

## ارزیابی تأثیر سرمایه انسانی نوآورانه بر تمایل به نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع غذایی استان زنجان

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۳/۱۰

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۳/۳۱

کد مقاله: ۵۰۷۵۷

محمد دالمن پورا، سعید محمدیان<sup>۲</sup>

### چکیده

با پیچیدگی و رقابت رو به گسترش نوآوری به‌عنوان یکی از مزیت‌های اصلی حیات شرکت‌ها محسوب می‌شود. سازمان‌ها برای بقا نیازمند ایده‌های نو و بدیع هستند به خلاقیت و نوآوری به‌عنوان دیدگاه راهبردی که برای سازمان مزیت رقابتی به همراه می‌آورد می‌نگرند در مطالعه حاضر به ارزیابی تأثیر سرمایه‌انسانی نوآورانه بر تمایل به نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع غذایی استان زنجان پرداخته شده آزمون کولموگروف اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن متغیرها و آزمون همبستگی و رگرسیون جهت تعیین همبستگی شاخص‌ها با نرم‌افزار SPSS انجام شد در پژوهش حاضر چهار متغیر مستقل آموزش - تحصیلات رضایت به تغییر و رضایت شغلی سرمایه انسانی نوآورانه بررسی و رابطه مثبت و معناداری بین متغیرهای مزبور با تمایل به نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع غذایی مشاهده و پیشنهاداتی در خصوص بهبود و ارتقای تمایل به نوآوری شرکت‌های مزبور ارائه شد

واژگان کلیدی: سرمایه انسانی نوآورانه، مزیت رقابتی، شرکت‌های کوچک و متوسط

۱- دکترای اقتصاد توسعه استادیار دانشگاه آزاد زنجان  
۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد زنجان

## ۱- بیان مسئله

سازمان‌ها برای بقا نیازمند ایده‌های نو و بدیع هستند که همچون روحی در کالبد سازمان‌ها دمیده شده و آن‌ها را از نیستی و فنا نجات می‌دهد (پیکا<sup>۱</sup> ۲۰۰۲) و برای بقای طولانی‌مدت سازمان‌ها مهم هستند. اصلاحات عمده در چشم‌انداز استراتژیک سازمان اولویت‌های کسب‌وکار و بازیابی مدل‌های سنتی و حتی مدل‌های معاصر الزامی شده رویکرد و دیدگاه‌های جدید ضروری گردیده است. با بررسی ارزیابی تأثیر سرمایه انسانی نوآورانه بر تمایل به نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع غذایی و اهمیت موضوع و نقش کلیدی آن در موفقیت شرکت‌ها به‌عنوان مسئله اصلی تحقیق برآینم تا ضمن بیان مفهوم و اهداف سرمایه انسانی نوآورانه گامی به‌سوی این مهم برداریم و زوایای آن را تا حد امکان بشناسیم تا سازمانها و شرکتهای در این موقعیت حساس رقابتی (جهانی‌شدن) بتوانند میان فعالیت منابع انسانی و استراتژی سازمانی پیوند مستحکمی ایجاد کنند.

## ۲- فرضیات تحقیق

۱. بین آموزش سرمایه انسانی نوآورانه با تمایل به نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع غذایی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.
۲. بین تحصیلات سرمایه انسانی نوآورانه با تمایل به نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع غذایی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.
۳. بین رضایت به تغییر سرمایه انسانی نوآورانه با تمایل به نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع غذایی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.
۴. بین رضایت شغلی سرمایه انسانی نوآورانه با تمایل به نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع غذایی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

## ۳- متغیرهای تحقیق

**متغیر مستقل:** سرمایه انسانی نوآورانه (آموزش-تحصیلات-رضایت به تغییر و رضایت شغلی)  
**متغیر وابسته:** تمایل به نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط

## ۴- روش تحقیق

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق‌ساخته که بین نمونه آماری توزیع شده و تحلیل توصیفی شامل نمودارها و تحلیل دموگرافیک و آزمون‌هایی مانند آلفای کرونباخ جهت پایایی و روایی پرسشنامه و آزمون همبستگی و رگرسیون جهت همبستگی شاخص‌ها با نرم افزار spss

## ۴-۱- پایایی

جدول ۱- نتایج حاصل از آزمون پایایی متغیرها

رضایت به تغییر	تمایل به نوآوری	آموزش	تحصیلات	رضایت شغلی	کل سوالات
۰/۷۳۵	۰/۷۳۹	۰/۷۶۲	۰/۷۱۹	۰/۸۲۳	۰/۷۴۲

براساس نتایج جدول فوق پرسشنامه از قابلیت اعتماد لازم (پایایی) برخوردار است.

## ۴-۲- روایی

اعتبار محتوایی این پرسشنامه توسط ضریب kMO اندازه گیری شده و برای بررسی روایی صوری و محتوایی از نظر اساتید استفاده شده و اصلاحات لازم اعمال گردید

جدول ۲- نتایج حاصل از آزمون روایی متغیرها

KMO	رضایت به تغییر	تمایل به نوآوری	آموزش	تحصیلات	رضایت شغلی	کل سوالات
۰/۵۴۹	۰/۵۳۷	۰/۶۳۴	۰/۶۱۱	۰/۵۶۹	۰/۵۷۳	

## ۵- تعریف نظری و عملیاتی متغیرهای تحقیق

نوآوری: توانایی بدست آوردن نتایج حاصل از دستاوردهای علمی نوآوری شامل ایجاد محصول جدید - بهبود آن و رویه‌های نو در تولیدست. می‌تواند خلق و پیاده‌سازی یک محصول (کالا یا خدمت) فرایند جدید یا یک روش جدید بازاریابی یا روش جدید سازمانی باشد.

سرمایه انسانی: انسانها در خود از طریق ابزارهایی مانند آموزش. کارآموزی یا فعالیتهایی که بازده آتی فرد را ارتقا میدهد سرمایه‌گذاری می‌کنند در واقع سرمایه انسانی تلفیقی از ویژگی‌های ژنتیک - توانمندی‌های احراز شده - مهارتها و تجربیات است. سرمایه انسانی نوآورانه: سرمایه گذاری بر روی منابع انسانی جهت افزایش بازدهی با هدف بهره‌برداری در آینده جهت بررسی نرمال بودن متغیرها استفاده می‌کنیم.

## ۶- آزمون نرمال بودن متغیرهای مطالعه

مهمترین فرض در تحلیل‌های چند متغیره نرمال بودن است. جهت بررسی وجود رابطه معنادار بین متغیرهای تحت بررسی از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده می‌شود.

H<sub>0</sub>: متغیرهای تحت بررسی دارای توزیع نرمال هستند.

H<sub>1</sub>: متغیرهای تحت بررسی دارای توزیع نرمال نیستند.

جدول ۳- نتایج حاصل از آزمون نرمال بودن متغیرها

رضایت به تغییر	تمایل به نوآوری	آموزش	تحصیلات	رضایت شغلی	کل سوالات
۱/۴۳۵	۰/۴۵۳	۰/۶۵۶	۲/۲۳۸	۱/۲۰۰	۱/۵۴۶
۰/۲۳۵	۰/۶۵۶	۰/۳۲۲	۰/۵۶۹	۰/۵۹۲	۰/۵۶۲

باتوجه به اینکه میزان سطح معناداری از میزان خطای نوع اول در سطح ۰/۰۵/بیشترست، لذا نرمال بودن متغیرهای فوق الذکر تایید میگردد.

جدول ۴- ضریب همبستگی فرضیه اول

متغیرها		متغیر وابسته
متغیر مستقل	همبستگی پیرسون	۰/۵۳۴
	معناداری دو سویه	۰/۰۱

ضریب همبستگی بین آموزش و تمایل به نوآوری ۵۳۴/ نشانگر وجود همبستگی مثبت بین دو متغیر مذکورست یعنی افزایش یکی باعث افزایش دیگری می‌شود.

جدول ۵- ضریب رگرسیون فرضیه اول

متغیر پاسخ	متغیر پیشگو	Cox & Snell R Square	Sig.	B
تمایل به نوآوری	آموزش	۰/۲۴	۰/۰۰	۰/۵۳۴
			۰/۰۰	۱/۵۴۵

مقدار کاکس و اسنل رگرسیون متغیر آموزش بر تمایل به نوآوری ۲۴/ بیانگر این مطلب است که ۲۴ درصد تغییرات تمایل به نوآوری توسط متغیر آموزش قابل پیشگویی است و باتوجه به مقدار sig (انحراف معیار خطای کمتر از ۰/۰۵) متغیر پیشگو یعنی متغیر آموزش معنادار میباشد.

جدول ۶- ضریب همبستگی فرضیه دوم

متغیرها		متغیر وابسته
متغیر مستقل	همبستگی پیرسون	۰/۵۱۱
	معناداری دو سویه	۰/۰۱

ضریب همبستگی بین تحصیلات و تمایل به نوآوری ۵۱۱/ می‌باشد که نشانگر وجود همبستگی مثبت بین دو متغیر مذکورست یعنی افزایش یکی باعث افزایش دیگری می‌شود.

جدول ۷- ضریب رگرسیون فرضیه دوم

متغیر پاسخ	متغیر پیشگو	Cox & Snell R Square	Sig.	B
تمایل به نوآوری	تحصیلات	۰/۳۵	۰/۰۱	۰/۲۳۲
			۰/۰۱	۱/۵۵
				Constant

مقدار کاکس و اسنل رگرسیون متغیر تحصیلات بر تمایل به نوآوری ۳۵ می باشد یعنی ۳۵ درصد تغییرات تمایل به نوآوری توسط متغیر تحصیلات قابل پیشگویی است و با توجه به مقدار sig (انحراف معیار خطای کمتر از ۰/۰۵) ضریب متغیر پیشگو یعنی تحصیلات معنادار است.

جدول ۸- ضریب همبستگی فرضیه سوم

متغیرها	متغیر وابسته
متغیر مستقل	همبستگی پیرسون
	معناداری دو سویه
	۰/۰۱
	۰/۷۱۲

ضریب همبستگی بین رضایت به تغییر و تمایل به نوآوری ۷۱۲ می باشد که نشانگر همبستگی مثبت بین دو متغیر مذکور است عبارت دیگر افزایش یکی موجب افزایش دیگری می شود.

جدول ۹- ضریب رگرسیون فرضیه سوم

متغیر پاسخ	متغیر پیشگو	Cox & Snell R Square	Sig.	B
تمایل به نوآوری	رضایت به تغییر	۰/۱۹	۰/۰۴	۰/۶۸۲
			۰/۰۱	۱/۳۴۳
				Constant

مقدار ملاک کاکس و اسنل متغیر رضایت به تغییر و تمایل به نوآوری ۱۹ است عبارت دیگر ۱۹ درصد تغییرات تمایل به نوآوری توسط متغیر رضایت به تغییر قابل پیشگویی است و با توجه به مقدار sig (انحراف معیار خطای کمتر از ۰/۰۵) ضریب متغیر پیشگو یعنی متغیر رضایت به تغییر معنی دار است.

جدول ۱۰- ضریب همبستگی فرضیه چهارم

متغیرها	متغیر وابسته
متغیر مستقل	همبستگی پیرسون
	معناداری دو سویه
	۰/۰۱
	۰/۴۶۵

ضریب همبستگی بین رضایت شغلی و تمایل به نوآوری ۴۶۵ است که نشانگر همبستگی بین دو متغیر مذکور است یعنی افزایش یکی باعث افزایش دیگری می شود.

