

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری STES



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



مقاله نویسی علوم انسانی



اصول تنظیم قراردادها



آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقاله

راه کارهای انتشار نوآوری در صنایع غذایی کوچک دریایی

نویسندگان:

کیوان شجاع چاغروند

دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

مریم امیدی نجف آبادی

عضو هیات علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

نویسنده مسئول مکاتبات

کیوان شجاع چاغروند

دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

و تحقیقات، تهران، ایران

تلفن: ۰۹۱۲۵۴۵۱۹۰۶

Email: kayvanshoja@gmail.com

راه کارهای انتشار نوآوری در صنایع غذایی کوچک دریایی

چکیده

هر دستاورد فنی و تکنولوژیکی، اگر در کل سیستم انتشار نیابد، هیچگونه منافع اقتصادی بلند مدتی برای کلیت صنعت در پی نخواهد داشت. در سال های اخیر، تمامی کشورهای صنعتی پیشرفته (همچنین برخی از کشورهای در حال توسعه)، برنامه ها و سیاست های بسیار زیادی را با هدف ارتقاء انتشار تکنولوژی تدوین و دنبال کرده اند. در مقاله حاضر، ارتقا سطح تکنولوژیکی صنایع غذایی کوچک، براساس سیاست انتشار تکنولوژی مورد بررسی قرار گرفته شده است. جذب تکنولوژی های نو در صنایع کوچک باعث افزایش رقابت پذیری خصوصا در حیطه صنایع ابریان کوچک در بازارهای داخلی (با توجه به کمبود منابع ابی) میشود؛ لذا برای تحقق این امر نیاز به انتشار تکنولوژی های نو می باشد. براین اساس چهار گروه برنامه انتشار تکنولوژی برای بنگاه های کوچک و متوسط استخراج شد. این چهار گروه شامل برنامه های آموزشی و افزایش آگاهی، برنامه های انگیزشی و حمایت های مالی برنامه های تحقیقاتی و برنامه های ارتباطی و همکاری های فنی می باشد.

کلید واژگان: انتشار نوآوری، صنایع غذایی کوچک، تکنولوژی های نوین

مقدمه

مدیریت نوآوری فرایندی پیچیده و ابزاری کلیدی در جهت شناسایی فرصت ها و قابلیت های جدید، کاهش ریسک پذیری در سازمان ها، تعهد به مدیریت عملکردی و مدیریت تغییر، داشتن تفکر راهبردی، تجسم سازمان در آینده و مستندسازی فرایند نوآوری است که البته به قدرت مؤثر در برنامه ریزی و هماهنگی افراد متخصص و مبتکر، ساختار اجرایی سازمان و آگاهی از احتیاجات صنعت و اجتماع نیاز دارد (ملیحی، ۱۳۷۵)

همچنین فرایند جهانی سازی رقابت را بر سر منابع و بازار به شکلی افزایش داده که در بسیاری از ابعاد، سازمان ها در زمینه دارایی های نامحسوس مانند نیروی انسانی به شدت در حال رقابت هستند. رقابت بر سر بازار فروش نیز از طریق عرضه محصولات با

کیفیت جدید (عملکرد بالاتر) افزایش یافته است. یکی از تبعات افزایش این نوع رقابت ها توجه سازمان ها به نهادینه کردن فرهنگ نوآوری در محیط های کاری خود بوده است، زیرا نوآوری فردی کارکنان در محیط کار پایه اصلی ارتقای عملکرد هر سازمانی می باشد. در عرصه فرهنگ نوآوری، نوآوری به فرایندی پیچیده اشاره دارد که هدفش ایجاد، انتقال، تغییر و واکنش به ایده های جدید است؛ به عبارت دیگر، نوآوری کارکنان در محیط کار رفتاری پیچیده است که شامل یک فرایند سه مرحله ای درک مسئله و ارائه راه حل های جدید، بهبود ایده های جدید و یافتن قاعده ای برای دفاع از آن و در نهایت، ارائه مدل یا نمونه تجربی برای اجرای ایده ها و راه حل ها در گروه و یا سازمان است (خسرویان و همکاران، ۱۳۸۸). تسلاک، فار و کلاین در سال ۱۹۹۷ در مورد تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری به این نتیجه رسیدند که سازمان های نوآور فرهنگ مشابهی دارند؛ تجربه کردن را تشویق می کنند؛ بر تجربیات جدید ارج می نهند؛ با در نظر گرفتن تمامی جوانب هم به موفقیت ها و هم به شکست ها پاداش می دهند؛ از اشتباهات تجربه کسب می کنند؛ از نزدیک محیط را کنترل می نمایند و در کوتاه ترین زمان و به بهترین شیوه به تغییرات پیش رو پاسخ می دهند (خسرویان و همکاران، ۱۳۸۸).

به هر حال، خلاقیت و نوآوری امری است که لزوم آن دائماً در سازمان احساس می شود. بنابراین، باید نوآوری نهادینه شود و جزء کار و فرهنگ سازمان گردد. هرگاه مدیران سطوح عالی و سیاست گذاران سازمان خود به خلاقیت و نوآوری، به عنوان فعالیت های ضروری و حیاتی، باور نداشته باشند، هیچ فعالیتی در این زمینه دوام نخواهد یافت. ایجاد هسته های پژوهشی و نوآوری در سازمان می تواند کار خلاقیت و نوآوری را تسهیل و تسریع کند (علیرضایی و تولایی، ۱۳۸۷). یکی دیگر از عوامل مؤثر بر نوآوری و تغییر در سازمان، محیطی است که سازمان در آن فعالیت می کند. محیط دربرگیرنده عواملی است که یک سازمان به آن ها نیاز حیاتی دارد؛ عواملی چون بازار مصرف، منابع مالی، منابع انسانی، عوامل سیاسی، فرهنگ، امنیت و... (هادی پور، ۱۳۸۷). آقا داوود و همکاران (۱۳۸۹)، با انجام مطالعه پیمایشی میان چند شرکت صنعتی بزرگ، فرهنگ پذیرای خلاقیت در سازمان را مهم ترین عامل نوآوری و خلاقیت در سازمان می دانند. وحید زاده (۱۳۸۳) علل شکست بسیاری از تعاونی های تولید را سرمایه گذاری اندک و ضعف مالی، بی اعتنائی تعاونی ها به نوآوری های جدید، روابط ضعیف مدیریت و فقدان نظم سازمانی بیان می کند.

امروزه نوآوری برای موفقیت کسب و کارها امری حیاتی به شمار می رود ولی با این حال، هنوز افرادی ارزش نوآوری را درک نکرده و روش های مدیریت آن را نمی دانند (حسینی و سلطانی، ۱۳۹۰).

صنایع کوچک غذایی و بخصوص شیلات با مشکلات مختلفی مانند کم توجهی مدیران تعاونی به نوآوری؛ ناآشنایی مدیران با دانش های جدید مدیریتی و فناوری های نوین؛ تحصیلات ناکافی و غیر مرتبط ضعف در انتخاب مدیران؛ کمبود مهارت های مدیریتی؛ شناخت ناکافی نسبت به اهمیت نوآوری، منابع نوآوری مدیران؛ و نحوه مدیریت نوآوری در تعاونی ها؛ کمبود سرمایه؛ مدیریت

ناکارآمد؛ کمبود افراد مجرب و متخصص؛ کمبود دوره های آموزشی در زمینه نوآوری؛ عدم دسترسی به منابع تحقیق و توسعه در زمینه نوآوری روبه رویند. برای حل این مشکلات حسینی و سلطانی (۱۳۹۰) مدل یادگیری تعاملی چندکانالی را مطرح کردند. این مدل در سطح بنگاه های اقتصادی- که مهمترین تولیدکننده نوآوری اقتصادی در جامعه معاصرند- مطرح شده است. این فرایند می تواند در هر جا شروع شود. نتیجه یادگیری می تواند نوآوری در محصول یا فرایند و یا ایجاد بازارهای جدید و یا رهیافت های جدید برای سازماندهی امور واحد تولیدی باشد. همچنین فرایند نوآوری در خلأ اتفاق نمی افتد، بلکه پاسخی است به عوامل اثرگذار، توانمندساز و یا محدودکننده. بنابراین، یک محیط نزدیک وجود دارد که شامل کنشگران و دیگر سازمان هاست که در فرایند نوآوری شرکت ها تأثیر می گذارند. این محیط کوچک خود در یک مجموعه وسیع تر از ساختارهای سازمانی، اقتصاد کلان، نیروهای سیاسی، اجتماعی، بوم شناختی و به عبارت دیگر، در محیط کلان قرار دارد (حسینی و سلطانی، ۱۳۹۰).

