

بررسی عوامل محرک خلاقیت سازمانی بر اساس

ادراک دانشگاہیان

(مورد مطالعه: دانشگاه خلیج فارس)

حمید شاهبندرزاده^۱، سمیرا کریمی^{۲*}

۱. استادیار، گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران
۲. کارشناس ارشد، گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۲/۱۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۵/۱۰)

چکیده

سازمان‌های امروزی به‌ویژه دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی، با محیط‌های به‌سرعت در حال تغییر روبه‌رو هستند و باید به‌طور مستمر نوآور باشند تا بتوانند در صحنه رقابت باقی بمانند و این فقط با ایجاد نظرها و پاسخ‌های قوی ناشی از فرایند خلاقیت سازمانی ممکن است. پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل محرک خلاقیت سازمانی در دانشگاه خلیج فارس انجام گرفته است. بدین منظور، موضوع پژوهشی در قالب بررسی متون نظری خلاقیت در سازمان بررسی شد. پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی و از نوع همبستگی است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته بوده است که بین دانشگاہیان دانشگاه خلیج فارس توزیع شد. برای تعیین پایایی ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده و داده‌های جمع‌آوری شده با تحلیل مسیر و تحلیل رگرسیون خطی تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد مدل مفهومی پژوهش دربردارنده چهار بعد اصلی خلاقیت سازمانی، عوامل فردی، گروهی و سازمانی است. همچنین، نتایج نشان داد عوامل فردی و عوامل سازمانی به‌طور مستقیم، و عوامل گروهی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر خلاقیت سازمانی تأثیر می‌گذارند.

کلیدواژگان

خلاقیت سازمانی، عوامل سازمانی، عوامل فردی، عوامل گروهی.

* نویسنده مسئول، رایانامه: karimisamira89@yahoo.com

مقدمه

امروزه تقریباً همه سازمان‌ها با محیطی پویا که با تغییرات سریع تکنولوژیکی، چرخه کوتاه‌تر عمر محصول و جهانی شدن شناخته می‌شود، روبه‌رو هستند (Gumusluoglu & Ilsev, 2007, p.461). از سوی دیگر، انسان امروزی، در زمان انقلاب بزرگ علمی و تکنولوژیکی، و بحران‌های شدید اجتماعی که به پیشرفت او در همه زمینه‌ها منجر می‌شود، زندگی می‌کند (Stojanova, 2010, p.3395). بنابراین، توان سازگاری و همگام و همسازشدن با تغییرات و تحولات محیطی و اداره کردن آن‌ها، عنصر اصلی موفقیت و بقای هر سازمان است. در نتیجه، تنها راه ادامه حیات سازمان‌ها خلاقیت است (صادقی مال‌امیری و لطف‌الله‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۱۰۶). از سوی دیگر، اغلب سازمان‌ها و مدیران نادانسته به‌جای ایجاد زمینه ظهور، بروز و ارتقای خلاقیت را فراهم کنند، خلاقیت کارکنان خود را سرکوب می‌کنند. اگر خلاقیت سرکوب شود، راه نظرهای تازه بسته می‌شود، در نتیجه سازمان‌ها از دستیابی به توسعه باز خواهند ماند. همچنین، در بعضی مواقع بیشتر افراد نمی‌دانند چگونه می‌توانند خلاقیت خود را افزایش دهند. به‌طور کلی، پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیکی به مهارت‌های خلاق انسان، شناسایی، تحریک و توسعه آن‌ها نیاز دارد (Stojanova, 2010, p.3395)، و سازمان‌ها باید بیشتر از قبل خلاق و نوآور باشند تا بتوانند به حیات خود ادامه دهند، رقابت کرده و رشد کنند (Gumusluoglu & Ilsev, 2007, p.461).

بیان مسئله

اهمیت خلاقیت در تأثیر شگرف آن بر حیات سازمان است. نیاز مشتریان با گذشت زمان به سرعت تغییر می‌کند و در صورت عدم هماهنگی با این نیازها، سازمان ضمن تحمل هزینه هنگفت، ممکن است به اهداف خود دست نیابد. در طول زمان سازمان‌های غیرخلاق از صحنه محو می‌شوند و اگرچه چنین سازمانی‌هایی ممکن است در عملیاتی که در مقطعی از عمر خود درگیر آنند، موفق باشند، سرانجام به تعطیل یا تغییر سیستم مجبور می‌شوند (داودآبادی فراهانی و همکاران، ۱۳۷۳، ص ۱۳۲-۶۰). اهمیت خلاقیت در موفقیت سازمان‌ها منحصر به بخش‌های تولیدی نیست، بلکه در

بخش‌های خدماتی، از جمله دانشگاه‌ها که پرورش‌دهنده منابع انسانی آینده هستند، اهمیت بیشتری نیز می‌یابد. خلاقیت واحدهای آموزشی برای کشورهایی مانند ایران شرط حیات است، زیرا شتاب رشد تکنولوژی و دانش، و فاصله عمیقی که هر لحظه بین جهان پیشرفته صنعتی با واقعیت‌های کنونی این کشورها ایجاد می‌شود، خلاقیت را شرط اساسی کاهش این فاصله می‌نمایاند. پرورش افراد خلاق با وجود بستری مناسب که پرورش و رشد اندیشه‌ها را ممکن کند، حاصل می‌شود (حسینی و صادقی، ۱۳۸۹، ص ۳). همان‌طور که نتایج پژوهش‌های مختلف نشان می‌دهد، عوامل زیادی محرک خلاقیتند و تا زمانی که نتوانیم با شناسایی این عوامل بستر مناسبی برای خلاقیت فراهم کنیم، فعالیت‌های مقطعی برای پرورش اندیشه‌های خلاق سودی نخواهد داشت. شناخت عوامل محرک خلاقیت در سازمان‌ها و به‌ویژه دانشگاه‌ها کمک می‌کند تا با تقویت آن‌ها بستر مناسبی برای پرورش افراد خلاق، و در نتیجه پرورش سازمان فراهم کرد. بر این اساس و با توجه به اینکه الگوی مناسبی برای شناسایی عوامل محرک خلاقیت در دانشگاه طراحی نشده است، هدف این پژوهش این است که مشخص کند در عرصه فعالیت‌های دانشگاهی چه عواملی محرک خلاقیت سازمانی‌اند؟ و به دنبال آن پرسش‌های فرعی زیر مطرح می‌شود:

- عوامل فردی، گروهی و سازمانی محرک خلاقیت کدامند؟
 - هر یک از عوامل محرک خلاقیت در چه تعاملی (اثر مستقیم و غیرمستقیم) با یکدیگر خلاقیت را تحت تأثیر قرار می‌دهند؟
 - هر یک از عوامل محرک خلاقیت به چه میزان خلاقیت را تحت تأثیر قرار می‌دهند؟
- با یافتن پاسخ این پرسش‌ها می‌توان دانشگاه خلیج فارس را در سنجش عوامل محرک خلاقیت و فراهم کردن شرایط بروز و ارتقای خلاقیت سازمانی یاری کرد. بدین منظور در ادامه مقاله حاضر مبانی نظری و پیشینه تحقیق بیان شده، سپس، روش تحقیق معرفی می‌شود. تجزیه و تحلیل داده‌ها و بحث و نتیجه در پایان بیان خواهد شد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

خلاقیت^۱ با تعبیرهای متعدد و متنوعی تعریف می‌شود. برخی تعریف‌های خلاقیت بر ماهیت فرایندها و فعالیت‌های ذهنی به‌کارگرفته‌شده در درک مسئله یا پاسخ جدید به پرسش‌ها تأکید می‌کند، برخی دیگر بر ویژگی‌های فردی و مهارت‌های ذهنی افراد و برخی نیز بر محصولات و خدماتی با کیفیت که نتیجه تلاش‌های خلاق است، تمرکز می‌کند (Martins & Terblanche, 2003, p.67). از نظر برنان و دولی، خلاقیت ترکیبی از انعطاف‌پذیری، ابتکار و حساسیت درباره نظرهایی است که متفکر را قادر می‌کند شیوه معمولی تفکر را به شیوه‌ای متفاوت و بهره‌ور تغییر دهد و نتایج رضایت‌بخشی را برای خود یا دیگران ایجاد کند (Brennan & Dooley, 2005, p.1388). خلاقیت از دیدگاه سازمانی نیز تعریف خاص خود را دارد، خلاقیت یعنی بیان فکر و طرح نوین برای بهبود و ارتقای کمیت یا کیفیت فعالیت‌های سازمان «مثلاً افزایش بهره‌وری، افزایش تولیدات یا خدمات، کاهش هزینه‌ها، تولیدات یا خدمات از روش بهتر، تولیدات یا خدمات جدید...» (محمدی، ۱۳۸۴، ص ۱۱). پژوهشگران در این پژوهش، به این تعریف از خلاقیت توجه کرده‌اند.

آماییل یکی از پیشگامان پژوهش‌های پیرامون خلاقیت، در طی بیش از ۲۲ سال کار و مطالعه متوجه شد که خلاقیت در سازمان‌ها به‌جای حمایت‌شدن از بین می‌رود، گویی مدیران با خلاقیت دشمنی دارند و ارزش نظرهای نو و مفید را نادیده می‌گیرند. در واقع، خلاقیت هر روز به‌طور غیرعمدی در محیط کاری از بین می‌رود. بدین ترتیب او عوامل مؤثر بر خلاقیت را بررسی کرده و عواملی را برشمرده است (Amabile, 1998, p.77). شالی و گیلسون بیان می‌کنند «در حال حاضر اگر چه ما چیزهایی درباره عوامل مؤثر بر وقوع رفتارهای خلاق می‌دانیم، هنوز چیزهای زیادی در این زمینه وجود دارد که نمی‌دانیم» (Shalley & Gilson, 2004, p.35). بر اساس بیان شالی و گیلسون، و با توجه به اینکه مدل کاملی از عوامل محرک خلاقیت در دانشگاه در هیچ یک از پژوهش‌های مطالعه‌شده طراحی نشده است، در این پژوهش سعی شده است مدلی از عوامل

محرک خلاقیت ترسیم شود. به طور اجمال، متون نظری خلاقیت در حوزه سازمان، نشان‌دهنده دسته‌بندی‌های مختلفی از عوامل محرک و مؤثر بر خلاقیت است که از درون و بیرون سازمان بر توان خلاقیت افراد تأثیر می‌گذارند (صادقی مال‌امیری و لطف‌الله‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۱۰۷). بر این اساس در یک طبقه‌بندی می‌توان گفت در نوشته‌ها و تحقیق‌های سازمان و مدیریت برای زمینه‌سازی خلاقیت، چهار عامل کلی وجود دارد که عبارت‌اند از عوامل فردی، محیطی، گروهی و سازمانی (حسن‌بیگی، ۱۳۸۹، ص ۳۳-۳۰). در این پژوهش عوامل محیطی که خارج از سازمان قرار داشته و زمینه‌ساز خلاقیتند، در نظر گرفته نشده است. در واقع، عوامل محرک یا مؤثر بر خلاقیت عواملی‌اند که دانستن آن‌ها به مدیر اجازه می‌دهد خلاقیت را در سازمان افزایش دهد.

عوامل فردی: عواملی که به ویژگی‌های شخصیتی، توانمندی، سبک شناختی و هوش افراد مربوط می‌شوند. در این زمینه می‌توان به پژوهش‌های زیر اشاره کرد:

آماییل (۱۹۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «چگونگی از بین بردن خلاقیت» در زمینه شاخص‌های مؤثر بر خلاقیت، شش شاخص مختلف را معرفی کرده است که عبارت‌اند از چالش‌پذیری، آزادی، منابع و امکانات، ویژگی‌های گروه کاری، تشویق‌های سرپرست، حمایت سازمانی (Amabile, 1998, pp.76-87).

کوهن میتار و همکاران (۲۰۰۹) در مقاله‌ای با عنوان «ارتباط معناداری در محیط کار با خلاقیت کارکنان» به عواملی مانند معناداری کار، چالش‌شغلی و آزادی به عنوان محرک‌های خلاقیت اشاره کرده‌اند (Cohen-Meitar et al., 2009, pp.362-366).

عوامل گروهی: گروه‌ها محملی برای ارضای نیازهای مختلف فردی و سازمانی‌اند. بر اساس یکی از نظریه‌های خلاقیت، یکی از مهم‌ترین کارکردهای گروه، هم‌افزایی^۱ خلاق است. اگر فعالیت‌های خلاق در گروه انجام گیرد، کارکردهای گروه مضاعف شده و حالت فزاینده به خود می‌گیرد. زیرا اعضای گروه به واسطه تفاوت‌های فردی، نظرها و راه‌حل‌های بیشتر و بهتری مطرح

خواهند کرد (حسن بیگی، ۱۳۸۹، ص ۳۳-۳۰). در زمینه این عوامل، محققان پژوهش‌هایی انجام داده‌اند که در ادامه شرح داده می‌شود:

شالی و گیلسون (۲۰۰۴) در مقاله‌ای با عنوان «رهبران باید چه چیزی بدانند؟ بازبینی محتوایی و اجتماعی عواملی که خلاقیت را پرورش می‌دهند، یا مانع آن می‌شوند» سیستم ارتباطات و ویژگی‌های گروه کاری را عوامل محرک خلاقیت در نظر گرفته‌اند (Shalley & Gilson, 2004, p.40).

آل وس و همکاران (۲۰۰۶) در مقاله‌ای با عنوان «تحریک^۱ خلاقیت و نوآوری در یک تیم چندرشته‌ای NPD^۲ کوچک»، هفت شاخص مختلف برای خلاقیت معرفی کردند که عبارت‌اند از سبک‌های مدیریتی و حمایت رهبر، ویژگی گروه‌های کاری، منابع و امکانات، آزادی، مخاطره‌پذیری، ابهام‌پذیری و چالش‌پذیری (Alves et al., 2006, pp.6-8).

دیلیو و همکاران (۲۰۱۱) در مقاله‌ای با عنوان «محدود کردن فاصله خلاقیت: تأثیر حمایت درک‌شده بر خلاقیت» حمایت گروه کاری، حمایت سرپرست و حمایت سازمانی را به عنوان عوامل محرک خلاقیت معرفی کردند (Diliello et al., 2011, pp.155-158).

عوامل سازمانی: عبارت است از عواملی که به مؤلفه‌های سازمانی مانند ساختار سازمانی، سیستم پاداش، جو و فرهنگ سازمانی مربوط می‌شود. مطالعات آمابیل، آندریوپولوس، کاردینالو و هاتفیلد نشان داد خلاقیت متأثر از متغیرهای سطح سازمان است (حسن بیگی، ۱۳۸۹، ص ۳۳-۳۰). برخی از این پژوهش‌ها به شرح زیرند:

مارتینز و تربلانچ (۲۰۰۳) در مقاله‌ای با عنوان «ایجاد فرهنگ سازمانی‌ای که خلاقیت و نوآوری را تحریک می‌کند»، فرهنگ سازمانی را مهم‌ترین محرک خلاقیت معرفی کرده‌اند که این فرهنگ پنج بعد مختلف اثرگذار بر خلاقیت دارد. آن‌ها بیان کردند این ابعاد که هر یک

1. Stimulation

2. New Products Development Team

زیرمؤلفه‌های مختلف دارند، عبارت‌اند از استراتژی، ساختار، سازوکارهای حمایت‌کننده، رفتارهای تشویق‌کننده و سیستم ارتباطات (Martins & Terblanche, 2003, p.70).

رسولزادا و داکرت (۲۰۰۹) در مقاله‌ای با عنوان «خلاقیت و نوآوری سازمانی در رابطه با عوامل سازمانی و روانی» علاوه بر مؤلفه منابع و امکانات، مؤلفه‌های دیگری مانند جو سازمانی، سبک رهبری و حمایت مدیریت را به عنوان عوامل محرک خلاقیت معرفی کرده‌اند (Rasulzada & Dackert, 2009, pp.192-194). شایان ذکر است اندیشمندان این عوامل را مجزا در نظر نگرفته و عوامل فردی، گروهی و سازمانی را به‌طور مشترک محرک خلاقیت سازمانی دانسته‌اند.

بر پایه مرور نظریه‌های خلاقیت، علاوه بر عوامل بیان‌شده، اندیشمندان به عوامل دیگری مانند کنترل، استراتژی و اهداف، سیستم پاداش و ارزیابی، سیستم آموزش و آموزش نیروی انسانی، انگیزش درونی، توانایی عقلانی، علم، دانش و تخصص، شخصیت و حوزه دید وسیع به عنوان عوامل مؤثر بر خلاقیت سازمانی توجه کرده‌اند. این عوامل شامل عوامل فردی (مخاطره‌پذیری، چالش‌پذیری، ابهام‌پذیری، انگیزش درونی، توانایی عقلانی، حوزه دید وسیع، شخصیت، علم، دانش و تخصص و آزادی/ استقلال در عمل)، عوامل گروهی (حمایت مدیریت و سبک‌های رهبری، سیستم ارتباطات، تعاملات و حمایت‌های گروه‌کاری، سیستم آموزش و آموزش نیروی انسانی و معناداری کار)، و عوامل سازمانی (فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، جو سازمانی، کنترل، منابع و امکانات، استراتژی و اهداف و سیستم ارزیابی و پاداش) می‌باشند. در ادامه جدول ۱ شاخص‌های معرفی شده در هر یک از مقالات مطالعه‌شده نشان داده شده است.

جدول ۱. شاخص‌های حاصل از پژوهش‌ها در زمینه عوامل محرک خلاقیت

ردیف	شاخص
۱	سبک‌های رهبری و حمایت مدیر، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، ویژگی گروه کاری، آزادی، انگیزش درونی (Bledow et al., 2011, pp.42-64).
۲	سبک‌های رهبری و حمایت مدیر، ساختار سازمانی، ویژگی گروه کاری، مخاطره‌پذیری، سیستم‌های پاداش و ارزیابی (Diliello et al., 2011, pp.155-158).
۳	فرهنگ سازمانی، مخاطره‌پذیری (C. Naranjo-Valencia et al., 2011, pp.56-60).

ادامه جدول ۱. شاخص‌های حاصل از پژوهش‌ها در زمینه عوامل محرک خلاقیت

ردیف	شاخص
۴	مخاطره‌پذیری، آزادی، ابهام‌پذیری، جو سازمانی (Stojanova, 2010, pp.3398-3400).
۵	سبک‌های رهبری و حمایت مدیر، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، منابع و امکانات، جو سازمانی (Maimone & Sinclair, 2010, pp.313-317).
۶	سبک‌های رهبری و حمایت مدیر، منابع و امکانات، جو سازمان، ویژگی گروه کاری، معناداری کار (Rasulzada & Dackert, 2009, pp.192-194).
۷	حمایت مدیر، فرهنگ سازمانی، ویژگی گروه کاری، منابع و امکانات، آزادی، چالش‌پذیری، حوزه دید گسترده (Seidel, 2011, p.24).
۸	سبک‌های مدیریتی و حمایت رهبر، ویژگی گروه کاری، سیستم ارتباطات، سیستم پاداش و ارزیابی، منابع و امکانات، آزادی (Heinze et al., 2009, p.613).
۹	فرهنگ سازمانی (Bontje & Musterd, 2009, p.845).
۱۰	فرهنگ سازمانی، اهداف و چشم‌انداز، سیستم پاداش و ارزیابی، آزادی، چالش‌پذیری، انگیزش (Gumusluoglu & Ilsev, 2007, pp.462-465).
۱۱	مخاطره‌پذیری، سیستم پاداش و ارزیابی، منابع و امکانات، انگیزش، ابهام‌پذیری (VanTassel-Baska & MacFarlane, 2009, pp.1066).
۱۲	آزادی، چالش‌پذیری (Cohen-meitar et al., 2009, p.367).
۱۳	سبک‌های رهبری و حمایت مدیریت، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، ویژگی گروه کاری، سیستم ارتباطات، سیستم‌های پاداش و ارزیابی، منابع و امکانات، آزادی، چالش‌پذیری، علم، دانش و تخصص، انگیزش درونی، توانایی عقلانی، جو سازمانی (Lee et al., 2007, pp.511-520).
۱۴	فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، ویژگی گروه کاری، سیستم پاداش و ارزیابی، منابع و امکانات، آزادی، شخصیت، علم، دانش و تخصص، انگیزش، توانایی عقلانی، سیستم ارتباطات (León de la Barra & Crawford, 2007, pp.417-419).
۱۵	فرهنگ سازمانی، ویژگی گروه کاری، منابع و امکانات، انگیزش (Schepers & T. van den Berg, 2007, pp.409-415).
۱۶	فرهنگ سازمانی، سیستم آموزشی و آموزش نیروی انسانی، سیستم ارتباطات، مخاطره‌پذیری، سیستم پاداش و ارزیابی، آزادی، ابهام‌پذیری، حوزه دید گسترده، علم، دانش و تخصص، انگیزش، توانایی عقلانی، جو سازمانی (Brennan & Dooley, 2005, pp.1390-1393).
۱۷	سیستم ارتباطات، ویژگی گروه کاری (Shalley & Gilson, 2004, p.40).

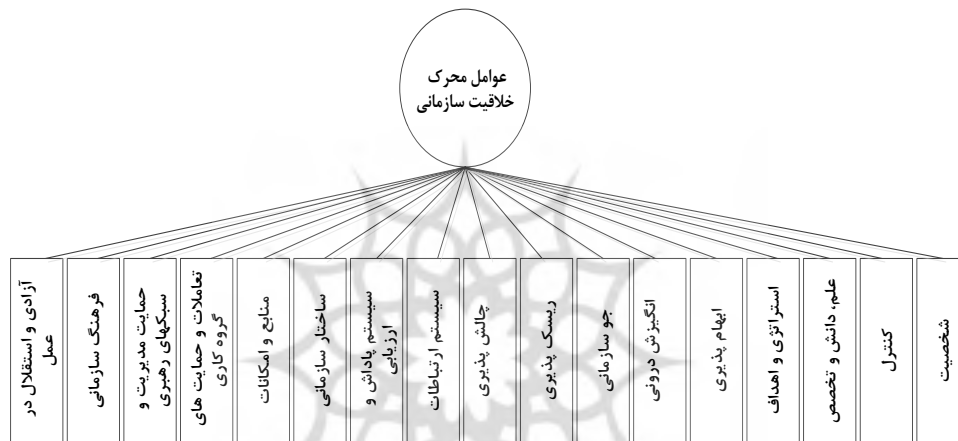
ادامه جدول ۱. شاخص‌های حاصل از پژوهش‌ها در زمینه عوامل محرک خلاقیت