جدول ۱۱- ضریب رگرسیون فرضیه چهارم

متغیر پاسخ	متغیر پیشگو	Cox & Snell R Square	Sig.	B
تمایل به نوآوری	رضایت شغلی	۰/۱۶	۰/۰۰	۰/۶۷۵
			۰/۰۱	۱/۴۵۶
				Constant

مقدار ملاک کاکس و اسنل رگرسیون متغیر رضایت شغلی بر تمایل به نوآوری برابر ۱۶ می باشد یعنی ۱۶ تغییرات تمایل به نوآوری توسط متغیر رضایت شغلی قابل پیشگویی است و با توجه به مقدار sig (انحراف معیار خطای کمتر از ۰/۰۵) ضریب متغیر پیشگو یعنی متغیر رضایت شغلی معنی دار است.

جدول ۱۲- توزیع فراوانی نمونه آماری از نظر سطح تحصیلات

طبقه	فراوانی	درصد
دیپلم و زیر دیپلم	۳۲	۱۵
کاردانی	۳۹	۲۰
کارشناسی	۱۱۸	۵۸
کارشناسی ارشد	۱۰	۵
دکتری	۳	۲
جمع کل	۲۰۲	۱۰۰

جدول ۱۳- توزیع فراوانی نمونه آماری از نظر جنسیت

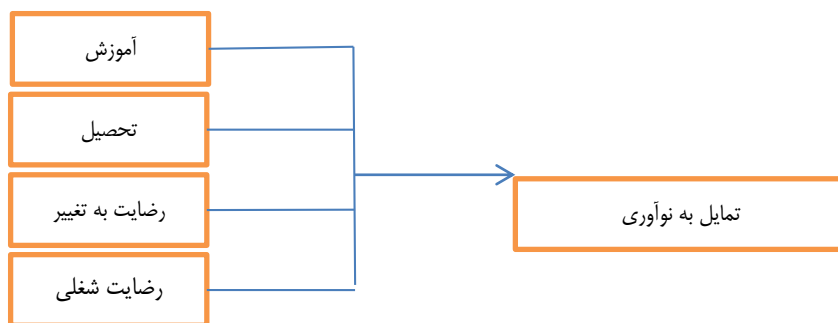
جنسیت پاسخ دهندگان		
جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۱۳۶	۶۸
زن	۶۶	۳۲
کل	۲۰۲	۱۰۰

## ۷- پیشینه پژوهش

الیه امیری در سال ۱۳۹۰ در پژوهشی با عنوان بررسی تطبیقی و تحلیل نوآوری در آموزش بزرگسالان سه کشور آلمان-هند و ایران فرایند آموزش و تأثیر آن بر نوآوری را در این سه کشور مقایسه کرده و می‌گوید می‌توان مانند هندوستان از نیروهای متخصص بخش خصوصی استفاده کرد یا مانند آلمان با تقویت آموزش‌های دانشگاهی بر میزان صلاحیت آموزشگران افزود. ایمان غفوری در سال ۱۳۹۳ پژوهشی با عنوان گرایش استراتژیک و نقش آن در بهبود مؤلفه‌های نوآوری در شرکت‌های بزرگ لوازم‌خانگی ایران داشته اشاره می‌کند به اینکه در کشور ما به دلیل کمتر بودن جو رقابتی در میان شرکت‌های فعال در بازار کمتر به مسئله نوآوری در ارائه محصولات و خدمات توجه می‌شود درحالی‌که در اغلب کشورهای توسعه‌یافته نوآوری به‌عنوان یکی از مزیت‌های رقابتی و بعنوان پایه به‌کارگیری استراتژی تمایز مطرح می‌گردد. با این حال در سال‌های اخیر شدت رقابت در بین شرکت‌های ایرانی بویژه در حوزه لوازم‌خانگی افزایش یافته و نوآوری به‌عنوان یکی از الزامات و عوامل موثر در ایجاد مزیت رقابتی مطرح می‌گردد. براساس نتایج از بین سه مؤلفه گرایش استراتژیک دو مؤلفه گرایش به مشتری و گرایش به رقبا رابطه معنا داری با مؤلفه‌های نوآوری (محصول-فرایند-استراتژی نوآوری) وجود دارد.

