

## تعیین موانع نوآوری باز در حوزه صنایع غذایی با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا

مهناز مهرعلی<sup>۱</sup>، سید حبیب الله میرغفوری<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه یزد (نویسنده مسئول)

<sup>۲</sup> استادیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه یزد

### چکیده

با توجه به اینکه وجود خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها ضروری است برخی منابع نبود خلاقیت و نوآوری را با نابودی سازمان در دراز مدت یکی دانسته‌اند. فرایند نوآوری در گذشته بستگی به منابع فکری درون سازمانی و تلاش برای توسعه و تجاری-سازی آنها در درون سازمان داشته است. اما امروزه پارادایم نوآوری باز باعث شده است که شرکت‌ها در کسب و کار خود از ایده‌ها و فناوری‌های بیرونی بیشتر استفاده کنند و به دیگر شرکت‌ها هم اجازه دهند از ایده‌های نوآورانه آنها استفاده کنند. نوآوری باز موضوعی است که در سال‌های اخیر به شدت مورد توجه محققان و مدیران قرار گرفته است. در این پژوهش سعی شد موانع نوآوری باز در حوزه صنایع غذایی را با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا مشخص کرد تا بتوان این موانع را برطرف و نوآوری باز را در این صنعت افزایش داد. با استفاده از این پژوهش مشخص گردید که این موانع عبارتند از: عدم اعتماد بین کارکنان، عدم توجه به مالکیت فکری، تعصبات مدیران بر باورها و مفروضات خود که بر اساس تجربه به دست می‌آید، عدم وجود مشوق‌های کافی برای نوآوری خود در شرکت، عدم توانایی جذب ایده‌ها، عدم آگاهی از تغییرات تکنولوژیک، ارتباط ضعیف مدیریت با کارکنان، ارتباط ضعیف سازمان با مشتریان و رقبا، وجود افراد با تخصص پایین در سازمان، بی‌توجهی به فعالیت‌های نوآورانه کارکنان، R&D ضعیف، عدم پویایی سازمان، موانع سیاسی، موانع فرهنگی، عدم وجود بازاری برای فروش فناوری، ارتباط ضعیف بین صنعت و دانشگاه، فضای رقابتی ضعیف در جامعه، وجود برخی قوانین دست و پاگیر.

**واژه‌های کلیدی:** نوآوری باز، تحلیل محتوا، صنایع غذایی