

## رابطه نوآوری در خدمات با رشد سازمانی کتابخانه‌های دانشگاهی

ثریا ضیایی<sup>۱</sup>، سارا بهرامی<sup>۲</sup>، اعظم موسی چمنی<sup>۳\*</sup>

مطالعات دانش‌شناسی

سال چهارم، شماره ۱۶، پاییز ۹۷، ص ۱۰۳ تا ۱۲۰

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۶/۲۶

تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۹/۱۵

### چکیده

هدف اصلی این پژوهش تعیین رابطه بین نوآوری در خدمات و مؤلفه‌های رشد سازمانی در کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه بوده است. پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی بود که به روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری تمامی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه (۵۸ نفر) بودند. با توجه به اینکه جامعه پژوهش محدود و در دسترس قرار داشت از روش سرشماری جهت جمع‌آوری داده‌ها استفاده گردید که از این تعداد ۵۵ پرسشنامه تکمیل و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد که نوآوری در خدمات با میانگین ۳/۴۰ و رشد سازمانی با میانگین ۳/۵۱ در کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه در سطح نسبتاً مطلوبی قرار دارد. همچنین در این بخش نیز بیشترین فراوانی مربوط به مؤلفه‌ی روابط و کمترین فراوانی، مربوط به پاداش بود. سطح معناداری آزمون همبستگی پیرسون بین دو متغیر نوآوری و رشد و توسعه سازمانی برابر ۰/۰۰۲ بود که بیانگر رابطه مثبت و مستقیم میان این دو متغیر بوده است. نتایج پژوهش نشان داد که نوآوری در خدمات با رشد و توسعه سازمانی در کتابخانه‌های دانشگاهی رابطه مثبت و مستقیمی دارد، بنابراین توجه به مؤلفه‌های اثرگذار رشد سازمانی و تقویت آن‌ها مانند هدف، پاداش، روابط، مکانیسم‌های سودمند و نگرش نسبت به تغییر شرایط را برای افزایش نوآوری کتابداران فراهم نمود.

واژگان کلیدی: رشد سازمانی، کتابخانه‌های دانشگاهی، کرمانشاه، نوآوری در خدمات

۱. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه پیام نور مشهد، soraya.ziaei@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری دانشگاه پیام نور مشهد، saralee\_0123@yahoo.com

۳. \* دانشجوی دکتری دانشگاه پیام نور مشهد، mitramousachamani@gmail.com

## مقدمه

امروزه بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها با افزایش رقابت روزافزون روبه‌رو هستند. رقابتی که می‌تواند به مدد نوآوری و تغییر در محصولات و خدمات، موجب ارتقا کیفیت خدمات و محصولات یک سازمان شده و پاسخی مناسب برای نیازهای مشتریان و مراجعه‌کنندگان آن فراهم آورده و در نتیجه آینده‌ای بهتر برای سازمان رقم زند. هیگنز<sup>۱</sup> (۱۹۹۵)، بزرگ‌ترین خصوصیت و مزیت سازمان‌های قرن بیست و یکم را داشتن قابلیت نوآوری می‌داند. نوآوری تنها روشی است که سازمان‌ها می‌توانند به یک موقعیت برتر در رقابت دست یابند (امی و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶).

در شرایط رقابتی امروز مشتریان از افزایش استانداردها آگاه هستند و به میزان زیادی به محصول و خدمات، دسترسی دارند تا از میان آن‌ها انتخاب کنند و مدیران معمولاً با فشارهای عمده‌ای به منظور کاهش هزینه‌های عملیات و بهبود پشتیبانی مواجه‌اند و چاره‌ای جز افزایش مزیت‌های رقابتی خود ندارند (زمانی، حقیقی و رزمجو، ۱۳۹۳). خلاقیت و نوآوری در کارکنان یکی از مؤثرترین اهرم‌هایی است که موجب مزیت رقابتی سازمان و در نهایت رشد و توسعه آن می‌گردد.

