



## فراروش پژوهش‌های دانشگاهی حوزه نوآوری

مهرداد رحیمیان<sup>\*</sup>

| اطلاعات مقاله                                                                                 | چکیده                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۱۲</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۱۷</p> | <p>در این پژوهش، پژوهش‌های دانشگاهی حوزه نوآوری از حیث روش‌شناختی بررسی شده‌اند. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش گردآوری داده، مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی مدارک و اسناد بوده است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی مقاله‌های حوزه نوآوری می‌باشد که در نشریات علمی وزارت عتف به صورت تمام شماری بین دوره‌های ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۱ انتشار یافته است. در مجموع، تعداد ۲۳۹ مقاله از حیث ۹ پارامتر شامل پراکندگی تعداد مقالات، ابزار گردآوری و تحلیل داده، رویکرد و روش پژوهش، حوزه پژوهش، تعداد نویسنده هر مقاله، رشته تحصیلی و وابستگی سازمانی نویسنده مسئول مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج نشان داده است که بیش‌ترین تعداد مقالات در سال ۱۳۹۹ منتشر شده است. هم‌چنین، بیش‌ترین مقاله‌ها را پژوهشگران رشته مدیریت بازرگانی منتشر کرده‌اند. نویسندگان سایر دانشگاه‌های دولتی، پژوهشکده‌ها و انجمن‌های علمی نیز در رتبه نخست قرار داشتند. بیش‌تر مقاله‌ها نیز با همکاری سه نفر به چاپ رسیده است. هم‌چنین، اغلب مقاله‌ها از نوع کاربردی و کمی بودند. استفاده از پرسش‌نامه نیز در این مقاله‌ها در رتبه نخست قرار داشت. روش تحلیل بیش‌تر مقاله‌ها مدل‌سازی معادلات ساختاری و روش گردآوری داده نیز اغلب پرسش‌نامه بوده است. در نهایت، مضامین پرتکرار در مقاله‌های منتخب شناسایی و معرفی شدند و توصیه‌های سیاستی خطاب به مدیران و تصمیم‌گیرندگان ارائه شد.</p> |
| کلیدواژه‌ها                                                                                   | نوآوری، مطالعه نظام‌مند، فرا مطالعه، فراروش                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرقدس

ایمیل: mehrdadrahimian39379@gmail.com

\* نویسنده مسئول: مهرداد رحیمیان

۱. گروه مدیریت بازرگانی، واحد نقده، دانشگاه آزاد اسلامی، نقده، ایران (نویسنده مسئول)



## مقدمه

امروزه سرعت تغییرات فناوری و رقابت در بازارها به گونه‌ای فزاینده در حال افزایش است. این امر سازمان‌ها را به جستجوی راهکارهایی مناسب برای پاسخگویی به آن‌ها وادار کرده است (لی و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). در این شرایط، سازمان‌هایی که به دنبال تضمین ادامه حیات خود هستند به‌خوبی دریافته‌اند که نوآوری<sup>۲</sup> یکی از کلیدی‌ترین ابزارها در راستای کسب مزیت رقابتی پایدار است (وندائل و دیکوتره<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳). (به بیان دیگر) با افزایش سطح رقابتی بازارها، استفاده از استراتژی نوآوری برای کسب مزیت رقابتی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است (فرناندز سامپایو و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰). (هم‌چنین،) سازمان‌های موفق، سازمان‌هایی هستند که نوآوری، نوک پیکان حرکت آنان را تشکیل می‌دهد (پورانجنار و همکاران، ۱۳۹۵). آقا داوود و همکاران (۱۳۸۹)، نوآوری را فرآیند گردآوری هر نوع ایده نوین و مفید برای حل مسائل می‌خواند و بر این باور است که نوآوری شامل شکل گرفتن ایده، پذیرش و اجرای ایده‌های نوین در فرآیند، محصولات و خدمات است. در تعریفی دیگر، تریشلر و لی اینگ<sup>۵</sup> (۲۰۲۰)، نوآوری را به‌عنوان یک فرآیند تولید محور تصور می‌کنند و فرض می‌کنند که نوآوری عامل اصلی در کسب مزیت اقتصادی است. نوآوری به توانایی تلفیق منابع در روش تازه برای خلق کالا و روش‌های تولید نوین و گشودن بازارهای نوین و حتی برخی اوقات به سازمان‌دهی مجدد صنعت اشاره دارد (عظیم و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۲۱). پیتر دراگر<sup>۷</sup> به گونه اختصار بیان می‌کند که هر سازمانی نیازمند یک قابلیت اصلی است که این شایستگی مهم، نوآوری است (سانگ و کیم<sup>۸</sup>، ۲۰۲۱). (لذا،) نوآوری محرکی کلیدی برای رشد اقتصادی، افزایش مزیت رقابتی و بهره‌وری شرکت‌ها در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است (باراسا و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۱۷). (از سوی دیگر) مدیران هر سازمان همواره ناگزیر بوده‌اند، برای بقا و رشد سازمان خود، به تغییر آنچه به دنیا عرضه می‌کنند و روش تولید و عرضه آن بیاورند (تاید و بسانت<sup>۱۰</sup>، ۲۰۲۰). این تغییرات ممکن است تغییر در فناوری یا در دانش باشد که اعمال و تجاری‌سازی آن در هر سازمان با تعبیر نوآوری شناخته می‌شود (زیزلاوسکی<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۴). (از سوی دیگر) سازمان‌ها و شرکت‌های زیادی نیز از عملکرد سطح پایین کارکنان و سطح نازل نوآوری و خلاقیت سازمانی رنج می‌برند (بهزاد، ۲۰۱۶). بسیاری از این شرکت‌ها احاطه کاملی بر تمام ابعاد نوآوری ندارند. در چنین حالتی امکان موفقیت اقدامات و سرمایه‌گذاری‌ها در زمینه‌ی نوآوری اندک است و هزینه‌های گزافی را به سازمان تحمیل خواهد کرد. علی‌رغم حرکت کشور به‌سوی اقتصاد مبتنی بر دانش، نوآوری به هدف استراتژیک در سیاست‌گذاری سازمان‌ها بدل نشده است (سلامی و سلطان‌زاده، ۲۰۱۲). هم‌چنین، پژوهش‌های فراوانی با روش‌شناختی گوناگون در خصوص نوآوری انجام‌شده است، اما تصویر جامع و منسجمی در حال حاضر از این مفهوم وجود ندارد. به‌زعم عبدالحمید و همکاران (۱۳۹۹) باوجود افزایش کمی بدنه دانش در حوزه‌های گوناگون، تجربه نشان داده است مطالعات صورت گرفته موجب شکل‌گیری تصویری درست در قرن ۲۱ نشده است. برخی بر این باورند که رشته‌های گوناگون به لحاظ روش‌شناسی رشد و تکامل مطلوبی نداشته‌اند (راد شد رز ولی<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۱). شتاب در استفاده از روش پژوهش آثار قبلی و روی آوردن ناگهانی به یک‌راه حل نه تنها کمک‌کننده نیست بلکه این خطا در بلندمدت آثار زیان باری را به دنبال خواهد داشت. این همان چیزی است که بالد وین و همکاران<sup>۱۳</sup> (۲۰۰۸)، متخصص حل مسئله، از آن به‌عنوان حل دقیق مسئله اشتباه یاد می‌کنند. در مورد پژوهش‌ها هم امکان

<sup>۱</sup>. Lee et al

<sup>۲</sup>. Innovation

<sup>۳</sup>. Vandaele & Decouttere

<sup>۴</sup>. Fernandes Sampaio et al

<sup>۵</sup>. Trischler & Li-Ying

<sup>۶</sup>. Azeem et al

<sup>۷</sup>. Peter Drucker

<sup>۸</sup>. Sung & Kim

<sup>۹</sup>. Barasaa et al

<sup>۱۰</sup>. Tidd & Bessant

<sup>۱۱</sup>. Zizlavsky

<sup>۱۲</sup>. Raadschelders & Lee

<sup>۱۳</sup>. Baldwin et al

ارتکاب این خطا با بکارگیری روش پژوهش نادرست وجود دارد. بدین معنی که گاهی مثلاً با استفاده نادرست از روش پژوهش کمی مفهومی اشتباه را به صورت دقیق اثبات می‌کنیم (ترابی و فتحی، ۱۴۰۰).

داده‌کاوی<sup>۱</sup> در متون علمی گذشته یکی از راههای غلبه بر مشکلات یاد شده است. تحلیل و بررسی روش‌شناسی مقالات و پژوهش‌هایی که در یک رشته علمی به چاپ می‌رسند به ما در درک بهتر موضوع‌ها و مسئولیت‌های آن رشته علمی کمک می‌کند و می‌توانیم با نگاه به گذشته و تحلیل پژوهش‌های صورت گرفته مسیر مورد انتظار در آینده را ترسیم کنیم. در این پژوهش سابقه مقالات منتشرشده در حوزه نوآوری به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شد و مقالات از حیث روش‌شناسی و موضوعی مورد بررسی قرار گرفتند. بمنظور فراروش<sup>۲</sup> در این پژوهش، به دلیل فقدان چهارچوب مدون و کامل از چهارچوب ترکیبی- ابداعی استفاده شده است. گفتنی است بیش‌تر عوامل و مؤلفه‌هایی که در این پژوهش در نظر گرفته شده‌اند، با کمک چهارچوب مورد استفاده در پژوهش‌های قبل است و در حقیقت اعتبار آن‌ها در پژوهش‌های گذشته آزمون و تأیید شده است. پژوهش‌ها (مقاله‌ها) از نظر ۹ شاخص از جمله پراکندگی تعداد مقالات در هر سال، ابزار گردآوری داده‌ها، روش تحلیل داده‌ها، رویکرد پژوهش، روش مورد استفاده، حوزه مورد پژوهش، تعداد نویسندگان هر مقاله، رشته تحصیلی نویسنده مسئول مقاله و وابستگی سازمانی نویسنده مسئول مقاله، بررسی شدند. در نهایت، این مقاله به دنبال پاسخ به این سؤال محوری می‌باشد. وضعیت پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه نوآوری در مجلات و نشریات علمی مصوب وزارت عتف از لحاظ ۹ شاخص مورد اشاره چگونه می‌باشد؟ هم‌چنین، خلاءهای روش‌شناسی و موضوعی در این حوزه کدام‌اند؟

### مبانی نظری پژوهش

به دلیل تنوع موضوع نوآوری، تعاریف و مفهوم‌سازی‌های متعددی از آن وجود دارد. درحالی‌که افراد خاص به گونه غریزی، فرآیند نوآوری را درک می‌کنند. محدود کردن این فعالیت به‌خودی‌خود دشوار است زیرا شامل طیفی گسترده از ایده‌ها و فعالیت‌هاست. بسیاری، نوآوری را به‌عنوان یک ایده، فعالیت یا محصول ملموس می‌دانند که در صنعت نوین باشد. در این زمینه، نوآوری سازمانی به‌عنوان اجرای یک مفهوم تولیدشده در داخل برای یک محصول، دستگاه، سیستم، فرآیند، خط‌مشی، برنامه یا خدمات تعریف می‌شود که به‌نوعی برای کارکنان منحصربه‌فرد یا تازه است. افزون بر این، از مفهوم نوآوری به‌عنوان یک نتیجه و یک فرآیند در حل چالش‌های مشتری نیز یاد می‌شود. هم‌چنین، ممکن است راه‌حلی باشد که توسط سازمان برای حل یک مسئله یا فرآیند ایجاد راه‌حلی اعمال می‌شود که هم برای شرکت و هم برای مشتریان ارزش می‌آفریند (رشیدی و بنی طالبی دهکردی، ۱۴۰۱).

در سال‌های اخیر، با رشد مطالعات در حوزه‌های گوناگون علوم و روبه‌رویی جامعه علمی با انفجار اطلاعات، اندیشمندان در عمل به این نتیجه رسیده‌اند که اطلاع و تسلط بر تمامی ابعاد یک رشته و به‌روز بودن در این زمینه؛ تا حدود زیادی امکان‌پذیر نیست؛ بنابراین، انجام پژوهش‌های ترکیبی که عصاره مطالعات انجام‌شده در این موضوع خاص به شیوه نظام‌مند و علمی فراروی پژوهشگران قرار می‌دهند، گسترش روزافزون یافته است. یکی از روش‌هایی که بمنظور بررسی و ترکیب و آسیب‌شناسی مطالعات پیشین در چند سال گذشته معرفی شده است، فرا مطالعه<sup>۳</sup> است (محقر و همکاران، ۱۳۹۲). فرا مطالعه به تجزیه و تحلیل عمیق کارهای پژوهشی انجام‌شده در یک حوزه خاص می‌پردازد و با توجه به نیازمندی پژوهش، بر چهار حوزه فراروش، فرا نظریه<sup>۴</sup>، فرا تحلیل<sup>۵</sup> و فراترکیب<sup>۶</sup> دلالت دارد (نوری و همکاران، ۱۴۰۰). فرا مطالعه همه این مفاهیم را در برمی‌گیرد (زیمِر<sup>۷</sup>، ۲۰۰۶).

