر شدت رقابت در بازارهای جهانی برای ارائه محصولات و خدمات توسط بخش‌های مختلف صنعت افزوده می‌شود. در نتیجه برای اینکه بتوان در بازارهای جهانی دوام آورد و بر رقبا چیره شد باید روش‌های قدیمی و سنتی را کنار گذاشت تنها از طریق ارائه محصولات جدید و مشتقات آنهاست که می‌توان در آمد قابل توجهی برای واحدهای صنایع تبدیلی و تکمیلی شهرستان کرمانشاه ایجاد نمود. بنابراین در واحدهای صنایع تبدیلی و تکمیلی این

شهرستان بیش از هر زمان دیگری به مدیران نوآور نیاز است، بر این اساس می‌توان چنین نتیجه گرفت که در صورت استفاده از خلاقیت، ابتکار و نوآوری‌های مختلف در زمینه‌های فوق‌الذکر این شرکت‌ها می‌توانند بر مسائل و مشکلات خود فائق آمده و از به تعطیلی کشیده شدن جلوگیری نمایند. در نهایت در تحقیق حاضر، عوامل مؤثر بر میزان نوآوری صاحبان صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی شهرستان کرمانشاه به منظور دستیابی به راهکارهایی جهت پیشرفت و توسعه‌ی این صنایع به استفاده هر چه بیشتر از نوآوری‌های مربوطه در راستای فعال نگه‌داشتن آنها شناسایی، استخراج و مورد تحلیل قرار گرفت.

۱-۳- اهمیت و ضرورت پژوهش

مهمترین ویژگی و مزیت کسب و کارهای کوچک و متوسط علاوه بر روان‌تر بودن و داشتن قدرت سازگاری با شرایط متغیر محیطی، وضعیت رقابت‌پذیری و نوآورانه بودن آنان است (حاجی‌زاده، ۱۳۸۸). چنانچه خلاقیت و نوآوری به صورت همه‌جانبه و کامل در اندیشه و عمل مد نظر قرار گیرد می‌تواند موجبات رشد و شکوفایی استعدادهای افراد، موفقیت‌های فردی، شغلی و اجتماعی، افزایش کمیت و کیفیت در تولیدات و خدمات، کاهش هزینه‌ها و ضایعات و اتلاف منابع مادی و انسانی، افزایش انگیزش کارکنان، ارتقای بهداشت روانی و رضایت شغلی، ارتقای بهره‌وری و رشد و بالندگی سازمان‌های گوناگون، تحریک و تشویق رقابت‌های سالم در تولید، توزیع و خدمات، کاهش بوروکراسی اداری و کاهش پشت‌میز نشینی و تشریفات و افزایش عمل‌گرایی و ده‌ها فایده دیگر شود. بنابراین این واحدها برای تداوم حیات و بقا و رشد و پیشرفت محتاج مدیران خلاق و نوآور هستند (عبداللهی، ۱۳۸۷). نقش مدیریت در مجموعه‌هایی که خلاقیت و نوآوری از ضروریات و عوامل اصلی سازمان است بسیار مهم و حساس است، زیرا مدیر می‌تواند توانایی خلاقیت و نوآوری را در افراد ایجاد و تشویق کند و یا رفتار و عملکرد او مانع از این امر حیاتی شود. بنابراین مدیر خلاق نمی‌تواند در بند شیوه‌های سنتی و معمول باشد، بلکه سبکی را برای مدیریت برمی‌گزیند که برای سازمان خلاق، نوآور و مناسب باشد و منجر به محیطی گردد که روح ابتکار و نوآوری در آن حاکم باشد. مدیران خلاق همواره در ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب، فضا سازی محیط سازمانی برای تلاش بیشتر کارکنان و بالا بردن بازده سازمان نسبت به مدیران غیرخلاق، کارآمدتر عمل می‌کنند. آنان در این راه به گونه‌ای ابتکاری در رفع تنگناها و مشکلات می‌کوشند (همان منبع).

از طرفی صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی در اقتصاد ملی از چند جهت حائز اهمیت است:

۱. کمک به دستیابی به امنیت غذایی.
۲. کمک به کاهش ضایعات محصولات کشاورزی.
۳. افزایش ارزش افزوده محصولات کشاورزی.
۴. افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی.