

L'IMPACT DE L'INNOVATION SUR LA PERFORMANCE ORGANISATIONNELLE DES ENTREPRISES : REVUE DE LITTÉRATURE

THE IMPACT OF INNOVATION ON THE ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF COMPANIES: LITERATURE REVIEW

Imane AZZI

Doctorante affiliée

L'École Nationale de Commerce et de Gestion Agadir

Université ibn zohr

Laboratoire de Recherche en Management et Aide à la Décision (LARMAD)
MAROC

Lamia EL KAHRI

Enseignante chercheuse

L'École Nationale de Commerce et de Gestion Dakhla

Université ibn zohr

Laboratoire de Recherche en Management et Aide à la Décision (LARMAD)
MAROC

Date de soumission : 27/12/2023

Date d'acceptation : 05/04/2024

Pour citer cet article :

AZZI I. & EL KAHRI L. (2024) « L'IMPACT DE L'INNOVATION SUR LA PERFORMANCE ORGANISATIONNELLE DES ENTREPRISES : REVUE DE LITTÉRATURE », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 7 : Numéro 2 » pp : 1 - 26

Résumé

Dans un environnement en évolution rapide d'aujourd'hui, le lien entre l'innovation et la performance organisationnelle est devenu un point central de la recherche universitaire et de la gestion pratique. Dans un contexte de concurrence intense sur le marché, les organisations conçoivent continuellement des stratégies pour conserver leur avantage et atteindre leurs objectifs stratégiques, l'innovation apparaît comme une solution clé pour atteindre un certain niveau de performance. Cet article explore la manière dont l'innovation influence divers aspects de la réussite organisationnelle, en s'appuyant sur un examen approfondi de la littérature existante et d'études empiriques. Il révèle la nature multiforme de l'innovation, couvrant les dimensions produit, processus, marketing et organisationnelle, et élucide leurs contributions uniques aux résultats de la performance globale. En outre, ce travail étudie les mécanismes par lesquels l'innovation améliore la qualité des produits, la part de marché, la rentabilité et l'adaptabilité. Il examine également les facteurs modérateurs qui façonnent cette relation. Essentiellement, le présent papier offre une compréhension globale de l'interaction dynamique entre l'innovation et la performance organisationnelle, soulignant son rôle central en tant que moteur de réussite. En développant cette relation, les organisations peuvent tirer efficacement parti de l'innovation pour renforcer leur compétitivité et leurs performances globales.

Mots clés : Innovation ; performance ; types d'innovation ; compétitivité ; performance organisationnelle.

Abstract

In today's rapidly changing environment, the link between innovation and organizational performance has become a central point of academic research and practical management. In an environment of intense competition in the market, organizations are constantly developing strategies to maintain their advantage and their strategic goals. Innovation appears as a key solution to achieving a certain level of performance. This article explores how innovation influences various aspects of organizational success, based on an in-depth review of existing literature and empirical studies. It reveals the multifaceted nature of innovation, covering product, process, marketing, and organizational dimensions, and highlights its unique contributions to overall performance results. Furthermore, the present article, examines the mechanisms by which innovation improves product quality, market share, profitability, and adaptability. It also examines the moderating factors that shape this relationship. Essentially, this paper provides a comprehensive understanding of the dynamic interaction between innovation and organizational performance, highlighting its central role as a driver of success. By developing this relationship, organizations can effectively leverage innovation to enhance their overall competitiveness and performance.

Keywords: Innovation; performance; types of innovation; competitiveness; organizational performance.

Introduction

Au cours des dernières décennies, l'innovation est de plus en plus importante pour une organisation dans un environnement compétitif et dynamique (Damanpour, 2019, 2020a; Jenatabadi, 2015). (Zahra & Bogner, 2000) suggèrent que l'innovation peut avoir un impact sur la structure (J. Chen et al., 2019), la performance ou l'avantage concurrentiel (Clark & Guy, 1998) de n'importe quel secteur, tout en constituant un avantage important pour une entreprise désireuse de défier un concurrent bien positionné dans le marché. En effet, Le succès potentiel d'une entreprise dépend de sa performance organisationnelle (Clark & Guy, 1998), c'est-à-dire, de sa capacité à mettre en œuvre efficacement des stratégies pour atteindre les objectifs institutionnels (X. Li et al., 2022; Onikoyi, 2017). En outre, plusieurs variables constituent la performance organisationnelle (Damanpour, 2019; X. Li et al., 2022), telles que l'efficacité du modèle d'affaires (Ramdani et al., 2019), l'efficacité et les résultats (Ryan & Tipu, 2013) tout en intégrant la variable « Innovation » (Boyatzis & Ratti, 2009).

En effet, l'innovation, en tant qu'actif immatériel (Akinde & Bako, 2020), devient un facteur critique pour la survie et la compétitivité des entreprises (Svašek, 2019). En outre, l'innovation semble être devenue l'un des principaux moteurs de la compétitivité et de réussite des entreprises (Damanpour, 2019, 2020a; Gopalakrishnan, 2000; Samuelsson, 2023). Les entreprises innovantes croissent plus rapidement, elles ont une productivité plus élevée et elles sont plus rentables que leurs homologues moins innovantes (Yannopoulos et al., 2011). Cette innovation est de plus en plus considérée comme une discipline gérée plutôt que comme une activité de changement occasionnelle où l'amélioration de la capacité d'innovation des organisations est devenue un objectif organisationnel majeur pour obtenir un avantage sur les concurrents (Drucker & Noel, 1986).

Aujourd'hui, le développement rapide de la technologie, le rétrécissement du marché extrêmement instable, crises ...etc., (Damanpour, 2020b; Lalic et al., 2017; Sappasert & Clausen, 2012; Soomro et al., 2020; Suominen & Jussila, 2009; Valenzuela-Fernández et al., 2021) ces facteurs ont mis en avant des exigences plus élevées pour le développement des entreprises. À l'heure actuelle, il existe de nombreuses recherches sur l'innovation des entreprises (Samuelsson, 2023), mais dans de nombreuses entreprises, l'innovation n'a apporté qu'une croissance des performances à court terme (Suominen & Jussila, 2009). Cela est dû au fait que, dans un environnement aussi dynamique, une gestion extensive ne peut plus répondre aux besoins de croissance des entreprises (Mahar et al., 2021). Par conséquent, la structure

organisationnelle, en tant que cadre d'une entreprise, a attiré l'attention renouvelée de nombreux chercheurs et gestionnaires, car elle constitue le fondement du fonctionnement et de la gestion (Tsai et al., 2020).

De plus, l'innovation favorise les changements au sein des organisations de tous les secteurs ainsi que l'innovation organisationnelle met en œuvre des pratiques inhabituelles (Tsai et al., 2020) et de nouvelles idées qui reconnaissent un impact pratique grâce à de nouveaux changements au sein des organisations (Diaconu, 2011). Cependant, l'innovation est considérée comme un facteur essentiel qui influence le succès et la performance des organisations. Ainsi, l'innovation organisationnelle est en effet une véritable innovation observable (Suominen & Jussila, 2009; van Acker, 2018; Zahra & Bogner, 2000), car elle peut augmenter la productivité et les profits, améliorant ainsi la compétitivité de l'entreprise (Forbes, 2016).

Comprendre la relation entre les performances d'innovation de l'organisation dans organisations est approprié pour les chercheurs, ainsi que pour les dirigeants des entreprises (Damanpour, 2020a). La question de la compréhension des innovations et de leur relation avec la performance de l'organisation est devenue encore plus importante ces dernières années, la logique étant d'encourager les entreprises à innover qui conduiront à une meilleure performance économique (Onikoyi, 2017).

Pour cela, la problématique entourant notre thématique soulève une question cruciale sur la relation entre l'innovation et la performance organisationnelle dans le contexte des entreprises contemporaines. Cette revue de littérature explore les diverses perspectives et recherches empiriques qui examinent comment l'innovation influence la compétitivité, la croissance et la durabilité des entreprises. Elle interroge également les mécanismes sous-jacents par lesquels l'innovation peut stimuler ou entraver la performance organisationnelle, en mettant en lumière des aspects tels que la gestion de l'innovation, la culture organisationnelle, la collaboration interne et externe, ainsi que les implications stratégiques. En mettant en évidence les principaux résultats, tendances et lacunes de la littérature, cette étude cherche à éclairer les praticiens et les chercheurs sur les stratégies et les conditions favorables à l'intégration réussie de l'innovation pour améliorer la performance des entreprises.

Pour résumer, le présent travail se concentre premièrement dans la section 2 sur la méthodologie adoptée dans cet article. Suivi par la section 3 qui présente la mise en présentation du concept de la performance organisationnelle. La section 4 présente la définition de la notion

d'innovation et son positionnement dans la théorie. Suivie par la section 5 qui est dédiée à la présentation de la relation entre l'innovation et la performance organisationnelle. La section 6 est dédiée à une conclusion générale.