اهمیت و ضرورت انتشار تکنولوژی های نوین در صنایع غذایی کوچک دریایی

پیشرفت های تکنولوژیکی عاملی تعیین کننده در تحول جامعه بشری است. همچنین ارتقای تکنولوژی در هر کشوری پایه توسعه شناخته شده است. توسعه به رشد و تغییر همزمان اشاره دارد بدون شک، کاربرد علوم و تکنولوژی بر رشد تاثیر گذار است. این اثرگذاری به ویژه از طریق افزایش بهره وری نیروی کار و ارتقاء نوآوری به توسعه یک ایده، روش یا تجربه ای جدید می انجامد و یا شامل محصولی جدید، تکنیک های جدید و یا فعالیت جدید ذهنی می شود و خود را نشان می دهد. ارتقای تکنولوژی یکی از ویژگی های ضروری توسعه سریع اجتماعی- اقتصادی کشورهاست. با در نظر گرفتن تکنولوژی به عنوان متغیر اصلی توسعه، ارتقای نوآوری و انتشار به همراه یکدیگر مانند نیروی محرکه توسعه اجتماعی- اقتصادی و تکنولوژی عمل می کنند. انتشار تکنولوژی در مباحث مدیریت تکنولوژی مفهوم وسیعی دارد. انتشار تکنولوژی، یعنی فرآیندی که نوآوری و دانش تکنولوژیکی به وجود آمده به واسطه آن و در طی زمان، از طریق کانال هایی مشخص به اعضای یک سیستم اجتماعی منتقل شود (subrahmanya, 2003).

طبق تعریف فوق، انتشار تکنولوژی شامل چهار جزء است: ۱- نوآوری؛ ۲- انتشار؛ ۳- زمان؛ ۴- سیستم.

تأثیر انتشار تکنولوژی بر توسعه ملی، به مراتب بیشتر از انتقال تکنولوژی است؛ چرا که در انتقال تکنولوژی امکان منتفع شدن فقط یک بنگاه وجود دارد ولی در انتشار تکنولوژی چندین بنگاه منتفع می شوند. از سوی دیگر توسعه تکنولوژی در یک مورد خاص تاثیر چندانی بر اقتصاد کشور ندارد، ولی در صورت انتشار تکنولوژی در تمام کشور، در توسعه اقتصادی، تأثیر مهمی خواهد داشت.

انتشار تکنولوژی بیشتر مورد توجه دولت و دستگاه های بزرگ دولتی است؛ چراکه توسعه در سطح بخشی و یا ملی برای آنها مهم است. اکثر مؤسسات کوچک ترجیح بر استفاده از تکنولوژی های توسعه داده شده در گذشته و منطبق با مهارت های داخلی خود میدهند. مؤسسات کوچک تر نسبت به مؤسسات بزرگ تر وابستگی بیشتری به منابع تکنولوژی و دانش بیرونی دارند. اما آنها به واسطه شرایط نامساعد خود در میزان تولید، تکیه بر منابع مالی بیرونی یا اطلاعات ناچیز، دسترسی به تکنولوژی یا ابزارآلات جهت جذب تکنولوژی ندارند. در سطح مؤسسه، امکان روبرو شدن مدیران شرکت های کوچکتر با مشکلاتی از قبیل زمان، هزینه، مهارت های فنی در دستیابی به اطلاعات تکنولوژی های موجود و راه حل های امکان پذیر، خواه سخت افزاری، نرم افزاری، کنترل فرایند، روشهای مدیریتی یا آموزشی وجود دارد. در حالیکه امکان عرضه منابع اطلاعاتی خارجی موجود است. حتی هنگامیکه صنایع غذایی کوچک دریایی مهارت ها، فرایندها یا محصولات سنتی خوبی دارند، ممکن است به علت پیشرفت سریع تکنولوژی به سرعت بلااستفاده شوند. برای مثال، تغییر از تکنولوژی های الکترومکانیکی به الکتریکی زیرساخت های اجتماعی انتشار تکنولوژی به صنایع غذایی کوچک دریایی شامل سیستم های آموزشی، برنامه های انتقال تکنولوژی و دیگر خدمات دولتی، ناچیز است. شرکت های کوچک معمولاً آموزش رسمی کمتری نسبت به شرکت های بزرگتر به کارمندان خود عرضه می کنند. اما مؤسسات آموزشی همیشه جوابگوی نیازهای آن ها نیستند. دانشگاه ها ممکن است روی تحقیقات و آموزش تاکید کنند و یا به ایجاد اتحادیهایی با مؤسسات بزرگتر که قادر به جذب تکنولوژی های پیشرفته و همچنین افرادی برای ارائه حمایت های مالی بپردازند. امکان فقدان محرکهای تجاری در آزمایشگاه های دولتی برای انتشار تکنولوژی ها به شرکت های کوچک هست (Da Silveira., 2001).

اخیراً شرایط اقتصادی چالش آفرین، مشکلات جدی را برای صنایع غذایی کوچک در ایران بوجود آورده اند. در این محیط بحرانی، توانایی شرکت ها در استمرار فرایندهای نوآورانه شرکت ها می تواند منبع اساسی ایجاد مزایای رقابتی باشد (Huang & Chen, 2010). اهمیت فناوری جدید برای رشد و توسعه نیز واقعیتی است که در بین مدیران، سیاست گذاران، و محققان پذیرفته شده است (Koellinger, 2008). نوآوری ها اغلب به این دلیل بوجود می آیند که به چالشهای سازمانی یا تکنولوژیک پاسخ دهند. بنابراین نوآوری ابتدا در شرکت هایی بوجود می آید که برای پاسخ به این چالشها تحت فشار شدیدتری قرار دارند (Kraatz & Zajac, 1996).

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

(Keizer et al., 2002). با توجه به این واقعیت که شرکتهای صنعتی کوچک از طریق رشد نوآوری تکنولوژیک میتوانند زمینه پایداری خود را در شرایط نامطلوب اقتصادی حاضر به وجود آورند،

به طور کلی نوآوری به مفهوم تولید محصولات جدید، کاربرد فرایندها، دانش، تکنولوژی یا خدمات جدید می باشد (Galamakis, 2006). نوآوری تکنولوژیک به عنوان یک نوع خاص از نوآوری توسط Bjorn et al. این گونه تعریف شده است: نوآوری تکنولوژیک استفاده از تکنولوژی های جدید یا ارتقا یافته در سازمان است. تکنولوژی شامل انواع فناوری های ارتباطات و اطلاعات، و همچنین تکنولوژی های فنی مورد استفاده در یک صنعت خاص می باشد (Bjorn et al., 2006).

برخی منابع بین دو نوع نوآوری رادیکال و تدریجی تمایز قائل شده اند. از جمله این منابع می توان به Radas & Bozic (۲۰۰۹) اشاره کرده که نوآوری رادیکال را از دسته نوآوری هایی می دانند که برای شرکت کاملا جدید هستند و نوآوری تدریجی را نوعی از نوآوری با سطح کمتری از تازگی برای شرکت می دانند که شامل تغییرات جزئی در محولات یا تکنولوژی های موجود شرکت می باشد.

در مطالعه Bozic & Radas در سال ۲۰۰۹ عوامل موثر بر فعالیت های نوآورانه بنگاههای زود بازده در یک اقتصاد در حال گذر (کشور کرواسی) بررسی شد. در زمان بررسی شاخص های نوآوری، محققان بین محصولات جدید با سطح پایین نو بودن (نوآوری های تدریجی) و نوآوری های با سطح بالای نو بودن (نوآوری های رادیکال) تمایز قایل شدند و مشخص شد که این دو نوع نوآوری به وسیله سیاست های مختلف حمایت می شوند. در بین عوامل بیرونی، همکاری با دیگر شرکت ها یا سازمانها، اثر مثبت بر نوآوری در فرایند نوآوری در محصول دارد داشتن پیوند با موسسات دانشگاهی و تحقیقاتی تنها بر نوآوری در محصول اثر مثبت دارد. اگر چه همکاری بین بخش صنعت و دانشگاهی محدود بوده و با مشکلات زیادی مواجه است، اما باعث می شود که نتایج مثبتی بوجود آید و باید توسط سیاست گذاران ترغیب شود (Radas & Bozic, 2009).

پیشرفت تکنولوژیک یک فاکتور تعیین کننده در تکامل جوامع انسانی بوده و ارتقای سطح تکنولوژی ریشه توسعه در هر کشوری می باشد (kamal-Uddin, 2006). پیشرفت تکنولوژیک از طریق نوآوری تکنولوژیکی، موسسات اقتصادی را قادر به کسب یا افزایش مهارت های رقابتی می سازد. این امر که ایا موسسات اقتصادی در فناوری های خود نوآوری دارد یا نه و این که تا چه حدی نوآوری دارند به عوامل متنوعی وابسته است (Subrahmanva, 2005) که موضوع تحقیقات مختلف از جمله تحقیق حاضر می باشد.

مطالعه روزبهنانی در سال ۱۳۸۸ در رابطه با عوامل موثر بر نوآوری تکنولوژیک در بنگاههای اقتصادی زود بازده نشان دهنده وجود ارتباط مثبت معنی دار بین نوآوری در محصول، نوآوری در فرایند و نوآوری تکنولوژیک بود. این تحقیق نشان داد که در بین سایر عوامل، وسعت بازار بیشترین تاثیر را بر روی نوآوری تکنولوژیک دارد. دیگر عوامل موثر عبارت بودند از داشتن واحد تحقیق و توسعه، دوره های آموزشی، ارتباط با موسسات تحقیقاتی، سیاست ها و مقررات، و ویژگی های شرکت (روزبهنانی، ۱۳۸۸).

مطالعه Koellinger در سال ۲۰۰۸ نشان داد که پذیرش تکنولوژی های جدید می تواند منجر به افزایش نوآوری ها در فرایند یا محصول شود (koellinger, 2008).