1. Data Mining

2. Meta Method

3. Meta Study

4. Meta Theory

5. Meta Analysis

6. Meta Synthesis

7. Zimmer

شکل ۱، بخش‌های فرا مطالعه را نشان می‌دهد.



شکل ۱. قسمت‌های یک فرا مطالعه (بنچ و دی، ۲۰۱۰)

### مروری بر پیشینه پژوهش

با جستجوی مقاله‌های مرتبط با نوآوری، پژوهشی با بهره‌گیری از روش فراروش یافت نشد. در جدول ۱، به آثار پژوهشی که با استفاده از سایر روش‌های فرا مطالعه به بررسی مقوله نوآوری پرداخته‌اند، اشاره شده است.

جدول ۱. پیشینه پژوهش (مطالعه نظام‌مند نوآوری با استفاده از سایر روش‌های فرا مطالعه)

| ردیف | عنوان مقاله                                                                                        | منبع                                      | روش                                         | خلاصه یافته‌ها                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | ارائه الگوی عوامل مؤثر در تأمین مالی خارجی نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط با استفاده از روش فراترکیب | (شبابی، ۱۴۰۱، ۲۵)                         | فراترکیب و نرم‌افزار تحلیل کیفی MAXQDA 10.0 | نتایج حاکی از آن بود که عوامل برون‌سازمانی و درون‌سازمانی در تأمین مالی خارجی نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر می‌گذارند. در دسته عوامل درون‌سازمانی، عوامل فنی و ساختاری، انسانی و سیاستی و در دسته عوامل برون‌سازمانی، عوامل قانونی، سیاستی و زیرساختی، در تأمین مالی خارجی نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط اثرگذارند. نهایتاً، الگویی از عوامل مؤثر بر تأمین مالی خارجی نوآوری ارائه شد. |
| ۲    | چهارچوب نوآوری مدل کسب‌وکار مبتنی بر کاربست فناوری‌های دیجیتال                                     | (اسحاقیان و همکاران، ۱۴۰۱)                | فراترکیب و روش پیمایشی                      | چهارچوب نوآوری مدل کسب‌وکار با استخراج دیدگاه خبرگان حوزه فناوری در خصوص کاربست فناوری‌های دیجیتال مشتمل بر هفت گروه پلتفرم، اتصال، محصول نقش محور، گردآوری داده سنسور محور، تحلیل بینش ساز، تعامل تحلیلی و تعامل افزوده ارائه شد.                                                                                                                                                         |
| ۳    | فرا تحلیل عوامل مؤثر بر خلاقیت و نوآوری                                                            | (قنبری قلعه رود خانی و مؤذن جمشیدی، ۱۴۰۰) | فرا تحلیل و نرم‌افزار CMA2                  | یافته‌ها نشان داد، به ترتیب متغیرهای یادگیری، کیفیت سیستم آموزشی، توانمندسازی روان‌شناختی، منابع مادی، فرهنگ سازمانی، مدیریت دانش و سبک رهبری دارای بیش‌ترین اندازه اثر و نیازهای انگیزشی چون احترام و                                                                                                                                                                                     |

<sup>۱</sup>. Bench & Day

|                                                |                                                                               |                                       |                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|                                                |                                                                               |                                       |                                     | کارکنان سازمان‌های نظامی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| خودشکوفایی دارای کم‌ترین اندازه اثر منی باشند. |                                                                               |                                       |                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |
| ۴                                              | مدل جامع نوآوری‌های دیجیتال در بحران کووید-۱۹ با رویکرد فراترکیب              | (جعفری سبدانی و همکاران، ۱۴۰۰)        | فراترکیب و آنتروپی شانون            | نتایج نشان داد که فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، فناوری ابری و بلاک چین مهم‌ترین حوزه‌های نوآوری دیجیتال در دوران پاندمی کووید-۱۹ هستند. هم‌چنین، بهداشت و درمان، آموزش و کسب‌وکار از حوزه‌های اصلی کاربرد نوآوری‌های دیجیتال در دوران پاندمی شناسایی شدند.                                                                                                                                |  |
| ۵                                              | واکاوی ابعاد و مؤلفه‌های اکوسیستم نوآوری بر اساس روش فراترکیب                 | (جاودانه و همکاران، ۱۴۰۰)             | فراترکیب                            | این پژوهش، با ساماندهی مطالعات پراکنده درزمینه‌ی اکوسیستم نوآوری به روش فراترکیب چارچوبی یکپارچه در حوزه پژوهش‌های اکوسیستم نوآوری ارائه کرده است. بر اساس نتایج حاصله، چارچوب اکوسیستم نوآوری در پنج بعد (بازیگران، ساختار، روابط تعاملات، نحوه عملکرد و نتایج و پیامدها) و ۳۶ مؤلفه تنظیم‌شده است.                                                                                                      |  |
| ۶                                              | طراحی مدل ارزیابی نوآوری اجتماعی در سطح سازمان                                | (رضائی و همکاران، ۱۳۹۹)               | فراترکیب و پانل اعتبار سنجی محتوایی | با انتخاب و بررسی عمیق ۷۵ پژوهش، چهارچوب نخستین ارائه شد. سپس بمنظور ارائه مدل ارزیابی نوآوری اجتماعی از راه مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان به متناسب‌سازی و بازبینی چهارچوب پرداخته شد. مدل نهایی در چهار مقوله زمینه، درون داد، فرایند و برون داد به همراه ۱۶ مفهوم و ۵۶ کد ارائه شد.                                                                                                                |  |
| ۷                                              | تجزیه و تحلیل ارتباط بین قابلیت‌های فناوری اطلاعات با نوآوری و عملکرد سازمانی | (آناندا <sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۳) | فرا تحلیل                           | نتایج نشان داد که قابلیت‌های فناوری اطلاعات تأثیر مثبت و معناداری بر نوآوری دارد. هم‌چنین، قابلیت‌های فناوری اطلاعات تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد. نوآوری نیز تأثیر مثبت و چشمگیری بر عملکرد سازمانی دارد. نتایج این پژوهش توصیه‌هایی به مدیران کسب‌وکار در خصوص توجه به تأثیر قابلیت‌های فناوری اطلاعات و نوآوری در بهبود عملکرد سازمانی ارائه می‌نماید.                                 |  |
| ۸                                              | تلفیقی از سوابق و نتایج نوآوری در مدل کسب‌وکار: بررسی فرا تحلیلی              | (ژانگ و همکاران <sup>۲</sup> ، ۲۰۲۱)  | فرا تحلیل                           | نتایج این پژوهش نشان داد رابطه مثبت و معناداری میان سوابق داخلی و خارجی و نوآوری مدل کسب‌وکار وجود دارد. هم‌چنین، نشان داد نوآوری مدل کسب‌وکار رابطه مثبتی با عملکرد شرکت دارد. از طرفی مشخص کرد معیارهای عملکرد نوآوری مدل کسب‌وکار و شرکت بر رابطه بین نوآوری مدل کسب‌وکار و عملکرد شرکت اثر تعدیل گر دارد. عدم قطعیت محیطی نیز اثر مثبت چشمگیری بر ارتباط میان عملکرد شرکت و نوآوری مدل کسب‌وکار دارد. |  |

<sup>۱</sup>. Ananda et al

<sup>۲</sup>. Zhang et al

|    |                                                                                                     |                                       |           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۹  | بررسی نقش رهبری در نوآوری بخش دولتی: مرور نظام‌یافته و فرا تحلیلی مدیریت کووید-۱۹ در کشورهای آسیایی | (سازاد و همکاران <sup>۱</sup> ، ۲۰۲۱) | فرا تحلیل | نتایج این مطالعه نشان داده است که وجود رهبر سیاسی قدرتمند با رویکرد تکنو کرات همراه با نیروهای انسانی ماهر در بخش دولتی، می‌تواند منجر به موفقیت بیش‌تر در مهار و مدیریت شیوع کرونا گردد. علاوه بر این، رهبری مذهبی هم‌چنین، می‌تواند نقش چشمگیری در مدیریت راهبردهای کووید-۱۹ داشته باشد.                            |
| ۱۰ | بررسی تأثیر حقوق ثبت اختراع بر نوآوری: فرا تحلیل                                                    | (پاندا و شار ما <sup>۲</sup> ، ۲۰۲۰)  | فرا تحلیل | این مطالعه نشان داده است که توانمندی کشورها در حقوق ثبت اختراع نقش چشمگیری در مقدار نوآوری در آن کشور دارد. هم‌چنین، مطالعات نخستین این پژوهش نشان داد که اهمیت دادن به حقوق ثبت اختراع سهم چشمگیری در نوآوری بومی در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته دارد.                                                        |
| ۱۱ | بررسی ارتباط بین حقوق مالکیت معنوی، نوآوری و رشد: فرا تحلیل                                         | (نوس و همکاران <sup>۳</sup> ، ۲۰۲۱)   | فرا تحلیل | این مطالعه نشان داد روی هم رفته، حقوق مالکیت معنوی تأثیر مثبت بر نوآوری و رشد دارد؛ اما تأثیر آن بر نوآوری در کشورهای در حال توسعه کم‌تر از کشورهای توسعه‌یافته می‌باشد. هم‌چنین، نشان داد که تأثیر مثبتی که در ادبیات پژوهش گزارش شده است، به مقدار زیادی به زمینه مطالعاتی افراد و ویژگی‌های روش‌شناختی بستگی دارد. |

در ادامه و در جدول ۲، به مطالعاتی اشاره می‌شود که سعی داشته‌اند با بهره‌گیری از رویکرد فراروش به بررسی سایر حوزه‌ها بپردازند.

جدول ۲. پیشینه پژوهش (بهره‌گیری از رویکرد فراروش در سایر حوزه‌ها)

| ردیف | عنوان مقاله                                                                   | منبع                  | حوزه مورد بررسی | خلاصه نتایج                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | فراروش پژوهش‌های مجله مدیریت سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: مقالات ۱۳۹۳ - ۱۳۹۹) | (ترابی و فتیحی، ۱۴۰۱) | مدیریت دولتی    | نتایج نشان داد که بیش‌ترین مقالات را استادان و دانشجویان با مدرک مدیریت دولتی چاپ کرده‌اند و از نظر وابستگی سازمانی نویسنده مسئول پژوهشگران از دانشگاه تهران و دانشگاه آزاد اسلامی بیش‌ترین مشارکت را در چاپ آثار علمی پژوهشی داشته‌اند. موضوع محوری بیش‌تر مقالات سرمایه اجتماعی و دین و تعالیم و آموزه‌های اسلامی بوده است. هم‌چنین، بر اساس نتایج پژوهش بیش‌تر پژوهش‌ها به صورت توصیفی کاربردی و دارای رویکرد کمی بوده‌اند. روش تحلیل بیش‌تر مقالات مورد بررسی روش معادلات ساختاری بوده و روش گردآوری داده‌ها |

<sup>۱</sup>. Sazzad et al

<sup>۲</sup>. Panda & Sharma

<sup>۳</sup>. Neves et al

|   |                                                                                                                 |                                        |                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۲ | ارزیابی و تحلیل<br>روش‌شناسی مطالعات<br>کارآفرینی در گردشگری:<br>رویکرد فراروش                                  | (ثنائی<br>پور،<br>کارآفرینی<br>۱۴۰۰)   | مدیریت            | بیش‌تر از راه پرسش‌نامه بوده است.<br>این پژوهش با استفاده از رویکرد فراروش انجام‌شده است؛ و با<br>بررسی ۴۴ مقاله برگزیده در حوزه کارآفرینی گردشگری و در<br>چهارچوب روش‌شناسی ساندرز و همکاران صورت گرفته است.<br>نتایج نشان می‌دهد پژوهش‌های این حوزه، به گونه عمده در<br>پارادایم اثبات‌گرایی انجام‌شده و از آنجاکه کارآفرینی در<br>گردشگری در مرحله مفهوم‌سازی و نظریه‌پردازی است. پژوهش<br>در این حوزه نیازمند جهت‌گیری‌های بنیادین با اهداف اکتشافی،<br>روش‌های کیفی و ترکیبی، استراتژی‌های داده بنیاد و<br>رویکردهای قیاسی و تطبیقی بیش‌تری است.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| ۳ | فراروشی بر پژوهش‌های<br>انجام‌شده پایان‌نامه‌های<br>کارشناسی ارشد و دکتری<br>رشته مدیریت<br>صنعتی دانشگاه شیراز | (عباسی و<br>شریفیان<br>جزی، ۱۳۹۹)      | مدیریت<br>صنعتی   | این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی بوده که با استفاده از<br>فراروش به بررسی پایان‌نامه‌های رشته مدیریت صنعتی پرداخته<br>است. نتایج نشان می‌دهد که ۸۹ درصد پایان‌نامه‌ها از نوع<br>پژوهش‌های کاربردی و بیش‌ترین ابزار نیز، پرسش‌نامه (۳۱<br>درصد) بوده است. علاوه بر این نتایج حاکی از غلبه روش‌های<br>کمی (۷۹ درصد)، پارادایم اثباتی (۸۰ درصد) و راهبرد پیمایشی<br>(۵۷ درصد)، روش‌های آزمون آماری (۳۰ درصد) در تحلیل<br>یافته‌ها در پژوهش‌های مدیریت صنعتی می‌باشد. سرانجام با<br>استخراج ۷۱۳ کلیدواژه منحصربه‌فرد، ۵۶ واژه حداقل ۵ بار تکرار<br>شده‌اند که شامل پژوهش‌های کاربردی، توصیفی، کمی، اثباتی،<br>کتابخانه‌ای و میدانی، پیمایشی، اسناد و مدارک و پرسش‌نامه<br>می‌باشند. نتایج این پژوهش می‌تواند با شناخت وضعیت گذشته<br>و ارائه تصویری از گرایش‌های روش‌های مورد استفاده، خلأهای<br>موجود را شناسایی و بمنظور برنامه‌ریزی آموزشی و پژوهشی<br>آتی مورد استفاده قرار گیرد. |
| ۴ | فراروش پژوهش‌های<br>دانشگاهی حوزه ی<br>استراتژی                                                                 | (طیبی<br>ابوالحسنی و<br>همکاران، ۱۳۹۸) | مدیریت<br>راهبردی | این پژوهش در دانشگاه‌های سطح یک تهران (تربیت مدرس،<br>تهران، شهید بهشتی و علامه طباطبائی) در چهارچوب<br>پایان‌نامه‌های مقطع کارشناسی ارشد و رساله‌های مقطع دکتری<br>(بین سال‌های ۱۳۷۰ الی ۱۳۹۵) به‌صورت تمام شماری<br>انجام‌شده است. پس از حذف موارد غیر مرتبط، حجم نهایی<br>نمونه ۱۸۸ عدد بوده است. شاخص‌های تحلیل نیز ۱۱ پارامتر<br>بوده است. نتایج نشان داده تقویت آموزش دروس روش پژوهش<br>و همچنین، مدیریت استراتژیک برای دانشجویان مقطع<br>کارشناسی ارشد ضروری است. همچنین، تأکید بر روش‌های<br>موردی و تطبیقی، روش‌های پژوهش کیفی و آمیخته، استفاده از<br>ابزارهای ترکیبی (پرسش‌نامه- مصاحبه-اسناد)، توجه بیش‌تر به<br>پایان‌نامه‌های با سطح تحلیل فردی و یا ملی و نمونه‌گیری‌های<br>غیر احتمالی و همچنین، دقت بیش‌تر در روایی بیش‌تر باید<br>مورد توجه قرار گیرد.                                                                                                        |



|   |                                                                       |                             |                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۵ | فراروش پژوهش‌های<br>بازاریابی در ایران: بررسی<br>نزدیک‌بینی در روش‌ها | (فردوسی و<br>همکاران، ۱۳۹۸) | مدیریت<br>بازاریابی | در این پژوهش به بررسی پژوهش‌های بازاریابی انجام‌شده در ایران از منظر روش‌شناسی پرداخته‌شده است؛ و به دنبال پاسخ به این سؤال است که آیا پژوهش‌های بازاریابی در ایران از نزدیک‌بینی در روش‌ها رنج می‌برند یا خیر؟ بدین منظور تعداد ۱۰۲۱ مقاله از ۷ نشریه برتر و تخصصی در حوزه بازرگانی و بازاریابی انتخاب‌شده و مقالات آن‌ها از منظر روش‌شناسی و به کمک فرا روش در یک بازه زمانی ۱۰ ساله (۱۳۸۷-۱۳۹۶) مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان داد که پژوهش‌های انجام‌شده در ایران در حوزه بازاریابی از تنوع روش‌شناسی بسیار کمی برخوردار است. به نحوی که عمده مقالات به روش مدل‌سازی معادلات ساختاری، با ابزار پرسش‌نامه و به شیوه کمی انجام پذیرفته‌اند. |
|---|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

همان‌گونه که مشاهده می‌شود پژوهشی باهدف فراروش نوآوری تاکنون انجام‌نشده است. لذا، این پژوهش از این حیث دارای نوآوری می‌باشد. هم‌چنین، این پژوهش قادر است به پژوهشگران در شناخت خلاءهای موضوعی و روش‌شناسی در حیطه نوآوری کمک کند.

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نقطه‌نظر هدف کاربردی (چراکه سعی بر آن دارد که نتایج آن در حل مشکلات موجود کمک‌کننده باشد) و از نوع توصیفی و تحلیلی می‌باشد. هم‌چنین، از آن‌جهت که به دنبال بررسی و نقد محتوای روش‌شناختی پژوهش‌های حوزه نوآوری است، از نوع فراروش می‌باشد. رویکرد پژوهش فرا مطالعه است و ابزار گردآوری داده‌ها مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی مدارک و اسناد موجود است. فرا مطالعه فرآیندی است دارای شش مرحله (مراحل سوم تا پنجم به سه زیرمجموعه تحلیلی فرا مطالعه اشاره دارد): در مرحله نخست پیش‌زمینه‌ها یا مقدمات کار فراهم می‌شود. در مرحله دوم ارزیابی نخستین از پژوهش‌ها صورت می‌گیرد که شامل تعیین معیارهای انتخاب پژوهش‌ها و ارزیابی کیفیت آن‌ها و تعیین راهبردهای مدیریت داده است. مرحله سوم تحلیل فراداده است که شامل گروه‌بندی داده‌ها بر اساس معیارهایی مانند روش، نمونه، تاریخ انتشار یا مسئله خاص و ویژه است. مرحله چهارم فراروش است که این مرحله مستلزم مقایسه مفروضات روش‌شناسی پژوهش و ارزیابی الگوها و موضوعات پژوهش‌هاست. مرحله پنجم فرا تئوری است. در این مرحله پژوهش‌های نخستین از نظر گرایش‌های نظری و از لحاظ عنوان سؤال پژوهش و ایجاد نظریه در آینده بررسی می‌شوند. مرحله ششم فراترکیب است که در این مرحله به صورت قیاسی و با استفاده از سه مرحله قبل، فرایند پویا و تکراری تفکر، تفسیر، خلق، نظریه‌پردازی و انعکاس پیروی می‌شود (زیمر، ۲۰۰۶). فراروش به کار گرفته‌شده در این پژوهش تناسب و درستی روش‌های پژوهش در مطالعات نخستین را بررسی می‌کند (رحمانی و رحمانی، ۲۰۱۳) و به روشن شدن مشکلات روش‌شناسی پژوهش‌های اجتماعی کمک می‌کند (ژائو<sup>۱</sup>، ۱۹۹۱). فراروش مرور نقادانه بخش روش‌شناسی پژوهش‌ها با توجه به ابعاد گوناگون روش‌شناسی پژوهش از جمله نمونه‌گیری، گردآوری داده‌ها، طرح پژوهش و غیره است (بارنت-پیچ و توماس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹).

جامعه آماری این پژوهش عبارت است از تمامی مقاله‌های چاپ شده در حیطه نوآوری در بازه زمانی بهار سال ۱۳۹۳ تا دی‌ماه سال ۱۴۰۱. در مجموع و به صورت تمام شماری تعداد ۲۳۹ مقاله از حیث ۹ شاخص مورد بررسی قرار گرفتند. هم‌چنین، معیارهایی که در این پژوهش در نظر گرفته شد عبارت‌اند از: پراکندگی تعداد مقالات در هر سال (ترایی و

<sup>1</sup>. Zhao

<sup>2</sup>. Barnett-Page & Thomas

فتحی، ۱۴۰۱؛ ثنائی پور، ۱۴۰۰؛ طیبی ابوالحسنی و همکاران، ۱۳۹۸؛ فردوسی و همکاران، ۱۳۹۸؛ ایمانی و همکاران، ۱۳۹۷)، ابزار گردآوری داده‌ها، روش تحلیل داده‌ها، رویکرد پژوهش، روش مورد استفاده (آندر و بروور<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳؛ گلراجانی و مولونی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲؛ رادشلدرز و لی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۱)؛ حوزه مورد پژوهش (لاو و گاردنر<sup>۴</sup>، ۲۰۰۱؛ پری و کرامر<sup>۵</sup>، ۱۹۸۶؛ رادشلدرز ولی ۲۰۱۱، عباسی و شریفیان جزی، ۱۳۹۹)؛ تعداد نویسنده هر مقاله، وابستگی سازمانی نویسنده مسئول مقاله (آندر و بروور، ۲۰۱۳؛ رادشلدرز ولی ۲۰۱۱) و رشته تحصیلی نویسنده مسئول مقاله (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۷). بمنظور بررسی روایی این پژوهش، هر یک از شاخص‌های مورد نظر با دیگر مقالات با رویکرد فراروش مورد مقایسه قرار گرفته‌اند. در ادامه، هر مورد، اختلاف مورد بررسی و مورد بازیابی مجدد قرار گرفت. همچنین، قبل از شروع به تحلیل مقالات، چهارچوب طراحی شده با استفاده از یک نمونه بیست‌تایی ارزیابی شد و نقاط ضعف و قوت فهرست مشخص و نواقص برطرف شد. برای بررسی پایایی تحلیل‌های صورت گرفته در مقاله، تعداد ۱۲ مقاله (۵ درصد کل مقالات) به صورت تصادفی انتخاب شد و در اختیار خبرگان دانشگاهی قرار داده شد. این خبرگان همگی از استادان دانشگاهی با گرایش مدیریت بودند و تعداد آن‌ها بر مبنای روش گلوله برفی ۲۲ نفر بود. به این ترتیب، با این تعداد از خبرگان اشباع نظری حاصل شد و یافته‌ها و طبقه‌بندی‌های ایشان به مقدار ۹۰ درصد با طبقه‌بندی‌های انجام شده توسط نویسنده این مقاله مطابقت داشت.

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش بر اساس جدول ۳، نشان می‌دهد که از ابتدای بهار سال ۱۳۹۳ تا دی‌ماه سال ۱۴۰۱ روی هم رفته، تعداد ۲۳۹ مقاله در حوزه نوآوری در نشریات علمی و معتبر وزارت عتف به چاپ رسیده است. بیش‌ترین تعداد مقالات نیز در سال ۱۳۹۹ منتشر شده است.

جدول ۳. توزیع فراوانی مقاله‌های چاپ‌شده به تفکیک هر دوره

| ردیف | دوره مورد بررسی | تعداد مقالات بررسی شده |
|------|-----------------|------------------------|
| ۱    | ۱۴۰۱            | ۲۱                     |
| ۲    | ۱۴۰۰            | ۳۱                     |
| ۳    | ۱۳۹۹            | ۳۴                     |
| ۴    | ۱۳۹۸            | ۳۰                     |
| ۵    | ۱۳۹۷            | ۳۰                     |
| ۶    | ۱۳۹۶            | ۲۴                     |
| ۷    | ۱۳۹۵            | ۲۲                     |
| ۸    | ۱۳۹۴            | ۲۶                     |
| ۹    | ۱۳۹۳            | ۲۱                     |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

<sup>۱</sup>. Onder & Brower

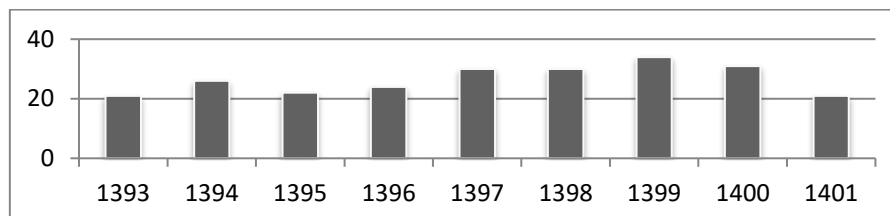
<sup>۲</sup>. Gulrajani & Moloney

<sup>۳</sup>. Raadschelders & Lee

<sup>۴</sup>. Lowe & Gardner

<sup>۵</sup>. Perry & Kraemer

همان گونه که در نمودار ۱، مشاهده می شود از سال ۱۳۹۷ به بعد روند انتشار مقالات مستمر بوده و در برخی سال ها سیر صعودی داشته است.



نمودار ۱. روند انتشار مقاله ها (منبع: یافته های پژوهشگر)

### یافته ها در خصوص نویسندگان

جدول ۴، توزیع فراوانی رشته تحصیلی نویسندگان مسئول مقالات را نشان می دهد.

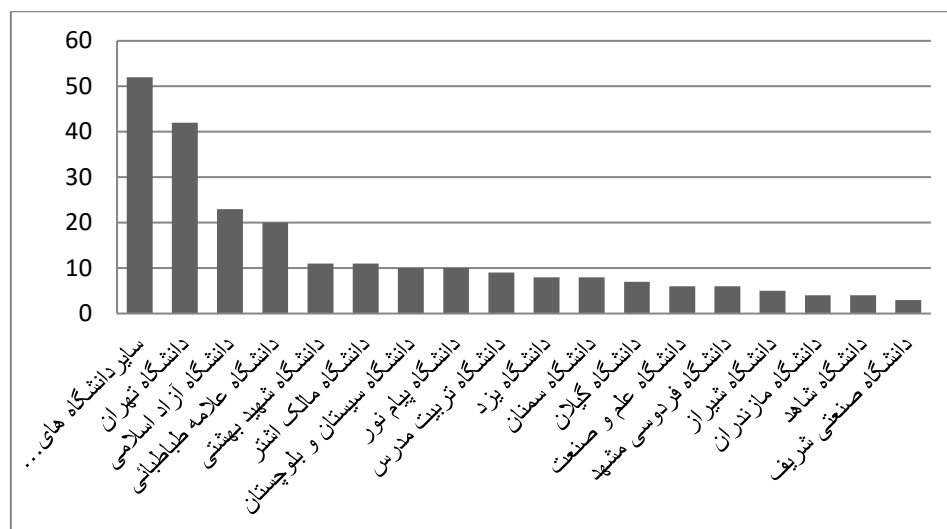
جدول ۴. توزیع فراوانی رشته تحصیلی نویسندگان مسئول مقالات

| ردیف | دوره مورد بررسی | دولتی | بازرگانی | فناوری اطلاعات | صنعتی | کارآفرینی | ورزشی | اقتصاد | سایر |
|------|-----------------|-------|----------|----------------|-------|-----------|-------|--------|------|
| ۱    | ۱۴۰۱            | ۵     | ۸        | ۳              | ۲     | ۲         | ۱     | -      | -    |
| ۲    | ۱۴۰۰            | ۴     | ۹        | ۳              | ۶     | ۴         | -     | ۱      | ۴    |
| ۳    | ۱۳۹۹            | ۳     | ۶        | ۹              | ۴     | ۵         | -     | ۱      | ۶    |
| ۴    | ۱۳۹۸            | ۵     | ۱۰       | ۵              | ۲     | -         | ۱     | ۲      | ۵    |
| ۵    | ۱۳۹۷            | ۷     | ۷        | ۵              | ۱     | ۳         | -     | ۱      | ۶    |
| ۶    | ۱۳۹۶            | ۴     | ۷        | ۳              | ۵     | ۴         | -     | ۱      | -    |
| ۷    | ۱۳۹۵            | ۱     | ۷        | ۶              | ۱     | ۴         | -     | -      | ۳    |
| ۸    | ۱۳۹۴            | ۲     | ۷        | ۴              | ۶     | ۴         | -     | -      | ۳    |
| ۹    | ۱۳۹۳            | ۵     | ۶        | ۳              | ۱     | ۲         | -     | -      | ۴    |

منبع: یافته های پژوهشگر

بر مبنای یافته های جدول بالا، بیشترین مقاله ها (۲۸/۰۳ درصد) را نویسندگان رشته مدیریت بازرگانی به رشته تحریر درآورده اند. سپس پژوهشگران رشته مدیریت فناوری اطلاعات و مدیریت دولتی به ترتیب با ۱۷/۱۵ درصد و ۱۵/۰۶ درصد در رتبه های دوم و سوم قرار گرفتند. پژوهشگران رشته های اقتصاد و مدیریت ورزشی نیز با ترتیب با ۲/۵۱ درصد و ۰/۸۳ درصد کمترین مقاله را در حیطه نوآوری چاپ کرده اند.

همچنین، نتایج بدست آمده حاکی از آن است که بیشترین تعداد مقاله ها را نویسندگان مسئول سایر دانشگاه های دولتی، پژوهشکده ها و انجمن های علمی چاپ کرده اند. پس از آن دانشگاه تهران و دانشگاه آزاد اسلامی به ترتیب در رتبه دوم و سوم قرار گرفتند. نمودار ۲، رتبه چاپ مقاله ها را توسط نویسندگان مسئول مقاله در دانشگاه های گوناگون نشان می دهد.



نمودار ۲. فراوانی وابستگی دانشگاهی نویسندگان مسئول (منبع: یافته‌های پژوهشگر)

در رابطه با مقدار همکاری نویسندگان با یکدیگر بر اساس جدول ۵، بیش‌تر مقاله‌ها با همکاری سه نفر به چاپ رسیده است. پس‌از آن دو نفر و چهار نفر به ترتیب و با فاصله‌ای اندک در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفتند.

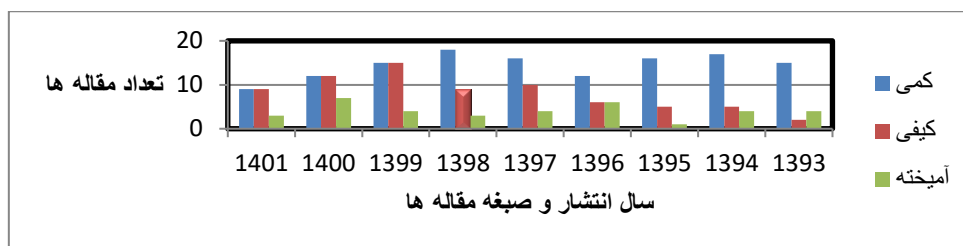
جدول ۵. فراوانی مقاله‌ها بر مبنای تعداد نویسندگان

| ردیف     | دوره مورد بررسی | یک نفر | دو نفر | سه نفر | چهار نفر | پنج نفر |
|----------|-----------------|--------|--------|--------|----------|---------|
| ۱        | ۱۴۰۱            | ۳      | ۶      | ۷      | ۵        | ۰       |
| ۲        | ۱۴۰۰            | ۱      | ۵      | ۱۳     | ۱۱       | ۱       |
| ۳        | ۱۳۹۹            | ۲      | ۱۰     | ۱۳     | ۹        | ۰       |
| ۴        | ۱۳۹۸            | ۲      | ۸      | ۹      | ۱۰       | ۱       |
| ۵        | ۱۳۹۷            | ۳      | ۵      | ۱۰     | ۱۲       | ۰       |
| ۶        | ۱۳۹۶            | ۱      | ۷      | ۸      | ۶        | ۲       |
| ۷        | ۱۳۹۵            | ۳      | ۶      | ۹      | ۴        | ۰       |
| ۸        | ۱۳۹۴            | ۰      | ۱۰     | ۱۳     | ۳        | ۰       |
| ۹        | ۱۳۹۳            | ۰      | ۱۱     | ۳      | ۷        | ۰       |
| تعداد کل | -               | ۱۵     | ۶۸     | ۸۵     | ۶۷       | ۴       |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

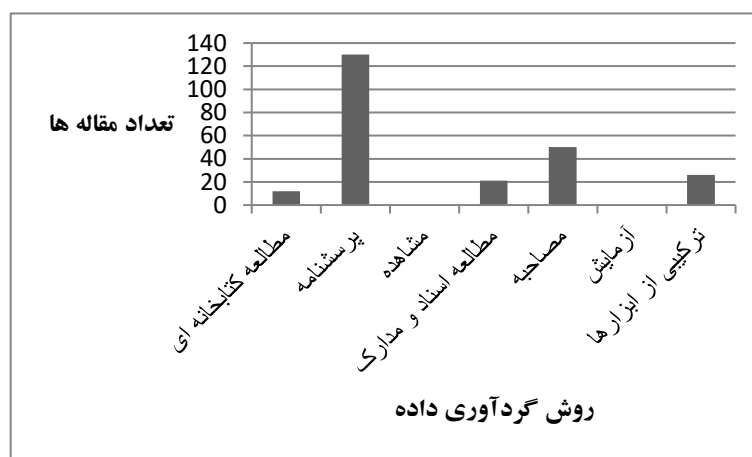
### روش‌شناختی پژوهش‌های انجام‌شده

نتایج پژوهش حاکی از آن است که از مجموع ۲۳۹ مقاله مورد بررسی، تعداد ۱۶۴ مقاله (۶۸/۶۲ درصد) از نوع کاربردی در رتبه نخست و در رتبه دوم ۴۴ مقاله توصیفی-تحلیلی (۱۸/۴۱ درصد) و در نهایت، ۳۱ مقاله (۱۲/۹۷ درصد) در رتبه سوم و از نوع توسعه‌ای بودند. در ادامه، نمودار ۳، ترکیب مقالات را از حیث صبغه پژوهش (کمی، کیفی، آمیخته) به تصویر کشیده است.



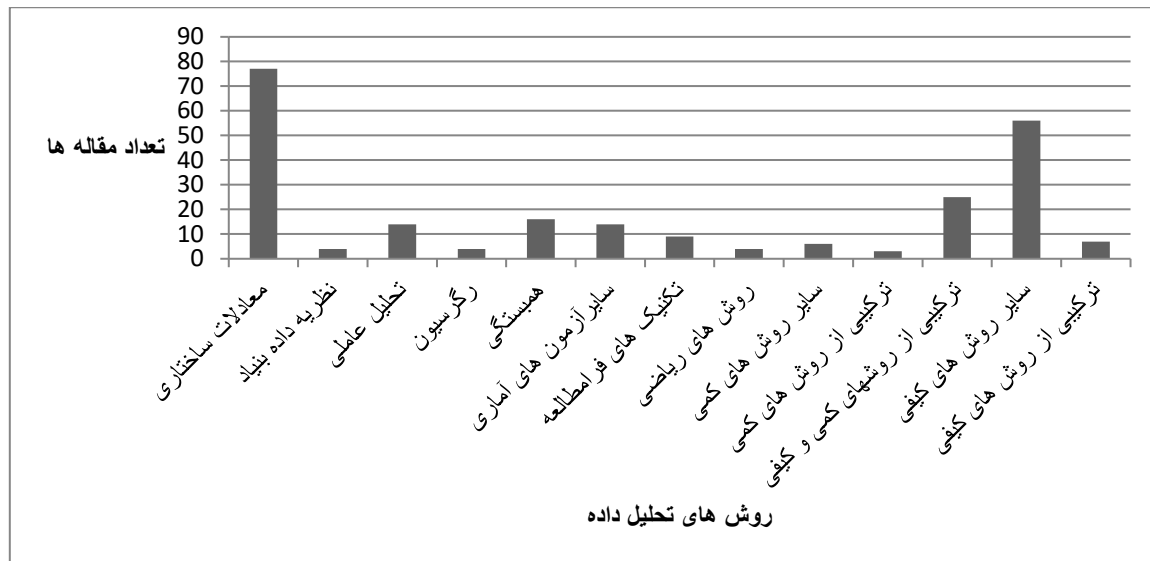
نمودار ۳. فراوانی مقاله‌ها بر اساس صبغه (رویکرد) پژوهش (منبع: یافته‌های پژوهشگر)

نمودار ۳، حاکی از آن است که تعداد کل مقاله‌های انتشار یافته با رویکرد کمی در حوزه نوآوری ۱۳۰ مقاله (۵۴/۳۹ درصد) می‌باشد. همچنین، رویکرد کیفی با (۷۳ مقاله، ۳۰/۵۴ درصد) و رویکرد آمیخته با (۳۶ مقاله، ۱۵/۰۷ درصد) به ترتیب در رتبه های دوم و سوم قرار می‌گیرند. پارامتر دیگری که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است، روش گردآوری داده می‌باشد. توزیع فراوانی این روش‌ها در نمودار ۴ نشان داده شده است.



نمودار ۴. فراوانی پژوهش‌ها بر مبنای روش گردآوری داده (منبع: یافته‌های پژوهشگر)

همان‌گونه که پژوهشگر انتظار داشت و پیش‌بینی می‌شد با توجه به غلبه روش‌های کمی در پژوهش‌های حیطه نوآوری، استفاده از پرسش‌نامه در رتبه نخست قرار داشت. انواع روش‌های مصاحبه و روش‌های ترکیبی و آمیخته نیز به ترتیب در رتبه های دوم و سوم قرار گرفتند. پارامتر بعدی مورد بررسی، روش تجزیه و تحلیل داده در مقاله‌های منتخب بود. این روش‌ها و فراوانی آن‌ها در نمودار ۵ نشان داده شده است.



نمودار ۵. فراوانی مقاله ها بر مبنای روش تحلیل (منبع: یافته های پژوهشگر)

همان گونه که نمودار ۵ نشان می دهد، روش تحلیل غالب مقالات حوزه نوآوری روش مدل سازی معادلات ساختاری<sup>۱</sup> بوده است. پس از آن تحلیل با استفاده از سایر روش های کیفی و نیز ترکیبی از روش های کمی و کیفی به ترتیب در جایگاه های دوم و سوم قرار گرفته اند. آخرین پارامتری که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت، موضوعات مورد توجه پژوهشگران حوزه نوآوری بود. جدول ۶، مضامین مورد توجه پژوهشگران و فراوانی آن ها را نشان می دهد.

جدول ۶. مضامین مورد توجه پژوهشگران حوزه نوآوری و فراوانی آن ها (تعداد کل مقاله ها: ۲۳۹)

| ردیف | مضامین                                                                                             | فراوانی |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| ۱    | نوآوری باز                                                                                         | ۵۵      |
| ۲    | نوآوری سازمانی                                                                                     | ۳۷      |
| ۳    | نوآوری فناورانه                                                                                    | ۳۰      |
| ۴    | نوآوری مدل کسب و کار                                                                               | ۲۴      |
| ۵    | نوآوری محصول                                                                                       | ۲۰      |
| ۶    | نوآوری دوستوان، نظام نوآوری (هر کدام ۵ مقاله)                                                      | ۱۰      |
| ۷    | نوآوری و خلاقیت، فرهنگ نوآوری، اکوسیستم نوآوری، نوآوری صرفه جویانه، نوآوری دفاعی (هر کدام ۲ مقاله) | ۱۰      |
| ۸    | نوآوری خدماتی، نوآوری عملکرد. (هر کدام ۳ مقاله)                                                    | ۶       |
| ۹    | نوآوری بازاریابی، نوآوری سیاستی، نوآوری مدیریت. (هر کدام ۲ مقاله)                                  | ۶       |
| ۱۰   | نوآوری راهبردی، نوآوری اجتماعی. (هر کدام ۲ مقاله)                                                  | ۴       |

<sup>۱</sup>. Structural Equation Modeling (SEM)

- ۱۱ نوآوری در تکنولوژی‌های مالی (فین تک‌ها)، نوآوری تجاری، نوآوری در آمیخته بازاریابی، نوآوری در بازار، ۳۷ نوآوری رایگان، نوآوری تیمی، نوآوری دیجیتال، نوآوری در بسته‌بندی، نوآوری پنهان، نوآوری کارآفرینانه، سرریز نوآوری، نوآوری تحول‌آفرین، نوآوری بنیادین، توانمندی نوآوری، شبکه نوآوری، مدل نوآوری، نوآوری در سازمان‌های بخش عمومی، نوآوری نظامی، صنایع نوآور، شاخص جهانی نوآوری، داده‌های نوآوری، ستادها نوآوری، نوآوری پایدار، ارتقای عملکرد نوآورانه، نوآوری در پذیرش تغییر، نوآوری ارزش، نوآوری مستمر، نوآوری تدریجی، نوآوری یک‌باره، نوآوری فرآیند، نوآوری غیر فنی، صادرات نوآورانه، نوآوری مصرف‌کننده، نوآوری دانش فنی، نوآوری مشترک، حکمرانی نوآوری، نوآوری مخرب (هرکدام ۱ مقاله)

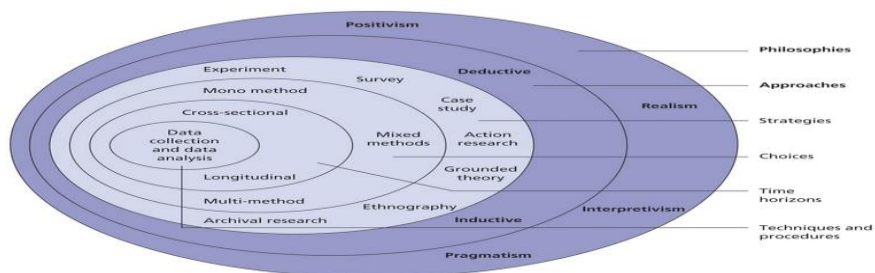
منبع: یافته‌های پژوهشگر

همان‌گونه که در جدول ۶، مشاهده می‌شود، برخی مضامین مربوط به نوآوری فراوانی بیش‌تری نسبت به سایر مضامین دارند. به بیان دیگر، دارای تعداد تکرار بیش‌تری در مقالات مورد بررسی می‌باشند. در ادامه نتایج این جدول با هدف سهولت در مقایسه در نمودار ۶ نشان داده شده است.



نمودار ۶. توزیع فراوانی مقاله‌ها بر مبنای مضامین (منبع: یافته‌های پژوهشگر)

نمودار ۶، نشان می‌دهد که سایر مضامین مربوط به نوآوری با ۳۰/۵۶ درصد در رتبه نخست قرار دارد. پس از آن نوآوری باز با ۲۳/۰۱ درصد در رتبه دوم، نوآوری سازمانی با ۱۵/۴۸ درصد در رتبه سوم، نوآوری فناورانه با ۱۲/۵۵ درصد رتبه چهارم، نوآوری مدل کسب‌وکار با ۱۰/۰۴ درصد در رتبه پنجم و در نهایت نوآوری محصول با ۸/۳۶ درصد در رتبه ششم و آخر قرار داشت. در انتها محقق باهدف غنای پژوهش، افزون بر پارامترهای بالا، مقالات را از حیث پیاز پژوهش<sup>۱</sup> ساندرز<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) و همچنین، تعداد مقالات در نشریات منتخب نیز مورد بررسی قرارداد. نتایج در شکل‌های ۲ و ۳ و همچنین، جدول ۷ به تصویر کشیده شده است.



شکل ۲. پیاز پژوهش ساندرز

<sup>۱</sup>. Research Onion

<sup>۲</sup>. Saunders



شکل ۳. پیاز پژوهش مبتنی بر یافته‌های پژوهش (منبع: یافته‌های پژوهشگر)

جدول ۷. تعداد مقاله‌های حوزه نوآوری در نشریات منتخب در بازه زمانی پژوهش

| ردیف | نام نشریه                                                                       | تعداد مقاله‌ها |
|------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| ۱    | فصلنامه علمی مدیریت نوآوری (انجمن مدیریت فناوری ایران)                          | ۴۱             |
| ۲    | فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی (انجمن علوم مدیریت ایران)             | ۲۸             |
| ۳    | مدیریت بازرگانی (دانشگاه تهران)                                                 | ۲۵             |
| ۴    | فصلنامه علمی مدیریت توسعه فناوری (انجمن مدیریت فناوری ایران)                    | ۲۱             |
| ۵    | سیاست‌نامه علم و فناوری (دانشگاه صنعتی شریف)                                    | ۱۶             |
| ۶    | پژوهش‌های مدیریت عمومی (دانشگاه سیستان و بلوچستان)                              | ۱۲             |
| ۷    | دو فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی (جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه)     | ۱۲             |
| ۸    | نشریه علمی مطالعات مدیریت راهبردی (انجمن مدیریت راهبردی ایران)                  | ۱۱             |
| ۹    | فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت کسب‌وکار بین‌المللی (دانشگاه تبریز)                  | ۹              |
| ۱۰   | دو فصلنامه پژوهش‌نامه مدیریت اجرایی (دانشگاه مازندران)                          | ۹              |
| ۱۱   | فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول (دانشگاه علامه طباطبائی)                    | ۷              |
| ۱۲   | کاوش‌های مدیریت بازرگانی (دانشگاه یزد)                                          | ۷              |
| ۱۳   | فصلنامه مطالعات مدیریت دولتی ایران (انجمن مدیریت دولتی ایران)                   | ۸              |
| ۱۴   | فصلنامه علمی پژوهشی چشم‌انداز مدیریت بازرگانی (دانشگاه شهید بهشتی)              | ۷              |
| ۱۵   | پژوهش‌نامه مدیریت تحول (دانشگاه فردوسی مشهد)                                    | ۶              |
| ۱۶   | دوماهنامه بررسی‌های بازرگانی (نشریه علمی)، (موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی) | ۶              |
| ۱۷   | فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه (انجمن علمی گردشگری ایران)                  | ۴              |
| ۱۸   | پژوهش‌های بازاریابی نوین (دانشگاه اصفهان)                                       | ۴              |
| ۱۹   | چشم‌انداز مدیریت دولتی (فصلنامه علمی)، (دانشگاه شهید بهشتی)                     | ۲              |
| ۲۰   | مطالعات رفتار مصرف‌کننده (دانشگاه کردستان)                                      | ۲              |



|       |                                                                                     |         |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| ۲۱    | فصلنامه آینده‌پژوهشی راهبردی (دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع ملی و پژوهش‌های راهبردی) | ۱       |
| ۲۲    | ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران (نشریه علمی)، (انجمن علمی جامعه‌شناسی سیاسی ایران)  | ۱       |
| تعداد |                                                                                     | کل: ۲۳۹ |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

## بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با بهره‌گیری از رویکرد فرا مطالعه و یکی از روش‌های اصلی آن یعنی فراروش انجام شده است. بدین ترتیب تمامی مقاله‌های حوزه نوآوری از حیث ۹ پارامتر که در فاصله بهار سال ۱۳۹۳ تا دی‌ماه سال ۱۴۰۱ به چاپ رسیده بودند، مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر و وبسایت نشریات، به‌وضوح نشان داد تاکنون پژوهشی با هدف فراروش نوآوری انجام نشده است و همین موضوع نوآوری این پژوهش را به رخ می‌کشد. از منظر دیگر، در این پژوهش، از رویکرد علم‌سنجی<sup>۱</sup> استفاده شده است. علم‌سنجی عبارت است از دانش اندازه‌گیری علم که همه روش‌ها و مدل‌های کمی مرتبط با تولید و انتشار دانش و فناوری را شامل می‌شود (یزدانی و همکاران، ۱۳۹۳). این نوع تجزیه و تحلیل علم‌سنجی مقالات به ما کمک می‌کند تا مسائل کلیدی، روندهای در حال ظهور و افراد تأثیرگذار در یک حوزه را بهتر شناسایی کرده تا جهت پژوهش‌های آینده در آن حوزه، تصمیماتی مناسب اتخاذ کرد (کاتاریا همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰).

در بازه زمانی مورد اشاره تعداد ۲۳۹ مقاله پژوهشی در حوزه نوآوری در نشریات علمی وزارت عتف منتشر شده است. این مقالات از حیث ۹ معیار از جمله پراکندگی تعداد مقالات در هر سال، ابزار گردآوری داده‌ها، روش تحلیل داده‌ها، رویکرد پژوهش، روش مورد استفاده، حوزه مورد پژوهش، تعداد نویسندگان هر مقاله، رشته تحصیلی نویسنده مسئول مقاله و همچنین وابستگی سازمانی نویسنده مسئول مقاله مورد بررسی قرار گرفتند.

در خصوص توزیع فراوانی مقاله‌های چاپ‌شده در هر سال، نتایج نشان داد که بیش‌ترین مقاله‌ها در سال ۱۳۹۹ منتشر شده است. همچنین، از سال ۱۳۹۷ به بعد روند انتشار مقاله‌ها مستمر و در برخی سال‌ها سیر صعودی داشته است. در مورد رشته تحصیلی نویسندگان مسئول مقاله‌ها نیز نویسندگان رشته مدیریت بازرگانی با ۲۸،۰۳ درصد بیش‌ترین تعداد مقاله را چاپ کرده‌اند. پژوهشگران رشته‌های مدیریت فناوری اطلاعات و مدیریت دولتی نیز به ترتیب با ۱۷/۱۵ درصد و ۱۵/۰۶ درصد در رتبه‌های دوم و سوم قرار داشتند. همچنین، بیش‌ترین تعداد مقاله را نویسندگان مسئول سایر دانشگاه‌های دولتی، پژوهشکده‌ها و انجمن‌های علمی به چاپ رسانده‌اند. دانشگاه تهران و دانشگاه آزاد اسلامی نیز به ترتیب رتبه‌های دوم و سوم را به خود اختصاص داده‌اند. پارامتر بعدی که مورد بررسی قرار گرفت مقدار همکاری نویسندگان با یکدیگر بود که نتایج نشان داد بیش‌تر مقاله‌ها با همکاری سه نفر منتشر شده است. پس از آن دو نفر و چهار نفر به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفتند.

از لحاظ روش‌شناختی پژوهش‌های انجام شده نتایج حاکی از آن بود که بیش‌ترین مقاله‌ها (۶۸/۶۲ درصد) از نوع کاربردی بودند. همچنین، مقاله‌ها با روش‌شناسی توصیفی-تحلیلی و توسعه‌ای به ترتیب با ۱۸/۴۱ درصد و ۱۲/۹۷ درصد در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفتند. به نظر می‌رسد پژوهشگران و نظریه‌پردازان در خصوص ماهیت و نوع روش‌شناسی پژوهش‌ها اتفاق نظر ندارند و نظریات متفاوتی مطرح کرده‌اند. درحالی‌که برخی از تأکید بیش از اندازه بر اجرای پژوهش‌های صرفاً کاربردی انتقاد می‌کنند و باور دارند برای افزایش سهم افزایی پژوهش‌ها باید به اکتشاف و تولید علم نوین دست زد (مک کوردی و کلیری<sup>۳</sup>، ۱۹۸۴). برخی مانند سایمون<sup>۴</sup> (۱۹۴۵) نیز اعتقاد دارند پژوهش‌های تجربی و آزمایش نحوه اداره صحیح را هدایت می‌کند (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۷).

<sup>۱</sup>. Science Metrics

<sup>۲</sup>. Kataria et al

<sup>۳</sup>. McCurdy & Cleary

<sup>۴</sup>. Simon

صبحه پژوهش پارامتر بعدی بود که در این پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاکی از برتری نسبی رویکرد کمی (۵۴/۳۹ درصد) داشت. مقاله‌های با رویکردهای کیفی (۳۰/۵۴ درصد) و آمیخته (۱۵/۰۷) نیز به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم قرار داشتند. از این منظر، نتایج این پژوهش با غالب پژوهش‌های مشابه همسو می‌باشد. از جمله ثنائی پور (۱۴۰۰)، عباسی و شریفیان جزی (۱۳۹۹)، طیبی ابوالحسنی و همکاران (۱۳۹۸) و فردوسی و همکاران (۱۳۹۸). این پژوهش‌ها همانند این پژوهش به دلیل برخورداری از دیدگاه اثبات‌گرایان به گونه عمده بر پژوهش کمی تأکید داشته‌اند. از سوی دیگر، پژوهشگران دیگری مانند پری و کرامر<sup>۱</sup> (۱۹۸۶) باور دارند با توجه به اینکه روش‌های کیفی در معنا دهی و تفسیر داده‌ها نقش اساسی دارند. می‌توان از این روش‌ها در جهت بهبود روش‌شناسی پژوهش‌ها در حوزه‌های گوناگون استفاده کرد.

پارامتر بعدی مورد بررسی، نوع روش گردآوری داده در مقاله‌های منتخب بود. نتایج نشان داد بیش‌ترین روش گردآوری داده در مقالات حیطه نوآوری پرسش‌نامه می‌باشد. روش‌های گوناگون مصاحبه و روش‌های ترکیبی و آمیخته نیز به ترتیب در جایگاه‌های دوم و سوم قرار گرفتند. به اعتقاد ساندروز و همکارانش<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) بسیاری از افراد از پرسش‌نامه برای گردآوری داده‌ها استفاده می‌کنند بدون اینکه سایر شیوه‌های گردآوری داده‌ها نظیر مشاهده، مصاحبه و غیره را در نظر بگیرند. به باور این صاحب‌نظران باید همه شیوه‌های گردآوری داده را ارزیابی کرد و متناسب با سؤال‌ها و اهداف پژوهش بهترین شیوه را انتخاب کرد (ترابی و فتحی، ۱۴۰۱).

روش تحلیل داده پارامتر بعدی مورد بررسی بود. از این حیث روش معادلات ساختاری با اختلاف در رتبه نخست قرار داشت. تحلیل با استفاده از سایر روش‌های کیفی و نیز ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی نیز به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفتند. روی هم رفته، هدف اصلی از هر پژوهش این است که منطقی را برای برخی نمودهای دنیای واقعی ارائه کند (دووال و اساکر<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶). مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر کوواریانس<sup>۴</sup> و مبتنی بر حداقل مربعات جزئی<sup>۵</sup> به پژوهشگران این اجازه را می‌دهد که پدیده‌های زندگی واقعی، بخش فلسفی علم را به پژوهش‌های علوم نظری و تجربی متصل کنند (با گوزی و یی<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲). محبوبیت این روش در علوم اجتماعی و رفتاری به گونه‌ای چشمگیر در حال افزایش است (هین و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۱۱)؛ با این حال، استفاده از مزایای کامل آن در پژوهش‌ها فقط زمانی امکان‌پذیر است که از آن به‌درستی استفاده شود (میر تقیان رودسری، ۱۳۹۸). برای مثال، پژوهشگران در معادلات ساختاری مرتبه نخست چندین نوع محدودیت را با توجه به تفسیر نادرست ناشی از خصوصیات اشتباه در این روش گزارش کرده‌اند (اندرسون و گرینگ<sup>۸</sup>، ۱۹۸۸). گزارش برازش مدل نیز از بحث‌برانگیزترین مسائل در شیوه‌های معادلات ساختاری است و درباره ارزش و مقدار مناسب شاخص میان پژوهشگران گوناگون اختلاف چشمگیری وجود دارد (سان و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۱۱).

آخرین پارامتری که مقاله‌های حوزه نوآوری با استفاده از آن مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند، موضوعات و مضامین مورد توجه پژوهشگران بود. نتایج حاکی از آن بود که سایر مضامین مربوط به نوآوری با ۳۰/۵۶ درصد در رتبه نخست قرار دارد. سپس نوآوری باز با ۲۳/۰۱ درصد در رتبه دوم، نوآوری سازمانی با ۱۵/۴۸ درصد در رتبه سوم، نوآوری فناورانه با ۱۲/۵۵ درصد رتبه چهارم، نوآوری مدل کسب‌وکار با ۱۰/۰۴ درصد در رتبه پنجم و سرانجام نوآوری محصول با ۸/۳۶ درصد در رتبه آخر قرار داشت. لذا، به نظر می‌رسد به توجه به ماهیت گسترده و بین‌رشته‌ای نوآوری و نیز کثرت مفاهیم و مضامین مطرح‌شده در این

1. Perry & Kraemer

2. Saunders et al

3. Do Valle & Assaker

4. Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM)

5. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

6. Bagozzi & Yi

7. Heene et al

8. Anderson & Gerbing

9. Sun et al

حوزه، تبیین هر یک از مضامین بالا با در نظر گرفتن مقتضیات سازمان‌ها و کسب‌وکارها و سایر عوامل برون‌سازمانی قادر است منافع چشمگیری در دنیای رقابتی امروز برای آن‌ها به دنبال داشته باشد.

عمده‌ترین محدودیت این پژوهش در مرحله گردآوری داده می‌باشد. از آنجاکه تمرکز اصلی این پژوهش صرفاً مقاله‌های حیطه نوآوری بود، این احتمال وجود دارد که برخی داده‌ها و مدل‌های موجود در پایان‌نامه‌ها، رساله‌ها و یا کتب تخصصی نادیده گرفته شده باشد.

### پیشنهاده‌ها

- بررسی نظام‌مند مقاله‌های حیطه نوآوری نشان داد، جهت‌گیری غالب آن‌ها کاربردی بوده است. لذا، با توجه به اهمیت و جایگاه نوآوری در تئوری و عمل در رشد و توسعه اقتصادی و رفاه اجتماعی، پیشنهاد می‌شود پژوهشگران در آینده به سمت پژوهش‌های توسعه‌ای و بنیادی سوق پیدا کنند. همچنین، خلأ نظریه‌پردازی و مفهوم‌سازی در حیطه نوآوری به‌وضوح مشاهده می‌شود؛ بنابراین، نیاز به پژوهش‌هایی با بهره‌گیری از فلسفه‌های تفسیری و با جهت‌گیری بنیادین به‌شدت احساس می‌شود. روی هم رفته، این جهت‌گیری‌ها می‌توانند بستری مناسب جهت توسعه نظری و مبنایی حوزه نوآوری باشد.

- بخشی عمده از پژوهش‌ها در این پژوهش از حیث صبغه پژوهش به‌صورت کمی انجام‌شده‌اند. این مسئله ناشی از سلطه پارادایم اثبات‌گرایی و تلاش در جهت شناسایی قوانین عام و تعمیم آن به جامعه آماری می‌باشد. در حالی‌که بادی انتقادی پارادایم یاد شده بر روش و گزاره‌های عددی تمرکز داشته که می‌تواند منجر به تقلیل انسان و ویژگی‌های انسانی به عدد و رقم شود. از سوی دیگر، موضوع نوآوری دارای مفهومی بین‌رشته‌ای می‌باشد و موضوع مطالعه آن روی هم رفته، انسان و جامعه انسانی است. لذا، نمی‌توان قوانین یکسانی را همانند علوم پایه بدون در نظر گرفتن تفاوت‌های فردی برای آن‌ها در نظر گرفت. لذا، پیشنهاد می‌شود بمنظور رفع این کاستی‌ها، پژوهشگران در آینده روش‌های کیفی و آمیخته را جایگزین کرده و پارادایم‌های تفسیری و انتقادی را در پیش گیرند. همچنین، نشریات نیز بایستی از راه اضافه کردن اعضای هیئت‌علمی مسلط به روش پژوهش کیفی و آمیخته در قالب عضو هیئت تحریریه و کمیته داوران، زمینه را برای انتشار دستاوردهای پژوهشی با رویکرد کیفی و آمیخته فراهم سازند. درنهایت، تمرکز بیش‌تر بر روش‌های کیفی و آمیخته منجر به تحلیل و شناخت زوایای پنهان و ناشناخته حوزه نوآوری شده و سنخیت بیش‌تری با نیازهای مدیران و فعالان کسب‌وکار خواهد داشت.

- در بیش‌تر پژوهش‌ها ابزار گردآوری داده پرسش‌نامه بوده است. این مسئله می‌تواند به دلیل سهولت نسبی طراحی، توزیع و گردآوری پرسش‌نامه و نیز دیدگاه اثبات‌گرایی به‌مثابه یک ابزار پژوهش باشد. لذا، پژوهشگران می‌توانند از ابزارهای دیگر به گونه هم‌زمان استفاده کرده و طیف متنوعی از داده‌ها را از این راه در اختیار داشته و از مزایای متعدد آن برخوردار شوند. لذا، پیشنهاد می‌شود پژوهشگران روش‌های گوناگون گردآوری داده را مطالعه و ارزیابی کنند و با نقاط قوت و ضعف هریک آشنا شوند. سپس با عنایت به اهداف و سؤال‌های پژوهش و با رویکرد اقتضایی نسبت به انتخاب مناسب‌ترین شیوه مبادرت ورزند.

- روش تحلیل داده در بیش‌تر پژوهش‌های مورد بررسی با اختلاف روش معادلات ساختاری بوده است. لذا، پیشنهاد می‌شود پژوهشگران، اساتید و دانشجویان تحصیلات تکمیلی بیش‌ازپیش به روش‌های به‌روز مانند روش‌های نوین فازی و یا روش‌های پژوهش کیفی و آمیخته مسلط شده و در آثار پژوهشی خود بکارگیرند. از آنجا که روش‌های کیفی و آمیخته با پژوهش‌های بنیادین سنخیت بیش‌تری دارند، منجر به توسعه استفاده از استراتژی‌های پژوهشی داده بنیاد، تاریخی، قوم‌نگاری و مطالعات موردی بمنظور نظریه‌پردازی باهدف کشف و فهم زوایای پنهان حوزه نوآوری می‌گردد.

- بررسی پژوهش‌ها نشان داد بیش‌ترین مقاله‌ها را نویسندگان دانشگاهی رشته‌هایی از قبیل مدیریت بازرگانی، مدیریت فناوری داده‌ها و مدیریت دولتی و غیره منتشر کرده‌اند. این مسئله با توجه به ماهیت کاربردی و بین‌رشته‌ای نوآوری جای تأمل دارد. لذا، پیشنهاد می‌شود مدیران، کارآفرینان و سایر تصمیم‌گیرندگان در بخش‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و یا سیاسی از راه تعامل بیش‌تر با دانشگاه‌ها، پارک‌ها و مراکز پژوهشی بیش از گذشته به این حوزه ورود کرده و پژوهش‌های کاربردی را در حوزه نوآوری منتشر کنند.

- بررسی نظام‌مند مقاله‌ها نشان داد که مضمون نوآوری باز دارای بیش‌ترین فراوانی در میان مضامین دیگر بود. مفهوم نوآوری باز را نخستین بار هنری چسبرو<sup>۱</sup> مطرح کرد (چسبرو، ۲۰۰۳، ۴۰۶). چسبرو نوآوری باز را انواع گوناگون ارتباطات خارجی می‌داند در حال جایگزین شدن به‌جای تلاش‌های درون‌سازمانی<sup>۲</sup> برای نوآوری و پژوهش و توسعه هستند. از سوی دیگر، شرایط محیطی متحول، تغییرات روزافزون در نیاز و خواسته مشتریان و بازار و همچنین، تولید و تکثیر بی‌وقفه فناوری‌های نوین، شرایط را برای بقا و ادامه فعالیت برای کسب‌وکارها بسیار دشوار کرده است. لذا، مفهوم نوآوری باز در سال‌های اخیر بسیار مورد توجه قرار گرفته است. این مفهوم قادر است به کسب‌وکارها در حفظ و نگهداری مزیت رقابتی پایدار بمنظور رویارویی با شرایط مورد اشاره کمک شایانی کند. در خصوص سیاست‌گذاری بمنظور ترویج و تشویق نوآوری باز توصیه می‌شود به چهارچوب ارائه‌شده از سوی هر ستاد و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) توجه ویژه شود. ایشان ابزارهای سیاستی را بمنظور تقویت نوآوری باز به دسته طبقه‌بندی می‌کنند. تقویت پژوهش و توسعه درون‌سازمانی، انباشت دانش و ظرفیت جذب؛ تقویت پیوندهای ملی و تقویت پیوندهای بین‌المللی. نکته قابل‌ذکر این است که پژوهشگران یاد شده به‌درستی تأکید زیادی بر لزوم تقویت پیوندهای بین‌المللی دارند. تجربه کشورهای توسعه‌یافته و صاحب‌نام حاکی از توجه آن‌ها به این پیوندها علی‌رغم ریسک بالا، دشواری و هزینه بالا می‌باشد. در این راستا، مدیران تصمیم‌ساز در این عرصه بایستی بیش‌ازپیش وارد عمل شده و زمینه را برای ارتباط متقابل با کشورهای دوست و همسو فراهم سازند. همچنین، بکارگیری مدیران دلسوز، متعهد و متخصص و آشنا به تفاوت‌های ملل گوناگون و اصول مراوده با آن‌ها در سفارتخانه‌ها و کنسولگری‌ها می‌تواند زمینه را جهت بهره‌برداری از منافع ارتباطات متقابل با کشورهای دیگر و ورود ایده‌ها و تجارب موفق آن‌ها به داخل کشور و درنهایت، ترویج نوآوری باز فراهم سازد.

- مضمون پرتکرار بعدی در مقالات منتخب نوآوری سازمانی بود. آنزولارمان و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۸) نوآوری سازمانی را به‌منزله توسعه و پذیرش یک نظر یا رفتار نوین در فرآیندهای سازمانی در نظر گرفته‌اند. همچنین، خان و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۸) نوآوری سازمانی را به‌عنوان منبع اصلی ایجاد ارزش و مزیت رقابتی، مفهوم‌سازی کرده‌اند. به لحاظ نظری مفهوم نوآوری سازمانی از مباحثی می‌باشد که با رشد فناوری، پیچیده و رقابتی‌تر شدن سازمان‌ها اهمیت و جایگاهی ویژه پیدا کرده است. یکی از مؤلفه‌ها و عوامل تأثیرگذار بر نوآوری سازمانی که منجر به بروز خلاقیت، ایده‌زایی و تسهیل رفتارهای نوآورانه می‌شود، سرمایه فکری می‌باشد. لذا، توصیه می‌شود مدیران در سطوح گوناگون عالی و اجرایی طی دوره‌های آموزشی با مبانی نظری، مدل‌های سنجش و اندازه‌گیری، راهبردها و چگونگی مدیریت نوآوری سازمانی آشنا شوند. همچنین، با توجه نقش بلا انکار مدیریت استعداد در نوآوری سازمانی توصیه می‌شود مدیران در جهت شناسایی استعدادها و شایسته‌شناسی و شایسته‌سالاری در تمامی سازمان‌ها و کسب‌وکارها اهتمام ورزند. همچنین، توجه بیش‌ازپیش و نیز تقویت زیرساخت‌های ضروری برای ایجاد واحد پژوهش و توسعه و شناسایی و بکارگیری کارکنان شایسته، با استعداد و خلاق در این بخش بدون شک تأثیری چشمگیر بر نوآوری سازمانی دارد. روی هم رفته، امروزه تحولات در نظام‌های اجتماعی و اقتصادی و همچنین، پیچیدگی و عدم قطعیت محیطی، سازمان‌ها را احاطه کرده است. لذا، سازمان‌ها نیازمند راه‌حل‌های خلاقانه و مبتنی بر نوآوری هستند. این مهم تنها در سایه فرهنگ سازمانی میسر خواهد شد. فرهنگ سازمانی این قدرت را دارد تا زمینه‌ساز و بستر حرکت، پویایی و در نهایت، خلاقیت و نوآوری در سازمان شود. لذا، توصیه می‌شود مدیران با احاطه و تسلط بر فرهنگ سازمانی و فاصله گرفتن از چهارچوب‌های مدیریت کلاسیک و همچنین، ترویج روحیه خلاقیت و نوآوری، زمینه را بروز و ظهور هر چه بیش‌تر نوآوری سازمانی فراهم سازند.

1. Chesbrough

2. Intramural

3. Herstad et al

4. Anzola-Román et al

5. Khan et al

- نوآوری فناوریانه مضمون پرتکرار بعدی بود. ژانگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۱)، نوآوری فناوریانه را اجرای ایده برای یک محصول یا یک خدمت نوین یا معرفی عناصر نوین در روند تولید یک محصول یا ارائه یک خدمت در سازمان، تعریف کرده‌اند. روی هم رفته، ضرورت نوآوری فناوریانه در پاسخ به دو چالش عمده کسب‌وکارها، بیش‌ازپیش آشکار می‌شود. نخستین چالش توانایی تولید و یا توسعه محصول نوین و نوآوریانه جهت پاسخگویی به انتظارات روزافزون مشتریان و چالش بعدی لزوم نوآوری در فرآیندها جهت اصلاح و بهبود در ابزارها، نرم‌افزارها و روش‌های تولیدی نوین بمنظور بهینه‌سازی و تحول در تولید می‌باشد. لذا، با عنایت به افزایش چشمگیر انتظارات و توقعات مشتریان که به جهت سهولت دسترسی به رسانه‌های مجازی، افزایش رقابت و نیز بالا رفتن سطح آگاهی ایشان ایجاد شده است و هم‌چنین، ناکارآمدی و عدم صرفه اقتصادی محصولات و خدمات تولیدی از سوی تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات در کشور، توصیه می‌شود نوآوری فناوریانه سرلوحه راهبردها و اعمال مدیران قرار گیرد. آشنایی مدیران با مبانی نوآوری فناوریانه از راه شرکت در دوره‌های آموزشی تخصصی و عملیاتی کردن آن در کسب‌وکار منجر به تأمین هر چه بهتر نیاز و تقاضای مشتریان و نیز عملکرد بهتر و افزایش ظرفیت و کارایی کسب‌وکارها می‌شود. از سوی دیگر تحریم‌های یک‌جانبه تحمیلی به کشور و دشواری همکاری‌های فناوریانه در چند دهه اخیر بر لزوم توجه به نوآوری فناوریانه می‌افزاید. لذا، مدیران بایستی هر چه سریع‌تر مقدمات و بستر نوآوری فناوریانه را مهیا کرده و با شناخت مؤلفه‌ها و ابعاد این رویکرد نوآوریانه، خود را متعهد و ملزم به اجرای آن کنند.

- مضمون پرتکرار بعدی نوآوری مدل کسب‌وکار بود. از نظر کراوس و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) نوآوری مدل کسب‌وکار اصلی‌ترین جریان پژوهشی می‌باشد که در پژوهش‌های نوآوری در نظر گرفته شده است و نحوه اجرای نوآوری‌ها را توصیف می‌کند. از دیدگاه بومن و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۹) نوآوری مدل کسب‌وکار به‌عنوان تغییر در معماری مدل کسب‌وکار شرکت یا اجزای آن تعریف می‌شود که برای شرکت نوین است و منجر به تغییراتی قابل‌مشاهده در عملکردهای شرکت نسبت به مشتریان و شرکا می‌شود. کمی تأمل در کسب‌وکارهای ایرانی به‌وضوح نشان می‌دهد که صرف‌نظر از چالش‌های رقابتی و مسائل مربوط به بازار، مسائل دیگری از قبیل تحریم‌های یک‌جانبه، عدم ثبات در سیاست‌ها و قوانین گمرکی، بانکی و مالیاتی و ارزی که منجر به افزایش هزینه‌های تولید، افزایش قیمت نهاده‌ها و محدودیت دسترسی به آن‌ها و هم‌چنین، محدودیت در دسترسی به بازارهای جهانی و غیره شده، مدیران کسب‌وکار را احاطه کرده است. لذا، توصیه می‌شود این مدیران به نوسازی راهبرد کسب‌وکار خود یا همان نوآوری مدل کسب‌وکار بپردازند. این رویکرد نوآوریانه قادر خواهد بود منجر به هزینه پایین تولید محصول نسبت به رقبا و یا ارائه محصول/ فرآیند تولید نوین شود که در نهایت، بهبود عملکرد مالی کسب‌وکار را نیز در پی خواهد داشت. مجموع این عوامل می‌تواند برای کسب‌وکار یک قابلیت سازمانی بالقوه و یک مزیت رقابتی پایدار تلقی شود. هم‌چنین، مدیران کسب‌وکارهای ایرانی با دو چالش عمده چرخه عمر کوتاه محصول و حساسیت تقاضا برای محصول خود رویارو هستند. لذا، توصیه می‌شود این مدیران راهبرد نوآوری مدل کسب‌وکار را سرلوحه خود قرار داده و از این طریق به جایگاه رهبری بازار دست یابند که در نهایت، به بهبود عملکرد مالی و درآمد پایدار نیز منتهی خواهد شد.

- آخرین مضمون پرتکرار، نوآوری محصول بود. به نظر لی و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۲۱) نوآوری محصول نشان‌دهنده پیشرفت و توسعه عملکرد محصول سازمان است که تغییرات رو به رشد در فناوری محصول و خدمات را در برمی‌گیرد و قصد خرید را فراهم می‌آورد. محیط‌های کسب‌وکار متلاطم، آشفته، پویا و رقابتی از چالش‌های عمده کسب‌وکارهای امروز است. لذا، توصیه می‌شود مدیران به راهبرد رقابتی نوآوری در محصول بمنظور فائق آمدن به این چالش‌ها تجهیز شوند. از سوی دیگر، محیط‌های پویا می‌تواند برای کسب‌وکار فرصت‌آفرین باشد، چراکه مدیران را قادر می‌سازد خلاءها و شکاف‌های بازار را بهتر از رقبا شناسایی و تصرف کنند. دستیابی به این هدف نیازمند آن است که مدیران ریسک‌پذیری خود را افزایش داده تا بتوانند پاسخگوی نیازهای متغیر و متحول مشتریان خود باشند و از فرصت‌های نوظهور نیز به نحو احسن استفاده کنند. توصیه دیگر تلاش در

<sup>1</sup>. Zhang et al

<sup>2</sup>. Kraus et al

<sup>3</sup>. Bouwman et al

<sup>4</sup>. Lee et al

راستای ایجاد یک فرهنگ سازمانی حامی نوآوری می‌باشد که در آن نوآوری به یک ارزش سازمانی تبدیل شده است و به صورت کاملاً تعاملی و دوسویه از تجارب و دانش دیگران استفاده می‌شود. مجموع این عوامل نقش بلا انکاری در توسعه راهبرد نوآوری محصول خواهد داشت.

## منابع

- اسحاقیان، زهرا، یزدانی، حمیدرضا، و، جعفری. سید محمدباقر. (۲۰۲۲). چارچوب نوآوری مدل کسب‌وکار مبتنی بر کاربری فناوری‌های دیجیتال. مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۵(۲)، ۱-۲۶.
- آقا داوود، سید رسول، حاتمی، محمود، و حکیمی نیا، بهزاد. (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر نوآوری سازمانی در میان مدیران (مطالعه موردی مدیران ارشد مخابرات استان اصفهان). نشریه علوم اجتماعی، ۴(۱۱)، ۱۲۷-۱۷۰.
- ایمانی، حسین، عبدالله زاده، امیرحسین، و پور عزت، علی اصغر. (۱۳۹۷). تحلیل محتوای پژوهش‌های فصلنامه مدیریت دولتی دانشگاه تهران. مدیریت دولتی، ۱۰(۳)، ۳۸۷-۴۱۴.
- پور انجنار، گل‌بهار، مهتا، جود زاده، و عافیه، پور انجنار. (۱۳۹۵). بررسی رابطه‌ی رهبری تحول‌آفرین با خلاقیت و نوآوری و کارآفرینی سازمانی. بررسی‌های بازرگانی، ۷۷(۱۴)، ۷۹-۹۳.
- ترابی، محسن، و فتحی، محمد رضا. (۱۴۰۱). فراروش پژوهش‌های مجله مدیریت سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: مقالات ۱۳۹۳ - ۱۳۹۹). مجله علمی مدیریت سرمایه اجتماعی، ۹(۲)، ۱۸۷-۲۰۸.
- ثنایی پور، هادی. (۱۴۰۰). ارزیابی و تحلیل روش‌شناسی مطالعات کارآفرینی در گردشگری: رویکرد فراروش. فصلنامه علمی روش‌شناسی علوم انسانی، ۱۰۸(۲۷)، ۱-۱۷.
- جاودانه، پریسا، جعفری، پریوش، و وظیفه دوست، حسین. (۱۴۰۰). واکاوی ابعاد و مؤلفه‌های اکوسیستم نوآوری بر اساس روش فراترکیب. دو فصلنامه علمی پژوهشی نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۲۰(۱۰)، ۱۰۷-۱۲۴.
- جعفری سبدانی، پیمان، مشکین قلم، لیلا، و احسانی، علی. (۱۴۰۰). مدل جامع نوآوری‌های دیجیتال در بحران کووید-۱۹ با رویکرد فراترکیب. سیاست‌نامه علم و فناوری، ۴(۱۱)، ۵-۲۶.
- رشیدی، عباس، و بنی طالبی دهکردی، بهاره. (۱۴۰۱). ارائه الگوی مفهومی سرمایه فکری از منظر نوآوری. حسابداری مدیریت، ۱۵(۵۴)، ۲۱-۴۴.
- رمضانی، سعید، کریمی، تورج، کریمی، آصف، و سعدآبادی، علی اصغر. (۲۰۲۰). طراحی مدل ارزیابی نوآوری اجتماعی در سطح سازمان. مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۳(۳)، ۱-۲۴.
- شبابی، هومن. (۱۴۰۱). ارائه الگوی عوامل مؤثر بر تأمین مالی خارجی نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط با استفاده از روش فراترکیب. سیاست‌نامه علم و فناوری، ۲(۱۲)، ۲۵-۴۲.
- طیپی ابوالحسنی، سید امیرحسین، دانشور دیلمی، محمد رض، و خاشعی ورنامخواستی، وحید. (۱۳۹۸). فراروش تحقیقات دانشگاهی حوزه استراتژی. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، ۴۰(۱۰)، ۷۱-۱۰۵.
- عباسی، عباس، و شریفیان جزی، سحر. (۱۳۹۹). فراروشی بر تحقیقات انجام‌شده پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و دکتری رشته مدیریت صنعتی دانشگاه شیراز. مدیریت صنعتی، ۳(۱۲)، ۳۹۵-۴۱۸.
- بدالحمد، مهدی، باقر زاده، سه ساری، و اسماعیلی گیوی، سید محمد رضا. (۱۳۹۹). ارائه راهکارهای ارتقاء کیفی تولیدات علمی حوزه مدیریت دولتی در ایران بر مبنای تحلیل محتوای نشریه‌ی چشم‌انداز مدیریت دولتی. چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۱۱(۱)، ۹۷-۱۲۶.
- فردوسی، شهرام، ملائی، فاطمه، حاجی پور، بهمن، و بابایی فرج‌آباد، مهدیه. (۱۳۹۸). فراروش پژوهش‌های بازاریابی در ایران: بررسی نزدیک‌بینی در روش‌ها. نشریه پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۲(۲۳)، ۱۸۲-۱۹۹.