1. Méthodologie

En menant une revue de littérature scientifique qui vise à comprendre « L'impact de l'innovation sur la performance organisationnelle des entreprises », cette étude suit une méthodologie structurée pour synthétiser la littérature existante sur le sujet. L'objectif de cette revue est de fournir une analyse approfondie de la relation entre l'innovation et la performance organisationnelle tout en identifiant les thèmes clés, les tendances et les lacunes dans les connaissances. Pour cela, la première étape s'incarne dans la définition de l'objectif de la recherche, qui consiste à examiner l'impact de l'innovation sur la performance organisationnelle. La portée de l'examen englobe des cadres théoriques et des modèles conceptuels. Suite à l'étape initiale, une stratégie de recherche complète est utilisée pour identifier les sources pertinentes. Cela inclut l'utilisation de bases de données académiques, de revues. Des mots-clés et termes de recherche liés à « innovation », « performance organisationnelle » et leurs synonymes sont utilisés pour récupérer des articles et des études. Ensuite, un processus de sélection sera mené sur la base des titres et des résumés afin de déterminer leur adéquation avec les objectifs de la revue. Le processus d'extraction des données impliquera la catégorisation et la synthèse des informations sur les relations identifiées entre l'innovation et la performance organisationnelle, y compris les variables clés, la méthodologie et les résultats importants. Enfin, la phase de synthèse impliquera une analyse thématique, regroupant les études déjà existantes sur la base de thèmes communs, de méthodologies et de leurs conclusions respectives. Cela facilitera l'identification des modèles, des écarts et des lacunes dans la littérature actuelle sur l'impact de l'innovation sur la performance organisationnelle.

2. Présentation du concept de la performance organisationnelle

La performance organisationnelle est une notion primordiale dans la gestion des entreprises modernes. Elle couvre l'efficacité, l'efficience et la capacité d'une organisation à réaliser ses objectifs stratégiques tout en maximisant l'utilisation de ses ressources.

2.1. Définition de la performance organisationnelle

L'une des questions importantes dans le monde des affaires est de savoir pourquoi certaines organisations réussissent alors que d'autres échouent. La performance organisationnelle est la question la plus importante pour chaque organisation, qu'elle soit à but lucratif ou non. En effet, il est très important pour les managers de savoir quels facteurs influencent la performance d'une organisation afin de pouvoir prendre les mesures appropriées pour les initier (Mahar et al., 2021). D'ailleurs, la performance est un concept contextuel associé au phénomène étudié

(Almatrooshi et al., 2016). En général, le concept de performance organisationnelle repose sur l'idée qu'une organisation est l'association volontaire d'actifs productifs, y compris de ressources humaines, physiques et financières, dans le but d'atteindre un objectif commun (Burgess & Street, 2012; Conțu, 2020; Singh & Gupta, 2019).

Aujourd'hui, la performance organisationnelle est probablement la variable dépendante la plus fréquemment utilisée dans la recherche organisationnelle (Almatrooshi et al., 2016). Pourtant, elle reste l'un des concepts les plus vagues et les plus vaguement définis (Hooi & Payambarpour, 2017). Cependant, la définition de la performance organisationnelle est une question étonnamment ouverte et peu d'études utilisent des définitions et des mesures cohérentes. En raison de considérations économiques, la performance organisationnelle est devenue une variable d'étude importante qui a des implications non seulement sur les processus au niveau de l'organisation, mais également sur la manière dont les processus au niveau individuel et collectif sont modélisés (Abu-jarad, 2022). Pour cela, la performance peut être définie de différentes manières (Conțu, 2020).

En réalité, la performance organisationnelle relève de la responsabilité de tous les individus qui travaillent pour une organisation. Si les individus travaillant dans une organisation, et donnent le meilleur d'eux-mêmes et fonctionnent de manière optimale, la performance globale de l'organisation s'en trouvera améliorée. Ainsi, la performance organisationnelle est le reflet de la performance individuelle (Conțu, 2020; Kumar et al., 2015; Yildiz, 2014).

Selon (Addin, 2020), la performance organisationnelle est la performance cumulée des employés. Plus la performance de l'employé est élevée, plus la performance organisationnelle sera élevée aussi. Selon (Kumar et al., 2015), la performance des employés et la performance organisationnelle sont étroitement liées. En effet, Les objectifs organisationnels ne peuvent être séparés des ressources appartenant à l'organisation qui sont gérées par des employés qui jouent un rôle actif en tant qu'acteurs dans la réalisation des objectifs organisationnels. (Hooi & Payambarpour, 2017; Silva et al., 2020) affirment que, la performance organisationnelle est un indicateur qui évalue dans quelle mesure une entreprise atteint ses objectifs. Dans le même contexte, et selon (Božić, 2023), une organisation est également définie comme une organisation globale destinée à répondre aux besoins fixés par chaque groupe concerné par le biais d'efforts systémiques et à continuer d'améliorer la capacité de l'organisation à répondre efficacement à ses besoins. Sur la base de certaines des opinions ci-dessus, on peut affirmer que

la nature de l'organisation est une description du travail d'activités collaboratives au sein de l'organisation pour atteindre les objectifs organisationnels déclarés.

Cependant, définir, conceptualiser et mesurer la performance n'a pas été une tâche facile. Les chercheurs ont entre eux des opinions et des définitions différentes de la performance, ce qui reste une question controversée parmi les chercheurs en organisation (Burgess & Street, 2012). En outre, la question centrale concerne la pertinence des diverses approches de l'utilisation des concepts et de la mesure de la performance organisationnelle (L. A. Ho, 2008). Pour cela, le tableau suivant résume l'ensemble de définitions de la performance organisationnelle selon différents auteurs.

Table 1 : Définitions de la performance organisationnelle

Auteur(s)	Définition
(Božić, 2023)	Est la mesure dans laquelle une organisation atteint ses objectifs et ses buts. Il s'agit d'une mesure de l'efficacité avec laquelle une organisation utilise ses ressources, humaines et non humaines, pour accomplir sa mission et apporter de la valeur à ses parties prenantes.
(Akpa et al., 2021)	Est la capacité de l'organisation à atteindre ses objectifs en utilisant les ressources de manière efficiente et efficace.
(D. Wade & Recardo, 2001)	Est la capacité de l'organisation à atteindre ses buts et objectifs.
(D. Wade & Recardo, 2001)	Est le degré de réalisation de la mission de travail, mesuré en termes de résultats du travail, d'actifs incorporels, de lien client et de services de qualité.
(Kaplan & Norton, 2001)	Est la capacité de l'organisation à atteindre ses objectifs de manière efficace et efficiente en utilisant les ressources humaines et physiques disponibles.

Source : Résumé à partir différents documents lus.

2.2 Types de mesures de la performance organisationnelle

Figure 1 : Types de la performance organisationnelle



Source : (Acar & Acar, 2014; Asghar Afshar Jahanshahi, 2012; Jenatabadi, 2015)

2.2.1 Performance opérationnelle

La performance opérationnelle fait référence aux aspects mesurables des résultats des processus d'une organisation, tels que la fiabilité, la durée du cycle de production et la rotation des stocks. La performance opérationnelle affecte à son tour les mesures de performance commerciale telles que la part de marché et la satisfaction des clients (Panigrahi et al., 2022). Selon (Carton & Hofer, 2013), la performance opérationnelle peut être subdivisée en part de marché, introduction de nouveaux produits, qualité du produit/service, efficacité marketing et satisfaction client. En plus des critères de performance financière/économique, on trouve des mesures de performance opérationnelle telles que la part de marché, l'introduction de nouveaux produits, la qualité du produit/service et l'efficacité marketing. Des approches comparables sont les approches du tableau de bord équilibré ou des modèles économiques (Kaplan & Norton, 2001), qui incluent des critères financiers et opérationnels liés à la valeur pour les clients, à l'innovation et à l'amélioration interne de l'entreprise.

2.2.2 Performance financière ou comptable

La performance est généralement évaluée à l'aide de mesures comptables (par exemple, des mesures de rentabilité telles que le rendement des actifs, le retour sur investissement, le retour sur ventes, le rendement des capitaux propres), de mesures basées sur le marché (par exemple, les rendements boursiers) ou d'un mélange de mesures comptables et fondées sur le marché (par exemple, le ratio cours-bénéfice) (Fatihudin et al., 2018; Güngör et al., 2020; Maka & Suresh, 2018). Les critères comptables sont courants dans les évaluations de performance. En outre, dans les études sur les performances académiques, les mesures de rentabilité sont les plus souvent utilisées (Fatihudin et al., 2018). Les chiffres comptables peuvent être trompeurs car ils peuvent avoir été manipulés pour paraître bons. Le manque de cohérence dans les méthodes comptables des entreprises (par exemple en ce qui concerne le traitement de l'inflation, la valorisation des stocks et la dépréciation des actifs incorporels) (Myšková & Hájek, 2017) et le manque de standardisation des conventions comptables internationales rendent difficiles les interprétations ainsi que les comparaisons entre organisations. Une autre lacune de toutes les mesures de performance fondées sur la comptabilité est leur orientation rétrospective (Kaplan & Norton, 2001). Les données des années passées révèlent peu de choses sur le potentiel futur d'une entreprise. Le « court-termisme » des mesures comptables renvoie à un autre point de critique. Les bénéfices peuvent facilement être augmentés à court terme en réduisant les dépenses (par exemple en publicité ou en R&D), mais ce type de pratique peut être néfaste à

long terme. La question est donc de savoir si la « performance de l'entreprise » est véritablement évaluée en s'appuyant simplement sur des mesures comptables (Bhunias et al., 2018; Iqbal et al., 2019; Kusumawardani et al., 2021; Uddin & Kader, 2022).

2.2.3 Performance basée sur le marché

Compte tenu des critiques formulées à l'égard des mesures basées sur la comptabilité, plusieurs auteurs proposent des mesures basées sur le marché comme de meilleurs indicateurs de performance globale (Al-Matari et al., 2014; Masa'deh et al., 2015; Ramaswami et al., 2009). Les données boursières sont supposées refléter les estimations des investisseurs quant au potentiel futur de l'entreprise et se concentrent donc sur la valeur à long terme de l'entreprise (Güngör et al., 2020). Dans l'hypothèse où les investisseurs évaluent les entreprises de manière appropriée (marchés parfaits), les données boursières sont considérées comme des indicateurs judicieux de la performance des entreprises cotées. Cependant, l'hypothèse idéaliste de marchés parfaits et le pourcentage élevé d'entreprises non cotées limitent sérieusement leur utilisation généralisée. La relation entre les mesures fondées sur le marché et celles fondées sur la comptabilité n'est pas claire (Ramaswami et al., 2009). Un certain nombre d'études empiriques ont montré que les mesures de performance comptables et fondées sur le marché sont essentiellement décorréelées ; les analyses factorielles ont révélé deux dimensions indépendantes de la performance financière/économique (Thiel & Leeuw, 2002). D'autres études ont toutefois mis en évidence des corrélations entre les deux types de mesures (Glunk & Wilderom, 2020), ainsi qu'un concept sous-jacent unique de performance financière des entreprises (O'Sullivan & Abela, 2007; Zeytinoglu et al., 2012).

3. Introduction au concept de l'innovation

3.1 Présentation et définition du concept

Dans l'environnement commercial contemporain, parallèlement au processus pertinent de la mondialisation, d'obsolescence technologique, de sophistication croissante des consommateurs et de discontinuité, l'accent est également mis sur les turbulences de l'environnement externe d'une entreprise, où ces turbulences, dans certaines conditions futures, peuvent également être générés en interne par l'entreprise elle-même, principalement par le biais d'innovations (Utami et al., 2017).

En effet, l'innovation n'est pas un phénomène nouveau. Il est sans doute aussi vieux que l'humanité elle-même. Il semble y avoir quelque chose de intrinsèquement « humain » dans la

tendance à réfléchir à de nouvelles et meilleures façons de faire les choses et à les essayer dans la pratique. Sans cela, le monde dans lequel nous vivons aurait été très différent. L'innovation est vitale pour toutes les organisations et constitue l'élément vital de leur existence et de leur croissance. L'objectif ultime de toutes les innovations est d'ajouter de la valeur aux consommateurs (Fagerberg, 2009; Schumpeter, 1934). D'une part, l'innovation améliore la croissance et la survie des entreprises, alors qu'il s'agit d'un processus très complexe et risqué, avec de faibles taux de réussite et des effets parfois mortels. En effet, L'innovation est définie comme la mise en œuvre réussie d'idées créatives au sein d'une organisation (Fagerberg, 2009).

L'innovation est fondamentale pour la croissance économique et le développement. La capacité à créer de la valeur économique en introduisant de nouveaux produits sur le marché (Taylor, 2017), en repensant les processus de production ou en reconfigurant les pratiques organisationnelles est essentielle à l'avantage concurrentiel et à la croissance des entreprises, des industries et des pays (Samsudin & Ismail, 2019; van Acker, 2018). En outre, l'innovation est l'un des facteurs les plus importants pour la survie, la croissance et le développement des entreprises et des économies. La compétitivité de l'économie à l'échelle mondiale dépend de plus en plus de la capacité des économies de certains pays à être leaders dans la création et la mise en œuvre d'innovations spécifiques (Pinandita Faiz, 1998). Les opérations basées sur l'innovation jouent un rôle clé dans la création et le maintien d'un avantage concurrentiel. À savoir, l'avantage d'une organisation sur ses concurrents existants dépend de la rapidité et de l'agilité de gestion du processus d'innovation. De plus, les concepts clés pour renforcer l'avantage concurrentiel reposent sur une augmentation de la productivité, qui conduit à une domination des coûts et/ou à une offre différenciée, précisément grâce à des investissements dans les innovations, les connaissances et les nouvelles technologies (Carvalho & Madeira, 2021; Diaconu, 2011; Janjić & Rađenović, 2019; Makkonen, 2019; Ryan & Tipu, 2013; Svašek, 2019).

L'innovation consiste en la génération d'une nouvelle idée et sa mise en œuvre dans un nouveau produit, processus ou service, conduisant à la croissance dynamique de l'économie nationale et à l'augmentation de l'emploi ainsi qu'à la création de pur profit pour l'entreprise innovante. L'innovation n'est jamais un phénomène ponctuel, mais un processus long et cumulatif d'un grand nombre de processus décisionnels organisationnels, allant de la phase de génération d'une nouvelle idée à sa phase de mise en œuvre (Carayannis et al., 2015a; Dorin, 2019).

Une nouvelle idée fait référence à la perception d'un nouveau besoin client ou d'une nouvelle façon de produire (Kerzner, 2019). Elle est générée par le processus cumulatif de collecte d'informations, associé à une vision entrepreneuriale toujours plus exigeante. Grâce au processus de mise en œuvre, la nouvelle idée est développée et commercialisée sous la forme d'un nouveau produit commercialisable ou d'un nouveau processus entraînant une réduction des coûts et une productivité accrue » (J. Chen et al., 2019).

En général, le concept d'innovation est une étude plutôt complexe et multiforme qui fait l'objet de nombreuses études, mais, malgré cela, la définition généralement acceptée de l'innovation en science n'existe pas.

(Schumpeter, 1934), que l'on peut considérer comme le fondateur de la théorie de l'innovation dans l'économie en général, considérait l'innovation comme l'impact économique du changement technologique, comme l'utilisation de nouvelles combinaisons de forces productives existantes pour résoudre les problèmes des entreprises. Selon (Carayannis et al., 2015b), l'innovation est un processus qui combine la science, la technologie, l'économie et la gestion pour parvenir à la nouveauté et qui s'étend de l'émergence de l'idée jusqu'à sa commercialisation sous forme de production, d'échange et de consommation. Selon l'interprétation de (Kogabayev & Maziliauskas, 2017), l'innovation est le résultat d'un travail scientifique visant à améliorer les activités sociales et destiné à la mise en œuvre de la production sociale. (Diaconu, 2011) fait référence à l'innovation comme à de nouvelles connaissances incorporées dans les produits, les processus et les services.

L'innovation dans une organisation est une définition large qui introduit un large éventail d'activités dans une organisation pour faciliter et réaliser des résultats d'innovation. Bien que l'innovation soit généralement identifiée par une définition large. Pour cela, et selon (Carayannis et al., 2015a; McMurray et al., 2021; Mowbray, 2002; Pinandita Faiz, 1998; Samsudin & Ismail, 2019; Svašek, 2019), définissent le concept d'innovation comme l'adoption par une organisation d'un nouveau concept ou d'un nouveau comportement. (Forbes, 2016) affirment que l'innovation se rapporte à un produit, un dispositif, un système, un processus, une politique, un programme ou un service qui était nouveau pour l'organisation au moment de son adoption. De plus, (Carayannis et al., 2015b) définissent l'innovation comme la capacité de combiner deux ou plusieurs connaissances. De même, (Drucker & Noel, 1986) ont défini l'innovation comme le processus consistant à prendre des idées créatives et à les transformer en produits ou méthodes de travail utiles. En outre, (Damanpour, 2019) considère

quant à lui l'innovation comme l'incarnation créative et commerciale de l'apprentissage organisationnel. Dans le même contexte, (Suominen & Jussila, 2009) ont déclaré que pour réussir en matière d'innovation, les organisations doivent considérer les besoins des clients comme primordiaux et les satisfaire grâce à des produits/services innovants. Ils ont donc défini l'innovation comme le processus consistant à proposer de nouveaux produits et services à un marché cible. Les activités innovantes introduisent de nouveaux produits, créent une nouvelle demande et remplacent les anciens produits. De même, (Wambui et al., 2018) ont défini l'innovation comme une nouvelle combinaison potentielle qui entraîne des ruptures radicales avec le passé, rendant obsolète une partie substantielle des connaissances accumulées. Ils considéraient l'innovation dans le contexte des industries manufacturières comme un moyen de développer et de maintenir des compétences de base grâce au développement des capacités internes, à la création de départements de recherche et de développement et de recherche et d'investissement stratégique. Ainsi, (Lalic et al., 2017) définissent l'innovation comme « une orientation stratégique impliquant la régénération de produits, de processus, de services et/ou de stratégies ».

Conceptuellement, ces points de vue s'appuient sur la notion d'innovation comme l'adoption et l'acquisition d'instruments, de méthodes et de services qui sont nouveaux pour une entreprise en termes de mise en œuvre et de gestion des efforts d'innovation organisationnel. En conséquence, le concept d'innovation reste associé à l'innovation non technologique et s'est étendu à une grande variété d'applications concernant ses causes et ses conséquences et sa relation avec d'autres formes d'activités d'innovation au sein de l'entreprise.

3.2 Types d'innovation

(Schumpeter, 1934) dans la page 66, a classé l'innovation comme premièrement l'introduction d'un nouveau bien, suivie deuxièmement par l'introduction d'une nouvelle méthode de production, troisièmement on trouve l'ouverture d'un nouveau marché, quatrièmement l'ouverture d'une nouvelle source d'approvisionnement et dernièrement la mise en place d'une nouvelle organisation pour tout industrie. Cette classification est connue sous le nom de résultats de l'innovation (Ganotakis & Love, 2012). Plus en détail, à partir de la littérature sur l'innovation, les types de l'innovation peuvent être innovation produit, innovation service, processus innovation, innovation de marché, logistique innovation et organisation.

Table 2 : Types d'innovation

Type d'innovation	Description
Innovation du produit	Modifications ou améliorations des produits
Innovations de services	Modifications ou améliorations dans la manière de servir le produit
Innovation de processus	Changements ou améliorations des méthodes de production (c'est-à-dire nouvelles technologies)
Innovation de marché	Changements ou améliorations des aspects marketing (c'est-à-dire segment de marché, promotion, tarification)
Innovation logistique	Modifications ou améliorations de la logistique (c'est-à-dire matières premières, fournisseurs, emballages, méthodes de livraison)
Innovation organisationnelle	Changements ou améliorations des pratiques, processus et structures organisationnels

Source : (Avermaete et al., 2003) ; (Geenhuizen & Indarti, 2005); (Utami et al., 2017) ; (Krndzija & Pilav-Velic, 2022)

Le premier type est « l'innovation du produit », est celle qui permet de proposer un produit meilleur que ceux actuellement sur le marché, dans le sens où il offre plus de fonctionnalités ou est plus performant. Grâce à l'innovation de produits, l'entreprise peut acquérir un avantage concurrentiel en différenciant sa production et en augmentant la qualité et la variété des produits qui lui permettent d'augmenter la demande et d'ouvrir de nouvelles opportunités de croissance (Avermaete et al., 2003; Dorin, 2019; Geenhuizen & Indarti, 2005; Tohidi & Jabbari, 2012b). Le deuxième type est « l'innovations de services », est un nouveau processus ou une nouvelle offre mise en pratique, adopté par et créant de la valeur pour une ou plusieurs parties prenantes (Gustafsson et al., 2020; Witell et al., 2016). Le troisième type est « l'innovation de processus », qui fait référence aux changements et aux nouveaux éléments introduits dans les opérations de production ou de service d'une organisation. Cela implique des changements dans la manière dont un produit est fabriqué ou un service est fourni. L'innovation de processus peut prendre la forme de modifications apportées aux processus existants ou de la création de nouveaux processus utilisés par une entreprise pour fournir des produits ou des services (Koch & Wall, 2019; Köhne & Sawyer, 2018; Nwankpa et al., 2022; Syski & Rozanov, 1978; Tohidi & Jabbari, 2012a; Tsinopoulos et al., 2018). L'innovation de processus met l'accent sur le fonctionnement interne d'une entreprise avec pour objectif principal d'améliorer l'efficacité (Taylor, 2017). Le quatrième type est une « innovation marketing », est la mise en œuvre d'une nouvelle méthode de marketing impliquant des changements significatifs dans la conception ou l'emballage d'un

produit, le placement de produit, la promotion ou la tarification d'un produit (Y. Chen, 2006; Purchase & Volery, 2020; Sprong et al., 2021). Les innovations marketing visent à mieux répondre aux besoins des clients, à ouvrir de nouveaux marchés ou à repositionner le produit d'une entreprise sur le marché, dans le but d'augmenter ses ventes (Ungerman et al., 2018). La caractéristique distinctive d'une innovation marketing par rapport à d'autres changements dans les instruments marketing d'une entreprise est la mise en œuvre d'une méthode de marketing non utilisée auparavant par l'entreprise. Il doit faire partie d'un nouveau concept ou d'une nouvelle stratégie marketing qui représente un changement significatif par rapport aux méthodes marketing existantes de l'entreprise (Arrigo, 2012; Kjellberg et al., 2015; Ungerman et al., 2018). Le cinquième type est « l'innovation logistique », est tout service lié à la logistique qui est considéré comme nouveau et utile pour un client particulier (Grawe, 2009). De plus, dans la gestion de la chaîne logistique, l'innovation de l'entreprise est encouragée et mesurée en termes de fréquence d'introduction de nouveaux processus internes liés à la logistique et de capacité à rechercher de nouvelles idées créatives dans les méthodes d'exploitation (Iannetta et al., 2014; Mena, 2007). Le sixième type est « l'innovation organisationnelle », est l'activité qui crée un changement ciblé dans le potentiel économique ou social de l'organisation (J. Chen et al., 2019). L'innovation organisationnelle fait référence au processus d'introduction de nouvelles idées, pratiques ou méthodes au sein d'une organisation pour améliorer sa performance globale, sa compétitivité et son adaptabilité dans un paysage commercial en évolution rapide (Birkinshaw et al., 2008; Irmer et al., 2018). De plus, Adopter l'innovation organisationnelle peut permettre aux entreprises de garder une longueur d'avance dans leur secteur, de répondre aux tendances émergentes et de répondre aux besoins changeants des clients, ce qui en fait un élément crucial pour réussir à long terme (Hage, 1999; Sappasert & Clausen, 2012; Suominen & Jussila, 2009).

3.3 Le concept d'innovation en point de vue théorique

3.3.1 La théorie de l'open Innovation

Open Innovation ou innovation ouverte, est un paradigme selon lequel les entreprises peuvent et doivent utiliser des idées externes ainsi que des idées internes, des voies internes et externes vers le marché alors qu'elles cherchent à faire progresser leur technologie (Orlova, 2020). Cette théorie considère que la recherche et le développement sont un système ouvert où les idées proviennent à la fois de sources internes et externes (Chesbrough, 2006). Dans le système d'innovation ouverte, il n'y a pas de frontières solides pour l'entreprise et les voies internes et externes vers le marché sont considérées de la même

manière. Cela garantit qu'il existe une vaste base de données de connaissances et de ressources dans l'industrie, alimentant ainsi les innovations rapides (Marrone, 2013). Les innovations ouvertes sont divisées en deux dimensions, à savoir l'innovation ouverte entrante et l'innovation ouverte sortante (Orlova, 2020). Dans le cas de l'innovation ouverte entrante, cela implique de tirer parti des découvertes faites par d'autres et d'établir des relations commerciales clés avec des entreprises externes dans l'espoir d'améliorer ses compétences en matière d'innovation (Felin & Zenger, 2020). L'innovation ouverte sortante concerne le flux sortant de connaissances ou technologies existantes dans le but de tirer parti des capacités technologiques externes existantes. Cette exploitation des idées peut se produire sur différents marchés en vendant la propriété intellectuelle et en augmentant les capacités en détournant les idées vers le marché externe (West et al., 2014).

3.3.2 La théorie du management par les ressources

La théorie basée sur les ressources affirme que les organisations qui disposent de ressources stratégiques ont des avantages concurrentiels et sont plus performantes que les organisations qui en manquent (Madhani, 2010). Les ressources présentent les caractéristiques suivantes en ce sens qu'elles sont rares, précieuses, difficiles à imiter et difficilement substituables. Cette théorie a été développée en 1977 par Wernerfelt et suggère que les ressources possédées par une entreprise sont son principal déterminant de ses performances. En soulignant que les entreprises qui disposent de ressources et de capacités précieuses et rares ont un avantage concurrentiel plus important, conduisant à de meilleures performances (Madhani, 2010; Mweru et al., 2015). Les ressources précieuses contribuent efficacement à la performance de l'organisation tout en surmontant les opportunités et les menaces des concurrents du secteur (Gupta et al., 2018; M. Wade & Hulland, 2004). Les ressources rares appartiennent à un petit nombre et sont sélectionnées et non par les concurrents. Les ressources difficiles à imiter incluent la propriété intellectuelle comme les brevets, les marques, les droits d'auteur et les secrets commerciaux (Assensoh-Kodua, 2019).

3.3.3 La théorie de la technologie de rupture

Les innovations perturbatrices sont une théorie de Clayton Christensen selon laquelle ces innovations permettent la création de nouveaux marchés et de nouveaux réseaux de valeur qui finissent par perturber le système existant de réseaux et de marchés sur une période de temps. Ces innovations contribuent à améliorer la qualité des produits et des services de nouvelles manières auxquelles le marché ne s'attend pas et seules les innovations radicales peuvent assurer la croissance (Assensoh-Kodua, 2019). L'innovation disruptive peut être définie comme la configuration réussie d'un produit ou d'un service qui modifie les demandes d'un marché et ses besoins, finissant par déplacer les acteurs traditionnels du marché (Yu & Hang, 2010). Les caractéristiques de ces innovations disruptives sont qu'elles sont inférieures aux attributs du produit du marché, fournissent un système de valeur unique et nouveau soit

à un nouveau consommateur, soit à un marché orienté vers les prix, les prix sont plus bas et ils entrent et réussissent sur le marché de niche au grand public (Christensen et al., 2018; Deb & Kumar, 2022; King & Baatartogtokh, 2015). Les technologies disruptives offrent des valeurs alternatives aux technologies traditionnelles et, au début, pourraient être moins performantes que les technologies traditionnelles, ce qui pourrait entraîner la résistance des clients traditionnels. Les innovations de rupture se présentent comme un processus visant à développer et à améliorer des produits pour servir un marché de niche qui ne prend pas en compte les attributs non standard. Les perturbations du marché se produisent lorsque de nouveaux produits apparemment inférieurs dépassent et remplacent les produits traditionnels malgré leurs performances (J. C. Ho, 2022). Ils naissent des lacunes qui existent sur le marché, où de petites idées sont combinées avec une perspective mondiale différente qui remet en question le statu quo et ouvre de nouveaux horizons. Ils fixent des objectifs impensables et exposent les clients à une nouvelle vision inexplorée qui remet en question leurs attentes (Si & Chen, 2020).

3.3.4 La théorie de la capacité dynamique

La théorie des capacités dynamiques est apparue à la fois comme une extension et une réaction contre l'incapacité de la vision basée sur les ressources à interpréter le développement et le redéveloppement des ressources et des capacités pour faire face à des environnements en évolution rapide. La capacité dynamique peut être considérée comme une source d'avantage concurrentiel (Bleady et al., 2018). Sur la base de la RBV, les entreprises d'un secteur similaire fonctionnent différemment parce qu'elles disposent de différents types de ressources et de capacités. La théorie de la CD étant considérée comme statique par nature et insuffisante pour expliquer l'avantage concurrentiel de l'entreprise dans un environnement de marché changeant (Nooteboom, 2013).

De plus, la vision de l'entreprise basée sur les ressources examine les ressources uniques, rares et imitables dont dispose l'entreprise et qui ont créé un avantage concurrentiel et une croissance de l'entreprise (Winter, 2003). Cependant, le processus de maintien de l'avantage concurrentiel est illimité et c'est la dynamique processus (Gremme & Wohlgemuth, 2017), c'est pourquoi les chercheurs ont proposé que pour que l'entreprise reste compétitive sur le marché, elle doit développer des capacités spécifiques et un apprentissage continu (Zott, 2003), du point de vue des capacités dynamiques, en particulier dans un environnement de marché nouveau ou changeant (Cyfert et al., 2021).

Pour cela, la définition des capacités dynamiques telle que définie par (Winter, 2003) est la capacité de l'entreprise à combiner, développer et reconfigurer la maîtrise externe et interne afin

de répondre à un environnement en évolution rapide. Des recherches antérieures ont fourni une définition significative des capacités dynamiques. (Helfat & Peteraf, 2009) définissent les capacités dynamiques comme le processus d'utilisation de ressources pour créer de nouvelles ressources susceptibles de créer un changement sur le marché.

4. La relation entre l'innovation et la performance organisationnelle

L'innovation est le moteur du progrès et de la compétitivité dans le monde des affaires d'aujourd'hui. La capacité d'adapter, de créer et de mettre en œuvre de nouvelles idées et technologies est devenue un déterminant crucial du succès organisationnel (J. Chen et al., 2019). En effet, l'innovation est l'un des mots les plus répandue dans la société actuelle. La plupart des académiciens et praticiens apprécient l'innovation et considèrent que l'innovation est nécessaire aux individus et aux organisations. De nombreuses auteurs ont confirmé que l'innovation a un impact positif sur les performances des entreprises. Par exemple, (Cooper, 1999) a constaté qu'à long terme, les activités d'innovation avaient un impact positif sur le retour sur investissement des entreprises après avoir étudié l'industrie pharmaceutique américaine. En outre, certains auteurs ont constaté que l'innovation a un effet positif sur la croissance des ventes mais pas sur la productivité (Odunayo & Adeniran, 2021). (Dorin, 2019) a constaté que l'innovation a un impact direct sur la performance organisationnelle ainsi que sur l'efficacité et le niveau de productivité, ceci s'incarne dans la productivité et à l'amélioration des nouveaux biens et services et donc à la compétitivité et à la croissance. De même, (B. Li et al., 2023) ont examiné la relation entre les ratios de nouveaux produits et les performances dans l'industrie des ordinateurs personnels et ont conclu que si l'entreprise développait une série de nouveaux produits de manière durable, elle pouvait obtenir des bénéfices élevés.

De plus, (Shouyu, 2017) a étudié les secteurs de services grecs et australiens et ont découvert que l'innovation des produits était un facteur important de croissance et de rentabilité du secteur. En outre, d'autres études pertinentes ont confirmé que plus les entreprises sont innovantes, plus elles ont de chances d'atteindre de meilleures performances d'entreprise (Neely & Hii, 1998). Dans le même contexte, (Janjić & Rađenović, 2019) affirment que les entreprises qui innovent constamment sont mieux armées pour se différencier de leurs concurrents. Qu'il s'agisse du développement de produits de pointe, de la mise en œuvre de stratégies marketing uniques ou de l'introduction de modèles économiques disruptifs, l'innovation donne aux organisations un avantage concurrentiel qui peut être difficile à reproduire. Selon (Chandran et al., 2019) l'innovation peut également contribuer à la réduction des coûts de diverses manières. Par

exemple, la mise en œuvre de technologies économes en énergie peut réduire considérablement les dépenses opérationnelles, tandis que des systèmes innovants de gestion de la chaîne logistique peuvent optimiser les niveaux de stocks et réduire les coûts d'entreposage. De plus, l'automatisation peut minimiser les coûts de main-d'œuvre et réduire la marge d'erreur dans les processus manuels. (Nechaev et al., 2017) Confirme que l'innovation peut aider les organisations à anticiper et à atténuer les risques.

Cependant, il faut des ressources et des capacités organisationnelles spécifiques pour développer et introduire avec succès l'innovation afin d'en tirer les bénéfices. La performance de l'innovation dans différentes entreprises peut différer dans différents environnements car l'innovation dispose de multiples facettes. Par exemple, l'innovation peut également être contestée, y compris par le biais de boycotts internes aux entreprises et de marchés, de sorte que l'impact de l'innovation sur les performances de l'entreprise n'aura probablement aucun effet. Une entreprise peut forcer ses employés, ses fournisseurs et ses clients à utiliser une innovation une fois qu'elle l'a adoptée, et ces personnes peuvent ne pas se rendre compte de l'importance de cette innovation pour eux (J. Chen et al., 2019; Nechaev et al., 2017; Tohidi & Jabbari, 2012a).

Conclusion

Le présent travail met en lumière l'impact profond et multiforme de l'innovation sur la performance organisationnelle des entreprises. La synthèse de diverses études et travaux scientifiques révèle un consensus entre les chercheurs quant à la corrélation positive entre l'innovation et la performance organisationnelle. L'innovation, qu'elle prenne la forme de développement de produits, d'amélioration de processus ou de progrès technologiques, apparaît comme un moteur clé de compétitivité et de durabilité dans l'environnement dynamique d'aujourd'hui.

Les études sélectionnées soulignent l'importance de favoriser une culture d'innovation au sein des organisations, d'encourager la créativité et d'investir dans la recherche et le développement. Les entreprises qui donnent la priorité à l'innovation améliorent non seulement leur capacité à s'adapter aux conditions changeantes du marché, mais acquièrent également un avantage concurrentiel dans le paysage mondial. En outre, l'article souligne le rôle du leadership dans la promotion des initiatives d'innovation, car un leadership visionnaire et solidaire joue un rôle central dans la culture d'un environnement propice à l'expérimentation et à la prise de risques.

Néanmoins, la littérature reconnaît également les défis associés à l'innovation, notamment le besoin de ressources adéquates, d'une structure organisationnelle favorable et de la capacité de gérer le changement efficacement. Il est évident qu'une innovation réussie nécessite une approche stratégique qui s'aligne sur les objectifs commerciaux globaux et est intégrée au socle organisationnel des entreprises.

De plus, cette revue de la littérature contribue à une compréhension globale de la relation complexe entre innovation et performance organisationnelle. Alors que les entreprises évoluent dans un environnement de plus en plus complexe et en évolution rapide, les enseignements tirés de cette étude peuvent constituer un guide précieux pour les décideurs cherchant à exploiter la puissance de l'innovation pour générer un succès et une croissance durables. Les futurs efforts de recherche devraient continuer à explorer les tendances émergentes en matière de gestion de l'innovation, l'impact des technologies perturbatrices et la dynamique évolutive de la performance organisationnelle dans le contexte d'un paysage commercial en constante évolution.

En conclusion, les limites de cette recherche, sont présentes dans plusieurs dimensions. En effet, la sélection délibérée des publications peut ajouter un biais, puisque la littérature recherchée peut ne pas être exhaustive ou sélective (Parlant de la base de données, années ...etc.), excluant éventuellement les recherches pertinentes. De plus, la multitude de mots et d'idées utilisés dans diverses sources pourrait compliquer la fusion des résultats, entraînant des difficultés liées à la terminologie.

BIBLIOGRAPHIE

- Abu-jarad, I. Y. (2022). *A Review Paper on Organizational Culture and Organizational Performance. January 2010*, 26–46.
- Acar, A. Z., & Acar, P. (2014). Organizational Culture Types and Their Effects on Organizational Performance in Turkish Hospitals. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, 3(3), 18–31. <https://doi.org/10.5195/emaj.2014.47>
- Addin, N. T. (2020). THE RELATIONSHIP BETWEEN THE LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE A REVIEW. Decision Making and Appropriate Decision when Crisis Management View project. *International Journal of Innovations in Engineering Research and Technology*, 7(11), 1–10. <https://www.researchgate.net/publication/346483351>
- Akinde, M. A., & Bako, Y. A. (2020). *Technological Innovation and Organizational Performance I I*. 7(1), 155–166.
- Akpa, V., Asikhia, O., & Nneji, N. (2021). Organizational Culture and Organizational Performance: A Review of Literature. *International Journal of Advances in Engineering and Management*, 3(1), 361–372. <https://doi.org/10.35629/5252-0301361372>
- Al-Matari, E. M., Al-Swidi, A. K., & Fadzil, F. H. B. (2014). The Measurements of Firm Performance's Dimensions. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6(1), 24. <https://doi.org/10.5296/ajfa.v6i1.4761>
- Almatrooshi, B., Singh, S. K., & Farouk, S. (2016). Determinants of organizational performance: a proposed framework. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(6), 844–859. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-02-2016-0038>
- Arrigo, E. (2012). Innovation and Market-Driven Management in Fast Fashion Companies. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, 2, 67–85. <https://doi.org/10.4468/2010.2.06arrigo>
- Asghar Afshar Jahanshahi. (2012). Analyzing the effects of electronic commerce on organizational performance: Evidence from small and medium enterprises. *African Journal of Business Management*, 6(22). <https://doi.org/10.5897/ajbm11.1768>
- Assensoh-Kodua, A. (2019). The resource-based view: A tool of key competency for competitive advantage. *Problems and Perspectives in Management*, 17(3), 143–152. [https://doi.org/10.21511/ppm.17\(3\).2019.12](https://doi.org/10.21511/ppm.17(3).2019.12)
- Avermaete, T., Viaene, J., Morgan, E. J., & Crawford, N. (2003). Determinants of innovation in small food firms. *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 8–17. <https://doi.org/10.1108/14601060310459163>
- Bhunia, A., Somnath Mukhuti, S., & Gautam Roy, S. (2018). Financial Performance Analysis- A Case Study. *Current Research Journal of Social Sciences*, 3(3), 7 Halaman.
- Birkinshaw, J., Hamel, G., & Mol, M. J. (2008). Management innovation. *Academy of Management Review*, 33(4), 825–845. <https://doi.org/10.5465/AMR.2008.34421969>
- Bledy, A., Ali, A. H., & Ibrahim, S. B. (2018). Dynamic capabilities theory: Pinning down a shifting concept. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(2), 1–16.
- Boyatzis, R. E., & Ratti, F. (2009). Emotional, social and cognitive intelligence competencies distinguishing effective Italian managers and leaders in a private company and cooperatives. *Journal of Management Development*, 28(9), 821–838. <https://doi.org/10.1108/02621710910987674>
- Božić, V. (2023). *Organization and organizational development Organization and organizational development. February*.
- Burgess, J. F., & Street, A. (2012). Measuring Organizational Performance. *The Oxford Handbook of Health Economics*, September. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199238828.013.0029>
- Carayannis, E. G., Samara, E. T., & Bakouros, Y. L. (2015a). Introduction to Innovation Management. *Innovation, Technology and Knowledge Management*, 27–46. https://doi.org/10.1007/978-3-319-11242-8_2



- Carayannis, E. G., Samara, E. T., & Bakouros, Y. L. (2015b). Introduction to Innovation Management. *Innovation, Technology and Knowledge Management*, December, 27–46. https://doi.org/10.1007/978-3-319-11242-8_2
- Carton, R., & Hofer, C. (2013). Measuring Organizational Performance. *Measuring Organizational Performance*. <https://doi.org/10.4337/9781847202840>
- Carvalho, L. C., & Madeira, M. J. (2021). *administrative sciences Editorial Innovation Management and Entrepreneurship-Introduction. 1*, 1–5. <https://doi.org/10.3390/admsci>
- Chandran, S., Poklemba, R., Sopko, J., & Šafár, L. (2019). Organizational innovation and cost reduction analysis of manufacturing process - Case study. *Management Systems in Production Engineering*, 27(3), 183–188. <https://doi.org/10.1515/mspe-2019-0029>
- Chen, J., Viardot, E., & Brem, A. (2019). Innovation and Innovation Management. In *The Routledge Companion to Innovation Management* (Issue February). <https://doi.org/10.4324/9781315276670-1>
- Chen, Y. (2006). Marketing innovation. *Journal of Economics and Management Strategy*, 15(1), 101–123. <https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2006.00093.x>
- Chesbrough, H. (2006). Open Innovation - Open Innovation. *Harvard Business School Press*, 2006(193), 1–9. <http://www.openinnovation.eu/openinnovatie.php>
- Christensen, C. M., McDonald, R., Altman, E. J., & Palmer, J. E. (2018). Disruptive Innovation: An Intellectual History and Directions for Future Research. *Journal of Management Studies*, 55(7), 1043–1078. <https://doi.org/10.1111/joms.12349>
- Clark, J., & Guy, K. (1998). Innovation and competitiveness: a review. *Technology Analysis and Strategic Management*, 10(3), 363–395. <https://doi.org/10.1080/09537329808524322>
- Conțu, E. G. (2020). Organizational performance – theoretical and practical approaches; study on students’ perceptions. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 14(1), 398–406. <https://doi.org/10.2478/picbe-2020-0038>
- Cooper, R. G. (1999). The Invisible Success Factors in Product Innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 16(2), 115–133. <https://doi.org/10.1111/1540-5885.1620115>
- Cyfert, S., Chwiłkowska-Kubala, A., Szumowski, W., & Miśkiewicz, R. (2021). The process of developing dynamic capabilities: The conceptualization attempt and the results of empirical studies. *PLoS ONE*, 16(4 April). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0249724>
- Damanpour, F. (2019). *Research on organizational innovation* (pp. 2–28).
- Damanpour, F. (2020a). Innovation and organizational performance. *Organizational Innovation*, 2(12), 18–22. <https://doi.org/10.4337/9781788117449.00017>
- Damanpour, F. (2020b). Organizational Innovation: Theory, Research, and Direction. *Organizational Innovation: Theory, Research, and Direction*, July, 1–312. <https://doi.org/10.4337/9781788117449>
- Deb, R., & Kumar, P. (2022). *Disruptive Innovations*. 23–40. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-9194-9.ch002>
- Diaconu, M. (2011). Technological Innovation : Concept , Process , Typology and Implications in the Economy. *Theoretical and Applied Economics*, 563(10), 127–144.
- Dorin, M. (2019). Product and Process Innovation: a New Perspective on the Organizational Development. *International Journal of Advanced Engineering and Management Research*, 3(6), 132–138.
- Drucker, P. F., & Noel, J. L. (1986). Innovation and entrepreneurship: Practices and principles. *Journal of Continuing Higher Education*, 34(1), 22–23. <https://doi.org/10.1080/07377366.1986.10401060>
- Fagerberg, J. (2009). Innovation: A Guide to the Literature. *The Oxford Handbook of Innovation*, August. <https://doi.org/10.1093/oxfordhob/9780199286805.003.0001>
- Fatihudin, D., Jusni, & Mochklas, M. (2018). How measuring financial performance. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(6), 553–557.
- Felin, T., & Zenger, T. R. (2020). Open Innovation: A Theory-Based View. *Strategic Management Review*, 1(2), 223–232. <https://doi.org/10.1561/111.00000011>
- Forbes, D. (2016). How Can We Define “Innovation”? *Entrepreneur and Innovation Exchange*.



- <https://doi.org/10.17919/x9dw2x>
- Ganotakis, P., & Love, J. H. (2012). The innovation value chain in new technology-based firms: Evidence from the U.K. *Journal of Product Innovation Management*, 29(5), 839–860. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2012.00938.x>
 - Geenhuizen, M. Van, & Indarti, N. (2005). Knowledge as a Critical Resource in Innovation among Small Furniture Companies in Indonesia: An Exploration. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 7(3), 371. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.5581>
 - Glunk, U., & Wilderom, C. P. (2020). *Organizational Effectiveness = Corporate Performance? Why and How Two Research Traditions Need to be Merged Organizational Effectiveness = Corporate Performance? Why and How Two Research Traditions Need to be Merged 5000 LE Tilburg. May.*
 - Gopalakrishnan, S. (2000). *Links dimension performance.pdf*. 11(1), 137–153.
 - Grawe, S. J. (2009). Logistics innovation: A literature-based conceptual framework. *The International Journal of Logistics Management*, 20(3), 360–377. <https://doi.org/10.1108/09574090911002823>
 - Gremme, K.-M., & Wohlgemuth, V. (2017). Dynamic capabilities: a systematic literature review of theory and practice. *European Journal of Management Issues*, 25(1), 30–35. <https://doi.org/10.15421/191705>
 - Güngör, B., Kaygin, C. Y., & Gün, M. (2020). Researches on Financial Performance. *Chemistry of Heterocyclic Compounds*, 1(1), 268–270.
 - Gupta, G., Tan, K. T. L., Ee, Y. S., & Phang, C. S. C. (2018). Resource-based view of information systems: Sustainable and transient competitive advantage perspectives. *Australasian Journal of Information Systems*, 22, 1–10. <https://doi.org/10.3127/ajis.v22i0.1657>
 - Gustafsson, A., Snyder, H., & Witell, L. (2020). Service Innovation: A New Conceptualization and Path Forward. *Journal of Service Research*, 23(2), 111–115. <https://doi.org/10.1177/1094670520908929>
 - Hage, J. T. (1999). Organizational innovation and organizational change. *Annual Review of Sociology*, 25(June), 597–622. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.25.1.597>
 - Helfat, C. E., & Peteraf, M. A. (2009). Understanding dynamic capabilities: Progress along a developmental path. *Strategic Organization*, 7(1), 91–102. <https://doi.org/10.1177/1476127008100133>
 - Ho, J. C. (2022). Disruptive innovation from the perspective of innovation diffusion theory. *Technology Analysis and Strategic Management*, 34(4), 363–376. <https://doi.org/10.1080/09537325.2021.1901873>
 - Ho, L. A. (2008). What affects organizational performance? the linking of learning and knowledge management. *Industrial Management and Data Systems*, 108(9), 1234–1254. <https://doi.org/10.1108/02635570810914919>
 - Hooi, L. W., & Payambarpour, S. A. (2017). *Significance on Organizational Performance of Global Mncs: Management Development, Human Resource System, or Employee Engagement? August 2017*. <https://doi.org/10.20472/iac.2016.023.039>
 - Iannetta, M., Matranga, G., Zoani, C., Canese, S., Daroda, L., Vitali, F., & Zappa, G. (2014). Chapter 28. Innovation in logistics and in the supply chain integrated approach. *MediTERRA 2014 (English), January*, 463–476. <https://doi.org/10.3917/scpo.cihea.2014.02.0463>
 - Iqbal, S., Nawaz, A., & Ehsan, S. (2019). Financial performance and corporate governance in microfinance: Evidence from Asia. *Journal of Asian Economics*, 60(October), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2018.10.002>
 - Irmer, S., Murswieck, R., Kurth, B. L., & Floricel, T. B. (2018). INNOVATION MANAGEMENT AS PART OF THE GENERAL MANAGEMENT OF THE organization. *International Journal of Advanced Engineering and Management Research*, 2(November), 2404–2412.
 - Janjić, I., & Rađenović, T. (2019). The importance of managing innovation in modern enterprises. *Ekonomika*, 65(3), 45–54. <https://doi.org/10.5937/ekonomika1903045j>
 - Jenatabadi, H. S. (2015). An Overview of Organizational Performance Index: Definitions and



- Measurements. *SSRN Electronic Journal*, May. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2599439>
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2001). Analysis for Marketing Planning. *Accounting Horizons*, 15(1), 87–104. [https://s93.nitroflare.com/d/febc6a690381c0d1891f1461e21df22d/Analysis for Marketing Planning, 7 edition.pdf%0A](https://s93.nitroflare.com/d/febc6a690381c0d1891f1461e21df22d/Analysis%20for%20Marketing%20Planning,%207%20edition.pdf%0A)
 - Kerzner, H. (2019). Introduction to Innovation Project Management. *Innovation Project Management*, 1–18. <https://doi.org/10.1002/9781119587408.ch1>
 - King, A. A., & Baartartogtokh, B. (2015). How useful is the theory of disruptive innovation? *MIT Sloan Management Review*, 57(1), 77–90.
 - Kjellberg, H., Azimont, F., & Reid, E. (2015). Market innovation processes: Balancing stability and change. *Industrial Marketing Management*, 44, 4–12. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2014.10.002>
 - Koch, T. ., & Wall, L. . (2019). Working Paper Series Working Paper Series. *Progressive Economy Forum*, 49(11), 8–20.
 - Kogabayev, T., & Maziliauskas, A. (2017). The definition and classification of innovation. *HOLISTICA – Journal of Business and Public Administration*, 8(1), 59–72. <https://doi.org/10.1515/hjbpa-2017-0005>
 - Köhne, H.-L., & Sawyer, A. (2018). Process innovation: requirements and opportunities. *European Journal of Management Issues*, 26(1–2), 22–28. <https://doi.org/10.15421/191803>
 - Krndzija, L., & Pilav-Velic, A. (2022). Innovative behavior of Small and Medium Enterprises: A comprehensive bibliometric analysis. *International Journal of Industrial Engineering and Management*, 13(3), 158–171. <https://doi.org/10.24867/IJIEEM-2022-3-309>
 - Kumar, P., Nirmala, R., & Nandakumar, P. (2015). Relationship between Performance Management and Organizational Performance. *Acme Intellects International Journal of Research in Management, Social Sciences & Technology*, 9(9), 1–13. <http://www.acmeintellects.org/images/AIJRMFILES/Jan2015/23-1-15.pdf>
 - Kusumawardani, A., Haat, M. H. C., Saputra, J., Yusliza, M. Y., Muhammad, Z., & Bon, A. T. (2021). A review of corporate financial performance literature: A mini-review approach. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, July, 3980–3995.
 - Lalic, B., Anisic, Z., Medic, N., Tasic, N., & Marjanovic, U. (2017). The impact of organizational innovation concepts on new products and related services. *24th International Conference on Production Research, ICPR 2017, March*, 110–115. <https://doi.org/10.12783/dtetr/icpr2017/17593>
 - Li, B., Xu, Z., Wu, H., Hong, N., & Skare, M. (2023). Open Innovation: a Research Framework and Case Study of Huawei. *Technological and Economic Development of Economy*, 29(1), 278–306. <https://doi.org/10.3846/tede.2023.17843>
 - Li, X., Shi, C., Jin, W., & Gil-Lafuente, A. M. (2022). The Influence of Structural Innovation on Organizational Performance from a Dynamic Capability Perspective: An Empirical Study on HEM Enterprises. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022(2011). <https://doi.org/10.1155/2022/5511053>
 - Madhani, P. (2010). Resource Based View (RBV) of Competitive Advantage: An Overview. ... *BASED VIEW: CONCEPTS AND PRACTICES*, Pankaj ..., March. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1578704
 - Mahar, S. A., Shah, S. M. A., & Hussain, N. (2021). Assessing the Impact of Organisational Practices on Organisational Performance. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 15(5), 706–720. www.ijicc.net
 - Maka, B., & Suresh, N. (2018). Review of Financial Performance analysis of Corporate Organizations. *Asian Journal of Management*, 9(1), 500. <https://doi.org/10.5958/2321-5763.2018.00078.1>
 - Makkonen, T. (2019). Advanced Introduction to Regional Innovation Systems. In *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography* (Vol. 73, Issue 5). <https://doi.org/10.1080/00291951.2019.1707866>
 - Marrone, P. (2013). Chambers, RT. *Etica e Politica*, 15(1), 583–605.



- <https://doi.org/10.1093/acprof>
- Masa'deh, R., Tayeh, M., Al-Jarrah, I., & Tarhini, A. (2015). Accounting vs. Market-based Measures of Firm Performance Related to Information Technology Investments. *International Review of Social Sciences and Humanities*, 9(1), 129–145. http://www.irssh.com/yahoo_site_admin/assets/docs/12_IRSSH-1114-V9N1.115111327.pdf
 - McMurray, A., Muenjohn, N., & Weerakoon, C. (2021). The palgrave handbook of workplace innovation. *The Palgrave Handbook of Workplace Innovation*, March, 1–664. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-59916-4>
 - Mena, C. (2007). *Innovation in Logistics Services Carlos Mena , Martin Christopher , Mark Johnson. May 2014.*
 - Mowbray, J. (2002). Innovation in context. In *Knitting International* (Vol. 109, Issue 1299). https://doi.org/10.1057/978-1-137-37344-1_2
 - Mweru, C. M., Maina, T. M., Mweru, M. C., & Tirus Muya, M. (2015). Features of Resource Based View Theory: An Effective Strategy in Outsourcing Instant messaging View project E-Learning View project Features of Resource Based View Theory: An Effective Strategy in Outsourcing. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 3(October 2015), 215–218. <https://www.researchgate.net/publication/317401320>
 - Myšková, R., & Hájek, P. (2017). Comprehensive assessment of firm financial performance using financial ratios and linguistic analysis of annual reports. *Journal of International Studies*, 10(4), 96–108. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2017/10-4/7>
 - Nechaev, A. S., Ognev, D. V., & Antipina, O. V. (2017). *Innovation risks: challenges and prospects. January.* <https://doi.org/10.2991/ttiess-17.2017.2>
 - Neely, A., & Hii, J. (1998). Innovation and Business Performance: A Literature Review. *Business*, January, 57. http://89.249.21.76/data/696/521/1221/litreview_innov1.pdf
 - Nooteboom, B. (2013). Dynamic Capabilities. *A Cognitive Theory of the Firm.* <https://doi.org/10.4337/9781848447424.00011>
 - Nwankpa, J. K., Roumani, Y., & Datta, P. (2022). Process innovation in the digital age of business: the role of digital business intensity and knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 26(5), 1319–1341. <https://doi.org/10.1108/JKM-04-2021-0277>
 - O'Sullivan, D., & Abela, A. V. (2007). Marketing performance measurement ability and firm performance. *Journal of Marketing*, 71(2), 79–93. <https://doi.org/10.1509/jmkg.71.2.79>
 - Odunayo, O. A., & Adeniran, A. B. (2021). The Link between Product Innovation and Sales Growth: Case Study of Shoes and Garment Enterprises in Ibadan, Nigeria. *International Journal of Industrial Engineering*, 8(1), 36–42. <https://doi.org/10.14445/23499362/ijie-v8i1p106>
 - Onikoyi, I. A. (2017). *Impact of Product Innovation on Organisational Performance (A Survey of Nestle Nigeria Plc).* 37(2004), 23–31.
 - Orlova, L. S. (2020). Open Innovation Theory: Definition, Instruments, Frameworks. *Strategic Decisions and Risk Management*, 10(4), 396–409. <https://doi.org/10.17747/2618-947x-2019-4-396-409>
 - Panigrahi, R. R., Meher, J. R., Shrivastava, A. K., Patel, G., & Jena, L. K. (2022). Operational performance entitling the knowledge of inventory management practices on business performance: a mediational study. *Global Knowledge, Memory and Communication*, November. <https://doi.org/10.1108/GKMC-07-2022-0177>
 - Pinandita Faiz, R. (1998). THE PERFORMANCE IMPLICATIONS OF MARKET-BASED ASSETS AND INNOVATION CAPABILITIES. *ペインクリニック学会治療指針 2*, 43(March), 1–9.
 - Purchase, S., & Volery, T. (2020). Marketing innovation: a systematic review. *Journal of Marketing Management*, 36(9–10), 763–793. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1774631>
 - Ramaswami, S. N., Srivastava, R. K., & Bhargava, M. (2009). Market-based capabilities and financial performance of firms: Insights into marketing's contribution to firm value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37(2), 97–116. <https://doi.org/10.1007/s11747-008-0120-2>
 - Ramdani, B., Binsaf, A., & Boukrami, E. (2019). Business model innovation: a review and research agenda. *New England Journal of Entrepreneurship*, 22(2), 89–108.



- <https://doi.org/10.1108/NEJE-06-2019-0030>
- Ryan, J. C., & Tipu, S. A. A. (2013). Leadership effects on innovation propensity: A two-factor full range leadership model. *Journal of Business Research*, 66(10), 2116–2129. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.038>
 - Samsudin, Z. binti, & Ismail, M. D. (2019). The Concept of Theory of Dynamic Capabilities in Changing Environment. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(6), 1071–1078. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v9-i6/6068>
 - Samuelsson, P. (2023). The effects of innovation types and customer participation on organizational performance in complex services. *European Journal of Marketing*, 57(13), 27–55. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2020-0810>
 - Sapprasert, K., & Clausen, T. H. (2012). Organizational innovation and its effects. *Industrial and Corporate Change*, 21(5), 1283–1305. <https://doi.org/10.1093/icc/dts023>
 - Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Credit, Interest, and the Business Cycle. In *Social Science Electronic Publishing* (Vol. 25, Issue 1, p. 255). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1496199
 - Shouyu, C. (2017). *The Relationship between Innovation and Firm Performance: A Literature Review*. 82(Snce), 648–652. <https://doi.org/10.2991/sncc-17.2017.132>
 - Si, S., & Chen, H. (2020). A literature review of disruptive innovation: What it is, how it works and where it goes. *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M*, 56(November 2019), 101568. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2020.101568>
 - Silva, P. P. da, Jorge, S., & Sá, P. M. e. (2020). Emerging Topics in Management Studies. *Emerging Topics in Management Studies*, August 2020. <https://doi.org/10.14195/978-989-26-1990-3>
 - Singh, S., & Gupta, V. (2019). Organizational Performance Research in India. In *Psychology: Volume 3* (Issue January). <https://doi.org/10.1093/oso/9780199498864.003.0001>
 - Soomro, B. A., Mangi, S., & Shah, N. (2020). Strategic factors and significance of organizational innovation and organizational learning in organizational performance. *European Journal of Innovation Management*, 24(2), 481–506. <https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2019-0114>
 - Sprong, N., Driessen, P. H., Hillebrand, B., & Molner, S. (2021). Market innovation: A literature review and new research directions. *Journal of Business Research*, 123(438), 450–462. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.057>
 - Suominen, A., & Jussila, J. (2009). Organizational Innovation capability. *Building Blocks of Agile Innovation*, December 2009. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4823.4088>
 - Svašek, M. (2019). Introduction Creativity and Innovation in a World of Movement. *Creativity in Transition*, July, 1–32. <https://doi.org/10.2307/j.ctvr695js.5>
 - Syski, R., & Rozanov, Y. A. (1978). Innovation Processes. *Technometrics*, 20(4), 503. <https://doi.org/10.2307/1267658>
 - Taylor, S. P. (2017). What Is Innovation? A Study of the Definitions, Academic Models and Applicability of Innovation to an Example of Social Housing in England. *Open Journal of Social Sciences*, 05(11), 128–146. <https://doi.org/10.4236/jss.2017.511010>
 - Thiel, S. Van, & Leeuw, F. L. (2002). THE PERFORMANCE PARADOX IN THE PUBLIC SECTOR Performance Assessment in the Public Sector. *Public Performance & Management Review*, 25(3), 267–281.
 - Tohidi, H., & Jabbari, M. M. (2012a). Different Stages of Innovation Process. *Procedia Technology*, 1, 574–578. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2012.02.125>
 - Tohidi, H., & Jabbari, M. M. (2012b). Product Innovation Performance in Organization. *Procedia Technology*, 1(December 2012), 521–523. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2012.02.112>
 - Tsai, M.-H., Chang, J.-H., Lin, Y.-S., & Cheng, K.-C. (2020). The Impact of Product innovation on Performance: The Influence of Uncertainty and Managerial Accounting Information Systems. *Munich Personal RePEc Archive*, 102898, 102898. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/102898/>



- Tsinopoulos, C., Sousa, C. M. P., & Yan, J. (2018). Process Innovation: Open Innovation and the Moderating Role of the Motivation to Achieve Legitimacy. *Journal of Product Innovation Management*, 35(1), 27–48. <https://doi.org/10.1111/jpim.12374>
- Uddin, M. S., & Kader, S. A. (2022). Financial Performance Evaluation Through Ratio Analysis: a Study on Rural Power Company Ltd. *International Journal of Business and Management Future*, November, 9–18. <https://doi.org/10.46281/ijbmf.v8i1.1827>
- Ungerman, O., Dedkova, J., & Gurinova, K. (2018). The impact of marketing innovation on the competitiveness of enterprises in the context of industry 4.0. *Journal of Competitiveness*, 10(2), 132–148. <https://doi.org/10.7441/joc.2018.02.09>
- Utami, T. L. W., Indarti, N., Sitalaksmi, S., & Makodian, N. (2017). the Effect of Knowledge Sources on Innovation Capabilities Among Restaurants and Café Businesses in Indonesia. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 31(1), 33. <https://doi.org/10.22146/jieb.16503>
- Valenzuela-Fernández, L., Peñaloza-Briones, N., Barajas-Porta, K., & Marinao-Artiga, E. (2021). Organizational innovation capabilities. Empirical evidence from B2B contexts. *Estudios Gerenciales*, 37(161), 647–656. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.161.4309>
- van Acker, W. (2018). An Introduction into Public Sector Innovation - Definitions, Typologies, and an Overview of the Literature. *SSRN Electronic Journal*, August. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3231503>
- Wade, D., & Recardo, R. J. (2001). Corporate Performance Management: How to Build a Better Organization Through Measurement-Driven Strategic Alignment. In *Routledge*.
- Wade, M., & Hulland, J. (2004). Review: The resource-based view and information systems research: Review, extension, and suggestions for future research. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 28(1), 107–142. <https://doi.org/10.2307/25148626>
- Wambui, S. K., Kahuthia, J., & Gakenia, J. (2018). Innovation Strategies and Organizational Performance: A Case Study of Telkom Kenya Limited. *Strategic Journal of Business and Change*
- West, J., Salter, A., Vanhaverbeke, W., & Chesbrough, H. (2014). Open innovation: The next decade. *Research Policy*, 43(5), 805–811. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.03.001>
- Winter, S. G. (2003). Understanding dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 24(10 SPEC ISS.), 991–995. <https://doi.org/10.1002/smj.318>
- Witell, L., Snyder, H., Gustafsson, A., Fombelle, P., & Kristensson, P. (2016). Defining service innovation: A review and synthesis. *Journal of Business Research*, 69(8), 2863–2872. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.055>
- Yannopoulos, P., Gorish, N., & Kefalaki, M. (2011). Mental Models as Barriers to Innovation. *Journal of Business and Policy Research*, 6(3), 115–124. <http://www.jbprpapers.com/uploads/2011/december/8.pdf>
- Yildiz, E. (2014). A Study on the Relationship between Organizational Culture and Organizational Performance and a Model Suggestion. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 3(4), 52–67. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v3i4.117>
- Yu, D., & Hang, C. C. (2010). A Reflective Review of Disruptive Innovation Theory. *International Journal of Management Reviews*, 12(4), 435–452. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00272.x>
- Zahra, S. A., & Bogner, W. C. (2000). Technology strategy and software new ventures' performance: Exploring the moderating effect of the competitive environment. *Journal of Business Venturing*, 15(2), 135–173. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00009-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00009-3)
- Zeytinoglu, E., Akarim, Y. D., & Çelik, S. (2012). The impact of market-based ratios on stock returns: The evidence from insurance sector in Turkey. *International Research Journal of Finance and Economics*, 84(January 2012), 41–48.
- Zott, C. (2003). Dynamic capabilities and the emergence of intraindustry differential firm performance: Insights from a simulation study. *Strategic Management Journal*, 24(2), 97–125. <https://doi.org/10.1002/smj.288>