محمدی نژادی در سال ۱۳۸۵ در رساله خود تحت عنوان مطالعه تغییرات کارایی و پیشرفت تکنولوژی در صنعت مرغداری پرورش مرغ گوشتی ایران به این نتیجه رسید که تکنولوژی به تنهایی منبع ۸۰ درصد از پیشرفت ها در کارایی بوده است. ویژگی های شرکت و ویژگی های مدیر شرکت بر پیشرفت های تکنولوژیک موثر بوده اند (محمدی نژاد، ۱۳۸۵).

Tomlinsn در سال ۲۰۱۰ به بررسی ارتباط بین پیوند های همکاری و نوآوری در صنایع انگلستان پرداخت در این مطالعه نوآوری تکنولوژیک با نوآوری فرایندی و محصولی تلفیق شد. نتایج این مطالعه تایید کننده وجود ارتباط مثبت معنی دار بین همکاری درون شرکت ها و عملکرد نوآورانه بوده است. همچنین وجود ارتباط بین عملکرد نوآورانه و اندازه شرکت، واحد تحقیق و توسعه، سن شرکت، همکاری با تامین کنندگان مواد خام، همکاری با خریداران و رقبا تایید شده است (Tomlinson, 2010).

Zeng et al. در سال ۲۰۱۰ به بررسی ارتباط بین شبکه های همکاری و عملکرد نوآورانه بنگاههای زود بازده اقتصادی در چین پرداخت. یافته های مطالعاتی او نشان داد که همکاری با موسسات دولتی اثری بر عملکرد نوآورانه شرکت ها ندارد، چرا که سیاست های موجود دولت اثری بر عملکرد نوآورانه شرکت ها نداشته و مسایل بروکراسی اداری در واقع مانعی برای نوآوری تلقی می شود. رابطه مثبت معنی دار بین همکاری نزدیک با مشتریان و تامین کنندگان نهاده ها اثر مثبت معنی دار بر عملکرد نوآورانه شرکت ها داشت (Zeng et al., 2010).

روش های افزایش توانائی های جذب تکنولوژی های نوین در صنایع غذایی کوچک دریایی

شرکت های کوچک و متوسط تفاوت هایی در توانائی ها و انگیزه ها، برای جذب و گسترش تکنولوژی های جدید دارند. نسبت کوچکی از صنایع غذایی کوچک دریایی قابلیت های توسعه تکنولوژیکی داخلی قوی، از قبیل مدیران و کارمندان خیلی ماهر دارند و ممکن است در صنایع و بازارهای خودشان پیشرو باشند. اکثر صنایع غذایی کوچک دریایی، تکنولوژی را (بجای توسعه، از آن

استفاده می کنند) با یک محدوده مختلطی از مهارت های داخلی دنبال می کنند. در صورتی که صنایع کوچک دیگر مخصوصاً در حرفه ها یا صنایع کاربر نسبتاً به تکنولوژی های جدید بی تفاوت هستند. اکثر روشهای انتشار تکنولوژی روی دو گروه اول از شرکت ها تمرکز دارند. شاید در سومین گروه بتوان یک نقش مهم برای تکنیک های نرم از قبیل، مدیریت، تولید و شیوه های نیروی کار اصلاح شده، قائل شد. این تکنیک ها می تواند موسسات را نسبتاً با هزینه کم ارتقا دهند (Martin, 2002).

سیاست های انتشار تکنولوژی اساساً برای ایجاد ساختار های کاملاً جدید نیست بلکه برای بهبود عملکرد ارتقا، انتشار از عناصر رایج است و موجب همکاری موثرتر با یکدیگر می شود. اقدامات ویژه ای که دولت ها برای افزایش قابلیت های جذب کنندگی صنایع غذایی کوچک دریایی دنبال می کنند، نیاز به کار در سطح موسسه و یا زیر ساخت های موجود از قبیل: زیرساخت های کسب و کار و زیرساخت های اجتماعی خواهد داشت.

عوامل موثر بر انتشار تکنولوژی در صنایع غذایی کوچک دریایی در ایران

الف) برنامه های آموزشی و افزایش آگاهی

- ارائه آموزش های ویژه به مدیران و کارآفرینان از طریق کارگاه های آموزشی - علمی و همچنین ایجاد ارتباط دائمی بین آنها و مشاوران متخصص، و آگاه در امر توسعه تکنولوژی می باشد

- ایجاد و توسعه شبکه های اطلاع رسانی رایانه ای و بانک های جامع اطلاعات فناوری؛ چرا که بدون وجود چنین امکانی عملاً بخش قابل توجهی از فرصت ها، توانائی ها و امکانات شرکت ها صرف جمع آوری و دسترسی به اطلاعات مورد نیاز آنها خواهد شد.

