

بررسی برنامه‌های استراتژیک نوآورانه در راستای پیاده‌سازی اهداف سازمانی

مصطفی گوهری مقدم

کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، گرایش مدیریت استراتژیک، دانشگاه پیام نور واحد نیشابور

mgmlbo@gmail.com

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی برنامه‌های استراتژیک نوآورانه در راستای پیاده‌سازی اهداف سازمانی می‌باشد. این پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی و توسعه‌ای است. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران و کارشناسان برنامه‌ریزی در شرکت‌های صادرکننده استان اصفهان بوده که ۳۶ شرکت به طور تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. جهت جمع‌آوری داده‌ها از روش میدانی و ابزار پرسشنامه استفاده شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار Smart PLS و SPSS استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که برنامه‌های استراتژیک نوآورانه بر پیاده‌سازی اهداف سازمانی تاثیر مثبت و معنادار دارد. هم‌چنین مطابق نتایج بدست آمده، تعیین اهداف و استراتژی‌های نوآورانه، سنجش قابلیت‌ها و توانمندی‌ها و پایش و ارزیابی فعالیت‌ها نیز بر پیاده‌سازی اهداف سازمانی تاثیر مثبت و معنادار دارند.

کلیدواژه‌ها: برنامه‌های استراتژیک نوآورانه، اهداف سازمانی، استراتژی، نوآوری.

مقدمه

امروزه بسیاری از سازمان‌ها تغییر یافته‌اند. هر گونه تغییر نیازمند کارکنان و مدیرانی انطباق پذیر است که بتوانند با تغییرات سازگار شوند. بررسی‌های اخیر محققان نشان می‌دهد که اغلب سازمان‌های امروزی در محیط پیچیده و پویا قرار دارند. سازمان‌های بزرگ با تکیه بر نوآوری، در پی افزایش بهره‌وری و بهبود وضعیت اقتصادی هستند و یکی از دلایل عمده این توجه، وجود رقابت فزاینده بین جوامع است (بودور^۱ و همکاران، ۲۰۲۴). ادبیات مدیریت، نوآوری را به عنوان یک عامل حیاتی برای شرکت‌ها در جهت ایجاد ارزش و حفظ مزیت رقابتی در محیط به شدت پیچیده و پویای امروزی قلمداد می‌کند. در این میان ابداعات نوآورانه مستلزم گرایش بسیاری شدیدی، به دانش، تخصص و تعهدات کارمندان به عنوان ورودی‌های کلیدی در فرآیند خلق ارزش است. نوآوری فرایندی است که جهت ایجاد ارزش، طراحی و مدیریت می‌شود و به شکل خدمات، محصولات، فرایندها، تکنولوژی‌ها و سیستم‌های کسب و کار جدید ظاهر می‌شود (محمدی و همکاران، ۱۴۰۲).

نوآوری شاید مهمترین منبع ایجاد مزیت رقابتی باشد. در بلند مدت، رقابت می‌تواند به عنوان فرآیندی تلقی شود توسط نوآوری هدایت می‌شود. اگرچه همه نوآوری‌ها موفقیت آمیز نیستند اما همان تعداد اندکی که به موفقیت

نایل می‌شوند منابع عمده مزیت رقابتی هستند. دلیل این امر این است که نوآوری موفقیت آمیز ویژگی منحصر به فردی به سازمان می‌دهد که رقبا فاقد آن هستند (گولگتلی^۲ و همکاران، ۲۰۲۲). این منحصر به فرد بودن به سازمان اجازه می‌دهد تا خودش را از دیگر رقبا متمایز نموده و قیمت‌های بالاتری برای محصول خود مطالبه نماید. این نوآوری هم‌چنین به سازمان اجازه می‌دهد تا هزینه هر واحد محصول متمایز خود را نسبت به رقبا بسیار پایین تر بیاورد (ایتون و ووس^۳، ۲۰۲۱). برخی محققین نوآوری را به مفهوم ساده به عنوان تولید یک محصول جدید مورد توجه قرار داده بودند، اما نوآوری به مرور مفهومی بسیار گسترده و پیچیده با سطوح متفاوت از استراتژی‌ها را پیدا کرد. افراد و سازمان‌ها بایستی به این نکته توجه داشته باشند که سازمان‌های پیشرو تنها بر اساس یک یا دو نوع از استراتژی‌های نوآورانه حرکت نمی‌کنند؛ چون می‌دانند ندوین برنامه‌ها بر اساس یک استراتژی خاص باعث می‌شود نتوانند ارزش نوآوری‌های پیشنهاد شده را به سرعت و به درستی درک کنند و بدین ترتیب بسیاری از فرصت‌ها را از دست خواهند داد (ولف^۴ و همکاران، ۲۰۲۱).

برنامه‌ریزی استراتژیک شامل تعیین اهداف مهم و حیاتی سازمان و استراتژی‌های دستیابی به آنها با توجه به عوامل محیطی و با در نظر گرفتن آینده‌ی سازمان است. این نوع

^۳ Eaton & Voos
^۴ Wolf

^۱ Budur
^۲ Golightly

درست کار درست است. این تلاش سازمان یافته در صورت انجام اقدامات درست در زمینه های ذکر شده به گونه ای کارآمد در پیاده سازی اهداف سازمانی تاثیرگذار است (اسمیت^۹، ۲۰۲۰).

هدف سازمانی نماینگر یا نتیجه یا نقطه نهایی است که تلاش های سازمان در آن جهت صورت می گیرد. همه سازمانها و همه افراد برای خود هدف خاص خود را دارند و همه تلاشهای آنها حول محور و معطوف به آن هدف است. هدف هر فرد با فرد دیگر و هدف هر سازمان با سازمان دیگر متفاوت است (هراس^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۲).

امروزه آنچه که روشن است این است که هیچ سازمانی را نمی توانیم پیدا کنیم که دارای هدف نباشد چنین چیزی امکان ندارد فقط ممکن است در بعضی مواقع هدف بر همگان پوشیده باشد و فقط تعداد کمی از اعضا از آن مطلع باشند (کیموتو^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۳). همه

فعالیت‌های سازمان در جهت رسیدن سازمان به هدف تعیین شده است. در برنامه ریزی می توان هدف را نتیجه نهائی عملیات دانست. لذا هدف ها در برنامه ریزی باید مشخص و جزئی، قابل سنجش، واقع بینانه و قابل حصول باشد (اپریلیا^{۱۲} و همکاران، ۲۰۲۲).

قاضی نوری و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهش خود ابعاد همراستایی قابلیت های دیجیتال و استراتژی نوآوری را

برنامه‌ریزی در سطح عالی سازمان صورت می گیرد (سونی^۵، ۲۰۲۰). برنامه ی تاکتیکی توسط مدیران میانی به منظور اجرای برنامه ی استراتژیک در سطح بخش های سازمان تدوین می شود. هدف برنامه‌ریزی استراتژیک حفظ تعادل سازمان با محیط خارجی است. برنامه‌ریزی استراتژیک، آماده سازی سازمان برای پاسخگویی مناسب و به هنگام در مقابل تغییرات محیط داخل و خارج سازمان است و به همین جهت از پویایی کافی برخوردار است (کاترگی^۶ و همکاران، ۲۰۲۲). با پیش بینی آینده محتمل و برنامه‌ریزی استراتژیک، سازمان به طور هدفمند و با عزم راسخ در جهتی که آن را به مزیت برتری می رساند، حرکت کرده و از منابع در دسترس به طور منسجم و بهینه استفاده می کند (بارکسدال و لاند^۷، ۲۰۲۳).

برنامه‌ریزی استراتژیک تلاشی سازمان یافته و منظم برای اتخاذ تصمیمات بنیادی برای انجام اقدامات اساسی به منظور توسعه قابلیت های استراتژیک سازمان و دستیابی به مزیت برتری است (استوتی^۸ و همکاران، ۲۰۲۴). برنامه‌ریزی استراتژیک شامل تعیین اهداف استراتژیک، افزایش قابلیت ها و توانمندی های استراتژیک سازمان، تعیین استراتژی ها، تاکتیک ها و فعالیت های مناسب برای دستیابی به اهداف استراتژیک، پایش و ارزیابی منظم فعالیت های سازمان به منظور حصول اطمینان از انجام

^۹ Smith
^{۱۰} Heras
^{۱۱} Kimotho
^{۱۲} Aprillia

^۵ Soni
^۶ Chatterjee
^۷ Barksdale & Lund
^۸ Astuti

سیاسی و حقوقی» پایین‌ترین رتبه را به خود اختصاص داده‌اند. در نهایت، مدل ساختاری موانع اجرای برنامه ریزی استراتژیک در فدراسیون‌های ورزشی ایران تدوین شده و برازش آن مورد تأیید قرار گرفت.

جهانگیری و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی تحت عنوان "نحوه بکارگیری برنامه ریزی استراتژیک در شرکتها و سازمان های تولیدی" ارائه نمودند. این مقاله به کاربرد برنامه ریزی استراتژیک در سازمان ها و شرکت هایی می پردازد که در برنامه ریزی استراتژیک یک باشناخت عوامل داخلی و خارجی، تحلیل فرصت ها و تهدیدها، قوت ها و ضعف ها با توجه به ماموریت سازمان، اهداف بلندمدت تعیین را می کنند. این مقاله شامل مفاهیم، هدف مدیریت استراتژیک، استراتژی، برنامه ریزی استراتژیک، همچنین مراحل، اهداف، کاربرد وموانع و محدودیت های برنامه ریزی استراتژیک می باشد. در این پژوهش با استفاده از پرسشنامه و تحلیل SWOT، به بررسی فرصت، تهدید، نقاط قوت و ضعف کارخانه تولیدکننده فولاد پرداخته و در پایان نیز پیشنهادهای ارائه شده است.

هاک^{۱۳} (۲۰۲۰) طی پژوهشی در ارتباط با تاثیر برنامه ریزی راهبردی نیروی انسانی بر عملکرد شرکت، به این نتیجه رسید که برنامه ریزی راهبردی منابع انسانی تاثیر چشم گیری بر عملکرد ادراک شده سازمانی دارد.

در صنعت پتروشیمی مورد مطالعه قرار دادند. ابتدا با بررسی پیشینه مطالعات چارچوبی برای سنجش هر یک از متغیرها شکل گرفت و در ادامه پرسشنامه ای برای تحلیل ساختاری تأییدی مفاهیم و ابعاد شناسایی شده تدوین شد. این پرسشنامه با نظر ۹۹ نفر از متخصصان مدیریت نوآوری، فناوری های دیجیتال در صنعت و دانشگاه تکمیل شده است در نتیجه مشخص شد که برای سنجش میزان همراستایی بین قابلیت های دیجیتال و استراتژی نوآوری، می-توان خلق ارزش دیجیتال و فرایند نوآوری دیجیتال را برای استراتژی نوآوری، زیرساخت نوآوری دیجیتال و قابلیت نوآوری دیجیتال را برای قابلیت دیجیتال و همچنین مکمل بودن، موازنه و هماهنگی را برای متغیر همراستایی به عنوان ابعاد سنجش در نظر گرفت.

نیک دست (۱۴۰۱) طی پژوهشی به طراحی مدل ساختاری موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیون های ورزشی ایران پرداخته است. نتایج نشان داد که ۱۱ عامل اصلی موانع اجرای برنامه ریزی استراتژیک در فدراسیون های ورزشی منتخب ایران را تشکیل می دهند. همچنین، بین موانع اجرای برنامه ریزی استراتژیک در فدراسیون های ورزشی منتخب ایران از دیدگاه نمونه های تحقیق تفاوت معناداری وجود دارد؛ به طوری که «موانع مدیریتی» بالاترین رتبه و «محیط

فرضیه چهارم: پایش و ارزیابی فعالیت‌ها بر پیاده‌سازی اهداف سازمانی تاثیر مثبت و معنادار دارد

روش پژوهش

این پژوهش براساس هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و توسعه‌ای محسوب می‌شود. همچنین این تحقیق بر اساس ماهیت انجام کار از نوع توصیفی می‌باشد که از قابلیت‌های خاص متناسب با این موضوع برخوردار است. جامعه آماری پژوهش را مدیران و کارشناسان برنامه‌ریزی در شرکت‌های صادرکننده استان اصفهان بوده که از این تعداد، ۳۶ شرکت به طور تصادفی ساده مورد شناسایی و انتخاب قرار گرفتند.

جهت جمع‌آوری داده‌ها از روش میدانی و ابزار پرسشنامه استفاده شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم افزار Smart PLS و SPSS استفاده شده است.

نتایج پژوهش

نتایج مربوط به داده‌های جمع‌آوری شده درخصوص هر یک از متغیرهای پژوهش در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار
برنامه‌های استراتژیک نوآورانه	۳/۶۱	۰/۶۳
تعیین اهداف و استراتژی‌های نوآورانه	۳/۵۱	۰/۷۳
سنجش قابلیت‌ها و توانمندی‌ها	۳/۵۱	۰/۷۴

لطیف و همکاران (۲۰۱۶) موانع برنامه‌ریزی راهبردی موثر را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که برای رسیدن به اهداف برنامه‌ریزی راهبردی مؤثر، مدیریت مؤثر و مدیریت تغییرات ضروری است. همچنین رهبری شامل مشارکت کارمندان در روند تصمیم‌گیری همراه با شرح صریح از نقش آنها در سازمان و از سوی دیگر، ساز و کار کامل حسابدهی کارکنان و چک کردن منظم برای حذف این موانع الزامی است.

بر اساس آنچه که بیان شد و اهمیت موضوع، در این پژوهش به بررسی برنامه‌های استراتژیک نوآورانه در راستای پیاده‌سازی اهداف سازمانی پرداخته شده و فرضیه‌های زیر مطرح می‌گردد:

فرضیه اول: برنامه‌های استراتژیک نوآورانه بر پیاده‌سازی اهداف سازمانی تاثیر مثبت و معنادار دارد

فرضیه دوم: تعیین اهداف و استراتژی‌های نوآورانه بر پیاده‌سازی اهداف سازمانی تاثیر مثبت و معنادار دارد

فرضیه سوم: سنجش قابلیت‌ها و توانمندی‌ها بر پیاده‌سازی اهداف سازمانی تاثیر مثبت و معنادار دارد

۰/۷۰	۳/۵۲	پایش و ارزیابی فعالیت‌ها
۰/۷۴	۳/۷۱	پیاده‌سازی اهداف سازمانی

آلفای کرونباخ شاخصی است که برآوردی را برای پایایی براساس همبستگی درونی ارائه می‌دهد. به منظور محاسبه پایایی، معیار دیگری نیز وجود دارد که به آن پایایی ترکیبی گفته می‌شود. برای سنجش بهتر پایایی، هر دوی این معیارها استفاده شده است. برای پایایی مرکب میزان بالای ۰/۷ مناسب ذکر شده است. گزارش این معیارها در جدول ۲ نشان داده شده است.

جهت سنجش برازش مدل اندازه‌گیری از پایایی شاخص، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده گردیده است. پایایی شاخص برای سنجش پایایی درونی، شامل سه معیار آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و ضرایب بارهای عاملی است.

جدول ۲. میزان آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

ضریب پایایی ترکیبی	ضریب آلفای کرونباخ	متغیر
۰/۸۸	۰/۷۹	برنامه‌های استراتژیک نوآورانه
۰/۸۳	۰/۷۵	تعیین اهداف و استراتژی‌های نوآورانه
۰/۸۶	۰/۸۰	سنجش قابلیت‌ها و توانمندی‌ها
۰/۸۰	۰/۸۱	پایش و ارزیابی فعالیت‌ها
۰/۸۱	۰/۷۴	پیاده‌سازی اهداف سازمانی

واریانس استخراج شده AVE را به عنوان معیاری برای اعتبار همگرا پیشنهاد نموده‌اند. مقدار بالای ۰/۵، میزان مطلوب این معیار را بیان می‌کند. مقدار متوسط واریانس استخراج شده AVE برای متغیرهای مکنون بالاتر از ۰/۵ است. بنابراین، روایی همگرای مدل‌های اندازه‌گیری نیز مطلوب می‌باشد.

همانگونه که مشاهده می‌شود میزان ضرایب هر دو روش از ۰/۷ بالاتر بوده و این نشان دهنده پایایی مناسب مدل می‌باشد.

روایی همگرا معیار دیگری است که برای برازش مدل‌های اندازه‌گیری در روش مدل‌سازی معادلات ساختاری بکار برده می‌شود. فورنل و لارکر، متوسط

نتایج بدست آمده از تحلیل مدل ساختاری در جدول ۳، مناسبی می باشد. علاوه بر این، به منظور بررسی قدرت معیار R^2 را برای تمامی متغیرهای دورن زای مدل پژوهش نشان می دهد. نتایج این معیار نشان می دهد که برازش مدل ساختاری بیشتر متغیرها قوی و در حد پیش بینی مدل، از Q^2 استفاده شده است. همانگونه که مشاهده می شود، مدل از قدرت پیش بینی قوی برخوردار است.

جدول ۳. مقادیر R^2 و Q^2

متغیر	R^2	Q^2
تعیین اهداف و استراتژی های نوآورانه	۰/۷۱	۰/۴۴
سنجش قابلیت ها و توانمندی ها	۰/۷۴	۰/۴۷
پایش و ارزیابی فعالیت ها	۰/۷۵	۰/۴۸
پیاده سازی اهداف سازمانی	۰/۷۱	۰/۴۰

پس از بررسی برازش مدل های اندازه گیری و مدل ساختاری و داشتن برازش مناسب مدل ها، به بررسی و آزمون فرضیه های پژوهش پرداخته شده است. لذا نتایج حاصل از ضرایب معناداری برای هر یک از فرضیه ها در جدول ۴ ارائه شده است. نتایج نشان می دهد که تمام فرضیه های پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است.

جدول ۴. آزمون فرضیه‌ها

فرضیه	T-value	ضریب مسیر	نتیجه آزمون
برنامه های استراتژیک نوآورانه بر پیاده سازی اهداف سازمانی تاثیر معنادار دارد	۵/۹۸	۰/۴۸	تایید
تعیین اهداف و استراتژی های نوآورانه بر پیاده سازی اهداف سازمانی تاثیر معنادار دارد	۴/۳۲	۰/۳۸	تایید
سنجش قابلیت ها و توانمندی ها بر پیاده سازی اهداف سازمانی تاثیر معنادار دارد	۴/۱۵	۰/۳۴	تایید

تایید	۰/۴۴	۳/۲۳	پایش و ارزیابی فعالیت ها بر پیاده سازی اهداف سازمانی تاثیر معنادار دارد
-------	------	------	---

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بر مبنای بررسی برنامه‌های استراتژیک نوآورانه در راستای پیاده‌سازی اهداف سازمانی می‌باشد.

یافته‌های پژوهش به شرح زیر ارائه می‌گردد:

با توجه به نتایج بدست آمده، فرضیه اول پژوهش مبنی بر تاثیر مثبت و معنادار برنامه‌های استراتژیک نوآورانه بر پیاده‌سازی اهداف سازمانی تایید شده است. استفاده مطلوب از برنامه‌های استراتژیک نوآورانه، قابلیت اتخاذ تصمیمات درست تر و خردمندانه تر شرکت‌ها را فراهم نموده و به انجام اقدامات مناسب و اثربخش جهت ارتقای پیاده‌سازی اهداف سازمانی منجر می‌شود.

با توجه به نتایج بدست آمده، فرضیه دوم پژوهش مبنی بر تاثیر مثبت و معنادار تعیین اهداف و استراتژی‌های نوآورانه بر پیاده‌سازی اهداف سازمانی تایید شده است. تعیین اهداف و استراتژی‌های نوآورانه می‌تواند شرکت را به سمت نوآوری سوق داده و با اجرای تغییرات گسترده و به روز در پیاده‌سازی اهداف سازمانی اثربخش باشد.

با توجه به نتایج بدست آمده، فرضیه سوم پژوهش مبنی بر تاثیر مثبت و معنادار سنجش قابلیت‌ها و توانمندی‌ها بر پیاده‌سازی اهداف سازمانی تایید شده است. سنجش قابلیت‌ها و توانمندی‌ها ظرفیت بالایی را جهت تصمیم

گیری هر چه بهتر بر اساس اطلاعات کامل، به دنبال دارد. بنابراین یکی از مهم‌ترین مزایای سنجش قابلیت‌ها و توانمندی‌ها ارتقای پیاده‌سازی اهداف سازمانی خواهد بود.

با توجه به نتایج بدست آمده، فرضیه چهارم پژوهش مبنی بر تاثیر مثبت و معنادار پایش و ارزیابی فعالیت‌ها بر پیاده‌سازی اهداف سازمانی تایید شده است. توانایی شرکت‌ها در پایش و ارزیابی فعالیت‌های نوآورانه و پروژه‌های توسعه بخش و موثر همواره یکی از پارامترهای مهم در پیاده‌سازی اهداف سازمانی محسوب می‌شود.

می‌توان نتیجه‌گیری نمود به کارگیری مطلوب برنامه‌های استراتژیک نوآورانه و قابلیت‌های آن می‌تواند به تحول برنامه‌های استراتژیک براساس نیازهای جدید در کسب و کار منجر شده و پیاده‌سازی اهداف نوین سازمانی را در شرکت‌های مربوطه به دنبال داشته باشد. لازمه تدوین و اجرای مناسب برنامه‌های استراتژیک نوآورانه شناسایی قابلیت‌های موثر در تدوین، اجرا و ارزیابی آنها می‌باشد. در دنیای واقعی ممکن است میان تدوین، اجرا و ارزیابی برنامه‌های استراتژیک نوآورانه فاصله باشد، اما این دو وسیله وابستگی شدیدی با یکدیگر دارند. تدوین بر اجرا و ارزیابی اثر می‌گذارد و متقابلاً در طول زمان،

- نیک دست، حوریه. (۱۴۰۱). طراحی مدل ساختاری موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیون های ورزشی ایران. *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۲۱(۵۵)، ۱۴۷-۱۶۴.

- Aprillia, A. A., Setyabudi, C. M., & Nita, S. (۲۰۲۲). Organizational citizenship behavior (OCB) in achieving police organization goals. *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi Dan Perubahan Sosial*, 9(1), ۱۳۱-۱۳۹.

- Astuti, N. S. E., Syah, T. Y. R., & Indradewa, R. (۲۰۲۴). Strategic Planning and Human Capital Plan in Bina Insani University Business Development Project at Cikarang Campus. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), ۲۸-۳۷.

- Barksdale, S., & Lund, T. (۲۰۲۳). *10 steps to successful strategic planning*. Association for Talent Development.

- Budur, T., Demirer, H., & Rashid, C. A. (۲۰۲۴). The effects of knowledge sharing on innovative behaviours of academicians; mediating effect of innovative organization culture and quality of work life. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 16(۲), ۴۰۵-۴۲۶.

اجرا و ارزیابی استراتژی های نوآورانه نیز اثراتی بر برنامه‌ریزی و تدوین خواهد گذاشت. دستیابی به اهداف سازمانی پیامد های برنامه ریزی استراتژیک نوآورانه موفق بوده و زمانی محقق خواهند شد که متصدیان اجرا و ارزیابی هم در فرایند برنامه‌ریزی حضور داشته باشد. از جمله محدودیت های پژوهش می توان به سنجش متغیرها به صورت ذهنی و از طریق پرسشنامه اشاره نمود، در حالیکه پیشنهاد می شود در پژوهش‌های آتی این امر از طریق معیارهای عینی یا مصاحبه سنجیده شود.

منابع

- جهانگیری، سمیه، فرنیا، مهدی، و ثابتی چوبدار، لیلی. (۱۴۰۰). نحوه بکارگیری برنامه ریزی استراتژیک در شرکتها و سازمان های تولیدی، کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی.

- قاضی نوری، سروش، آقازاده مسرور، سهراب، نقی زاده، محمد، حاجیان حیدری، مجتبی. (۱۴۰۳).

ابعاد همراستایی قابلیت های دیجیتال و استراتژی نوآوری در صنعت پتروشیمی، *مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند*، ۱۲(۴۷)، ۲۲۳-۲۶۹.

- محمدی، فریما، حسینی شکیب، مهرداد، زنگنه، فرزانه. (۱۴۰۲). رویکرد نوآوری، عملکرد نوآوری و عملکرد سازمان: نقش میانجی قابلیت بازاریابی استراتژیک، *فصلنامه زیست بوم نوآوری*، ۳(۳)، ۵۹-۸۶.

- Social Responsibility and Environmental Management*, 29(۲), ۳۱۶-۳۲۸.
- Kimotho, C., & Ngetich, M. (۲۰۲۳). Integration of Organizational Goals with Individual Goals as a Basis of Competitive Advantage for Bata Shoe Company Limited, Kenya. *International Journal of Social Sciences Management and Entrepreneurship (IJSSME)*, 7(۱).
 - Latif, B., Rashid, F., Hussain, A., and Kashef, M. (۲۰۱۶). Barriers to Effective Strategic Planning. *International Journal of Management & Organizational Studies*. ۱۲(۱), ۱۹-۳۱.
 - Smith, R. D. (۲۰۲۰). *Strategic planning for public relations*. Routledge.
 - Soni, V. D. (۲۰۲۰). Importance and Strategic Planning of Team Management. *International Journal of Innovative Research in Technology*, 7(۲), ۴۷-۵۰.
 - Wolf, V., Dobrucka, R., Przekop, R., & Haubold, S. (۲۰۲۱). Cooperative innovation strategies-review and analysis. *LogForum*, 17(۴).
 - Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., & Basile, G. (۲۰۲۲). Digital transformation and entrepreneurship process in SMEs of India: a moderating role of adoption of AI-CRM capability and strategic planning. *Journal of Strategy and Management*, 15(۳), ۴۱۶-۴۳۳.
 - Eaton, A. E., & Voos, P. B. (۲۰۲۱). Unions and contemporary innovations in work organization, compensation, and employee participation.
 - Golightly, L., Chang, V., Xu, Q. A., Gao, X., & Liu, B. S. (۲۰۲۲). Adoption of cloud computing as innovation in the organization. *International Journal of Engineering Business Management*, 14, ۱۸۴۷۹۷۹۰۲۲۱۰۹۳۹۹۲.
 - Haque, A. (۲۰۲۰). Strategic HRM and organisational performance: Does turnover intention matter? *International Journal of Organizational Analysis*, ۲۹(۳), ۶۵۶-۶۸۱.
 - Heras-Saizarbitoria, I., Urbietta, L., & Boiral, O. (۲۰۲۲). Organizations' engagement with sustainable development goals: From cherry-picking to SDG-washing?. *Corporate*