



دانشگاه شهید بهشتی

دانشکده مدیریت و حسابداری



دانشگاه سمنان

دانشکده مدیریت و اقتصاد

رساله جهت اخذ دکترا در رشته مدیریت بازرگانی (بین الملل)

عنوان :

طراحی و تبیین مدل مدیریت نوآوری جامع و امکان سنجی آن
در سازمان های صنعتی ایران

استاد راهنما :

دکتر عباسعلی حاجی کریمی

اساتید مشاور :

دکتر محمد رضا حمیدی زاده دکتر نسرین جزنی

نگارش :

سید مهدی گلستان هاشمی

مهر ماه ۱۳۹۱

سپاس و قدردانی

الحمد لله رب العالمین سبحان الله رب سماوات و الارض

شکر و سپاس و منت و عزت خدای را پروردگار خلق و خداوند کبریا

حمد و ستایش بی انتها آفریدگار عالم هستی را که توفیق عطا فرمود با توکل بر او این پژوهش انجام گیرد.

بر خود وظیفه می دانم از کلیه ی بزرگواران ارجمندی که مرا در انجام این پایان نامه یاری نموده اند صمیمانه قدردانی و سپاسگذاری نموده و از خداوند متعال برایشان سلامتی ، بهروزی و توفیقات روز افزون الهی آرزو نمایم .

از استاد گرامی و بزرگوارم جناب آقای دکتر عباسعلی حاجی کریمی که با هدایت ها و رهنمودهای ارزشمندشان انجام این پایان نامه را امکان پذیر نمودند صمیمانه کمال تشکر و قدردانی را می نمایم . از اساتید گرانقدر و ارجمندم جناب آقای دکتر محمد رضا حمیدی زاده و سرکار خانم دکتر نسرین جزنی که با راهنمایی ها و مساعدت های ارزنده شان یاری ام نموده اند صمیمانه تقدیر و سپاسگذاری می کنم .

از اساتید بزرگوار و ارجمند جناب آقای دکتر عباس بازرگان ، جناب آقای دکتر طهمورث حسنقلی پور جناب آقای دکتر علی حقیقی و سرکار خانم دکتر منیژه قره چه ، که به عنوان اساتید داور رهنمودهای ارزشمندی ارائه فرمودند صمیمانه تشکر و سپاسگذاری می نمایم .

وظیفه دارم از کلیه زحمات و همکاری های استاد گرامی و بزرگوار جناب آقای دکتر علی اکبر امین بیدختی که همواره در مراحل مختلف حمایت های ارزشمند نموده اند و نیز جناب آقای دکتر علی خیرالدین صمیمانه کمال سپاسگذاری و قدردانی را بنمایم .

همچنین لازم می دانم از مساعدت های ارزشمند جناب آقای دکتر حسن فارسیجانی ، جناب آقای دکتر اسماعیل فدایی نژاد و نیز جناب آقای دکتر قاسمی و کلیه ی بزرگوارانی که به نحوی همکاری داشته اند و فرصت ذکر نامشان در اینجا نشده صمیمانه سپاسگذاری نمایم .

تقدیم به :

روح در ملکوت اعلاى پدر گرانقدر و مادر مکرمم (رحمه الله عليه)
به خاطر انبوه زحماتشان و وجود و بسيارى چیزهایی که از آنها دارم

تقدیم به :

همه ی معلمین و اساتید ارجمندم در کلیه ی دوره های تحصیلی ام
به خاطر همه ی درس ها و دانش هایی که از آنها آموخته ام

تقدیم به :

همسر گرامی و فرزندان عزیزم
به خاطر همه ی صبوری ها و بسيارى حمایت ها و امیدهایی که از آنها دارم

و تقدیم به :

جامعه علمی دانشگاهی و صنعتی کشور عزیزم ایران
به خاطر همه ی آنچه که کشورم از آنها دارد و دینی که به آنها دارم

به نام خداوند جان و خرد

فهرست کلی

.....	فهرست تفصیلی
.....	فهرست شکل‌ها
.....	فهرست جداول
۱	فصل اول: کلیات پژوهش
۲۰	فصل دوم: مبانی نظری پژوهش
۱۰۴	فصل سوم: روش‌شناسی پژوهش
۱۱۸	فصل چهارم: تحلیل داده‌ها، آزمون‌ها و تحلیل مدل
۲۰۰	فصل پنجم: تحلیل یافته‌ها، نتیجه‌گیری و پیشنهادها
۲۳۵	فهرست منابع
.....	پیوست‌ها

فهرست تفصیلی

فصل اول : کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه	۲
۱-۲- بیان موضوع	۲
۱-۳- بیان مسئله	۵
۱-۴- اهداف پژوهش	۶
۱-۴-۱- هدف اصلی	۶
۱-۴-۲- اهداف فرعی	۶
۱-۵- ضرورت پژوهش	۶
۱-۶- مبانی نظری پژوهش	۷
۱-۷- سوالات پژوهش	۹
۱-۷-۱- سوال اصلی	۹
۱-۷-۲- سوالات فرعی	۹
۱-۷-۳- سوال اصلی بخش دوم پژوهش	۱۰
۱-۸- مدل مفهومی پژوهش	۱۰
۱-۹- تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش	۱۱
۱-۹-۱- تعریف عملیاتی متغیرهای بخش ورودی مدل	۱۱
۱-۹-۲- تعریف عملیاتی متغیرهای بخش پردازش مدل	۱۳
۱-۹-۳- تعریف عملیاتی متغیرهای بخش خروجی مدل	۱۴
۱-۱۰- روش‌شناسی انجام پژوهش	۱۵
۱-۱۰-۱- نوع پژوهش	۱۵

۱۵ ۲-۱۰-۱- جامعه‌ی آماری پژوهش و نمونه.....

۱۵ ۳-۱۰-۱- روش‌های گردآوری داده‌ها

۱۵ ۴-۱۰-۱- شیوه‌های تحلیل داده‌ها

۱۶ ۵-۱۰-۱- قلمرو موضوعی پژوهش

۱۶ ۶-۱۰-۱- قلمرو مکانی پژوهش

۱۶ ۷-۱۰-۱- قلمرو زمانی پژوهش

۱۶ ۸-۱۰-۱- محدودیت‌های پژوهش

۱۶ ۱۱-۱- جنبه‌های نوآوری پژوهش

۱۸ ۱۲-۱- خلاصه

فصل دوم: پیشینه و مبانی نظری پژوهش

۲۰ ۲-۱- مقدمه

۲۰ ۲-۲- تعاریف و مفاهیم

۲۰ ۲-۲-۱- تعاریف خلاقیت

۲۲ ۲-۲-۲- تعاریف نوآوری

۲۳ ۲-۲-۳- انواع نوآوری در سازمان

۲۴ ۲-۲-۴- تعریف مدیریت نوآوری

۲۵ ۲-۳- پیشینه‌ی کلی پژوهش

۲۵ ۲-۳-۱- مطالعات و نظریات اولیه

۲۸ ۲-۳-۲- دوره‌ها یا نسل‌های مدیریت نوآوری

۲۸ ۲-۳-۲-۱- دوره یا نسل اول مدیریت نوآوری

۲۸ ۲-۳-۲-۲- دوره یا نسل دوم مدیریت نوآوری

۳۰ ۲-۳-۲-۳- دوره یا نسل سوم مدیریت نوآوری

۳۱ ۲-۳-۲-۴- دوره یا نسل چهارم مدیریت نوآوری

۳۳ ۲-۳-۲-۵- دوره یا نسل پنجم مدیریت نوآوری

۳۴ ۲-۴- مدل‌های مدیریت نوآوری

۳۴ ۲-۴-۱- مدل نوآوری دو

۳۵ ۲-۴-۲- مدل فرایند نوآوری ایبرت

۳۶ ۲-۴-۳- مدل فرایند نوآوری تام

۳۷ مدل نوآوری راسول	۴-۴-۲
۳۹ مدل فرایند نوآوری اولریچ	۵-۴-۲
۴۰ مدل فرایند نوآوری پلیشاک	۶-۴-۲
۴۱ مدل نوآوری مرحله ورودی کوپر	۷-۴-۲
۴۲ مدل نوآوری آخن	۸-۴-۲
۴۳ مدل قابلیت نوآوری لاسون و سامسون	۹-۴-۲
۴۴ مدل نوآوری تعاملی گالوج	۱۰-۴-۲
۴۵ مدل نقشه راه نوآوری برندنبرگ	۱۱-۴-۲
۴۶ مدل عوامل نوآوری موفق پان، بیرز و کلاینیچ	۱۲-۴-۲
۴۷ مدل معماری نوآوری سابری	۱۳-۴-۲
۴۸ مدل نوآوری گسترده بسانت	۱۴-۴-۲
۴۸ مدل نوآوری باز چسبروگ	۱۵-۴-۲
۴۹ مدل هفت چرخه‌ی نوآوری	۱۶-۴-۲
۵۰ مدل شبکه‌ی نوآوری تروت	۱۷-۴-۲
۵۱ مدل نوآوری پنج عاملی گوفین و میشل	۱۸-۴-۲
۵۲ مدل نوآوری سیستم کارخانه‌ی خلاق گالاناکیس	۱۹-۴-۲
۵۳ مدل سیستم نوآوری سازمانی لاپتاسیک، شاو و لیتتر	۲۰-۴-۲
۵۴ مدل نوآوری چهار بعدی ماگه	۲۱-۴-۲
۵۵ مدل خانه‌ی نوآوری کرنی	۲۲-۴-۲
۵۶ مدل رادار نوآوری دو چن و ساونی	۲۳-۴-۲
۵۶ مدل نوآوری انجمن آینور	۲۴-۴-۲
۵۷ مدل فرایند نوآوری کیف و شیپور پریز و لوو	۲۵-۴-۲
۵۸ مدل نوآوری استام	۲۶-۴-۲
۵۹ مدل نوآوری بیرکیشاو	۲۷-۴-۲
۶۰ مدل معماری نوآوری دو فازی همگرا و اگر	۲۸-۴-۲
۶۱ مدل سیستم مدیریت نوآوری CEN/TC389	۲۹-۴-۲
۶۲ مدل مدیریت نوآوری جامع	۳۰-۴-۲
۶۲ مدل مدیریت نوآوری جامع گسو	۱-۳۰-۴-۲
۶۴ مدل مدیریت نوآوری جامع گلستان هاشمی	۲-۳۰-۴-۲

- ۳۱-۴-۲- انواع مدل‌های مدیریت نوآوری و چکیده نکات کلیدی ۶۵
- ۵-۲- مولفه‌های سازمانی و خلاقیت و نوآوری ۶۹
- ۱-۵-۲- ساختار سازمانی و خلاقیت و نوآوری ۶۹
- ۲-۵-۲- فرهنگ سازمانی و خلاقیت و نوآوری ۶۹
- ۶-۲- خلاصه نتایج پژوهش‌ها در باره‌ی موفقیت نوآوری ۷۰
- ۷-۲- رویکردها و مفاهیم نوین در مدیریت نوآوری ۷۳
- ۱-۷-۲- سنجش و ارزیابی نوآوری ۷۳
- ۱-۱-۷-۲- راهنمای فراسکاتی برای سنجش و ارزیابی تحقیق و توسعه ۷۴
- ۲-۱-۷-۲- راهنمای اسلو برای سنجش و ارزیابی نوآوری ۷۵
- ۲-۷-۲- استانداردهای مدیریت نوآوری ۷۷
- ۱-۲-۷-۲- استانداردهای UNE 1666000 برای مدیریت تحقیق و توسعه و نوآوری ۷۷
- ۲-۲-۷-۲- استاندارد مدیریت نوآوری BS 7000-1 ۷۸
- ۳-۲-۷-۲- استاندارد نوآوری مرکز توسعه‌ی کسب و کار سنگاپور ۷۹
- ۴-۲-۷-۲- استانداردهای مدیریت نوآوری CEN/TC 389 اروپا ۸۰
- ۳-۷-۲- نوآوری الکترونیک ۸۱
- ۱-۳-۷-۲- مراکز و شبکه‌های مجازی پژوهش و نوآوری ۸۱
- ۲-۳-۷-۲- خوشه‌های نوآوری مجازی ۸۳
- ۳-۳-۷-۲- پارک فناوری مجازی ۸۴
- ۴-۳-۷-۲- آزمایشگاه مجازی ۸۴
- ۵-۳-۷-۲- نظام‌های اطلاعات نوآوری و نظام‌های تصمیم‌یار نوآوری ۸۵
- ۶-۳-۷-۲- خلاقیت و نوآوری به کمک رایانه ۸۷
- ۴-۷-۲- توسعه‌ی محصول جدید ۸۸
- ۵-۷-۲- توسعه‌ی کسب و کار جدید ۸۸
- ۶-۷-۲- نوآوری محیط زیست گرایانه ۸۸
- ۷-۷-۲- نوآوری پایدار ۸۸
- ۸-۷-۲- نوآوری همکارانه و مشارکتی ۸۹
- ۹-۷-۲- نوآوری مشتری ۸۹
- ۱۰-۷-۲- نوآوری ناب ۸۹
- ۱۱-۷-۲- مدیریت نوآوری جهانی ۸۹
-

۸۹ جنبه‌های اخلاقی نوآوری	۱۲-۷-۲
۹۰ نظام ملی نوآوری	۱۳-۷-۲
۹۱ کارآفرینی سازمانی	۱۴-۷-۲
۹۲ خلاقیت نوآوری شناسی سازمانی مدیریتی	۱۵-۷-۲
۹۳ تکنیک‌های خلاقیت	۱۶-۷-۲
۹۳ حل خلاق مسئله	۱۷-۷-۲
۹۴ خلاقیت و نوآوری نظام دار (مهندسی خلاقیت تریز - TRIZ)	۱۸-۷-۲
۹۶ مهندسی خلاقیت طبیعت الگو	۱۹-۷-۲
۹۶ مهندسی خلاقیت علمی تخیلی	۲۰-۷-۲
۹۷ دیگر رویکردها و مفاهیم مهم مرتبط با مدیریت نوآوری	۸-۲
۹۷ مدیریت دانش	۱-۸-۲
۹۷ مدیریت سرمایه‌ی فکری	۲-۸-۲
۹۸ یادگیری سازمانی	۳-۸-۲
۹۸ سازمان یادگیرنده و یاد دهنده	۴-۸-۲
۹۸ هوش سازمانی	۱-۴-۸-۲
۹۹ مدیریت تغییر و تحول سازمانی	۵-۸-۲
۹۹ مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار	۶-۸-۲
۱۰۰ مدیریت فناوری	۷-۸-۲
۱۰۰ مدیریت راهبردی	۸-۸-۲
۱۰۰ آینده پژوهی	۹-۸-۲
۱۰۱ نظام‌های اطلاعات مدیریت و کسب و کار	۱۰-۸-۲
۱۰۲ مدیریت بازاریابی	۱۱-۸-۲
۱۰۲ طراحی	۱۲-۸-۲
۱۰۲ طراحی محصول	۱-۱۲-۸-۲
۱۰۳ طراحی مهندسی	۲-۱۲-۸-۲
۱۰۳ طراحی صنعتی	۳-۱۲-۸-۲
۱۰۳ مدیریت طراحی	۴-۱۲-۸-۲
۱۰۳ مهندسی محصول	۱۳-۸-۲
۱۰۳ مدیریت محصول	۱۴-۸-۲

۱۰۴ مهندسی سیستم ۱۵-۸-۲
۱۰۵ مهندسی نوآوری ۱۶-۸-۲
۱۰۵ مدیریت پروژه ۱۷-۸-۲
۱۰۶ مدیریت تولید و عملیات ۱۸-۸-۲
۱۰۶ مدیریت بهره‌وری ۱۹-۸-۲
۱۰۶ مدیریت کیفیت ۲۰-۸-۲
۱۰۷ سیستم مدیریت کیفیت ۱-۲۰-۸-۲
۱۰۷ مدیریت کیفیت جامع ۲-۲۰-۸-۲
۱۰۷ استانداردهای مدیریت کیفیت ۳-۲۰-۸-۲
۱۰۸ نظام پیشنهادها ۲۱-۸-۲
۱۰۸ حلقه‌های بهبود و نوآوری ۲۲-۸-۲
۱۰۸ تعالی سازمانی ۲۳-۸-۲
۱۰۹ مدل‌های تعالی سازمانی ۱-۲۳-۸-۲
۱۰۹ چابکی سازمانی ۲۴-۸-۲
۱۰۹ رویکرد سیستمی ۲۵-۸-۲
۱۱۰ فرایند طراحی مدل مفهومی پژوهش ۹-۲
۱۱۱ مدل مفهومی پژوهش ۱۰-۲
۱۱۲ اجزاء مدل و پژوهش‌های پشتیبان ۱۱-۲
۱۱۵ خلاصه ۱۲-۲

فصل سوم: روش‌شناسی پژوهش

۱۱۹ مقدمه ۱-۳
۱۱۹ نوع پژوهش ۲-۳
۱۱۹ نوع پژوهش بر اساس هدف ۱-۲-۳
۱۱۹ نوع پژوهش بر اساس کمی یا کیفی بودن ۲-۲-۳
۱۲۰ نوع پژوهش بر اساس نحوه‌ی گردآوری داده‌ها ۳-۲-۳
۱۲۰ ویژگی‌های پژوهش ۳-۳
۱۲۱ فرایند پژوهش ۴-۳
۱۲۲ رویکرد مدل‌سازی پژوهش ۵-۳

۱۲۳	۳-۶- تعیین شاخص‌های متغیرهای پژوهش
۱۲۶	۳-۷- روش‌های گردآوری داده‌ها
۱۲۶	۳-۷-۱- بررسی‌ها و مطالعات کتابخانه‌ای
۱۲۶	۳-۷-۲- پرسشنامه
۱۲۷	۳-۸- روایی و پایایی پرسشنامه
۱۲۷	۳-۸-۱- روایی (اعتبار) پرسشنامه
۱۲۷	۳-۸-۲- پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه
۱۲۸	۳-۹- جامعه و نمونه‌ی آماری
۱۲۸	۳-۹-۱- جامعه‌ی آماری پژوهش
۱۲۹	۳-۹-۲- نمونه‌ی آماری پژوهش
۱۳۱	۳-۱۰- روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۳۱	۳-۱۰-۱- روش‌های آماری توصیفی
۱۳۱	۳-۱۰-۲- آزمون ضریب همبستگی پیرسون
۱۳۲	۳-۱۰-۳- تحلیل رگرسیون
۱۳۳	۳-۱۰-۴- روش مدل‌یابی معادلات ساختاری
۱۳۴	۳-۱۰-۵- آزمون t دو نمونه‌ی زوجی
۱۳۴	۳-۱۱- خلاصه

فصل چهارم: تحلیل داده‌ها، آزمون‌ها و تحلیل مدل

۱۳۶	۴-۱- مقدمه
۱۳۶	۴-۲- تحلیل و توصیف داده‌های جمعیت‌شناختی
۱۴۳	۴-۳- تحلیل و توصیف داده‌های متغیرهای مدل پژوهش
۱۴۵	۴-۴- تحلیل و توصیف داده‌های وضعیت موجود و بالقوه متغیرهای مدل در سازمان‌های صنعتی
۱۴۵	۴-۴-۱- اندازه‌های آماری متغیرهای ورودی برای وضعیت موجود
۱۴۷	۴-۴-۲- اندازه‌های آماری متغیرهای پردازش برای وضعیت موجود
۱۴۸	۴-۴-۳- اندازه‌های آماری متغیرهای خروجی برای وضعیت موجود
۱۴۹	۴-۴-۴- اندازه‌های آماری متغیرهای ورودی برای وضعیت بالقوه
۱۵۰	۴-۴-۵- اندازه‌های آماری متغیرهای پردازش برای وضعیت بالقوه
۱۵۱	۴-۴-۶- اندازه‌های آماری متغیرهای خروجی برای وضعیت بالقوه

۱۵۲	۴-۵- همبستگی متغیرهای مدل
۱۵۲	۴-۵-۱- همبستگی متغیرهای بخش ورودی مدل با متغیرهای پردازش
۱۵۸	۴-۵-۲- همبستگی متغیرهای ورودی مدل با متغیرهای خروجی
۱۶۲	۴-۵-۳- همبستگی متغیرهای پردازش مدل با متغیرهای خروجی
۱۶۴	۴-۵-۴- همبستگی میان متغیرهای ورودی مدل
۱۶۶	۴-۵-۵- همبستگی میان متغیرهای پردازش مدل
۱۶۸	۴-۵-۶- همبستگی میان متغیرهای خروجی مدل
۱۷۰	۴-۶- تحلیل مدل مفهومی پژوهش
۱۷۰	۴-۶-۱- سوالات پژوهش
۱۷۰	۴-۶-۱-۱- سوال اصلی
۱۷۰	۴-۶-۱-۲- سوالات فرعی
۱۷۱	۴-۶-۲- اجزای مدل مفهومی پژوهش
۱۷۲	۴-۶-۳- آماده‌سازی مدل مفهومی پژوهش برای اجرای آزمون اعداد معناداری
۱۷۵	۴-۶-۴- مدل اعداد معناداری
۱۷۸	۴-۶-۵- نیکویی برازش مدل
۱۸۲	۴-۶-۶- مدل تخمین استاندارد و تحلیل مسیر
۱۸۶	۴-۶-۷- پاسخ به سوالات پژوهش
۱۸۹	۴-۶-۸- مدل تخمین غیراستاندارد تحلیل مسیر
۱۹۰	۴-۶-۹- معادلات اندازه‌گیری و ضریب تعیین متغیرهای مدل
۱۹۶	۴-۶-۱۰- مقادیر خطا و تخمین غیراستاندارد برای مدل کامل
۱۹۸	۴-۶-۱۱- مدل روابط کلیه‌ی متغیرهای پژوهش
۲۰۰	۴-۶-۱۲- شاخص‌های اصلاح مدل
۲۰۲	۴-۶-۱۳- مدل تحلیل شده و نهایی پژوهش
۲۰۳	۴-۷- تحلیل شکاف وضعیت موجود و بالقوه صنایع ایران نسبت به شاخص‌های مدل
۲۰۶	۴-۷-۱- فرضیه‌ها
۲۰۶	۴-۷-۱-۱- فرضیه‌ی اصلی

۲۰۶	۴-۷-۱-۲- فرضیه‌های فرعی مربوط به شاخص‌های ورودی مدل
۲۰۷	۴-۷-۱-۳- فرضیه‌های فرعی مربوط به شاخص‌های پردازش مدل
۲۰۸	۴-۷-۲- آزمون فرضیه‌ها
۲۰۸	۴-۸- بررسی و تحلیل کیفی مدل پژوهش و نتایج تحلیل شکاف
۲۱۱	۴-۹- خلاصه

فصل پنجم: تحلیل یافته‌ها، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۲۱۳	۵-۱- مقدمه
۲۱۳	۵-۲- خلاصه‌ی پژوهش
۲۱۴	۵-۳- جمع‌بندی و تحلیل نتایج آزمون مدل پژوهش
۲۱۴	۵-۳-۱- جمع‌بندی و تحلیل نتایج آزمون مدل پژوهش بخش ورودی
۲۱۷	۵-۳-۲- جمع‌بندی و تحلیل نتایج آزمون مدل پژوهش بخش پردازش
۲۲۰	۵-۳-۳- جمع‌بندی و تحلیل نتایج آزمون مدل پژوهش بخش خروجی
۲۲۲	۵-۴- جمع‌بندی و تحلیل نتایج مربوط به متغیرهای سطح اول مدل
۲۲۳	۵-۵- جمع‌بندی و تحلیل نتایج آزمون همبستگی بین متغیرهای مدل
۲۲۳	۵-۵-۱- جمع‌بندی و تحلیل نتایج آزمون همبستگی بین متغیرهای ورودی و پردازش
۲۲۵	۵-۵-۲- جمع‌بندی و تحلیل نتایج آزمون همبستگی بین متغیرهای ورودی و خروجی
۲۲۶	۵-۵-۳- جمع‌بندی و تحلیل نتایج آزمون همبستگی بین متغیرهای پردازش و خروجی
۲۲۷	۵-۶- تحلیل نتایج آزمون مقایسه وضعیت موجود و بالقوه صنایع ایران نسبت به شاخص‌های مدل
۲۲۷	۵-۷- جنبه‌های نوآوری پژوهش
۲۳۰	۵-۸- پیشنهادهای حاصل از پژوهش
۲۳۰	۵-۸-۱- پیشنهادهای مبتنی بر بخش ورودی مدل
۲۳۱	۵-۸-۲- پیشنهادهای مبتنی بر بخش پردازش مدل
۲۳۴	۵-۹- محدودیت‌های پژوهش
۲۳۴	۵-۱۰- پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده
۲۳۵	۵-۱۱- خلاصه
۲۳۶	فهرست منابع
	پیوست‌ها

فهرست شکل ها

- شکل ۱-۱-۱ مدل مفهومی پژوهش ۱۰
- شکل ۱-۲-۱ دوره یا نسل اول مدیریت نوآوری : مدل فشار فناوری ۲۸
- شکل ۲-۲-۲ دوره یا نسل دوم مدیریت نوآوری : مدل کشش بازار ۲۸
- شکل ۳-۲-۳ مدل نوآوری آتربک ۲۹
- شکل ۴-۲-۴ دوره یا نسل سوم مدیریت نوآوری : مدل تعاملی و تلفیقی ۳۰
- شکل ۵-۲-۵ دوره یا نسل چهارم مدیریت نوآوری : مدل موازی و یکپارچه ۳۱
- شکل ۶-۲-۶ مدل نوآوری دو تورانسکی و فیش ۳۴
- شکل ۷-۲-۷ مدل فرایند نوآوری ایبرت ۳۵
- شکل ۸-۲-۸ مدل فرایند نوآوری تام ۳۶
- شکل ۹-۲-۹ مدل نوآوری راسول ۳۷
- شکل ۱۰-۲-۱۰ مدل نوآوری راسول (نمایش دوم) ۳۸
- شکل ۱۱-۲-۱۱ مدل فرایند نوآوری اولریچ ۳۹
- شکل ۱۲-۲-۱۲ مدل فرایند نوآوری پلیشاک ۴۰
- شکل ۱۳-۲-۱۳ مدل نوآوری مرحله ورودی کوپر ۴۱
- شکل ۱۴-۲-۱۴ مدل نوآوری آخن ۴۲
- شکل ۱۵-۲-۱۵ مدل قابلیت نوآوری لاسون و سامسون ۴۳
- شکل ۱۶-۲-۱۶ مدل نوآوری تعاملی گالوج ۴۴
- شکل ۱۷-۲-۱۷ مدل نقشه ی راه نوآوری برندنبرگ ۴۵
- شکل ۱۸-۲-۱۸ مدل عوامل نوآوری موفق پان ، بیرز و کلاینیچ ۴۶
- شکل ۱۹-۲-۱۹ مدل معماری نوآوری ساب ۴۷
- شکل ۲۰-۲-۲۰ مدل نوآوری بسته ۴۸
- شکل ۲۱-۲-۲۱ مدل نوآوری باز چسبروگ ۴۹

- شکل ۲-۲۲- مدل شبکه ی نوآوری تروت ۵۰
- شکل ۲-۲۳- مدل نوآوری پنج عاملی گوفین و میشل ۵۱
- شکل ۲-۲۴- مدل نوآوری سیستم کارخانه ی خلاق گالاناکیس ۵۲
- شکل ۲-۲۵- مدل سیستم نوآوری سازمانی لاپتاسیک ، شاو و لیتتر ۵۳
- شکل ۲-۲۶- مدل نوآوری چهار بعدی ماگه ۵۴
- شکل ۲-۲۷- مدل خانه ی نوآوری کرنی ۵۵
- شکل ۲-۲۸- مدل نوآوری آینور ۵۶
- شکل ۲-۲۹- مدل فرایند نوآوری قیف و شیپور پریز و لوو ۵۷
- شکل ۲-۳۰- مدل نوآوری استام ۵۸
- شکل ۲-۳۱- مدل نوآوری بیرکیشاو ، همل و مول ۵۹
- شکل ۲-۳۲- مدل معماری نوآوری دو فازی همگرا واگرا ۶۰
- شکل ۲-۳۳- مدل سیستم مدیریت نوآوری CEN/TC389 ۶۱
- شکل ۲-۳۴- مدل پنج ضلعی مدیریت نوآوری جامع گسو ۶۲
- شکل ۲-۳۵- مدل مفهومی پژوهش (مدل مدیریت نوآوری جامع) ۱۱۱
- شکل ۳-۱- فرایند پژوهش ۱۲۱
- شکل ۴-۱- مدل مفهومی پژوهش (نمایش لیزرل) ۱۷۲
- شکل ۴-۲- مدل اعداد معناداری مدل پژوهش ۱۷۵
- شکل ۴-۳- مدل تخمین استاندارد تحلیل مسیر مدل پژوهش ۱۸۳
- شکل ۴-۴- مدل تخمین غیراستاندارد تحلیل مسیر مدل پژوهش ۱۸۹
- شکل ۴-۵- مقادیر خطا و تخمین غیراستاندارد برای مدل کامل ۱۹۶
- شکل ۴-۶- مقادیر خطا و تخمین های غیراستاندارد تحلیل مسیر متغیرهای آشکار ۱۹۸
- شکل ۴-۷- مدل تحلیل شده و نهایی پژوهش شامل ضرایب مسیر و اعداد معنی داری ۲۰۲
- شکل ۵-۱- مدل پیشنهادی پژوهش ۲۲۸
-

فهرست جداول

جدول ۱-۲- تعاریف نوآوری	۲۲
جدول ۲-۲- فهرست مهم ترین پژوهشگران اولیه ی مدیریت نوآوری و چکیده نظرات مربوطه	۲۶
جدول ۳-۲- انواع مدل های مدیریت نوآوری و چکیده ی نکات کلیدی مربوطه	۶۵
جدول ۴-۲- نتایج تعدادی از پژوهش ها در باره ی مدیریت نوآوری	۷۰
جدول ۵-۲- مولفه های بخش ورودی مدل و پژوهش های پشتیبان	۱۱۲
جدول ۶-۲- مولفه های بخش پردازش مدل و پژوهش های پشتیبان	۱۱۳
جدول ۷-۲- مولفه های بخش خروجی مدل و پژوهش های پشتیبان	۱۱۴
جدول ۱-۳- ویژگی های پژوهش شامل ابعاد شش گانه	۱۲۰
جدول ۲-۳- متغیرها و شاخص های بخش ورودی مدل	۱۲۳
جدول ۳-۳- متغیرها و شاخص های بخش پردازش مدل	۱۲۴
جدول ۴-۳- متغیرها و شاخص های بخش خروجی مدل	۱۲۵
جدول ۵-۳- مقادیر آلفای کرونباخ پرسشنامه یک	۱۲۸
جدول ۶-۳- توزیع نمونه ها بر حسب زمینه ی فعالیت صنعتی	۱۳۰
جدول ۷-۳- شاخص های برازش مدل و دامنه ی مورد قبول	۱۳۳
جدول ۱-۴- توزیع جنسیت پاسخ دهندگان	۱۳۷
جدول ۲-۴- توزیع سطح تحصیلات پاسخ دهندگان	۱۳۷
جدول ۳-۴- توزیع سن پاسخ دهندگان	۱۳۸
جدول ۴-۴- توزیع سابقه کار پاسخ دهندگان	۱۳۸
جدول ۵-۴- توزیع پاسخ دهندگان بر حسب نسبت سطح تحصیلات به سابقه کار	۱۳۹
جدول ۶-۴- توزیع پاسخ دهندگان بر حسب نسبت سطح تحصیلات به سن	۱۴۰
جدول ۷-۴- توزیع پاسخ دهندگان بر حسب نسبت سطح تحصیلات به جنسیت	۱۴۱
جدول ۸-۴- توزیع پاسخ دهندگان بر حسب نسبت سن به جنسیت	۱۴۲

- جدول ۴-۹- اندازه های آماری تاثیر متغیرهای ورودی بر خروجی..... ۱۴۳
- جدول ۴-۱۰- اندازه های تاثیر متغیرهای پردازش بر خروجی..... ۱۴۴
- جدول ۴-۱۱- اندازه های آماری متغیرهای ورودی مدل برای وضعیت موجود ۱۴۶
- جدول ۴-۱۲- اندازه های آماری متغیرهای پردازش مدل برای وضعیت موجود ۱۴۷
- جدول ۴-۱۳- اندازه های آماری متغیرهای خروجی مدل برای وضعیت موجود ۱۴۸
- جدول ۴-۱۴- اندازه های آماری متغیرهای ورودی مدل برای وضعیت بالقوه ۱۴۹
- جدول ۴-۱۵- اندازه های آماری متغیرهای پردازش مدل برای وضعیت بالقوه..... ۱۵۰
- جدول ۴-۱۶- اندازه های آماری متغیرهای خروجی مدل برای وضعیت بالقوه ۱۵۱
- جدول ۴-۱۵- ماتریس ضرایب همبستگی (پیرسون) بین متغیرهای ورودی مدل و پردازش ۱۵۳
- جدول ۴-۱۶- ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرهای ورودی مدل و خروجی ۱۵۸
- جدول ۴-۱۷- ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرهای پردازش مدل و خروجی ۱۶۲
- جدول ۴-۱۸- ماتریس ضرایب همبستگی میان متغیرهای ورودی مدل ۱۶۴
- جدول ۴-۱۹- ماتریس ضرایب همبستگی میان متغیرهای پردازش مدل ۱۶۶
- جدول ۴-۲۰- ماتریس ضرایب همبستگی میان متغیرهای خروجی مدل ۱۶۸
- جدول ۴-۲۱- نمادهای معرف متغیرهای مدل (در لیزرل) ۱۷۴
- جدول ۴-۲۲- اعداد معناداری متغیرهای ورودی مدل ۱۷۶
- جدول ۴-۲۳- اعداد معناداری متغیرهای پردازش مدل ۱۷۷
- جدول ۴-۲۴- اعداد معناداری متغیرهای خروجی مدل ۱۷۷
- جدول ۴-۲۵- شاخص های نیکویی برازش مدل ۱۸۱
- جدول ۴-۲۶- میزان بارهای عاملی (ضرایب مسیر) متغیرهای ورودی مدل ۱۸۴
- جدول ۴-۲۷- میزان بارهای عاملی (ضرایب مسیر) متغیرهای پردازش مدل ۱۸۵
- جدول ۴-۲۸- میزان بارهای عاملی (ضرایب مسیر) متغیرهای خروجی مدل ۱۸۵
- جدول ۴-۲۹- معادلات اندازه گیری و مقدار R^2 متغیرهای ورودی مدل (منابع)..... ۱۹۱

- جدول ۴-۳۰- معادلات اندازه گیری و مقدار R^2 متغیرهای پردازش مدل ۱۹۳
- جدول ۴-۳۱- معادلات اندازه گیری و مقدار R^2 متغیرهای خروجی مدل ۱۹۴
- جدول ۴-۳۲- معادلات اندازه گیری و مقدار R^2 متغیرهای نهفته ۱۹۵
- جدول ۴-۳۳- ماتریس کوواریانس متغیرهای نهفته ۱۹۲
- جدول ۴-۳۴- آزمون تفاوت معناداری وضع موجود و بالقوه ی شاخص های ورودی مدل ۲۰۳
- جدول ۴-۳۵- آزمون تفاوت معناداری وضع موجود و بالقوه ی شاخص های پردازش مدل ۲۰۴
- جدول ۴-۳۶- آزمون تفاوت معناداری وضع موجود و بالقوه ی شاخص های خروجی مدل ۲۰۵
- جدول ۵-۱- نتایج تحلیل مدل پژوهش مربوط به بخش ورودی مدل ۲۱۴
- جدول ۵-۲- نتایج تحلیل مدل پژوهش مربوط به بخش پردازش مدل ۲۱۷
- جدول ۵-۳- نتایج تحلیل مدل مربوط به بخش خروجی مدل ۲۲۰
- جدول ۵-۴- نتایج تحلیل مربوط به متغیرهای سطح اول مدل ۲۲۲
- جدول ۵-۵- متغیرهای ورودی و پردازش با بیشترین ضریب همبستگی ۲۲۳
- جدول ۵-۶- متغیرهای ورودی و خروجی با بیشترین ضریب همبستگی ۲۲۵
- جدول ۵-۷- متغیرهای پردازش و خروجی با بیشترین ضریب همبستگی ۲۲۶

نام خانوادگی : گلستان هاشمی	نام : سید مهدی
دانشکده : مدیریت	مقطع و رشته تحصیلی : دکترای تخصصی (PhD) ، مدیریت بازرگانی (بین الملل)
نام استاد راهنما : دکتر عباسعلی حاجی کریمی	تاریخ فراغت از تحصیل : ۹۱/۱۱/۲۸
عنوان پایان نامه :	
طراحی و تبیین مدل مدیریت نوآوری جامع و امکان سنجی اجرایی آن در سازمان های صنعتی ایران	
<p style="text-align: center;">چکیده</p> <p>در دوران پر تحول حاضر که تحت عنوان عصر نوآوری و اقتصاد مبتنی بر دانش و نوآوری نامیده شده نوآوری به معنای کلی خلق راهکارها و ارزش های جدید از الزامات و بایسته های اساسی فعالیت موفق سازمان ها است. توسعه ی خلاقیت و نوآوری نیازمند ساز و کارهای نظام دار مبتنی بر مدل های مدیریتی به روز می باشد و تغییرات پرشتاب محیطی توسعه ی فزاینده و مستمر مدل های مدیریت خلاقیت و نوآوری را ضروری نموده است. هدف اصلی این پژوهش ، طراحی و تبیین مدلی جامع برای مدیریت خلاقیت و نوآوری در سازمان های صنعتی با عنوان مدیریت نوآوری جامع و امکان سنجی اجرایی آن در سازمان های صنعتی ایران می باشد. در راستای دستیابی به پاسخ سوالات پژوهش و مبانی نظری طراحی مدل ، بررسی ها و مطالعات گسترده ی ادبیات موضوعی انجام و بر مبنای تحلیل آنها پاسخ هایی برای سوالات پژوهش حاصل و بر اساس رویکرد سیستمی با توجه به مزیت جامع نگری ، مولفه های مربوطه تعیین و مدل مفهومی پژوهش طراحی گردید. به منظور گردآوری داده های لازم جهت تحلیل مدل ، پرسشنامه تنظیم و پس از تایید روایی و پایایی ، بین نمونه ی انتخاب شده با روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده توزیع شد. تعداد ۳۰۸ پرسشنامه مفید جمع آوری و داده های آن برای استفاده در تحلیل ها استخراج گردید. جامعه ی آماری پژوهش ، شرکت های صنعتی متوسط و بزرگی هستند که طبق مبانی نظری و نظر خبرگان ، با توجه به دو ویژگی دارا بودن واحد تحقیق و توسعه و نظام پیشنهادها انتظار می رود نوآوری در آنها به طور نسبی بیشتر مورد توجه باشد. با استفاده از روش های آماری تحلیل همبستگی ، رگرسیون و مدل سازی معادلات ساختاری با به کارگیری نرم افزار های SPSS و LISREL مدل پژوهش مورد آزمون و تحلیل قرار گرفت و شاخص های نیکویی برازش مدل مطلوبیت آن را تایید نمود. همچنین تحلیل شکاف وضعیت موجود و بالقوه ی سازمان های صنعتی ایران نسبت به شاخص های مدل ، نشان داد فاصله ی معنی داری میان آنها وجود دارد.</p>	
<p style="text-align: center;">واژگان کلیدی</p> <p>مدیریت نوآوری ، مدیریت نوآوری جامع ، مدیریت خلاقیت ، مدل های نوآوری ، خلاقیت و نوآوری در سازمان</p>	

فصل اول

کلیات پژوهش