ردیف	شاخص
۱۸	سبک‌های رهبری و حمایت مدیر، اهداف و چشم‌انداز، ساختار سازمانی، سیستم ارتباطات (Martins & Terblanche, 2003, p.70).
۱۹	ویژگی گروه کاری، حمایت مدیر، حمایت سازمانی، منابع و امکانات، آزادی، چالش شغلی (Amabile, 1998, pp.76-87).
۲۰	سبک‌های رهبری، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، گروه کاری، سیستم ارتباطات، مخاطره‌پذیری، سیستم پاداش و ارزیابی، منابع و امکانات، آزادی، ابهام‌پذیری، چالش‌پذیری (صادقی مال‌امیری و لطف‌الله‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۱۱۳-۱۰۹).
۲۱	سبک‌های رهبری، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، سیستم آموزش و آموزش نیروی انسانی، سیستم پاداش و ارزیابی، منابع و امکانات، آزادی، شخصیت، علم، دانش و تخصص، انگیزش، توانایی عقلانی (حسینی و صادقی، ۱۳۸۹، ص ۳).
۲۲	سبک‌های رهبری، ساختار سازمانی، سیستم ارتباطات، گروه کاری، کنترل، مخاطره‌پذیری، منابع و امکانات، آزادی، ابهام‌پذیری (صادقی مال‌امیری و نیکنام، ۱۳۸۹، ص ۷۰-۶۲).
۲۳	سبک‌های رهبری، فرهنگ سازمانی، اهداف و چشم‌انداز، ساختار سازمانی، سیستم آموزشی و آموزش نیروی انسانی، گروه کاری، سیستم ارتباطات، کنترل (فیضی، ۱۳۸۶، ص ۶-۴).
۲۴	سیستم ارتباطات، ویژگی گروه کاری (صادقی، ۱۳۸۴، ص ۱۱۹-۱۱۴).
۲۵	سبک‌های رهبری، فرهنگ سازمانی، اهداف و چشم‌انداز، ساختار سازمانی، گروه کاری، سیستم ارتباطات، کنترل، مخاطره‌پذیری (صالحی و همکاران، ۱۳۸۲، ص ۴-۲).
۲۶	سبک‌های رهبری، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، کنترل، سیستم پاداش و ارزیابی، منابع و امکانات (فخریان و همکاران، ۱۳۸۱، ص ۹۷-۷۳).
۲۷	فرهنگ سازمانی، حمایت مدیریت، سیستم ارتباطات، منابع و امکانات (رمضانی و ییلوئی، ۱۳۸۴، ص ۱۵).
۲۸	سبک‌های رهبری، فرهنگ سازمانی، اهداف و چشم‌انداز، ساختار سازمانی، سیستم ارتباطات، مخاطره‌پذیری، سیستم پاداش و ارزیابی، منابع و امکانات، آزادی (داودآبادی فراهانی و همکاران، ۱۳۷۳، ص ۱۳۲-۶۰).
۲۹	جو سازمانی، سبک‌های رهبری، سیستم ارتباطات، منابع و امکانات، چالش‌پذیری، شخصیت، سیستم پاداش و ارزیابی، گروه کاری، توانایی عقلانی (حسن‌بیگی، ۱۳۸۹، ص ۳۳-۳۰).

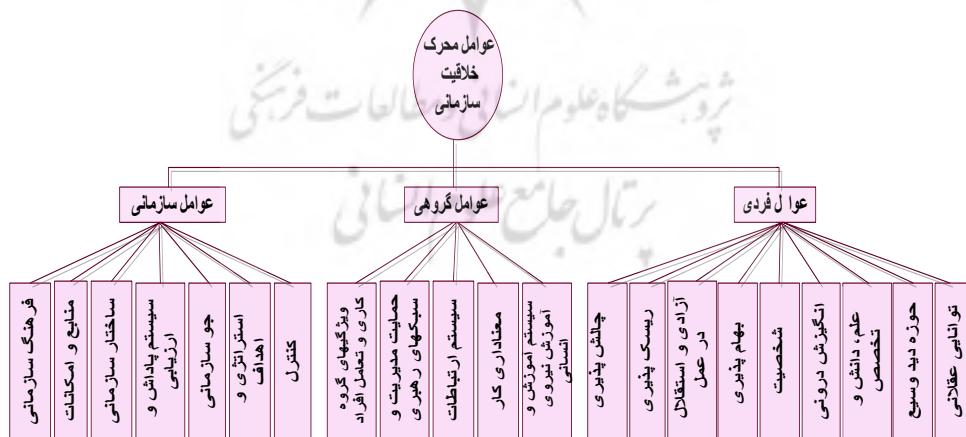
روش تحقیق

چارچوب مفهومی پژوهش

طراحی چارچوب مفهومی روشی برای ساختاردهی تجربه‌ها و ایجاد همبستگی بین ارتباطاتی است که برای ایجاد یا شکل‌گیری دانش جدید ضروری است (Brennan & Dooley, 2005). شکل ۱، نمای چارچوب مفهومی اولیه پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۱. چارچوب مفهومی اولیه برگرفته از متون نظری تحقیق



شکل ۲. طبقه‌بندی شاخص‌های محرک خلاقیت سازمانی

بر اساس چارچوب نظری، عوامل شناسایی شده محرک خلاقیت سازمانی را می‌توان به شرح جدول ۲ طبقه‌بندی کرد. چارچوب مفهومی مقاله حاضر دو قسمت اصلی و فرعی دارد. قسمت اصلی شامل عوامل اصلی محرک خلاقیت سازمانی یعنی عوامل فردی، گروهی و سازمانی بوده و قسمت فرعی شامل شاخص‌های مربوط به هر یک از سه عامل اصلی است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی و از نوع همبستگی است. پرسشنامه این پژوهش محقق‌ساخته و متشکل از پرسش‌های عوامل فردی، گروهی و سازمانی محرک خلاقیت سازمانی است. پرسش‌های این پرسشنامه از متون نظری تحقیق استخراج شده است.

برای اندازه‌گیری پایایی پرسشنامه ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. جدول ۲ ضرایب آلفای کرونباخ را برای متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، ضریب آلفای کرونباخ برای همه متغیرهای پژوهش به‌طور مجزا و در مجموع، بیش از ۷۰ درصد است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت پرسشنامه طراحی شده پایایی مناسب دارد.

جدول ۲. وضعیت پایایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ
عوامل فردی	۰,۸۳۵
عوامل سازمانی	۰,۸۲۷
عوامل گروهی	۰,۷۸۹
کل پرسشنامه	۰,۸۱۷

روایی پرسشنامه نیز از دو جنبه روایی محتوا و اعتبار عاملی بررسی شد. برای بررسی روایی محتوا، پرسشنامه در اختیار چند نفر از کارشناسان و استادان آشنا به موضوع تحقیق قرار گرفت و با توجه به نظرهای ایشان روایی محتوا بررسی و تغییرات لازم انجام گرفت. برای سنجش اعتبار عاملی نیز تحلیل عاملی در نرم‌افزار آماری SPSS انجام گرفت. قبل از انجام دادن تحلیل عاملی، آزمون کفایت داده برای انجام دادن تحلیل عاملی اجرا شد. نتایج این آزمون در جدول ۳ بیان شده است.

جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی برای روایی سازه متغیرهای پژوهش

متغیر	معیار KMO	سطح معناداری بارتلت
عوامل فردی	۰,۸۸۸	۰,۰۰۰
عوامل سازمانی	۰,۸۵۹	۰,۰۰۰
عوامل گروهی	۰,۸۱۸	۰,۰۰۰

به منظور تأیید کفایت نمونه برای انجام دادن تحلیل عاملی، سطح معناداری بارتلت باید کمتر از ۵ درصد باشد و برای آماره کفایت نمونه نیز معمولاً مقادیر بیش از ۵۰ درصد قابل قبول است. شاخص‌های یادشده برای متغیرهای پژوهش اندازه‌گیری شد و با توجه به مقادیر به‌دست‌آمده، کفایت داده برای انجام تحلیل عاملی تأیید شد. سپس، برای بررسی اعتبار عاملی، بارهای عاملی محاسبه شد که در محدوده قابل قبول قرار داشتند.