- نبری قلعه رود خانی، فزه، و مؤذن جمشیدی، میر-هادی. (۲۰۲۲). فرا تحلیل عوامل مؤثر بر خلاقیت و نوآوری کارکنان سازمان‌ها. مدیریت نوآوری، ۴(۱۰)، ۶۳-۸۸.
- محقر، علی، جعفر نژاد، احمد، مدرس یزدی، محمد، و صادقی مقدم، محمدرضا. (۱۳۹۲). ارائه الگوی جامع هماهنگی اطلاعاتی شبکه تأمین خودروسازی با استفاده از روش فراترکیب. مدیریت فناوری اطلاعات، ۵(۴)، ۱۶۱-۱۹۴.
- میر تقیان رودسری، سید محمد. (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی کاربرد مدل‌سازی معادلات ساختاری در پژوهش‌های ایرانی گردشگری. گردشگری و توسعه، ۸(۳)، ۱۲۴-۱۴۶.
- نوری، جواد، کریمی، تورج، و جوریان، نجمه. (۱۴۰۰). ارائه چارچوبی جهت اهرم قرار دادن خرید دولتی در توسعه فناوری و نوآوری. مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، ۱۱(۳۹)، ۲-۲۲.
- یزدانی، کامران، نجات، سحرناز، آفرین رحیمی، موقر، قالیچی، لیلا، و خلیلی، ملاح. (۱۳۹۳). علم‌سنجی: مروری بر مفاهیم، کاربردها و شاخص‌ها. مجله اپیدمیولوژی ایران، ۴(۱۰)، ۷۸-۸۸.
- Azeem, M., Ahmed, M., Haider, S., & Sajjad, M. (2021). Expanding competitive advantage through organizational culture, knowledge sharing and organizational innovation. *Technology in Society*, 66, 101635.
- Ananda, R. H., & Astuti, E. S. (2023). Analysis of the Relationship of Information Technology Capability to Innovation and Organizational Performance (Meta-Analysis). *PROFIT: JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 17(1), 55-68.
- Anderson, J., & Gerbing, W. (1988). Structural Equation Modelling in Practice: A Review and Recommended Two Stage Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Anzola-Román, P., Bayona-Sáez, C., & García-Marco, T. (2018). Organizational innovation, internal R&D and externally sourced innovation practices: Effects on technological innovation outcomes. *Journal of Business Research*, 91, 233-247.
- Bagozzi, R. P., & Yi. Y. (2012). Specifications, Evaluation, and Interpretation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 8-34.
- Baldwin, T., Bommer, W., & Rubin, R. (2008). Developing management skills: What great managers know and do. McGraw-Hill/Irwin.
- Barasa, L., Knoben, J., Vermeulen, P., Kimuyu, P., & Kinyanjui, B. (2017). Institutions, resources and innovation in East Africa: A firm level approach. *Research Policy*, 46(1), 280-291.
- Barnett-Page, E., & Thomas, J. (2009). Methods for the synthesis of qualitative research: a critical review. *BMC medical research methodology*, 9(1), 1-11.
- Behzad, F., Moshabaki. S. A., & Sanavi. E. R. (2016). Studying the Influence of Organizational Learning Capabilities on the Relationship Between Innovation and Performance in the Civil Servants Pension Fund. *Journal of Administrative Management Education and Training*, 12(4), 117-125.
- Bench, S., & Day, T. (2010). The user experience of critical care discharge: A meta-synthesis of qualitative research. *International journal of nursing studies*, 47 (4), 487-499.
- Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs. ? *Telecommunications Policy*, 43(9), 101828.
- Chesbrough, H. (2006). Open business models: How to thrive in the new innovation landscape. Harvard Business Press.
- DoValle, P. O., & Assaker, G. (2016). Using Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Tourism Research: A Review of Past Research and Recommendations for Future Applications. *Journal of Travel Research*, 55(6), 695-708.
- Fernandes Sampaio, C. A., Hernández Mogollón, J. M., & de Ascensão Gouveia Rodrigues, R. J. (2020). The relationship between market orientation, customer loyalty and business performance: A sample from the Western Europe hotel industry. *Tourism and Hospitality Research*, 20(2), 131-143.
- Gulrajani, N., & Moloney, K. (2012). Globalizing public administration: today's research and tomorrow's agenda. *Public Administration Review*, 72(1), 78-86.
- Heene, M., Hilbert, S., Draxler, C., & Ziegler, M. (2011). Masking Misfit in Confirmatory Factor Analysis by Increasing Unique Variances: A Cautionary Note on the Usefulness of Cutoff Values of Fit Indices. *Psychological Methods*, 16(3), 319-336.

- Herstad, S. J., Bloch, C., Ebersberger, B., & Van De Velde, E. (2010). National innovation policy and global open innovation: exploring balances, tradeoffs and complementarities. *Science and Public Policy*, 37(2), 113-124.
- Kataria, A., Kumar, S., Sureka, R., & Gupta, B. (2020). Forty years of employee relations—the international journal: a bibliometric overview. *Employee Relations: The International Journal*, 42(6), 1205-1230.
- Khan, H. U. R., Ali, M., Olya, H. G., Zulqarnain, M., & Khan, Z. R. (2018). Transformational leadership, corporate social responsibility, organizational innovation, and organizational performance: Symmetrical and asymmetrical analytical approaches. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1270-1283.
- Kraus, S., Filser, M., Puumalainen, K., Kailer, N., & Thurner, S. (2020). Business model innovation: A systematic literature review. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 17(06), 2050043.
- Lee, S., Cho, C., Choi, J., & Yoon, B. (2017). R&D project selection incorporating customer-perceived value and technology potential: The case of the automobile industry. *Sustainability*, 9(10), 1918.
- Lee, V. H., Foo, P. Y., Tan, G. W. H., Ooi, K. B., & Sohal, A. (2021). Supply chain quality management for product innovation performance: insights from small and medium-sized manufacturing enterprises. *Industrial Management & Data Systems*, 121(10), 2118-2142.
- Lowe, K., & Gardner, W. (2001). Ten years of the leadership quarterly: Contributions and challenges for the future. *The Leadership Quarterly*, 11(4), 459-514.
- Mc Curdy, H. E., & Cleary, R. E. (1984). Why can't we resolve the research issue in public administration? *Public Administration Review*, 44(1), 49-55.
- Neves, P. C., Afonso, O., Silva, D., & Sochirca, E. (2021). The link between intellectual property rights, innovation, and growth: A meta-analysis. *Economic Modelling*, 97, 196-209.
- Onder, M., & Brower, R. S. (2013). Public Administration Theory, Research, and Teaching: How Does Turkish Public Administration Differ? *Journal of Public Affairs Education*, 19(1), pp. 117-139.
- Panda, S., & Sharma, R. (2020). Impact of patent rights on innovation: A meta-analysis. *Journal of Public Affairs*, 20(2), e2000.
- Perry, J. L., & Kraemer, K. L. (1986). Research Methodology in the Public Administration Review, 1975-1984. *public administration review*, 46(3), 215-226.
- Raadschelders, J. C., & Lee, K. H. (2011). Trends in the study of public administration. Empirical and qualitative observations from Public Administration Review, 2000–2009. *Public Administration Review*, 71(1), 19-33.
- Raadschelders, J. C., & Lee, K. H. (2011). Trends in the study of public administration: Empirical and qualitative observations from Public Administration Review, 2000–2009. *Public Administration Review*, 71(1), 19-33.
- Rahmani, K. & Rahmani, S. (2013). Developing a conceptual model of customer loyalty using meta-synthesis. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 2(2), 166-173.
- Salami, R., & Soltanzadeh, J. (2012). Comparative Analysis for Science, Technology and Innovation Policy; Lessons Learned from Some Selected Countries (Brazil, India, China, South Korea and South Africa) for Other Ldcs Like Iran. *Journal of Technology Management and Innovation*, 7(1), 211-227.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). Research methods for business students, Fifth edition, Harlow, Pearson Education.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2007). Research Methods for Business Students. 4th Edition, Financial Times Prentice Hall, Edinburgh Gate, Harlow
- Sazzad, F., Rajan, V. P., & Demircioglu, M. A. (2021). The role of leadership in public sector innovation: A systematic review and meta-analysis of the management of COVID-19 in Asian countries. *Frontiers in Public Health*, 9, 2079.
- Sun, S., Konold, T. R. & Fan, X. (2011). Effects of Latent Variable Non normality and Model Misspecification on Testing Structural Equation Modeling Interactions. *Journal of Experimental Education*, 79(3), 231-256.
- Sung, W., & Kim, C. (2021). A study on the effect of change management on organizational Innovation: Focusing on the mediating effect of members' innovative behavior. *Sustainability*, 13(4), 2079.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2020). Managing innovation: integrating technological, market and organizational change. John Wiley & Sons.
- Trischler, M. F., & Li-Ying, J. (2020). Increasing construct clarity in digital business model innovation research. *In 28th IPDMC Innovation and Product Development Management Conference*.
- Vandaele, N. J., & Decouttere, C. J. (2013). Sustainable R&D portfolio assessment. *Decision Support Systems*, 54(4), 1521-1532.



- Zhang, H., Xiao, H., Wang, Y., Shareef, M. A., Akram, M. S., & Goraya, M. A. S. (2021). An integration of antecedents and outcomes of business model innovation: A meta-analytic review. *Journal of Business Research*, 131, 803-814.
- Zhao, S. (1991). Metatheory, Meta method, Meta-Data-Analysis: What, Why, and How? *Sociological Perspectives*, 34(3), 377-390.
- Zimmer, L. (2006). Qualitative meta-synthesis: a question of dialoguing with texts. *Journal of advanced nursing*, 53(3), 311-318.
- Zizlavsky, O. (2014). The balanced scorecard: Innovative performance measurement and management control system. *Journal of technology management & innovation*, 9(3), 210-222.



## Academic Meta Method in the Field of Innovation

Mehrdad Rahimian\*<sup>1</sup>

| Article Info                             | Abstract                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Article type:</b><br>Research Article | <p>In this study, academic research in the field of innovation has been examined methodologically. The present study was applied in terms of purpose and data collection method, library study and examination of documents. The statistical population of the study includes all articles in the field of innovation that have been published in the scientific journals of the Ministry of Science, Research and Technology in full between the periods of 1393 to 1401. In total, 239 articles were reviewed in terms of 9 parameters including the distribution of the number of articles, data collection and analysis tools, research approach and method, research area, number of authors per article, field of study, and organizational affiliation of the corresponding author. The results showed that the largest number of articles was published in 1399. Also, the most articles were published by researchers in the field of business administration. Authors responsible for other public universities, research institutes, and scientific associations also ranked first. Most of the articles were published in collaboration with three people. Also, most of the articles were of applied and quantitative type. The use of questionnaires was also in the first place in these articles. The analysis method of most of the articles was structural equation modeling and the data collection method was mostly questionnaire. Finally, the recurring themes in the selected articles were identified and introduced, and policy recommendations were presented to managers and decision-makers.</p> |
| <b>Keywords</b>                          | Innovation, Systematic Study, Meta Study, Meta-Method                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

**Publisher:** Islamic Azad University Qods Branch

**Corresponding Author:** Mehrdad Rahimian

**Email:** mehrdadrahimian39379@gmail.com

---

1. Assistant Professor of Business Management, Department of Management, Naghadeh Branch, Islamic Azad University, Naghadeh, Iran (Corresponding Author)

---