ب) برنامه های انگیزشی و حمایت های مالی

ارائه وام های بلندمدت با نرخ بهره کم، ضمانت وام ها و ... در ارتباط با هزینه های اولیه و جاری پذیرش تکنولوژی های جدید. تخفیف های مالیاتی تا سقف 70% برای شرکت های کوچک و متوسطی که موفق به انجام اختراع جدید، ابداع و نوآوری در تولید جدید، کاهش ضایعات و طراحی روش های جدید از خود شده اند.

معافیت های مالیاتی، گمرکی و ... به منظور جذب شرکت های خارجی بزرگ جهت سرمایه گذاری در داخل کشور
تأسیس مؤسسات خصوصی تأمین کننده سرمایه خطرپذیر و فرهنگ سازی برای قبولی صنایع غذایی کوچک دریایی و سهیم شدن این مؤسسات در سرمایه و سود آتی طرح های حمایت شده.

بیمه کردن سرمایه های افراد خود اشتغال برای سرمایه گذاری در تکنولوژی های جدید، در مقابل نوسانات اقتصادی مانند ورشکستگی، شکست خوردن طرح ها و فعالیت ها و یا بروز هرگونه حوادث غیر مترقبه.

ج) برنامه های تحقیقاتی و همکار یهای تحقیق و توسعه

- برای کاهش شکاف بین توسعه و بکارگیری تکنولوژی، انواع مکانیزم های تحقیقاتی مشترک بین بخش دولتی و خصوصی باید برقرار شود. این رو شها زمان تجاری سازی، نوآوری های تکنولوژی را کاهش داده و از طریق مشارکت صنایع، تحقیقات را در حوزه نیازها و فرصت های اصلی متمرکز می کند.

- تبادل پرسنل بین صنایع غذایی کوچک دولتی و همچنین در سطح بین المللی، برای یادگیری تکنولوژی های جدید و مشارکت در تحقیقات مشترک به منظور تأمین نیروی متخصص جهت جذب تکنولوژی های جدید و پیشرفته.

- ایجاد و توسعه شرکت های کوچک و متوسط صنعتی غیر تولیدی؛ این شرکت ها در زمینه های تحقیقاتی، آزمایشگاهی، اتاق های تست و کنترل، مشاوره رسانی صنعتی، طراحی و نقشه کشی فعالیت دارند.

- تأسیس مراکز تحقیقات و پژوهش های علمی - صنعتی مخصوص صنایع کوچک و متوسط با هدف استفاده از مراکز علمی و دانشمندان

نتیجه گیری

با توجه به موانع توسعه یافتگی بنگاه های کوچک و متوسط در کشور(همچون موانع مالی از قبیل فرایندهای بسیار طولانی اخذ وام، ارائه وثیقه های بانکی سنگین برای اخذ وام، هزینه زیاد فناوری های وارداتی و موانع ناشی از عدم دسترسی به اطلاعاتی همچون اطلاعات بازاریابی، تکنولوژی های جدید، نوآوری ها، تولیدات تکنولوژیک جدید و ...) و عدم رقابت پذیری آنها در بازارهای داخلی و خارجی، دولت و بطور اخص سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی به عنوان متولی در امر سیاست گذاری برای صنایع کوچک و متوسط کشور، ناگزیر به اجرای اقداماتی در خصوص رفع این موانع و کمک به بهبود ظرفیت جذب تکنولوژی های جدید در آنها می باشد. یکی از این اقدامات کمک به تسریع انتشار تکنولوژی در بین این بنگاه ها است. براین اساس چهار گروه برنامه انتشار تکنولوژی برای بنگاه های کوچک و متوسط استخراج شد. این چهار گروه شامل برنامه های آموزشی و افزایش

آگاهی، برنامه های انگیزشی و حمایت های مالی برنامه های تحقیقاتی و برنامه های ارتباطی و همکاری های فنی می باشد. همچنین از فاکتورهای مهم در مسیر انتشار و توسعه تکنولوژی این است که دولت به مکانیزم انتشار تکنولوژی در صنعت اهمیت دهد. همچنین دولت باید در تلاش برای برقراری حالتی نظام مند و سیستماتیک به سمت انتشار تکنولوژی در صنعت باشد و از حالت تصادفی و موردی و سلیقه ای خارج شود. به این منظور باید از متخصصین مدیریت تکنولوژی در سطوح سیاست گذاری و برنامه ریزی صنعتی کشور استفاده شود.