امیررضا کنجکاو در سال ۱۳۹۰ به شناسایی ابعاد سیستم مدیریت دانش در مراکز آموزش عالی و تحلیل تأثیر آن بر توسعه نوآوری در دانشگاه یزد پرداخته و بیان می‌دارد امروزه عواملی همچون تغییرات محیطی - پیشرفت‌های تکنولوژیکی و افزایش رقبا باعث رقابتی بی پایان بین سازمان‌ها گردیده سازمان‌هایی موفق خواهند بود که بتوانند با این تغییرات انطباق یافته و از قدرت نوآوری لازم برخوردار باشند. دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی از این قاعده مستثنی نیستند مشاهدات او نشان می‌دهد بین کلیه ابعاد فرایندی و زیر ساختی مدیریت دانش و نوآوری رابطه معنا داری وجود دارد.

سورسکو وهمکاران<sup>۲۰۱۱</sup> در تحقیقی تحت عنوان نوآوری در مدل‌های کسب و کار خرده فروشی نوآوری در ساختار - ابزار و محصول را مورد بررسی قرار دادند براساس نتایج نهایی پژوهش نوآوری در محصولات بیشترین نوع نوآوری در کسب و کار خرده فروشی بوده و مراتب پایین تر در فرایندها و ساختار دیده می‌شود.



شکل ۱- مدل تحقیق

## نتیجه گیری

در بررسی صورت گرفته نزدیک به ۶۸ درصد پاسخ دهندگان مرد و ۳۲ درصد ایشان زن بوده اند که از این مورد می توان اینگونه استنباط کرد که تعداد مردان در سازمان بیشتر از زنان بوده و مدیریت منابع انسانی باید در تصمیم گیری و سیاستگذاری های خود به این مهم توجه کرده و سیاستهایی متناسب با حجم بیشتر کارکنان مرد اتخاذ نماید از سوی دیگر بیشترین درصد فراوانی تحصیلات متعلق به کارشناسی و کمترین درصد فراوانی متعلق به دکترا است بیش از نیمی از نیروی انسانی دارای مدرک تحصیلی کارشناسی و بالاتر هستند که این نوید را به سازمان میدهد که با نیروی تحصیل کرده و نخبه مواجه است لذا نه تنها باید از این سرمایه عظیم به بهترین نحو استفاده نماید بلکه باید زمینه را برای پیشرفت بیشتر این نیرو مهیا کند سیاست گذاری های منابع انسانی باید متناسب با نیروی تحصیل کرده بکار گرفته شود.

**فرضیه اول:** براساس یافته های پژوهش فرضیه اول با سطح معناداری ۰/۰۵ تایید میگردد از طریق آموزش شرکتها بوسیله پیروی از قوانینی که توسط اکثریت شرکت کنندگان شناخته شده به اهداف خود دست می یابند که شامل ابعاد زیرست.  
روابط: ارتباط با مشتریان - تامین کنندگان - شرکا سهامداران و دیگر ذینفعان. گرایش به مشتری ورقبا دارای رابطه مثبت و معنادار با مؤلفه های نوآوری (محصول- فرایند و استراتژی) است. (غفاری ایمان - ۱۳۹۳)  
شرکتها: نه تنها سیستم و ساختارهای مشهود بلکه زیر ساختار نامشهود، دارای فکری روابط فیما بین کارکنان و فرهنگ را در بردارد.

احیا و توسعه: روی نامشهود هر چیز و همه چیز که در آینده ارزش ایجاد می کند اما هنوز آن اثر را نشان نداده است.  
یادگیری سازمانی نسبت به رهبری تحول آفرین تأثیر قوی تری بر نوآوری سازمانی دارد (طلبیان کمال - ۱۳۹۰)

### پیشنهادهات:

شرکت در دوره های بازآموزی - آموزش های مدون - مشارکت با مراکز آموزشی دولتی و خصوصی (موسسه استاندارد. سازمان غذا دارو. جهاد دانشگاهی و...) بویژه در طرح های اجرایی و پژوهشی.