جامعه پژوهش شامل استادان و دانشجویان دانشکده‌های ادبیات و علوم انسانی، علوم پایه و مهندسی دانشگاه خلیج فارس بوشهر می‌باشند. برای تعیین حجم نمونه، نسبت مطلوب تعداد پارامتر به اندازه نمونه نسبت ۱ به ۲۰ است. هر چند که نسبت ۱ به ۱۰ نیز می‌تواند به‌کار گرفته شود (ابارشی و حسینی، ۱۳۹۱، ص ۴۵). برای تعیین حجم نمونه مورد بررسی در این پژوهش نیز نسبت ۱ به ۱۰ مد نظر قرار گرفت. برای جمع‌آوری داده‌ها از استادان و دانشجویان دانشکده‌های دانشگاه خلیج فارس بوشهر، ۲۵۰ پرسشنامه بین اعضای جامعه آماری توزیع و جمع‌آوری شد. سپس داده‌های ۲۳۵ پرسشنامه وارد نرم‌افزار SPSS شده، و تجزیه و تحلیل شد. روابط موجود در مدل مفهومی استخراج شده از متون با روش تحلیل مسیر و رگرسیون چندگانه خطی بررسی شد و روابط مستقیم و غیرمستقیم هر یک از عوامل و زیرشاخه‌های آن‌ها بر خلاقیت سازمانی مشخص شد. در این پژوهش روش Enter از مجموعه روش‌های رگرسیون چندگانه به‌کار گرفته شد.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های به‌دست‌آمده از بررسی همبستگی، تحلیل مسیر و رگرسیون خطی با نرم‌افزار SPSS به شرح جدول ۴ بیان می‌شود.

جدول ۴. محاسبه ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای اصلی تحقیق

عوامل سازمانی	عوامل گروهی	عوامل فردی	خلاقیت سازمانی		
۰,۷۷۲**	۰,۸۱۹**	۰,۷۸۸**	۱	همبستگی پیرسون	خلاقیت
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰		ضریب معناداری	سازمانی
۲۳۵	۲۳۵	۲۳۵	۲۳۵	تعداد	
۰,۲۹۷**	۰,۴۷۴**	۱	۰,۷۸۸**	همبستگی پیرسون	عوامل فردی
۰,۰۰۲	۰,۰۰۰		۰,۰۰۰	ضریب معناداری	
۲۳۵	۲۳۵	۲۳۵	۲۳۵	تعداد	
۰,۵۸۱**	۱	۰,۴۷۴**	۰,۸۱۹**	همبستگی پیرسون	عوامل گروهی
۰,۰۰۰		۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	ضریب معناداری	
۲۳۵	۲۳۵	۲۳۵	۲۳۵	تعداد	
۱	۰,۵۸۱**	۰,۵۹۷**	۰,۷۷۲**	همبستگی پیرسون	عوامل سازمانی
	۰,۰۰۰	۰,۰۰۲	۰,۰۰۰	ضریب معناداری	
۲۳۵	۲۳۵	۲۳۵	۲۳۵	تعداد	

** معناداری در سطح ۹۹ درصد اطمینان

در جدول ۴ ضرایب همبستگی بین سه عامل اصلی محرک خلاقیت سازمانی شامل عامل فردی، گروهی و سازمانی، بر حسب ادراک دانشگاهیان دانشگاه (خلیج فارس بوشهر) نشان داده شده است. رابطه عوامل در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید شده است.

جدول ۵. ضریب تعیین

مدل	ضریب تعیین	مربع ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای تخمین
۱	۰,۹۴۲	۰,۸۸۷	۰,۷۹۴	۰,۴۸۵۵۲

جدول ۵ ضریب تعیین مدل تحقیق را نشان می دهد. ملاحظه می شود مقدار ضریب تعیین برابر با ۰,۹۴۲ است که نشان می دهد ۹۴ درصد تغییرات خلاقیت سازمانی توسط سه دسته عوامل فردی، گروهی و سازمانی تبیین می شود.

جدول ۶. اثرات مستقیم عوامل اصلی مرتبط با خلاقیت بر خلاقیت

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده		T	ضریب معناداری
	بتا	انحراف معیار	بتا	انحراف معیار		
مقدار ثابت	-۹,۹۷۳	۰,۰۰۰			۰,۰۰۰	۱,۰۰۰
عوامل فردی	۱,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۵۰۴	۰,۰۰۰	۱,۰۴۶	۰,۰۰۰
عوامل گروهی	۱,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۳۲۹	۰,۰۰۰	۵,۸۲۹	۰,۰۰۰
عوامل سازمانی	۱,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۴۳۱	۰,۰۰۰	۸,۲۷۷	۰,۰۰۰

متغیر وابسته: خلاقیت سازمانی

در جدول ۶ اثر مستقیم عوامل فردی، گروهی و سازمانی بر خلاقیت با روش رگرسیون خطی بیان شده است. اثر هر یک از این عوامل با بتای استاندارد نشان داده می‌شود. همچنین، رابطه ریاضی مرتبط با خط رگرسیون به صورت $y = a + 0.504x_1 + 0.329x_2 + 0.431x_3$ تعیین شده است. با توجه به اینکه همه ضرایب معناداری برابر با صفر است، در سطح اطمینان ۹۹ درصد می‌توان بیان کرد عوامل سه‌گانه یادشده بر خلاقیت سازمانی مؤثرند. همچنین، با توجه به مقدار بتا، عامل فردی (با ضریب ۰/۵۰۴) بیشترین اثر را بر خلاقیت سازمانی دارد و در گام دوم برای تحلیل مسیر اثرهای غیرمستقیم، عامل فردی را به عنوان عامل وابسته در نظر گرفته و اثر عوامل گروهی و سازمانی بر آن بررسی شده است که در جدول ۷ بیان شده است.

جدول ۷. اثرات غیر مستقیم عوامل اصلی مؤثر بر خلاقیت سازمانی

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده		T	ضریب معناداری
	بتا	انحراف معیار	بتا	انحراف معیار		
مقدار ثابت	۱۰,۱۹۱	۱,۵۰۹			۶,۷۵۲	۰,۰۰۰
عوامل گروهی	۰,۶۹۶	۰,۱۶۰	۰,۴۵۵	۰,۰۰۰	۴,۳۵۱	۰,۰۰۰
عوامل سازمانی	۰,۰۳۹	۰,۱۲۲	۰,۰۳۳	۰,۰۰۰	۰,۳۱۹	۰,۷۵۰

متغیر وابسته: عوامل فردی

در جدول ۷ ملاحظه می‌شود که عامل سازمانی بر عامل فردی بی‌اثر است و فقط عامل گروهی عاملی اثرگذار بر عامل فردی شناخته شده است. از آنجا که ضریب معناداری عامل سازمانی برابر

با ۰,۷۵۰ است، عاملی بی‌اثر بر عامل فردی شناخته شده است. در جدول ۸ اثرهای مستقیم و غیرمستقیم مدل اصلی پژوهش بیان شده است.

جدول ۸. تحلیل مسیر

ردیف	نام عامل	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم			جمع اثر غیرمستقیم	جمع اثر سازمانی
			فردی	گروهی	سازمانی		
۱	فردی	۰,۵۰۴	-	-	-	-	۰,۵۰۴
۲	گروهی	۰,۳۲۹	۰,۴۵۵	-	-	۱,۰۲۲۹	۰,۵۵۸
۳	سازمانی	۰,۴۳۱	-	-	-	-	۰,۴۳۱

همان‌طور که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، عوامل محرک‌های گروهی نه تنها به‌طور مستقیم بر خلاقیت مؤثرند، بلکه به‌طور غیرمستقیم یعنی از طریق اثرگذاری بر عوامل فردی با ضریب ۰,۲۲۹ بر خلاقیت اثرگذارند. این اثرها با تحلیل مسیر بررسی شد. همچنین، در مقاله حاضر سعی شده است اثر هر یک از عوامل تشکیل‌دهنده محرک‌های فردی، گروهی و سازمانی که در این مقاله به ترتیب، شامل نه، پنج و هفت شاخصند و در جدول‌های ۹، ۱۰ و ۱۱ نشان داده شده‌اند، تعیین شود. اثر مستقیم و غیرمستقیم هر یک از شاخص‌های عامل فردی در ادامه جدول ۹ بیان است.

جدول ۹. اثرات مستقیم و غیرمستقیم هر یک از شاخص‌های عوامل محرک فردی

نماد عامل	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم								
		x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9
مخاطره‌پذیری (x_1)	۰,۲۳۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-
چالش‌پذیری (x_2)	۰,۲۱۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ابهام‌پذیری (x_3)	۰,۲۲۹	۰,۳۵۲	-	-	-	-	-	-	-	۰,۰۸۲
انگیزش درونی (x_4)	۰,۱۳۸	۰,۲۲۰	-	-	-	-	-	-	-	۰,۰۵۱

۱. شیوه محاسبه جمع اثر غیرمستقیم: $0,455 * 0,504 = 0,229$

ادامه جدول ۹. اثرات مستقیم و غیر مستقیم هر یک از شاخص‌های عوامل محرک فردی

نماد عامل	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم								جمع اثر بر جمع اثر بر فردی	
		x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8		x_9
توانایی عقلانی (x_9)	۰,۱۸۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰,۱۸۱
حوزه دید وسیع (x_4)	۰,۱۸۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰,۱۸۳
شخصیت (x_7)	۰,۱۹۶	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰,۱۹۶
علم، دانش و تخصص (x_8)	۰,۲۰۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰,۲۰۱
آزادی (استقلال در عمل) (x_9)	۰,۲۱۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰,۲۱۴

در ادامه جدول ۹ ملاحظه می‌شود بیشترین اثر مستقیم مربوط به عامل مخاطره‌پذیری است. همچنین، این عامل به‌طور غیرمستقیم تحت تأثیر عامل انگیزش درونی و ابهام‌پذیری با ضرایب ۰,۲۲۰ و ۰,۳۵۲ است. باید توجه داشته باشیم که اثر غیرمستقیم عامل ابهام‌پذیری از طریق عامل مخاطره‌پذیری به صورت ضرب اثر هر یک تا رسیدن به عامل فردی مشخص می‌شود. همان‌طور که در جدول ۱۰ مشاهده می‌شود، در عوامل گروهی، عامل معناداری کار بیشترین اثر مستقیم را دارد. همچنین، این عامل به‌طور غیرمستقیم تحت تأثیر عوامل حمایت مدیریت و سبک‌های رهبری و تعاملات و حمایت‌های گروه کاری به ترتیب، با ضرایب ۰,۲۰۴ و ۰,۱۷۷ است. نتایج تحلیل مسیر اثر مستقیم و اثر غیرمستقیم هر یک از شاخص‌های عامل گروهی در جدول ۱۰ نشان داده شده است.

جدول ۱۰. اثرات مستقیم و غیرمستقیم هر یک از شاخص‌های عوامل محرک گروهی

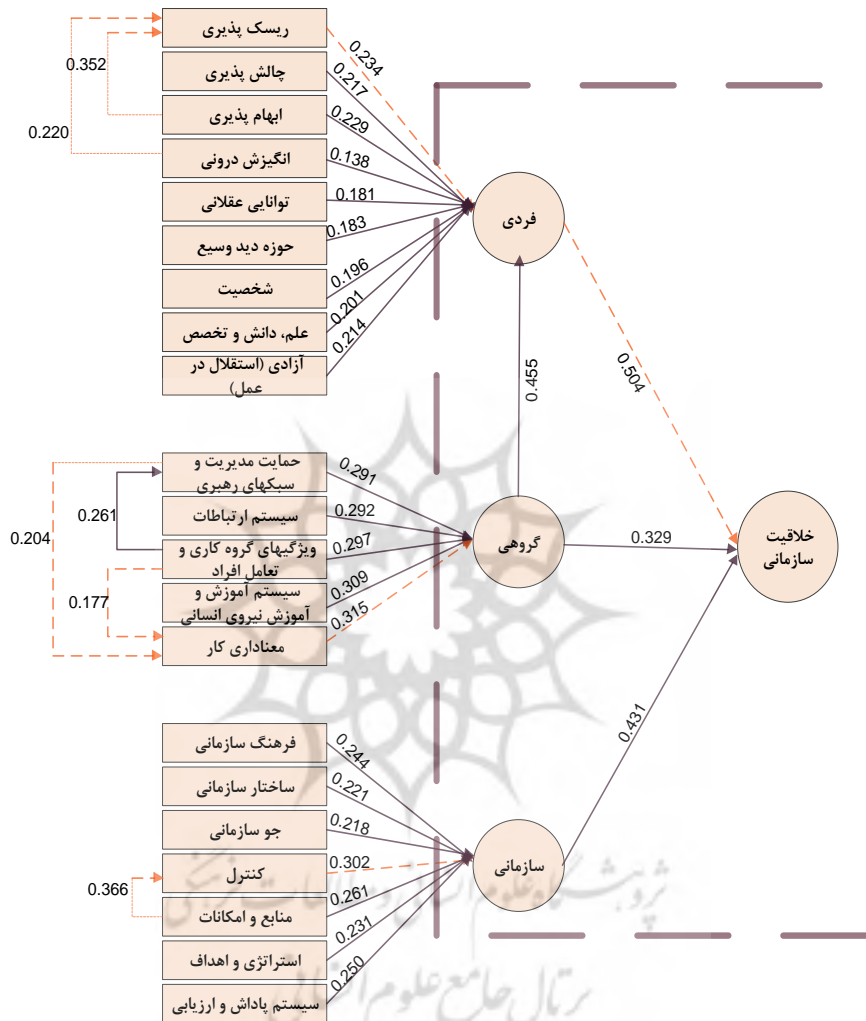
نام عامل	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم					جمع اثر بر جمع اثر بر گروهی
		x_{11}	x_{12}	x_{13}	x_{14}	غیرمستقیم	
حمایت مدیریت و سبک‌های رهبری (x_{11})	۰,۲۹۱	-	-	-	-	-	۰,۳۵۵
سیستم ارتباطات (x_{11})	۰,۲۹۲	-	-	-	-	-	۰,۲۹۲
تعاملات و حمایت‌های گروه کاری (x_{12})	۰,۲۹۷	۰,۲۶۱	-	-	-	-	۰,۴۲۹
سیستم آموزش و آموزش نیروی انسانی (x_{13})	۰,۳۰۹	-	-	-	-	-	۰,۳۰۹
معناداری کار (x_{14})	۰,۳۱۵	-	-	-	-	-	۰,۳۱۵

محاسبات مربوط به اثر مستقیم و اثر غیرمستقیم شاخص‌های عوامل سازمانی نیز مانند عوامل فردی و گروهی است که نتایج مربوط به تحلیل مسیر آن‌ها در جدول ۱۱ نشان داده شده است.

جدول ۱۱. اثرات مستقیم و غیرمستقیم هر یک از شاخص‌های عوامل محرک سازمانی

نام عامل	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم							جمع اثر بر عامل سازمانی
		$x_{۲۱}$	$x_{۲۰}$	$x_{۱۹}$	$x_{۱۸}$	$x_{۱۷}$	$x_{۱۶}$	$x_{۱۵}$	
فرهنگ سازمانی ($x_{۱۵}$)	۰,۲۴۴	-	-	-	-	-	-	-	۰,۲۴۴
ساختار سازمانی ($x_{۱۶}$)	۰,۲۲۱	-	-	-	-	-	-	-	۰,۲۲۱
جو سازمانی ($x_{۱۷}$)	۰,۲۱۸	-	-	-	-	-	-	-	۰,۲۱۸
کنترل ($x_{۱۸}$)	۰,۳۰۲	-	-	-	-	-	-	-	۰,۳۰۲
منابع و امکانات ($x_{۱۹}$)	۰,۲۶۱	۰,۱۱۰	-	-	۰,۳۶۶	-	-	-	۰,۳۷۱
استراتژی و اهداف ($x_{۲۰}$)	۰,۲۳۱	-	-	-	-	-	-	-	۰,۲۳۱
سیستم ارزیابی و پاداش ($x_{۲۱}$)	۰,۲۵۰	-	-	-	-	-	-	-	۰,۲۵۰

در جدول ۱۱ مشاهده می‌شود که عامل کنترل با ضریب ۰,۳۰۲ بیشترین اثر مستقیم را بر خلاقیت سازمانی می‌گذارد. همچنین، ملاحظه می‌شود که عامل منابع و امکانات به‌طور غیرمستقیم و از طریق عامل کنترل با ضریب ۰,۱۱۰ بر عامل سازمانی تأثیر می‌گذارد. به دلیل زیادبودن حجم محاسبات و جدول‌های رگرسیون خطی همه عوامل اصلی و غیراصولی محرک خلاقیت سازمانی، از بیان همه محاسبات و جدول‌ها خودداری شده است ولی می‌توان مسیرهای مهم را با توجه به میزان اثر مستقیم عوامل غیراصولی بر عوامل اصلی در شکل نهایی تحلیل مسیر دنبال کرد که با خط‌چین مشخص شده است. در شکل ۳ مدل مفهومی نهایی آزمون‌شده تحقیق نشان داده شده است. همان‌طور که در این شکل ملاحظه می‌شود مدل اصلی پژوهش با خطوط نقطه‌چین بزرگ از کل مدل جدا شده است. مسیرهای خط‌چین در مدل اصلی و فرعی را می‌توان به عنوان مسیرهای مؤثر بر متغیر مورد بررسی در نظر گرفت.



شکل ۳. مدل مفهومی نهایی آزمون شده

بحث و نتیجه

بر اساس یافته‌های به دست آمده، عوامل فردی و سازمانی به طور مستقیم و عوامل گروهی به طور مستقیم و غیرمستقیم (مسیر عوامل گروهی - عوامل فردی - خلاقیت) بر خلاقیت سازمانی تأثیر

معنادار و مثبت می‌گذارند. تجزیه و تحلیل اطلاعات نشان داد از بین سه دسته عوامل فردی، گروهی و سازمانی محرک خلاقیت، عوامل فردی مهم‌ترین عامل محرک خلاقیت سازمانی از دید دانشگاهیان بود. این نتیجه با نتایج مطالعه حسینی و صادقی (۱۳۸۹) مطابقت دارد. البته عوامل سازمانی و گروهی به ترتیب، در اولویت‌های بعدی قرار دارند. در این پژوهش از زیرمجموعه‌های عوامل فردی محرک خلاقیت سازمانی، عامل مخاطره‌پذیری مهم‌ترین عامل فردی مؤثر بود. ابهام‌پذیری، چالش‌پذیری، آزادی، علم و دانش و تخصص، شخصیت، حوزه دید وسیع، توانایی عقلانی و انگیزش درونی به ترتیب، در رده‌های دوم تا نهم قرار گرفتند. نتیجه اولویت‌بندی عوامل فردی محرک خلاقیت با اولویت‌بندی به‌دست آمده در پژوهش‌های دیگر مغایرت دارد. پژوهش‌های انجام گرفته نشان می‌دهند عامل انگیزش درونی، مهم‌ترین عامل فردی تأثیرگذار است، در حالی که در پژوهش حاضر، عامل مخاطره‌پذیری اولویت اول را دارد (Wong, 2003). پس می‌توان گفت، هر چند برای بیان اندیشه‌های جدید انگیزش درونی نیاز است، از دیدگاه افراد مورد بررسی، انگیزش درونی عاملی وابسته است و در صورتی که دانشگاهیان مخاطره‌پذیر باشند، انگیزه خلاق بودن نیز در آن‌ها ایجاد می‌شود.

همچنین، نتایج نشان داد از میان عوامل سازمانی محرک خلاقیت، عامل کنترل مهم‌ترین عامل محرک خلاقیت سازمانی است. پس از این عامل، منابع و امکانات، سیستم پاداش و ارزیابی، فرهنگ سازمانی، استراتژی و اهداف، ساختار سازمانی و جو سازمانی به ترتیب، در اولویت‌های بعدی قرار داشتند. این نتیجه با نتایج مطالعه حسینی و صادقی (۱۳۸۹) مغایرت دارد. در پژوهش حاضر سیستم پاداش و ارزیابی در اولویت سوم قرار دارد در حالی که در اکثر پژوهش‌ها پرداخت پاداش مناسب را اولویت اول می‌دانند، زیرا بسیاری اعتقاد دارند هنگامی که افراد به ازای بیان نظرهای جدید پاداش مناسب دریافت کرده‌اند، یا ارتقا می‌یابند، برای افزایش میزان خلاقیت خود تلاش می‌کنند. تأثیر این عامل بر خلاقیت افراد در مطالعات وانگ (۲۰۰۳) و حسینی و صادقی (۱۳۸۹) تأیید شده است و در میان عوامل محرک و مؤثر بر خلاقیت در رده چهارم قرار دارد. محرک بعدی خلاقیت در دسته عوامل سازمانی از دید دانشگاهیان خلیج فارس، عوامل مربوط به

فرهنگ سازمانی بود. وجود فرهنگی مناسب که پذیرای نظرهای جدید و متنوع باشد بر خلاقیت تأثیر بسزایی دارد. این تأثیر در مطالعات دیگر نیز تأیید شده است (Brennan & Dooley, 2005;) (Schepers & T. van den Berg, 2007). داودآبادی و همکاران نیز فرهنگ سازمانی را دومین عامل مؤثر در تشویق، بروز و نهادینه‌سازی خلاقیت و نوآوری در سازمان بیان می‌کنند (داودآبادی فراهانی و همکاران، ۱۳۷۳).

نتایج همچنین نشان می‌دهد از بین عوامل گروهی محرک خلاقیت سازمانی، عامل معناداری کار در اولویت اول قرار دارد. بعد از این عامل، سیستم‌های آموزش و آموزش نیروی انسانی، ویژگی‌های گروه کاری و تعامل افراد، سیستم ارتباطات، حمایت مدیریت و سبک‌های رهبری به ترتیب، در اولویت‌های دوم تا پنجم قرار دارند. در این پژوهش پس از عامل معناداری کار، عوامل مربوط به سیستم آموزش و آموزش نیروی انسانی در رتبه دوم اهمیت قرار داشتند. این نتیجه با نتایج مطالعه حسینی و صادقی (۱۳۸۹) مطابقت دارد. آخرین عامل گروهی محرک خلاقیت عوامل حمایت مدیریت و سبک‌های رهبری در سازمان بود. نتیجه این پژوهش با نتایج بررسی داودآبادی که سبک‌های رهبری را مهم‌ترین عامل در تشویق، بروز و نهادینه‌کردن خلاقیت و نوآوری شناخته و در رتبه اول قرار داده است، مغایرت دارد. دیلیلو و همکاران (۲۰۱۱) نیز نوع و سبک مدیریت را از عوامل مؤثر بر خلاقیت و نوآوری می‌دانند و می‌گویند در سبک مدیریت مشارکتی، خلاقیت و نوآوری بیشتر است. می‌توان بیان کرد در صورت توجه و تقویت عوامل یادشده، زمینه برای خلق اندیشه‌های بدیع فراهم خواهد شد و با وجود چنین زمینه‌ای، افراد قادرند نظرهای خود را بیان کنند.