پیشنهادها

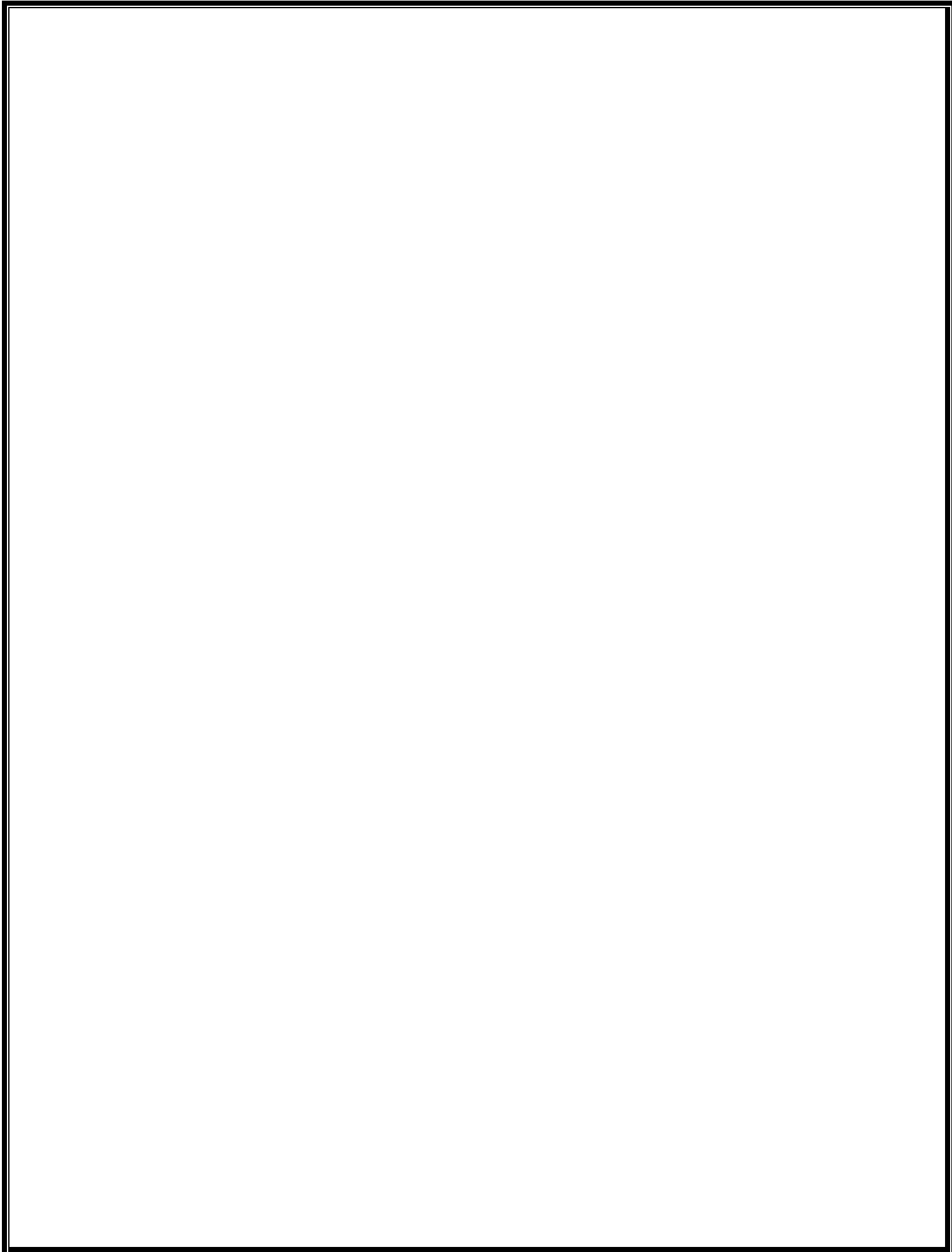
با توجه به وجود رابطه همبستگی و علت و معلولی بین نوآوری تکنولوژیک و سایر انواع نوآوری در محصول و فرآیند، پیشنهاد میشود که به منظور افزایش سطح نوآوری تکنولوژیک، به رشد و توسعه نوآوری در محصول و فرآیندها در شرکتهای مورد مطالعه توجه شود. بر اساس نتایج تحقیق، شرکتهای با سابقه بیشتر در زمینه تکنولوژی، نوآورتر بوده اند. با توجه به اینکه شرکتهای مورد مطالعه نسبتاً جوان بوده اند و سابقه کمتری دارند، پیشنهاد میشود توجه بیشتری در زمینه حمایت از نوآوری تکنولوژیک به عمل آید، به نحوی که کمبود سابقه و تجربه تاثیر منفی کمتری بر نوآوری تکنولوژیک از نوع رادیکال داشته باشد. به منظور تقویت واحدهای تحقیق و توسعه به نحوی که اثر مثبت بر نوآوری تکنولوژیک داشته باشند، پیشنهاد میشود که خدمات مشاوره ای و آموزشی به این واحدها ارائه شود. بر اساس نتایج تحقیق نیاز به ارتقاء کمیت و کیفیت دوره های آموزشی برای مدیران صنایع غذایی کوچک دریایی وجود دارد. پیشنهاد میشود که کارگروهی به این منظور تشکیل شود و دوره های آموزشی در تعداد بیشتر و با کیفیت بالاتر برنامه ریزی و اجرا شود.