حضور در کنفرانس و سمینارهای مرتبط با صنعت غذا و نمایشگاه های استانی و کشوری از جمله موارد آموزش نیروی انسانی بشمار می رود البته باید در نظر داشت نتایج آموزش و نکات آموزشی اغلب در بازه زمانی بلند مدت ظهور می یابد فرایندی زمانبر است.

**فرضیه دوم:** براساس یافته ها فرضیه دوم نیز در سطح معناداری ۰/۰۵ تایید می شود تحصیلات می تواند بینش افراد را عمق بیشتری ببخشد و قدرت تفکر و تعقل را به تحریک بیشتر وادارد ایده هارا شکل بدهد میرغفوری وصادقیاندر تحقیق خود به سال ۱۳۹۲ این نکته دست یافته اند که ابعاد فرایندی و زیر ساختی مدیریت دانش با نوآوری مرتبط است. توانایی خلاقیت و برخورداری از دانش ضرورت توانایی خلاقیت و برخورداری از دانش ضرورت نوآوری است.

### پیشنهادهات:

شرکتها می توانند از طریق ارتباط موثر و پایدار با مشتریان و ارباب رجوع - شرکت های دیگر (رقبا. تامین کنندگان) مطالعات بازار و بازاریابی و... ضمن کسب اطلاع از خواسته های ایشان و ایجاد راه های موثر و جدید برای پاسخگویی به تقاضای ایشان تقویت کمی و کیفی کانالهای ارتباطی با مشتریان. روبا. شرکا و سازمان های دیگر از جمله مراکز دانشگاهی و سازمانهای تحقیقاتی و پژوهشی و یادگیری ساز و کار رقابت برنامه ریزی و سیاستگذاری لازم را اعمال نمایند ضمن اینکه بخش قابل توجه سرمایه انسانی دارای تحصیلات کارشناسی و بالاتر هستند شرکتها نه تنها باید در حفظ نیروی انسانی کوشا باشند بلکه باید زمینه پیشرفت و توسعه این سرمایه را مهیا و در استخدام نیروی جدید تاحد امکان کارکنانی تحصیل کرده مجرب و با انگیزه بکار گیرند.

### فرضیه سوم:

براساس نتایج فرضیه سوم نیز در سطح معناداری ۰/۰۵ مورد تایید و معنادارست توقف در دنیای به شدت رقابتی امروز باعث عقب افتادگی و پسرفت سریع و حتی حذف زود هنگام شرکت از گردونه رقابت میگردد افرادی که مایل به تغییر و تحول هستند روحیه منعطف و اعتماد به نفس بالا داشته بدنبل اهداف چالش برانگیز هستند؛ ذهن خلاق ایده پرور دارند. رهبری تحول آفرین تأثیر مثبت بر نوآوری سازمان دارد نوآوران خوشنود از تغییر هستند (میرغفوری سیدحبيب الله و صادقیان زهرا ۱۳۹۲).

جذب نیروی انسانی متخصص دارای تجربه با انگیزه و نگرش مثبت به زندگی و کار. ایجاد جو صمیمی و فضایی مناسب برای اشتراک گذاری ایده ها و تجربیات تسهیم دانش بین کارکنان و یادگیری از یکدیگر ارتقا بر مبنای شایستگی و عملکرد - تشویق کار گروهی که موجب ارتقا نوآوری شده و بعلاوه موجب بهبود عملکرد شرکت می شود. تعهد مدیریت ارشد شرکت به اهداف توسعه محصول جدید - شیوه های جدید تولید و تقویت توانایی تکنولوژیک شرکت.

### فرضیه چهارم:

براساس نتایج آماری فرضیه چهارم در سطح معناداری ۰/۰۵ مورد تایید و معنادارست موراليس و همکاران در سال ۲۰۱۱ متغیر راهبردی محیط سازمانی را عاملی موثر بر نوآوری سازمانی دریافتند در همان سال محمود و همکاران در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که فضای مناسب سازمان شرایط مطلوب بروز خلاقیت و تفکر را فراهم آورده و خلاقیت مسیر نوآوری را هموار میسازد. مدیران نوآور متکی به تأمین و ارتقای رضایت شغلی کارکنان هستند کارکنان راضی از شغل تعهد کاری بیشتری داشته روابط مستحکم بین ایشان و سازمان برقرارست ضمن اینکه مسئولیت پذیری بالایی دارند.

### پیشنهادات:

پرداخت عادلانه: کارکنانی که اعتقاد و باور دارند سیستم پرداخت عدالت محورست رضایت شغلی بیشتری دارند در این باره می توان به رعایت و اجرای شفاف قوانین کار (دستمزد، بیمه و نوبت کاری) تفاوت دستمزد براساس سابقه کار و مسئولیت. مدرک تحصیلی و تخصص شغلی اشاره نمود.

بهبود کیفیت نظارت: انتخاب سرپرستان و مدیران بر پایه صلاحیت شغلی و اخلاقی که رفتار محترمانه با کارکنان داشته باشند تمرکز زیادی: تفویض اختیار در تصمیم گیری ها تا حد امکان و مشارکت افراد حسب مسئولیت در فرایند تصمیم گیری به کارگماری افراد در مشاغل حسب توان و علاقه: در این صورت مهارت و توانمندی افراد بهتر و بیشتر بروز یافته استعدادها شکوفا می شود و رضایتمندی بیشتری حاصل می آید. جابجایی کارکنان در مشاغل و گردش شغلی بمنظور جلوگیری از یکنواختی وظایف کاری معمولاً نتایج خوبی بدنبال دارد.

اقدامات حمایتی: پرداخت تسهیلات و مساعده حتی المقدور - بیمه تکمیلی و حوادث را می توان در این مورد نام برد.

### منابع

- ابراهیمی، عبدالکریم (۱۳۹۰) " بررسی عوامل موثر در افزایش صادرات بنگاه های کوچک و متوسط تولید کننده کالاها و خدمات فناورانه و دانش بینان: تأثیر عامل نوآوری " پایان نامه جهت کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی دانشکده مدیریت.
- اسکندری، محمد؛ قیدر جلجانی، جعفر (۱۳۹۲) " الگوی هماهنگی راهبرد های نوآوری محصول و فرایند براساس چارچوب ارزش های رقیب " فصلنامه پژوهش های بازرگانی، شماره ۱۱، صص ۱۳۱-۱۴۹
- امیری، الهه (۱۳۹۰) " بررسی تطبیقی و تحلیل نوآوری ها در آموزش بزرگسالان در سه کشور آلمان، هند و ایران " پایان نامه جهت دریافت کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، تهران.
- ایمایی، ماساک (۱۳۹۳) " کابزن "، ترجمه: محمدحسین سلیمی، تهران، ناشر دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
- باقرالموسوی، محسن (۱۳۸۰)، " مدیریت و نظام اداری از دیدگاه امام علی علیه السلام "، ترجمه: سید حسین سیدی، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی،
- پورجعفری مقدم، معصومه (۱۳۸۹) " مقدمه ای بر نوآوری در محصول و فرایند "، انتشارات قلم، تهران.
- رابرت ال. شوک، ۱۳۹۱ " هوندا، داستانی از کامیابی مدیریت ژاپنی در امریکا "، ترجمه: ایرج پاد، انتشارات امیرکبیر، تهران.
- رضاییان، علی (۱۳۸۷)، " مبانی مدیریت رفتار سازمانی "، تهران، انتشارات سمت.
- طباطبائیان، سیدحبيب الله؛ پاکزاد بناب، مهدی (۱۳۸۸) " بررسی سیستم های سنجش نوآوری و ارائه چارچوبی برای سنجش نوآوری در ایران "، فصلنامه کاوشهای مدیریت بازاریابی، شماره ۱، صص ۱۲۱-۱۴۹
- طباطبائیان، سید کمال (۱۳۹۰) " طراحی مدل نوآوری در صنعت هوایی ایران مبتنی بر رویکرد نوآوری باز " رساله دکتری در دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبایی.

- علی آبادی، علی رضا، ۱۳۷۷ "مدیران جامعه اسلامی"، تهران، مؤسسه فرهنگی نشر رامین.
- غفاری، ایمان (۱۳۹۳) "گرایش استراتژیک و نقش آن در بهبود مؤلفه های نوآوری در شرکتهای بزرگ ایرانی (مورد مطالعه: صنعت لوازم خانگی در حوزه تهران)" پایان نامه جهت دریافت مدرک کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور مرکز تهران، دانشکده اقتصاد و مدیریت.
- کنجکاو منفرد، امیررضا (۱۳۹۰) "شناسایی ابعاد سیستم مدیریت دانش در مراکز آموزش عالی و تحلیل تأثیر آن بر توسعه نوآوری (مطالعه موردی: دانشگاه یزد)" پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری دانشگاه یزد.
- میرغفوری، سید حبیب الله؛ صادقیان، زهرا (۱۳۹۲) "برآورد سطح نوآوری شرکت های مستقر در پارک علم و فناوری یزد با استفاده از شبکه های عصبی مصنوعی و رگرسیون"، فصلنامه مدیریت راهبردی، شماره ۱۲، صص ۲۱-۴۳
- Avlonitis, G.J., Kouremenos, A. and Tzokas, N. (1994), "Assessing the innovativeness of organizations and its antecedents: Project Innovstrat", *European Journal of Marketing*, 28 (11), 5-28.
- Boly, V., Morel, L., & Renaud, J. (2003). *Towards a Constructivist Approach to Technological Innovation Management: An Overview of the Phenomena in French SME's*. in *International Handbook on Innovation*, Elsevier.
- Business Model Innovation, BCG(Boston Consulting Group Tidd, J., Bessant J. *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*, 4th ed, Wiley, 2009. (Chapter 1)
- Crespell, P., & Hansen, E. (2007). *Work climate and innovativeness in the forest products industry: preliminary approach*. Submitted to *Journal of Forest Products Business Research*.
- de Jong, Jeroen P.J.; Vermeulen, Patrick A.M(2003). "Organizing Successful New Service Development: A Literature Review". *EIM business & policy research*. Zoetermeer, June,
- Hovgaard, A., & Hansen, E. (2004). *Innovativeness in the forest products industry*. *Forest Products Journal*, 54(1), 26-33.
- ISEAD and WIPO, 2012. *The Global Innovation Index 2012: Stronger Innovation Linkages for Global Growth*.
- Innovation Governance, Jean-Philippe Deschamps
- Johnson, J.J. (2008), "Differences in supervisor and non-supervisor perceptions of quality culture and organizational climate", *Public Personnel Management*, (29) 1, 119-28
- Knowles, C., Hansen, E., & Shook, S. (2007). *Assessing innovativeness in the North American softwood sawmilling industry using three methods*. *Canadian Journal of Forest Research* (in review).
- Mahmood I.P., Zhu H. and Jajac E.J. (2011), 'Where can capabilities come from: Network ties and capabilities acquisition in business group', *Strategic Management Journal*, 32: 820-848
- Manu, F.A., Sriram, V., 1996. *Innovation, marketing strategy, environment, and performance*. *Journal of Business Research* 35 (1), 79-91
- Patterson, M.L.; Fenoglio, J.A(2009). *Leading Product Innovation*. Wiley,
- Robert, Michel(1995). *Product Innovation Strategy, Pure and Simple: How Winning Companies Outpace Their Competitors*. 1nd ed. McGraw-Hill,
- Schumpeter, J.A. (1934), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Sorescu A., Frambach R.T., Singh J., Rangaswamy A. and Bridges C. (2011), 'Innovations in Retail Business Models', *Journal of Retailing*, 87S(1): S3-S16
- Subramanian, A., 1996. *Innovativeness: redefining the concept*. *Journal of Engineering and Technology Management* 13, 223-243.
- Tidd, J. Bessant, T. (2009), *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*,