پیشنهادها

با توجه به نتایج، می‌توان بیان کرد در صورتی که مخاطره‌پذیری افراد در سازمان تشویق شود، افراد جرأت و شهامت انجام‌دادن کارهای مخاطره‌آمیز را در برابر مسائل و مشکلات پدیدآمده در سازمان خواهند داشت. در غیر این صورت افراد به علت ترس از شکست و سرزنش شدن از سوی دیگران، به راحتی افکار و نظرهای جدید خود را بیان نمی‌کنند و خلاقیت افراد در سازمان بروز

نمی‌کند. همچنین، از آنجا که خلاقیت کارکنان در محیط سازمان بسیار اهمیت دارد و بی‌توجهی به آن، یکی از عوامل اساسی در کاهش بهره‌وری سازمان است، پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها و به‌ویژه دانشگاه‌ها برای افزایش بهره‌وری و دستاوردهای خود نهایت تلاش خود را به منظور تقویت خلاقیت در محیط کار به کار گیرند.



منابع و مأخذ

۱. ابارشی، احمد؛ حسینی، سیدیعقوب (۱۳۹۱). *مدل سازی معادلات ساختاری*. تهران، انتشارات جامعه‌شناسان.
۲. حسن بیگی، محسن (۱۳۸۹). *ارائه مدل عوامل کلیدی موفقیت مدیریت دانش به منظور افزایش اخلاقیت و یادگیری سازمانی در شرکت فرودگاه‌های کشور*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه پیام نور تهران.
۳. حسینی، معصومه؛ صادقی، طاهره (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر اخلاقیت و نوآوری اعضای هیئت علمی و ارائه راهکار به منظور ارتقا». *فصل‌نامه راهبردهای آموزش*، دوره سوم، شماره اول، صفحات ۱-۶.
۴. داودآبادی فراهانی، روح‌اله؛ شهیدی، محمدنقی؛ رضائیان، علی (۱۳۷۳). *بررسی و تبیین عوامل مؤثر در تشویق، بروز و نهادی ساختن اخلاقیت و نوآوری در واحدهای تولیدی کشور*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران.
۵. رضضانی، علی؛ یبلوئی، حجت‌اله (۱۳۸۴). «۱۰ عامل مهم شکست نوآوری». *مجله تدبیر*، شماره ۱۶۰، صفحات ۴۵-۴۸.
۶. صادقی مال‌امیری، منصور؛ لطف‌الله‌زاده، سعید (۱۳۸۹). «بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر اخلاقیت». *نشریه توسعه انسانی پلیس*، دوره هفتم، شماره ۲۷، صفحات ۱۰۵-۱۲۱.
۷. صادقی مال‌امیری، منصور؛ نیکنام، علی اصغر (۱۳۸۹). «بررسی تأثیر تئوری‌های سازمان بر اخلاقیت». *نشریه توسعه انسانی پلیس*، دوره هفتم، شماره ۲۸، صفحات ۷۶-۴۷.
۸. صادقی، منصور (۱۳۸۴). «طراحی و تبیین الگویی برای تحلیل متغیرهای گروهی مؤثر بر اخلاقیت». *فصل‌نامه مدرس علوم انسانی*، دوره دهم، شماره چهارم، صفحات ۱۱۱-۱۳۴.
۹. صالحی، امیرمسعود؛ فیض‌بخش، سیدعلیرضا؛ سیدحسینی، سیدمحمد (۱۳۸۲). *شناسایی عوامل*

- و شاخص‌های اولویت‌دار جهت دستیابی به سازمان‌های کارآفرین در کشور. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت اجرایی، دانشگاه علم و صنعت.
۱۰. فخریان، سارا؛ تنعمی، محمدمهدی؛ دیواندری، علی (۱۳۸۱). بررسی رابطه خلاقیت و نوآوری کارشناسان ستادی با عوامل سازمانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران.
۱۱. فیضی، مهدی (۱۳۸۸). «بررسی تأثیر سبک‌های مدیریت (سنتی، متعادل و مشارکتی) بر خلاقیت دبیران: مطالعه موردی دبیرستان‌های شهر سنندج». نشریه آموزش و ارزشیابی (علوم تربیتی)، دوره دوم، شماره هشتم، صفحات ۳۰-۷.
۱۲. محمدی، ناهید (۱۳۸۴). «خلاقیت در مدیریت». مجله تدبیر، شماره ۱۶۱، صفحات ۱۸-۱۴.
13. Alves, J.; Marques, M.; Visser, M. (2006). Stimulation of creativity and innovation in a small multidisciplinary npd team *R&D Management Conference*.
14. Amabile, T. (1998). How to kill creativity *Henry*, 76(5), 18-24.
15. Bledow, R.; Frese, M.; Mueller, F. (2011). Ambidextrous leadership for innovation: the influence of culture. *Advances In Global Leadership*, 6, 41-69.
16. Bontje, M.; Musterd, S. (2009). Creative industries, creative class and competitiveness: expert opinions critically appraised *Geoforum*, 40(5), 843-852.
17. Brennan, A.; Dooley, L. (2005). Network creativity: a structured management framework for stimulating innovation *Technovation*, 25, 1388-1399.
18. C. Naranjo-Valencia, J.; Jimenez-Jimenez, D.; Sanz-Valle, R. (2011). Innovation or imitation? the role of organizational culture. *Management Decision*, 49(1), 55-72.
19. Cohen-Meitar, R.; Carmeli, A.; A. Waldman, D. (2009). Linking meaningfulness in the workplace to employee creativity: the intervening role of organizational identification and positive psychological experience *Creativity Research Journal*, 21(4), 361-375.
20. Diliello, T.; Houghton, J.; Dawley, D. (2011). Narrowing the creativity gap: the moderating effects of perceived support for creativity. *The Journal of Psychology*, 145(3), 151-172.
21. Gumusluoglu, L.; Ilsev, A. (2007). Transformational leadership, creativity and organizational innovation *Journal of Business Research*, 62(4), 461-473.
22. Heinze, T.; Shapira, P.; Rogers, J.; Senker, J. (2009). Organizational and institutional influences on creativity in scientific research *Research Policy*, 38(4), 610-623.
23. Lee, K.; Rho, S.; Kim, S.; Ju Jun, G. (2007). Creativity-innovation cycle for organisational exploration and exploitation: lessons from neowiz - a korean internet company *Long Range Planning*, 40(4), 505-523.

24. León de la Barra, C.; Crawford, B. (2007). Fostering creativity thinking .*Agile Software Development*. 415° 426.
25. Maimone, F.; Sinclair, M. (2010). Affective climate, organizational creativity, and knowledge creation: case study of an automotive company . *Emotions and Organizational Dynamism*, 6, 309-332.
26. Martins, E.; Terblanche, F. (2003). Building organisational culture that stimulates creativity and innovation . *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 64-74.
27. Rasulzada, F.; Dackert, I. (2009). Organizational creativity and innovation in relation to psychological well-being and organizational factors . *Creativity Research Journal*, 21(2-3), 191° 198.
28. Schepers, P.; T. van den Berg, P. (2007). Social factors of work-environment creativity . *Journal of Business and Psychology*, 21(3), 407-428.
29. Seidel, S. (2011). Toward a theory of managing creativity-intensive processes: a creative industries study . *Organizational Article*, 4(9), 407-446.
30. Shalley, C.; Gilson, L. (2004). What leaders need to know: a review of social and contextual factors that can foster or hinder creativity? . *The Leadership Quarterly*, 15, 33° 53.
31. Stojanova, B. (2010). Development of creativity as a basic task of the modern educational system . *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 3395-3400.
32. VanTassel-Baska, J.; MacFarlane, B. (2009). Enhancing creativity in curriculum . *International Handbook On Giftedness*, Chapter 54, 1061-1083.
33. Wong, S. (2003). Motivators to creativity in hotel industry . *Tourism Manage*, 24(5) 551-559.