منابع

- ملیحی، ف. (1375). مدیریت نوآوری در صنعت. اولین همایش مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن. انجمن تخصصی مرکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن. تهران.
- خسرویان، ا.، گل پرور، م. و آتش پور، س.ح. (1388). رابطه مولفه های جو سازمانی با زمینه اجرایی فرهنگ نوآوری در کارکنان شرکت سیمان سپاهان اصفهان. دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی، شماره 41.118-103.
- علیرضایی، ا. و تولایی، ر.ا. (1387). راهکارهای تقویت نوآوری و شکوفایی در سازمان. مجله مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، شماره 3 67-96.
- هادی پور، م. (1387). آسیب شناسی نوآوری در سازمان. ماهنامه دانشگاه تهران. شماره 41-67.43.
- آقادات، ر.، حاتمی، م. و حکیمی نیا، ب. (1389). بررسی عوامل موثر بر نوآوری سازمانی در میان مدیران (مطالعه موردی مدیران ارشد مخابرات استان اصفهان). فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، 4.170-127، (11).
- وحیدزاده، ع. (1383). آسیب شناسی مدیریت در شرکت های تعاونی تولید صنعتی. (تعاون، 60-64، شماره 159).
- حسینی، س.ج. و سلطانی، ش. (1390). مدیریت نوآوری کشاورزی. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی، واحد تربیت معلم

روزبهنائی، ش. (1388). بررسی عوامل موثر بر نوآوری تکنولوژیک در موسسات کوچک و متوسط. ط پایان- نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت تکنولوژی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.

- Bala subrahmanya M.H, (2003), "Pattern of Technological Innovation in SmallEnterprises : a Comparative perspective of Bangalore(India) and Natheast England (uk)", *Technovation* 25(3), 269–280.
- Da Silveira, Giovanni, (2001), "Innovation Diffusion: Research Agenda for Developing Economies", *Journal of Technovation*, Volume 21.
- Huang, Y. F., & Chen C. J. (2010). The impact of technological diversity and organizational slack on innovation. *Technovation*, 30(2010), 420–428.
- Koellinger, P. (2008). The relationship between technology, innovation and firm performance-empirical evidence from e-business in Europe. *Journal of Research Policy*, 37(2008), 1317-1328
- Kraatz, M. S., & Zajac, E. J. (1996). Exploring the limits of the new institutionalism: The causes and consequences of illegitimate organizational change. *American Sociological Review*, 6, 812–836
- Keizer, J., Dijkstra, L., & Halman, J. I. M. (2002). Explaining innovating efforts of SMEs, An exploratory survey among SMEs in the medical and electrical engineering sector in The Netherlands. *Technovation Journal*, 22(1), 1-13
- Galanakis, K. (2006). Innovation process makes sense using systems thinking. *Technovation Journal*, 26(2006), 1222–1232
- Björn, C., Johansson, L., & Kjellin, H. (2006). *Communication enabling the implementation of innovation, Kristianstad University*. SE-29188, Kristianstad, Sweden. Retrieved from <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:239524/FULLTEXT01/>
- Radas, S., & Bozic, L. (2009). The antecedents of SME innovativeness in an 2005). New product development in Thai agro-industry: Explaining the rates of innovation and success in innovation. *Journal of International Food and Agribusiness Management Review*, 8(3), 1-20
- Martin, Chris, (2002), "**Technology Diffusion Within Small and Medium Enterprises in Australia**", School of International Business University of South Australia, emerging transition economy. *Journal of Technovation*, 29(6-7), 438-450
- Kamal-Uddin, M. (2006). The role of diffusion of innovations for incremental development in small enterprises. *Technovation Journal*, 26(2006), 274–284.
- Sikka, P. (1991). Technological innovations by SME are in India. *Technovation Journal*, 19(1999), 317–321
- Tomlinson, P. R. (2010). Co-operative ties and innovation: Some new evidence for UK manufacturing. *Research Policy*, 39(2010), 762–775.
- Zeng, S. X., Xie, X. M., & Tam, C. M. (2010). Relationship between cooperation networks and innovation performance of SMEs. *Technovation Journal*, 30(2010), 181- 194.
- Dhamvithee, P., Shankar, B., & Wuttihumngong, P. (Adelaide



SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری STES



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



مقاله نویسی علوم انسانی
تربیه آموزشی

مقاله نویسی علوم انسانی



اصول تنظیم قراردادها
دوره آموزشی

اصول تنظیم قراردادها



آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقاله
تربیه آموزشی

آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقاله