

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور
دانشکده مدیریت و حسابداری تهران
گروه علمی مدیریت دولتی
پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
در رشته مدیریت دولتی (گرایش تشکیلات و روش ها)

عنوان:
شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان در سازمان
(مورد مطالعه در ستاد شرکت ملی نفت ایران)

دانشجو:
فرشاد شجاعی اب رس

استاد راهنما:
جناب آقای دکتر حسن درویش

استاد مشاور:
جناب آقای دکتر جمالی زاده

زمستان ۹۳

صورتجلسه دفاع از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد

جلسه دفاع از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد

خانم/آقای..... دانشجوی رشته

شماره دانشجویی..... تحت

عنوان.....

با حضور هیات داوران در روز..... مورخ...../...../..... ساعت..... در محل

ساختمان..... برگزار شد و هیات داوران پس از بررسی، پایان نامه مذکور را

شایسته نمره به عدد..... به حروف..... با درجه..... تشخیص داد.

ردیف	نام و نام خانوادگی	هیئت داوران	مرتبۀ دانشگاهی	دانشگاه / موسسه	امضاء
۱		استاد راهنما			
۲		استاد مشاور			
۳		استاد داور			
۴		نماینده تحصیلات تکمیلی			

اینجانب دانشجوی ورودی سال مقطع کارشناسی ارشد رشته گواهی می نمایم چنانچه در پایان نامه خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته ام با نقل قول مستقیم یا غیرمستقیم منبع و ماخذ آن را نیز در جای مناسب ذکر کرده ام. بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد بر عهده خویش می دانم و جوابگوی آن خواهم بود.

نام و نام خانوادگی دانشجو

تاریخ و امضاء

اینجانب دانشجوی ورودی سال مقطع کارشناسی ارشد رشته گواهی می نمایم چنانچه براساس مطالب پایان نامه خود اقدام به انتشار مقاله، کتاب، و ... نمایم ضمن مطلع نمودن استاد راهنما، با نظر ایشان نسبت به نشر مقاله، کتاب، و ... و به صورت مشترک و با ذکر نام استاد راهنما مبادرت نمایم.

نام و نام خانوادگی دانشجو

تاریخ و امضاء

کلیه حقوق مادی مترتب از نتایج مطالعات، آزمایشات و نوآوری ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه متعلق به دانشگاه پیام نور می باشد.

زمستان ۹۳

تقدیم به پدر و مادر عزیزم
هر آنچه هستم تنها لطف پروردگار رئوف
و بالندگی در آغوش پدر و مادر مهربانی است که لحظه لحظه عمر خود را چنان
شمع بر بالینم سوختند .

تقدیم به همسر و فرزندانم
سپاس همسر و فرزندانم که در هر قدم با من همگام
شدند تا توان ایجاد چنین اثری را با آنها لمس کنم .

تقدیم به روح بزرگوار پدر همسرم
بی شک تحولی که اکنون در من ایجاد شده است
به لطف و شاگردی او بوده است
نیستی ولی همیشه از خاطرات شاگردانه یاد می گیرم .

سپاسگزاری:

سپاس بیکران پروردگار یکتا را که هستی مان بخشید و به طریق علم و دانش رهنمونمان شد و به همنشینی رهروان علم و دانش مفتخرمان نمود و خوشه چینی از علم و معرفت را روزیمان ساخت.

از استاد گرامی جناب آقای دکتر حسن درویش، که با حسن خلق و صبوری در تمامی مراحل تهیه این پایان نامه، بنده را از راهنمایی های ارزشمند خویش بهره مند نمودند بسیار سپاسگزارم .
از استاد محترم جناب آقای دکتر احمدی، که قبول زحمت نمودند و داوری پایان نامه اینجانب را بعهده گرفتند، تقدیر و تشکر می نمایم .

نمی توانم معنایی بالاتر از تقدیر و تشکر بر زبانم جاری سازم تا سپاس خود را در وصف استادان خویش آشکار نمایم، که هر چه گویم، کم گفته ام.

فهرست مطالب:

فصل اول: کلیات تحقیق

۱,۱	مقدمه	۲
۲,۱	بیان مساله	۲
۱,۳	اهمیت و ضرورت تحقیق	۴
۱,۴	گزارشهای تحقیق	۵
۱,۴,۱	اهداف تحقیق	۵
۱,۴,۱,۱	هدف اصلی	۵
۱,۴,۱,۲	هدفهای فرعی	۶
۱,۵	سوالات تحقیق	۶
۱,۵,۱	سوالات/ فرضیههای اصلی تحقیق	۶
۱,۵,۲	سوالات/ فرضیههای فرعی تحقیق	۶
۱,۶	متغیرهای تحقیق	۶
۱,۶,۱	متغیرهای مستقل و وابسته	۶
۱,۶,۲	تعریف عملیاتی متغیرها	۶
۱,۶,۳	مقیاس اندازه گیری متغیرها	۷
۱,۶,۴	مدل بیانگر روابط میان متغیرها	۷
۱,۷	نوآوری تحقیق	۸
۱,۸	روش انجام تحقیق	۸
۱,۹	تعریف جامعه آماری	۸
۱,۹,۱	روش تعیین حجم نمونه	۸
۱,۱۰	روشهای گردآوری اطلاعات	۹
۱,۱۰,۱	روش گردآوری دادهها	۹
۱,۱۰,۲	روش سنجش روایی ابزار	۹
۱,۱۰,۳	روش سنجش پایایی ابزار	۹

فصل دوم: مبانی نظری و ادبیات تحقیق

۲,۱	مقدمه	۱۱
۲,۲	تعریف نوآوری	۱۱
۲,۳	انواع نوآوری	۱۵
۲,۴	سطوح مطالعه نوآوری	۱۷
۲,۵	فرایند و مدل های نوآوری	۱۹
۲,۶	موفقیت نوآوری	۳۳
۲,۷	عوامل موثر بر موفقیت نوآوری	۳۷
۲,۸	عوامل بازدارنده فعالیت های نوآوری	۶۰
۲,۹	ملاحظات مطالعه نوآوری در کشورهای در حال توسعه	۶۱
۲,۱۰	سابقه تحقیقات و مطالعات انجام گرفته	۶۲
۲,۱۱,۳	جدول مقایسه مطالعات مشابه	۶۵
۲,۱۲	جمع بندی	۶۶

فصل سوم: روش شناسی تحقیق

۳,۱	مقدمه	۷۲
-----	-------	----

۷۲	۳,۲. روش تحقیق.....
۷۲	۳,۳. روش گردآوری داده‌ها.....
۷۴	۳,۴. مدل مفهومی مورد استفاده در تحقیق.....
۷۴	۳,۵. سوالات تحقیق.....
۷۵	۳,۶. مدل اصلاح شده براساس آرای صاحب‌نظران.....
۷۶	۳,۷. متغیرهای تحقیق.....
۷۷	۳,۸. اعتبار و روایی ابزار تحقیق.....
۷۹	۳,۹. جامعه آماری.....
۷۹	۳,۱۰. حجم نمونه.....
۸۰	۳,۱۱. فنون آماری مورد استفاده.....
۸۰	۳,۱۱,۱. آمار توصیفی.....
۸۰	۳,۱۱,۲. آمار استنباطی.....
۸۱	۳,۱۱,۲,۱. آزمون دو جمله‌ای.....

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

۸۳	۴,۱. مقدمه.....
۸۴	۴,۲. اصلاح مدل و متغیرهای تحقیق.....
۸۴	۴,۲,۱. آمار توصیفی نمونه خبرگان.....
۸۷	۴,۲,۴. اهمیت عوامل یا متغیرهای جزئی از دید خبرگان.....
۹۹	۴,۲,۵. جمع‌بندی نظرات خبرگان در خصوص عوامل موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان.....
۱۰۱	۴,۳. اجرای پیمایش در شرکت ملی نفت ایران.....
۱۰۵	۴,۴. آزمون‌ها.....
۱۱۵	۴,۴,۳. آزمون فرضیه‌های اصلی (عوامل اصلی).....
۱۱۹	۴,۴,۴,۱. رتبه‌بندی عوامل اصلی.....
۱۲۱	۴,۴,۴,۲. رتبه‌بندی عوامل فرعی.....
۱۲۱	۴,۴,۴,۲,۱. مجموعه عوامل فردی موثر بر نوآوری‌های جهشی و تدریجی کارکنان.....
۱۲۳	۴,۴,۴,۲,۲. مجموعه عوامل سازمانی موثر بر نوآوری‌های جهشی و تدریجی.....
۱۲۶	۴,۴,۴,۲,۳. مجموعه عوامل سازمانی موثر بر نوآوری‌های جهشی و تدریجی کارکنان.....
۱۲۸	۴,۴,۴,۲,۴. رتبه‌بندی مجموعه همه عوامل فردی، سازمانی و محیطی موثر بر نوآوری.....
۱۳۳	۴,۴,۵. ابعاد موفقیت نوآوری.....
۱۳۴	۴,۴,۶. تبیین وضعیت موجود موفقیت نوآوری کارکنان و عوامل موثر بر آن در صنعت نفت.....
۱۳۴	۴,۴,۶,۱. تبیین وضعیت موجود موفقیت نوآوری.....
۱۳۷	۴,۴,۷. تبیین وضعیت موجود عوامل موثر بر موفقیت نوآوری در صنعت نفت.....

فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری

۱۴۱	۵,۱. مقدمه.....
۱۴۱	۵,۲. نتایج.....
۱۴۸	۵,۳. بحث.....
۱۴۹	۵,۴. پیشنهادها.....

چکیده

این تحقیق به دلیل اهمیت و ضرورت نوآوری در صنعت نفت، به منظور توسعه توانمندی‌های کارکنان صنعت نفت در ارایه و بهبود محصولات نفتی به منظور بهره برداری مناسب از منابع کشور تعریف و به انجام رسیده است. تحقیق حاضر به دنبال این بوده تا عوامل موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان را شناسایی و رتبه‌بندی کند. به این منظور، ابتدا مدل‌ها و مبانی نوآوری مورد کنکاش قرار گرفته است. سپس موفقیت نوآوری تعریف شده و ابعاد آن در عرصه‌های مختلف تبیین شده و در ادامه، عوامل موثر بر موفقیت نوآوری در سه محور شناسایی و بررسی شده‌اند. این سه محور عبارتند از: فردی، سازمانی و محیطی. از سوی صاحب‌نظران مختلف، مولفه‌ها یا عوامل متعددی به‌عنوان متغیرهای موثر بر نوآوری مطرح شده است. در این تحقیق ۷۶ عامل تاثیرگذار بر موفقیت نوآوری کارکنان شناسایی، مقایسه و دسته‌بندی شد. از بین این ۷۶ عامل، در تعامل با صاحب‌نظران علمی صنعت نفت، این عوامل به ۴۴ عامل تقلیل یافت. بررسی میدانی موضوع به روش توصیفی-پیمایشی در ستاد شرکت ملی نفت ایران، نشان داد که این عوامل از سوی صنعت نفت نیز به‌عنوان عوامل موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان مورد تایید است. با این وجود، مشخص شد تاثیرگذاری این عوامل روی نوآوری‌های جهشی و تدریجی به یک اندازه نیست. به عبارت دیگر، ترتیب یا رتبه تاثیرگذاری ۴۴ عامل مذکور بر موفقیت نوآوری‌های جهشی و تدریجی متفاوت است.

واژه‌های کلیدی: نوآوری، موفقیت نوآوری، عوامل موثر، شرکت ملی نفت ایران

فصل اول:
کلیات تحقیق

۱.۱. مقدمه

در محیط پویای امروز جهان، توانایی سازگاری و نوآوری، لازمه بقای تمامی سازمان‌هاست؛ چرا که از حرکت ایستادن، به معنی عقب‌ماندن از رقبایی است که حرکت رو به جلو دارند. یکی از ملزومات ایجاد پیشرفت و حرکت رو به جلو، نوآوری است (تسلیمی، ۱۳۷۶). از دیدگاه نظری، نوآوری یکی از مولفه‌های مهم بقا و توسعه کسب و کارها به حساب می‌آید ولی در عرصه تولید و صنعت، عاملی کلیدی در افزایش قدرت اقتصادی، محسوب شده است. به عنوان مثال، آمریکا در چشم‌انداز مشترک ۲۰۱۰ خود، نوآوری فناورانه را به همراه برتری اطلاعاتی، به عنوان مولفه‌های اساسی در برتری معرفی کرده است (Joint Vision 2010, 2000). این موضوع در سند چشم‌انداز مشترک ۲۰۲۰ نیز مورد تاکید قرار گرفته، با این تغییر که علاوه بر نوآوری‌های فناورانه، بر نوآوری‌های فکری نیز تاکید گردیده است (US Army, 2003). در مجموع، می‌توان گفت نوآوری نه تنها موضوعی مهم و جهانی در عرصه کسب و کار است، بلکه مساله‌ای حیاتی در بخش دفاعی و به خصوص صنایع کشورها محسوب می‌گردد.

یکی از راههای موفق موجود برای سازمانها در راستای نوآوری، سرمایه‌گذاری آنها در جهت ارتقای توانایی کارکنان شان در راستای نوآور تر شدن می باشد. سازمانی که صرفاً با تکیه بر طرحها و نقشه های رفتارهای معین و ثابت کار می کند، یک نظام اجتماعی بسیار آسیب پذیر است. امروزه، کار بیشتر مبتنی بر دانش و کمتر سخت گیرانه شده است. در این زمینه، کارکنان می توانند از طریق توانایی در خلق ایده‌های جدید و استفاده از این ایده ها به عنوان بلوک‌های ساختمانی برای ایجاد محصولات، خدمات و فرآیندهای کاری جدیدتر و بهتر، به ارتقای عملکرد شرکت کمک نمایند. بسیاری از متخصصین و افراد آکادمیک این دیدگاه را تأیید می کنند که ابتکارات و نوآوری‌های فردی در رسیدن به موفقیت‌های سازمانی بسیار مؤثر است. لذا در این تحقیق به بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت کارکنان در سازمان پرداخته شده است.

۱.۲. بیان مساله

امروزه عوامل زیادی بر بقای واحدهای صنعتی و خدماتی تأثیر می‌گذارند و عوامل تأثیرگذار به سرعت تغییر می‌کنند و این تغییرات غیر قابل پیش‌بینی است. تعداد زیادی از سازمانها در چنین محیطی فعالیت می‌کنند. در این محیط، سازمانهای موفق همواره در جهت خلق محصولات و خدمات جدید فعالیت داشته‌اند و خلاقیت و نوآوری از عوامل مهم بقای آنها به شمار رفته است (Labich, 1988, p.49). نوآوری بکارگیری ایده‌های نوین ناشی از خلاقیت است که می‌تواند یک محصول جدید، خدمت جدید، یا راه حل جدید انجام کارها باشد (رضائیان، ۱۳۶۷). نوآوری، فرآیند ادراک دانش و تبدیل آن به محصولات و خدمات جدید می‌باشد. (American Management Association, 1972)

تغییر سازمانی به عنوان اتخاذ یک فکر یا رفتار جدید به وسیله سازمان می‌باشد. اما نوآوری در سازمان، اتخاذ یک ایده یا رفتار است که برای نوع صنعت، سازمان، بازار و محیط کلی سازمان جدید است. اولین سازمانی که این ایده را معرفی می‌کند به عنوان نوآور در نظر گرفته می‌شود و سازمانی که کپی می‌کند، یک تغییر را اتخاذ کرده است (Richard Daft, 1992, p.254).

نوآوری فرآیندی است که از طریق توسعه روشهای جدید داد و ستد و ایجاد راهکارها، راحلها، محصولات و خدمات نو، ارزش افزوده و درجه ای از تازگی را برای سازمان، عرضه کنندگان و مشتریان فراهم می‌آورد (McFadzean et al. 2005).

برای نوآوری در سازمان، تنه‌داشتن مدیران کارکنان خلاق و نوآور کافی نیست؛ زیرا اندیشه خلاق و نوآور، در سازمان بورکراتیک با ساختار مکانیکی تأثیر چندانی ندارد. حتی می‌شو گفت بی‌تأثیر است. علی‌رغم سابقه طولانی نوآوری در حیات بشری، اخیراً به واسطه سرعت شگرف تغییرات تکنولوژیکی، رقابت جهانی و عدم اطمینان اقتصادی، سازمان‌ها کشف کرده‌اند که منبع کلیدی و مستمر مزیت رقابتی و بقاء، نوآوری است. این مزیت رقابتی مستمر در قالب ایده‌ها، محصولات و خدمات تازه ظاهر می‌شود که مستقیماً از تفکر نوآور ناشی می‌شوند (مامفورد^۱، ۲۰۰۳ و اولدهام^۲، ۱۹۹۶). لذا نوآوری کارکنان به این صورت به بقای سازمان کمک می‌کند (آمابیل^۳، ۱۹۹۶). بنابراین وقتی که کارکنان در کارشان نوآور باشند، قادر خواهند بود ایده‌های تازه و مفیدی در مورد محصولات، عملکرد، خدمات یا رویه‌های سازمان ارائه و بکارگیرند، وجود چنین ایده‌هایی سبب می‌شود که کارکنان دیگر، این ایده‌ها را در کارشان مورد استفاده قرار دهند، بعلاوه آن‌ها این ایده‌ها را توسعه داده و آن‌ها را به کارکنان دیگر برای توسعه و بکارگیری در کارشان منتقل می‌کنند. از اینرو تولید و بهره‌گیری از ایده‌های تازه این امکان را به سازمان می‌دهد که بتواند با شرایط متغیر بازار منطبق شده، به تهدیدها و فرصت‌ها پاسخ به موقع داده و رشد و توسعه یابد (گیلسون و شالی^۴، ۲۰۰۴). نوآوری نه تنها از طریق توسعه محصولات و فرآیندها، سهم بازار موجود را توسعه می‌دهد، بلکه باعث ایجاد بازارهای جدید و شکل‌دهی به محیط می‌شود (باسادر^۵، ۲۰۰۴).

با وجود این که تغییر و تحولات فزاینده و بی‌پیشینه محیطی، سازمان‌ها را در برابر دو راه نوآور بودن و یا از بین رفتن قرار داده است، اما سازمان‌ها، غالباً نوآوری کارکنان خود را سرکوب می‌کنند تا این که زمینه‌های ظهور و بروز و ارتقای آن را فراهم نمایند. درحقیقت، سرکوبی نوآوری در سازمان‌ها به قدری رایج است که کمتر مورد سؤال قرار می‌گیرد. اما مدیران عمدتاً، نادانسته نوآوری را سرکوب می‌کنند و زمانی که نوآوری سرکوب شود، سازمان یک ابزار رقابتی قدرتمند، یعنی تولید و بهره‌گیری

1 . Mumford

2 . Olham, G.R. and Cummings, A.

3 . Amabile

4 . Shalley, C.E. and Gilson, L.L

5 . Basadur, M.

از ایده‌های تازه را از دست خواهد داد. در واقع مدیران درک درستی از مفهوم نوآوری و عوامل موثر بر آن نداشته و بیشتر افراد نمی‌دانند که چگونه می‌توانند نوآوری خود را افزایش دهند (آمابیل و همکاران، ۲۰۰۴).

یکی از راههای موفق موجود برای سازمانها در راستای نوآوری، سرمایه‌گذاری آنها در جهت ارتقای توانایی کارکنان شان در راستای نوآور تر شدن می باشد. سازمانی که صرفاً با تکیه بر طرحها و نقشه های رفتارهای معین و ثابت کار می کند، یک نظام اجتماعی بسیار آسیب‌پذیر است. امروزه ، کار بیشتر مبتنی بر دانش و کمتر سخت گیرانه شده است. در این زمینه، کارکنان می توانند از طریق توانایی در خلق ایده‌های جدید و استفاده از این ایده ها به عنوان بلوک‌های ساختمانی برای ایجاد محصولات، خدمات و فرآیندهای کاری جدیدتر و بهتر، به ارتقای عملکرد شرکت کمک نمایند. بسیاری از متخصصین و افراد آکادمیک این دیدگاه را تأیید می کنند که ابتکارات و نوآوری‌های فردی در رسیدن به موفقیت‌های سازمانی بسیار مؤثر است.

به منظور ایجاد یک روند مداوم و دنباله دار از ابتکارات و نوآوری، کارکنان باید هم مایل و هم قادر به نوآوری باشند. دراکر (۱۹۹۲) معتقد است که علاوه بر لزوم وجود مدیر و کارکنان خلاق و نوآورد در سازمان، باید ساختار، استراتژی، محیط، فناوری، اندازه و چرخه‌ی حیات سازمان و توان کنترل منابع انسانی آن، و نیز فرهنگ و صاحبان قدرت از نوآوری حمایت کنند. در سازمان‌های بسیار نوآور، ساختار سازمانی مشوق نوآوری است. این‌گونه سازمان‌ها از ساختاری منعطف برخوردارند (دراکر^۱، ۱۹۹۲).

نوآوری‌های فردی در بسیاری از اصول مدیریتی شناخته شده، یک اصل اساسی به شمار می رود: نمونه‌هایی از این اصول مدیریتی شناخته شده به قرار ذیل هستند: مدیریت کل کیفیت (مک لوگ لین^۲، ۱۹۹۷ و ایجه و آکیان^۳، ۲۰۰۴)؛ برنامه های ارتقای مداوم (بور و سی سکیس^۴، ۱۹۹۸)؛ ریسک شرکتی (الفرینگ^۵، ۲۰۰۳) و آموزش سازمانی (سنگه^۶، ۱۹۹۰). با این اوصاف به نظر می رسد عوامل موثر بر نوآوری کارکنان دارای ابعاد گوناگونی است و جهت شناخت این عوامل می بایست تمامی ابعاد را مورد بررسی قرار داد در این راستا، سئوالی اصلی این تحقیق عبارت است از : **عوامل موثر بر**

نوآوری کارکنان در سازمان کدامند؟

۱.۳. اهمیت و ضرورت تحقیق

نوآوری موضوعی بسیار مهم و ضروری در تامین توانمندی در حوزه صنعت نفت برای همه کشورهای دارنده مخازن نفت و گاز است. اما، با توجه به شرایط خاص کشورمان از نظر چشم‌انداز

1. Drucker

2 . McLoughlin, I. and Harris, M

3 . Ehigie, B.O. and Akpan

4 . Boer, H. and Gieskes, J

5 . Elfring, T

6 . Senge, P

ملی، تهدیدات و تحریم‌های جهانی و منطقه‌ای، اهمیت نوآوری در صنعت نفت دوچندان است به گونه‌ای که به‌طور مکرر مورد تاکید مسئولان کشور قرار گرفته‌است.

بنابراین، وجود نوآوری‌های موفق کارکنان در صنعت نفت مبحثی اساسی بوده و به‌همین جهت نیز شناخت عواملی که بر موفقیت نوآوری‌های کارکنان تاثیر می‌گذارند، امری کلیدی است. البته موفقیت، جزء ذاتی نوآوری و بخشی از مفهوم تخصصی آن است. تحقیق حاضر می‌تواند در سطح کلان کشور در زمینه زیر مفید و موثر واقع شود:

- آشنایی با چالش‌ها و مسایل واقعی مبتلابه صنعت در زمینه نوآوری کارکنان
 - فراهم شدن فرصت یادگیری و استفاده از تجارب نوآوری کارکنان در صنعت نفت
 - امکان ترازیبی و تعمیم نتایج و عملکرد نوآوری کارکنان جهت مدیریت موفق تر نوآوری در سایر بخش‌ها و صنایع
 - افزایش احتمال موفقیت نوآوری‌های کارکنان و کاهش احتمال شکست نوآوری‌های کارکنان در سایر بخش‌ها و صنایع
- البته، به‌صورت خاص می‌توان اهمیت و نیاز به انجام این تحقیق را در خود صنعت نفت نیز جستجو نمود. با توجه به صناعی و سازمان‌هایی که در این امر دخیل هستند، می‌توان نیاز به انجام آن را در حصول به دستاوردها زیر، چنین خلاصه نمود:
- ارتقا دانش و آگاهی نسبت به مقوله نوآوری کارکنان ، و ایجاد اجماع و درک مشترک نسبت به نوآوری کارکنان
 - شناخت بهتر و امکان تقویت عوامل محرک و رفع موانع نوآوری کارکنان در جهت افزایش احتمال موفقیت و کاهش شکست نوآوری‌های آنان
 - دستیابی به الگو و شاخص‌هایی برای مدیریت موفق نوآوری کارکنان
 - یادگیری، اشاعه و الگوبرداری از تجربیات موفق در صنعت نفت برای دیگر صنایع فعال در کشور

۱.۴. گزاره‌های تحقیق

۱.۴.۱. اهداف تحقیق

۱.۴.۱.۱. هدف اصلی

هدف اصلی تحقیق عبارت است از: عوامل موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان در ستاد شرکت ملی نفت ایران . با انجام این تحقیق انتظار می‌رود این عوامل و مولفه‌ها یا عناصر مرتبط با آنها شناسایی شود. این شناخت نهایتاً می‌تواند به مدیریت اثربخش تر و الگوهای قابل تکرار و موفق نوآوری کارکنان منجر شود.

۱.۴.۱.۲. هدف‌های فرعی

- شناسایی عوامل محیطی موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان در ستاد شرکت ملی نفت ایران
- شناسایی عوامل سازمانی موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان در ستاد شرکت ملی نفت ایران
- شناسایی عوامل فردی موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان در ستاد شرکت ملی نفت ایران
- اولویت‌بندی عوامل موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان در ستاد شرکت ملی نفت ایران

۱.۵. سوالات تحقیق

سوالات تحقیق، براساس تقسیم‌بندی نوآوری‌های جهشی و تدریجی مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱.۵.۱. سوالات / فرضیه‌های اصلی تحقیق

- عوامل موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان در ستاد شرکت ملی نفت ایران کدامند؟

۱.۵.۲. سوالات / فرضیه‌های فرعی تحقیق

سوالات فرعی را می‌توان به این صورت مطرح نمود:

- عوامل فردی موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان در ستاد شرکت ملی نفت ایران کدامند؟
- عوامل سازمانی موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان در ستاد شرکت ملی نفت ایران کدامند؟
- عوامل محیطی موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان در ستاد شرکت ملی نفت ایران کدامند؟

۱.۶. متغیرهای تحقیق

۱.۶.۱. متغیرهای مستقل و وابسته

متغیرهای مستقل:

- متغیرهای فردی
- متغیرهای سازمانی
- متغیرهای محیطی

متغیر وابسته:

- نوآوری کارکنان

متغیر وابسته در این تحقیق، « نوآوری کارکنان » است.

۱.۶.۲. تعریف عملیاتی متغیرها

متغیرهای مستقل عبارتند از: عوامل فردی، سازمانی، و محیطی. در سطحی که در این تحقیق به بررسی عوامل موثر بر موفقیت نوآوری می‌پردازیم، تعداد متغیرها زیاد و لذا پژوهش در سطح کلان

است. برای تعریف عملیاتی متغیرها، استفاده از ابعاد ریز و کمی مشکل بوده و فرایند تحقیق را با مشکل مواجه می‌سازد. در تحقیقات مشابه نیز اغلب در تعریف متغیرها از رویکردهای کیفی استفاده شده تا بتوان در یک چارچوب قابل اجرا به ارزیابی متغیرها پرداخت.

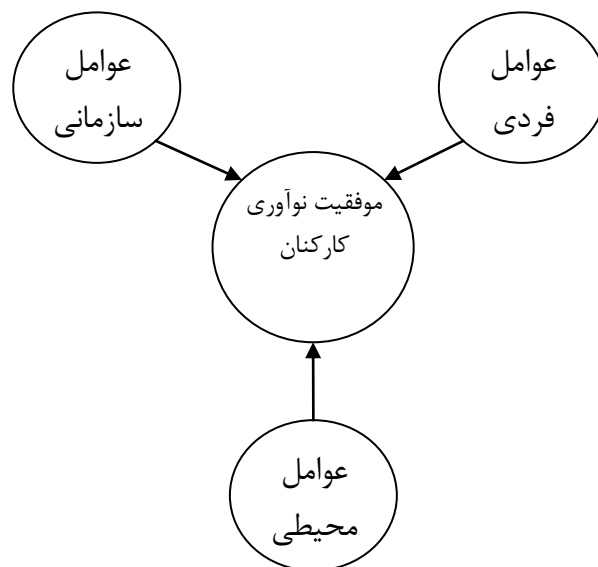
۱,۶,۳. مقیاس اندازه‌گیری متغیرها

مولفه‌های فردی، سازمانی و محیطی مطرح در این تحقیق، نوعاً از جنس متغیرهای ادراکی و کیفی هستند و مقادیر مطلق برای این متغیرها وجود ندارد. اندازه‌گیری این متغیرها بر اساس قضاوت افراد ذی‌صلاح، امکان‌پذیر است. برای اندازه‌گیری این متغیرها لازم است تا وضعیت‌های مختلف هریک را دسته‌بندی کنیم. به‌عنوان مثال میزان تاثیر فرهنگ سازمان را بر موفقیت نوآوری کارکنان، می‌توان بین دو حد خیلی کم تا خیلی زیاد تعریف نمود. لذا به نوع و ماهیت متغیرها و اهداف تحقیق، با مقیاس رتبه‌ای اندازه‌گیری می‌شوند.

با توجه به مشابهت ماهیت و جنس متغیرها و سوالات مرتبط در تحقیق، متغیرها به صورتی که اشاره شد، اندازه‌گیری خواهد شد. این نحوه اندازه‌گیری در تحقیقات و مطالعات سایر محققان سابقه داشته و مورد استفاده قرار گرفته است.

۱,۶,۴. مدل بیانگر روابط میان متغیرها

مدل مفهومی و رابطه میان متغیرهای تحقیق را می‌توان به‌صورت ساده‌شده در شکل بعد مشاهده نمود.



شکل ۱,۱. مدل مفهومی روابط میان متغیرهای تحقیق

۱.۷. نوآوری تحقیق

عوامل موثر بر موفقیت نوآوری در ادبیات اقتصادی مورد بررسی قرار گرفته است و طی سال‌های اخیر مقالات قابل توجهی در این زمینه انتشار یافته، ولی تحقیق مشابهی در این زمینه در ایران کمتر صورت گرفته است. از سوی دیگر، با وجود عملکرد قابل توجه صنایع دفاعی در زمینه پیشرفت‌های فنی و صنعتی، بررسی عوامل موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان در صنعت نفت مورد توجه محققان نبوده است. لذا از این جهت، تحقیق حاضر، تحقیقی جدید و جالب توجه است.

۱.۸. روش انجام تحقیق

به‌طور خلاصه، روش تحقیق ما توصیفی-پیمایشی خواهد بود، که در توضیح آن باید گفت: در این تحقیق براساس جمع‌بندی مدل‌های ارایه شده توسط سایر محققان، می‌خواهیم به شناسایی عوامل موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان مورد مطالعه قراردهیم. قصد ما ارایه نظریه جدید یا مدل‌سازی نیست، بلکه براساس موضوع تحقیق به شناسایی مدل‌ها و عوامل تشریح شده توسط سایر محققان می‌پردازیم و سپس یافته‌ها را به کمک خبرگان تکمیل و اصلاح خواهیم کرد تا مناسب به‌کارگیری در این تحقیق شوند. لذا به‌نظر می‌رسد روش مناسب در چنین تحقیقی، روش توصیفی-پیمایشی است که معمولاً از طریق مطالعه، پرسشنامه نظرسنجی و یا مصاحبه و انجام می‌شود.

در واقع، ابتدا مطالعات لازم روی مبانی نظری و تحقیقات مشابه انجام خواهد شد و براساس این مطالعات، مدل‌ها، عوامل و سنجه‌های مرتبط و مناسب برای ارزیابی «عوامل موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان» احصاء می‌شود. سپس این عوامل و سنجه‌ها از طریق نظرسنجی از خبرگان، اصلاح و تکمیل شده و به‌نوعی روایی آن احراز خواهد شد.

برای پاسخ‌گویی به سوالات اصلی و فرعی تحقیق و براساس ادبیات بحث، درخصوص عوامل موثر بر موفقیت نوآوری کارکنان، با انجام پیمایش به کمک پرسشنامه، داده‌های لازم جمع‌آوری شده و از طریق آزمون‌های آماری، در مورد تایید یا رد عوامل موثر بر موفقیت نوآوری اظهارنظر خواهیم کرد.

۱.۹. تعریف جامعه آماری

جامعه آماری هدف، گروهی ایده آل از افرادی است که از دانش و نقطه نظرات موثر و مرتبط با محتوای پیمایش برخوردارند (اعرابی، ۸۵). جامعه آماری این تحقیق شامل کارکنان از جمله مدیران و کارشناسان ستاد شرکت ملی نفت ایران می‌باشد.

۱.۹.۱. روش تعیین حجم نمونه

در این تحقیق از شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. برای انتخاب تعداد نمونه از فرمول آماری زیر استفاده شده است. بنابراین، با درنظر گرفتن اندازه جامعه (N)، ابتدا حجم نمونه

آماري (n) را براي جامعه با جمعيت مفروض به كمك فرمول زير تعيين مي كنيم (البته در مورد جامعه با تعداد زياد، اين فرمول قابل تعديل و ساده سازي است):

$$n = \frac{N * (z^2 \frac{\alpha}{2}) * p(1-p)}{d^2(N-1) + (z^2 \frac{\alpha}{2}) * p(1-p)}$$

$Z_{\alpha/2}$ = مقدار متغير با توزيع نرمال واحد متناظر با سطح اطمینان $1-\alpha$ (سطح اطمینان معمولاً ۹۵٪ یا ۹۹٪ اتخاذ شده و در نتیجه آلفای متناظر ۵٪ و یا ۱٪ خواهد بود). در چنین تحقیقاتی معمولاً سطح اطمینان ۹۵٪ کفایت می کند، لذا $Z_{0.95}=1.96$ در نظر گرفته شده است.

p = برآورد نسبت صفت متغير يا احتمال وقوع که در حالت حداکثری، مقدار آن ۰٫۵ است.
 d = میزان خطای مجاز (این خطا برحسب موضوع و با توجه به تجربیات قبلی قابل تعریف است). معمولاً میزان خطای ۵٪ تا ۱۰٪ در چنین تحقیقاتی به عنوان میزان خطای مجاز مطرح می شود. در اینجا میزان خطای ۱۰٪ در نظر گرفته شده است.

۱.۱۰. روش های گردآوری اطلاعات

۱.۱۰.۱. روش گردآوری داده ها

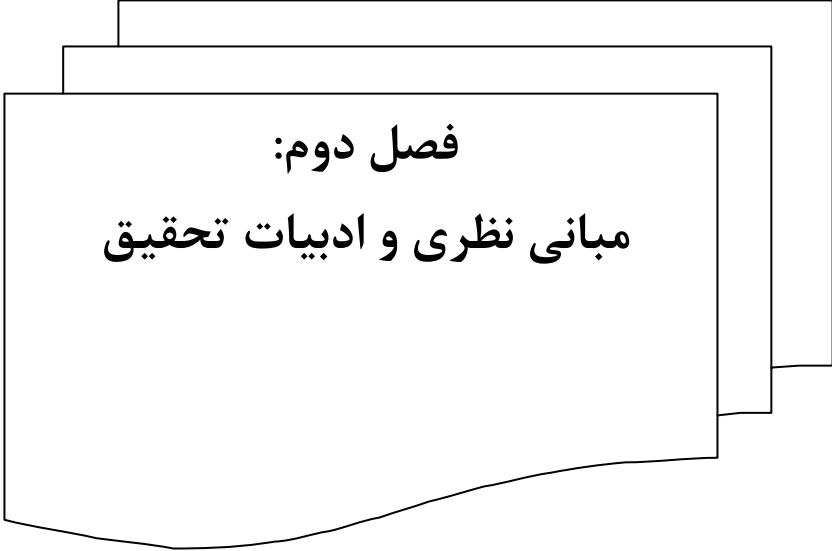
گردآوری داده ها، توسط پرسشنامه انجام می شود. این پرسشنامه براساس پرسشنامه هایی که در تحقیقات دیگران تهیه شده و به کار رفته، خواهد بود. با این وجود با توجه به شرایط و ویژگی های خاص صنعت نفت، لازم است اصلاحاتی و ملاحظاتی در نظر گرفته شود. برای این کار، از روش های تکمیلی استفاده می شود.

۱.۱۰.۲. روش سنجش روایی ابزار

با توجه به این که اساس پرسشنامه مورد استفاده، پرسشنامه های مورد استفاده در تحقیقات قبلی دیگران است، لذا در این جا بنا به ویژگی ها و شرایط تحقیق، روایی ابزار تحقیق (پرسشنامه) به کمک نظرسنجی از تعدادی از خبرگان و صاحب نظران که مرتبط و مطلع از وضعیت نوآوری کارکنان هستند.

۱.۱۰.۳. روش سنجش پایایی ابزار

برای سنجش پایانی پرسشنامه ها روش های مختلفی از جمله روش آلفای کرونباخ و روش دو نیم کردن و غیره استفاده می شود. در این تحقیق از روش آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی ابزار تحقیق (پرسشنامه) استفاده می شود.



فصل دوم:
مبانی نظری و ادبیات تحقیق

۲،۱ مقدمه

بیشتر صاحب‌نظران معتقدند نوآوری فعالیتی است که شاید عمری به اندازه قدمت بشر دارد. نوآوری هم به لحاظ نظری و هم به لحاظ عملی موضوعی مهم در عرصه غیردفاعی و دفاعی محسوب می‌شود. اما با وجود این اهمیت، اتفاق نظر کاملی روی مفاهیم و ابعاد آن وجود ندارد و محققان مختلف از منظرهای مختلفی به آن پرداخته‌اند. در این فصل از تحقیق، ابتدا به بررسی تعاریف و دسته‌بندی‌های نوآوری پرداخته، سپس با توجه به موضوع تحقیق، سطوح، مدل‌ها و ابعاد نوآوری را مرور می‌کنیم. در ادامه به تبیین موفقیت مفهوم نوآوری و شناسایی و دسته‌بندی عوامل موثر بر موفقیت نوآوری می‌پردازیم.

به هر حال، چه پیشران اقتصادی را زمینه نیاز به نوآوری بدانیم چه پیشران فنی (فناورانه) یا دلایل سازمانی، نمی‌توان نقش نوآوری را در توسعه نادیده گرفت. اما نوآوری امروزه اغلب توسط سازمان‌ها انجام می‌شود و درخصوص نوآوری‌های محصولی و فنی اغلب صنایع هستند که مبادرت به نوآوری می‌کنند. چنان‌که دو محقق مطرح می‌سازند "نوآوری‌هایی که به زندگی ما شکل می‌دهند، اغلب در سازمان‌ها بوجود می‌آیند و این باعث شده که سازمان‌ها احساس نیاز بیشتری به کسب توانایی نوآوری و انجام نوآوری بنمایند" (Tushman & Anderson, 1997).

۲،۲. تعریف نوآوری

نوآوری پدیده جدیدی نیست و شاید بتوان گفت قدمتی به اندازه تاریخ خود بشر دارد (Fagerberg, 2003). با این وجود، تعریف نوآوری چندان که به نظر می‌رسد، ساده نیست (White & Bruton, 2007). نوآوری اصطلاحی رایج هم در ادبیات عمومی و هم در ادبیات علمی است و تعاریف مختلفی از آن ارایه شده‌است. به‌طور کلی، نوآوری متناظر با تغییر و تحول است و "تحول به هر اندازه که باشد، امری نو را در اذهان متبادر می‌سازد" (تسلیمی، ۱۳۷۶). نوآوری، پدید آمدن امری جدید و تازه را به ذهن متبادر می‌سازد چنان‌که فرهنگ لغت وبستر نوآوری را به معنی "مطرح کردن چیزی جدید، یا یک ایده، روش یا تجهیزاتی جدید" آورده‌است (Merriam-Webster Dictionary, 2004: 645). به این ترتیب، حدی از نو یا جدید بودن در مفهوم نوآوری نهفته‌است. ولی نوآوری فقط بیانگر فعالیتی که منجر به اختراع یا اکتشاف شود، نیست، بلکه نوآوری عبارت است از فعالیتی که ایده یا محصول ناشی از آن، به بازار راه می‌یابد، در بازار می‌ماند و تاثیر اجتماعی-اقتصادی ایجاد می‌کند (سلطانی‌تیرانی، ۱۳۷۸). به عبارت دیگر، "ویژگی مشترک نوآوری‌ها، به مرحله عمل درآمدن است" (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۱۳۸۶: ۵۰).