

چکیده

سازمان‌ها برای اینکه بتوانند به حیات و روند موفقیت خویش ادامه دهند به انجام دادن نوآفرینی و دارا شدن يك ساختار مدیریتی که بتواند استراتژی‌های باز و رو به بیرون تشکیل دهد، وابسته می‌ماند. چرا که هدف اساسی استراتژی آن است که ، تا آنجائی که منابع و توانایی‌های سازمان اجازه می‌دهد انطباقش با محیط ، فراهم آید، با این فرض اساسی، که استراتژی سازمان تعیین‌کننده ساختار سازمانی است و بر عملکرد سازمان اثر می‌گذارد. از این رو پژوهش حاضر با هدف تاثیر پیاده سازی استراتژی نوآوری بر عملکرد و به صورت مورد مطالعه در شرکت های AHP اجتماعی و محیطی سازمان ها و اولویت بندی ابعاد آن ها با استفاده از تکنیک تولید و توزیع زمزم ایران صورت پذیرفته است که پژوهشی کاربردی-توصیفی محسوب می گردد. کلیه مدیران و کارشناسان ارشد شرکت های تولید و توزیع زمزم ایران می‌باشد که تعداد ۱۰۰ پرسشنامه به روش غیر احتمالی، هدفدار قضاوتی در دسترس، میان مدیران و کارشناسان ارشد توزیع گردید. یافته های تحقیق ضمن تایید کلیه فرضیه های تحقیق نشان داده است که استراتژی نوآوری محیطی بر عملکرد اجتماعی و عملکرد زیست محیطی تاثیر مثبت و معنی داری دارد (ضریب مسیر ۰.۶۳ و ۰.۵۷) و در نهایت پیشنهاداتی به سازمان ارائه گردیده است.

واژگان کلیدی: استراتژی نوآوری ، عملکرد اجتماعی، عملکرد محیطی