ریمو شفر<sup>۳</sup>، در کتاب «اصول توسعه سازمان»، نوشته است: «توسعه سازمانی، فرایند برنامه‌ریزی‌شده‌ای برای افزایش کارایی سازمان در مسیر رسیدن به اهداف موردنظر است. توسعه سازمانی از این جهت با توسعه منابع انسانی متمایز است که در توسعه منابع انسانی روی رشد شخصی افراد در سازمان تمرکز وجود دارد، درحالی‌که در توسعه سازمانی برای بهبود اثربخشی سازمان، روی توسعه ساختارها، سیستم‌ها و فرایندهای درون سازمان تأکید می‌شود» (شفر، ۲۰۰۰). رشد سازمانی معمولاً در قالب جنبه‌هایی از عملکرد سازمانی تعریف می‌شود که با سودآوری و توسعه افقی و عمودی سازمان همراه است (آنتونیک و آنتونی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱).

1. Higgins
2. Amy, H. I., Wen-Chin, L. C., Ching-jan
3. Shaffer
4. Antoncic, J., Antoncic, B

رشد سازمان و ویژگی‌های راهبردی حاکم بر سیاست‌های مدیریتی رشد و توسعه آن، عاملی تعیین‌کننده و یکی از مراحل مهم از چرخه عمر یک سازمان است. چرخه‌ای که آغاز آن همراه با ظهور سازمان در بازار و پایان آن افول سازمان است (مرادی، باقری، ۱۳۹۴). توسعه سازمانی یکی از مهم‌ترین ساختارها در پژوهش‌های مدیریت است. و همواره در اکثر سازمان‌های جهان مدیران و رهبران سازمانی در پی ارتقا و بهبود عملکرد سازمان‌های خویش هستند (چن، لئو و پون، ۲۰۰۳).

نوآوری از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته و تعاریف متعددی از آن ارائه شده است که در اینجا به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. نوآوری فرایند اخذ ایده خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمات و روش‌های جدید عملیات است (آقائی فیشانی، ۱۳۷۷). نوآوری را می‌توان محصولات یا خدمات ابداع شده برای اولین بار که منجر به یک موفقیت تجاری می‌شوند، نام برد (کامر و همکاران، ۲۰۰۰). دسته‌بندی‌های متعددی از نوآوری ارائه شده است. مثلاً نوآوری از دیدگاه سازمانی و کاربردهای آن با تمرکز بر منابع مالی، مهارت‌ها، سطح ریسک، سرعت آن برای ورود به بازار و غیره نیز به انواع گوناگونی دسته‌بندی می‌شود (عالی، ۱۳۸۰).

اما مفهوم «نوآوری در خدمات» کلید فرار از دام، معمولی شدن، راهکاری برای رشد و همچنین سرچشمه مزیت رقابتی برای شرکت‌ها است. نوآوری در خدمات کاری چالشی است که تنها در سایه رویکردی، نوین به کسب و کار شدنی است. نوآوران، برای آفرینش تجربه‌های پرمایه‌تر برای مشتریان و فراتر رفتن از خواسته‌های آن‌ها، باید هم‌آفرینی با مشتریان را پیشه کنند تا تجربه‌ای برای آن‌ها شکل گیرد که ارزشمند باشد و بهای آن را با جان و دل بپردازند (چسبرو، ۱۳۹۱).

نقش و اهمیت کتابخانه‌های دانشگاهی در رفع نیازهای آموزشی و پژوهشی و ارائه خدمات به دانشجویان، مسئولان، برنامه‌ریزان و جامعه استفاده‌کننده به خوبی مشخص و روشن است و به همین دلیل است که در کشورهای پیشرفته کتابخانه‌های دانشگاهی و تخصصی و

1. Chin, K., & Lau, H., & Pun, K
2. Kumer & et al
3. Chesbrough

کتابداران متخصص در هماهنگی کامل با پژوهشگران، اعضای هیات علمی و مدیران هستند تا در جهت بهبود عملکرد، رشد و توسعه جامعه گامی مؤثر بردارند (فتاحی، ۱۳۶۶).

کتابخانه‌های دانشگاهی نیز به‌عنوان قلب تمام کارها و فعالیت‌های دانشگاه (شریف مقدم و همکاران، ۱۳۸۹) ناگزیر به بهره‌وری و به‌کارگیری نوآوری و خلاقیت هستند. از آنجا که رسالت اصلی کتابخانه‌های دانشگاهی، تشخیص نیازهای اطلاعاتی و در نتیجه پاسخگویی به درخواست‌های اطلاعاتی مراجعین و در نهایت رسیدن به رضایت مشتری است، همچنین با توجه به نقشی که نوآوری در خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی در جذب بیشتر کاربران ایفا می‌کنند، لازم است نقش نوآوری در خدمات در میزان کارایی و عملکرد کتابخانه‌های دانشگاهی نیز مورد بررسی قرار گیرد.

به همین منظور در این پژوهش سعی شده است به بررسی رابطه بین نوآوری در خدمات با رشد و توسعه کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه پرداخته شود و در پایان به این پرسش‌ها پاسخ داده شود که: آیا بین نوآوری در خدمات با مؤلفه‌های رشد سازمانی در کتابخانه‌های دانشگاهی رابطه‌ای وجود دارد؟ همچنین این پژوهش در پی آن است تا وضعیت نوآوری در خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی را تعیین نماید. و نیز مشخص کند که آیا افزایش نوآوری و خلاقیت می‌تواند در خدمات در توسعه و پیشرفت کتابخانه‌های دانشگاهی مؤثر باشد یا خیر؟

هدف اصلی این پژوهش تعیین رابطه نوآوری در خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه با رشد سازمانی است. از اهداف فرعی این پژوهش می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- تعیین وضعیت نوآوری خدمات در کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه.
- تعیین وضعیت رشد و توسعه سازمانی در کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه.
- تعیین رابطه بین نوآوری در خدمات و مؤلفه‌های رشد سازمانی کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه.
- تعیین رابطه بین نوآوری در خدمات و عوامل جمعیت‌شناختی کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه.

سؤال‌های پژوهش از قرار زیر است:

۱. وضعیت نوآوری در خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه چگونه است؟
۲. وضعیت رشد و توسعه سازمانی کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه چگونه است؟
۳. آیا بین نوآوری در خدمات و مؤلفه‌های رشد سازمانی کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد؟
۴. آیا بین نوآوری در خدمات و عوامل جمعیتی شناختی کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد؟

در سال‌های اخیر مطالعاتی در زمینه ارتباط نوآوری، رشد و چرخه عملکرد سازمان‌ها انجام شده است که در ادامه به برخی مطالعات انجام شده در داخل و خارج کشور در این زمینه اشاره می‌گردد.

بستامی و همکاران (۱۳۹۷)، در پایان‌نامه خود به بررسی رابطه نوآوری در خدمات با مدیریت دانش در کتابخانه‌های دانشگاهی پرداختند. نتایج پژوهش فوق نشان داد که بین نوآوری در خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی با ابعاد مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. و کتابخانه می‌تواند با اجرای طرح‌ها و ایده‌های خلاق و نوآورانه خود خدمات و محصولات خود را در جهت نیاز روز کاربران کنند و با جهت‌دهی خدمات در مسیر رفع نیاز استفاده‌کنندگان، اهداف کتابخانه‌های دانشگاهی که همان افزایش رضایت کاربران و پاسخ به نیازهای اطلاعاتی آنان است را تحقق دهند و کتابخانه‌های دانشگاهی را در میدان رقابت موفق‌تر از سایر رقبا هدایت کنند.

اسدی و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهش خود نشان دادند که میزان نوآوری سازمانی کارکنان بیمارستان‌های عمومی دانشگاه علوم پزشکی تهران در سطح متوسط روبه بالا قرار گرفت. بین خلاقیت سازمانی و نوآوری سازمانی از نظر آماری ارتباط معناداری وجود داشت. همچنین بین نوآوری سازمانی با جنسیت ارتباط معناداری وجود داشت به طوری که میزان نوآوری در مردان بیشتر از زنان وجود داشت.

رحیم‌نیا و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهش خود دریافتند نوآوری در خدمات تأثیر معناداری بر بازاریابی حسی و نیات رفتاری مشتریان دارد. در مطالعه‌ای دیگر مرتضوی،

رسولی و رستمی (۱۳۹۵)، نشان دادند که نوآوری سازمان به‌طور مستقیم بر عملکرد تأثیر مثبت ندارد اما از طریق مزیت رقابتی بر عملکرد و در نتیجه بر سازمان تأثیر مثبت دارد. ضرغامی و همکاران (۱۳۹۴) نیز در پژوهش خود نشان دادند که ارتباط معنادار قوی و مثبتی بین میزان خلاقیت و انگیزه‌ی به‌کارگیری نوآوری در افراد وجود دارد و هر چه افراد توانمندی بیشتری در خلاقیت داشته‌اند، انگیزه آن‌ها برای نوآوری در مشاغل مربوط نیز بیشتر است. همچنین نتایج مزبور نشان داد که بین ویژگی‌های فردی تنها عاملی که با نوآوری در شغل ارتباط معنادار و قوی دارد جنسیت است و نوآوری در بین زنان کمتر از مردان دیده می‌شود.

رویرا<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) پژوهشی با هدف نقش توانمندسازی نوآوری و کارآفرینی به‌عنوان یک منبع برای رشد سازمانی موردبررسی قرار دادند که نشان داد با درک رابطه نوآوری و رشد سازمانی، سازمان‌ها بهتر می‌توانند از نقش چندمنظوره کارآفرینان و نوآوران در درک بازار و ایجاد ارزش به مشتری و ارائه خدمات مؤثر به کار ببرند و از این طریق موجب افزایش طول عمر بهینه سازمان گردند.

اسلام و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی تأثیر مدیریت دانش و نوآوری خدمات در کتابخانه‌های دانشگاهی پرداخت. یافته‌های این پژوهش نشان داد که چرخه مدیریت دانش با نوآوری خدمات ارتباط دارد. همچنین جذب دانش و ایجاد آن به‌طور قابل توجهی در مدیریت نوآوری برای خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی مؤثر است و مدیریت دانش در کتابخانه‌ها یک معیار کلیدی است و باید کتابخانه‌های دانشگاهی به درک و اهمیت مدیریت دانش پی ببرند.

بیراگل<sup>۳</sup> (۲۰۱۶) در پژوهشی به مدیریت نوآوری در کتابخانه با استفاده از روش استارت‌آپ پرداخت هدف از این پژوهش استدلال موردی برای توسعه مدیریت و راه‌اندازی خدمات و محصولات نوآورانه بود و همچنین به بررسی ابزارهای سنتی و توصیف دلایل و موانع نوآورانه

1. Rivera
2. Islam & et al
3. Biraugle

در کتابخانه‌ها و لزوم توجه به ابزارهای جدید برای مدیریت نوآوری بود. یافته‌ها نشان داد روش استارت‌آپ برای مدیریت نوآوری یک جایگزین سالم به جای سنتی است. گالگو و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) در پژوهش خود به بررسی ایجاد ارزش از طریق خدمات و نوآوری سازمانی پرداختند که یافته‌ها نشان داد، خدمات و نوآوری خدمات ابزار قالبی برای ایجاد ارزش در سازمان و در نتیجه افزایش سطح همبستگی موردنیاز برای ایجاد رقابت‌پذیری سازمان‌های خواهد بود.

مطالعه پژوهش‌های گذشته نشان داد که بیشتر پژوهش‌ها وضعیت نوآوری در بین جوامع مختلف از جمله کتابخانه‌ها و سازمان‌های دولتی و غیردولتی را موردبررسی قرار داده‌اند و فقط تعداد محدودی از پژوهش‌ها به بررسی تأثیر نوآوری و خلاقیت در بهبود عملکرد کارکنان پرداخته شده است. یکی از خلأهای قابل مشاهده در این پژوهش‌ها بررسی نوآوری در خدمات با رشد و توسعه سازمانی است. درحالی که ارائه خدمات کارآمد یکی از اجزاء رقابتی هر سازمان محسوب می‌شود، نوآوری در سازمان‌های خدماتی از جمله کتابخانه‌ها جهت ارتفاع سطح عملکرد و کارایی سازمان امری ضروری است. به همین منظور پژوهش حاضر به بررسی امکان ارتباط میان نوآوری در خدمات با مؤلفه‌های رشد و توسعه سازمانی می‌پردازد.

## روش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و به لحاظ نوع، توصیفی-همبستگی است. برای گردآوری داده‌ها، از شیوه پیمایشی استفاده شد. جامعه‌ی آماری این پژوهش، شامل کلیه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه بودند، در این میان تعداد کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی شامل کتابخانه‌های دانشگاه رازی، پیام نور، دانشگاه آزاد و علوم پزشکی که در مجموع ۵۸ نفر بودند. با توجه به اینکه جامعه پژوهش محدود و در دسترس قرار داشتند از روش سرشماری جهت جمع‌آوری داده‌ها استفاده گردید که از این تعداد ۵۵ پرسشنامه تکمیل و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار پژوهش برای گردآوری داده‌ها،

پرسشنامه استاندارد سنجش نوآوری در خدمات (اسلام، آگروال و اکیداً، ۲۰۱۷) شامل ۸ سؤال پنج گزینه‌ای در طیف لیکرت با اختصاص امتیاز برای خیلی موافقم امتیاز ۵، موافقم امتیاز ۴، نظری ندارم امتیاز ۳، مخالفم امتیاز ۲ و خیلی مخالفم امتیاز ۱ داده شده بود. پرسشنامه دوم نیز مربوط به رشد و توسعه سازمانی است توسط لاک و کرافورد<sup>۲</sup> طراحی شده است، شامل ۲۸ سؤال در طیف لیکرت پنج گزینه‌ای که مؤلفه‌های (پاداش، روابط، ساختار، مدیریت، مکانیسم‌های سودمند، نگرش نسبت به تغییر و هدف هر کدام شامل ۴ سؤال) مورد ارزیابی قرار می‌دهد. همچنین تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش با استفاده آمار توصیفی (فراوانی و درصد) و آمار استنباطی (آزمون همبستگی پیرسون) و با کمک نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۲۳ انجام گردید. با توجه به اینکه هر دو پرسشنامه (نوآوری در خدمات و رشد سازمانی) قبلاً در پژوهش‌هایی مورد استفاده قرار گرفته است، روایی و پایایی آن‌ها سنجیده شده است. پایایی پرسشنامه نوآوری در خدمات به میزان ۸۴ درصد محاسبه شده است. همچنین پرسشنامه رشد سازمانی قبلاً در پژوهش (لاک و کرافورد، ۲۰۱۰) به کار رفته است. روایی این پرسشنامه را مطلوب گزارش کرده و پایایی آن را طبق آلفای کرونباخ بالای ۹۰ ذکر شده است. در پژوهش حاضر اعتبار آزمون سنجش نوآوری در خدمات، ۰/۸۹ و برای رشد و توسعه سازمانی ۰/۸۸ به دست آمده است که نشان داد که این ابزارها از پایایی مطلوبی برخوردار هستند.

#### یافته‌ها

جدول ۱ یافته‌های حاصل از به‌کارگیری آزمون کولموگروف-اسمیرنوف به منظور تعیین وضعیت متغیرها را نشان می‌دهد.



جدول ۱. نتایج بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش (آزمون کلموگروف-اسمیرنف)

متغیر	ابعاد	پارامترهای نرمال		آماره کلموگروف-اسمیرنف	سطح معناداری	وضعیت
		میانگین	انحراف معیار			
نوآوری		۲۷/۱۸۱	۵/۲۰۰	۱/۰۴۳	۰/۲۲۷	نرمال است
پاداش		۱۳/۳۴۵	۲/۵۷۶	۱/۰۴۶	۰/۲۲۴	نرمال است
روابط		۱۳/۸۳۶	۳/۱۶۶	۱/۰۳۴	۰/۲۳۶	نرمال است
ساختار		۱۲/۵۲۴	۳/۴۵۲	۱/۱۴۵	۰/۱۴۵	نرمال است
مدیریت	رشد سازمانی	۱۵/۹۲۷	۲/۴۸۵	۰/۰۶۴	۰/۲۰۶	نرمال است
مکانیزم		۱۳/۶۹۰	۳/۸۰۴	۱/۳۵۴	۰/۰۵۱	نرمال است
تغییر		۱۳/۶۳۶	۳/۹۹۲	۱/۰۴۸	۰/۲۲۲	نرمال است
هدف		۱۴/۲۱۸	۲/۴۳۹	۰/۱۵۲	۰/۱۴۱	نرمال است

برابر این جدول سطح معناداری نوآوری در خدمات و مؤلفه‌های رشد و توسعه سازمانی بالاتر ۰/۰۵ است که بیانگر توزیع نرمال این متغیرها است. بر همین اساس در ادامه به منظور پاسخگویی به سؤالات پژوهش از آزمون‌های پارامتریک استفاده خواهد شد. لازم به ذکر است که آزمون فرضی که در این پژوهش به کار می‌رود ضریب همبستگی پیرسون است. سؤال اول. وضعیت نوآوری در خدمات و رشد و توسعه کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه چگونه است؟

در جدول ۲، شاخص‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش محاسبه شده است. با توجه به اینکه بالاترین عدد برای میانگین متغیرهای مستقل و وابسته عدد ۵ است (طیف ۵ تایی)، بازه (۲/۳۳-۱) نشان‌دهنده نمره کم آزمودنی‌ها، بازه (۳/۶۶-۲/۳۴) نشان‌دهنده نمره متوسط و بازه (۳/۶۷-۵) نشان‌دهنده نمره زیاد آزمودنی‌ها است.

جدول ۲. شاخص‌های توصیفی نوآوری و رشد و توسعه سازمانی

نام متغیر	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	ابعاد	میانگین	انحراف استاندارد
نوآوری در خدمات	۵۰	۳/۴۰	۱/۰۰۲			
رشد و توسعه	۵۰	۳/۵۱۶	۰/۹۷۶	پاداش	۳/۱۳۲	۰/۰۸۱
سازمانی				روابط	۳/۹۸۲	۰/۸۰۶
				ساختار	۳/۴۲۲	۱/۱۱۱

نام متغیر	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	ابعاد	میانگین	انحراف استاندارد
نوآوری در خدمات	۵۰	۳/۴۰	۱/۰۰۲			
				مدیریت	۳/۴۱	۱/۱۱۲
				مکانیزم	۳/۵۵۵	۰/۹۸۷
				تغییر	۳/۴۴۷	۰/۸۸۹
				هدف	۳/۶۶۵	۰/۸۴۷

بر اساس جدول فوق و با توجه به میانگین محاسبه شده برای متغیر نوآوری که برابر ۳/۴۰ محاسبه شده است و قرارگیری آن در بازه (۲/۳۴-۳/۶۶)، نشان می‌دهد که وضعیت نوآوری در خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه در حد متوسط و مطلوب است. همچنین با توجه به میانگین محاسبه شده برای متغیر رشد و توسعه سازمانی که برابر ۳/۵۱۶ محاسبه شده است و در بازه (۲/۳۴-۳/۶۶)، قرار دارد که نشان‌دهنده وضعیت نسبتاً مطلوب رشد کتابخانه‌های دانشگاهی است. همچنین میانگین هر یک از ابعاد رشد و توسعه سازمانی نیز نشان می‌دهد که بعد روابط دارای بیشترین میانگین (۳/۹۸۲) و بعد پاداش دارای پایین‌ترین میانگین (۳/۱۳۲) نسبت به سایر ابعاد است.

سؤال دوم. آیا بین نوآوری در خدمات و رشد سازمانی کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد؟

جدول ۳. ضریب همبستگی بین نوآوری و رشد و توسعه سازمانی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	سطح معناداری
نوآوری در خدمات	رشد و توسعه سازمانی	۰/۴۰۹	۰/۰۰۲

با توجه به نتیجه به دست آمده از آزمون پیرسون، مقدار احتمال مربوط به سطح معناداری بین دو متغیر نوآوری در خدمات با رشد و توسعه سازمانی برابر ۰/۰۰۲ و کمتر از ۰/۰۵ است که بیانگر این است که بین این دو متغیر رابطه‌ای معناداری وجود دارد. از طرف دیگر، ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر نوآوری در خدمات با رشد و توسعه سازمانی برابر ۰/۴۰۹ است، نشان می‌دهد بین دو متغیر نوآوری در خدمات و رشد و توسعه سازمانی در کتابخانه‌های دانشگاهی کرمانشاه رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد.

سؤال سوم. آیا بین نوآوری در خدمات و مؤلفه‌های رشد سازمانی کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد؟

جدول ۴. ضریب همبستگی بین نوآوری و مؤلفه‌های رشد و توسعه سازمانی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	سطح معناداری
نوآوری در خدمات	پاداش	۰/۸۵۸	۰/۰۰۰
نوآوری در خدمات	روابط	۰/۸۹۵	۰/۰۰۰
نوآوری در خدمات	ساختار	۰/۰۱۹	۰/۸۸۹
نوآوری در خدمات	مدیریت	۰/۱۱۰	۰/۴۲۴
نوآوری در خدمات	مکانیزم‌های سودمند	۰/۸۷۷	۰/۰۰۰
نوآوری در خدمات	نگرش نسبت به تغییر	۰/۳۲۲	۰/۰۳۶
نوآوری در خدمات	هدف	۰/۵۶۶	۰/۰۰۰

همان‌طور که از نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن در جدول ۴ برمی‌آید، با توجه به سطح معناداری داده شده و مقایسه آن با میزان خطای مجاز ( $p < 0/05$ ) با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت، بین مؤلفه‌های پاداش، روابط، مکانیزم‌های سودمند، نگرش نسبت به تغییر و هدف با نوآوری در خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. اما بین مؤلفه‌های ساختار و مدیریت با نوآوری در خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی رابطه معناداری دیده نشد. از آنجا که ضرایب همبستگی در تمام متغیرهایی که با نوآوری در خدمات رابطه داشته‌اند، مثبت است، این مؤلفه‌ها در کتابخانه‌های مورد بررسی، با نوآوری در خدمات رابطه‌ای مثبت دارد، یعنی با افزایش یکی از این دو متغیر، متغیر دیگر نیز افزایش می‌یابد.

سؤال چهارم. آیا بین نوآوری در خدمات و عوامل جمعیت‌شناختی کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد؟

با توجه به برخورداری از توزیع نرمال متغیرهای مورد بررسی در این پژوهش برای مقایسه بین بیش از دو گروه مانند سن، تحصیلات، سابقه شغلی و محل خدمت کتابداران از آزمون پارامتریک تحلیل واریانس و برای مقایسه بین دو گروه مانند جنسیت، تأهل و مدرک

تحصیلی از آزمون پارامتریک t مستقل استفاده شده است. که نتایج آن بدین صورت ارائه می‌گردد:

جدول ۵. تأثیر جنسیت، تأهل و مدرک تحصیلی بر نوآوری

عامل	سطح معناداری	T	سطح معناداری (۲ طرفه)	تفاضل میانگین	تفاضل خطای استاندارد
جنسیت	آزمون برابری واریانس	-۰/۲۴۱	۰/۸۱۱	-۰/۳۵۸	۱/۴۸۷
	آزمون نابرابری واریانس	-۰/۲۶۵	۰/۷۹۲	-۰/۳۵۸	۱/۳۵۰
تأهل	آزمون برابری واریانس	-۱/۳۷۲	۰/۱۷۶	-۲/۳۸۶	۱/۷۳۸
	آزمون نابرابری واریانس	-۱/۰۶۲	۰/۳۰۹	-۲/۳۸۶	۲/۲۴۶
مدرک تحصیلی	آزمون برابری واریانس	۰/۱۶۵	۰/۸۷۰	-۰/۲۵۶	۱/۵۵۷
	آزمون نابرابری واریانس	۰/۱۶۷	۰/۸۵۳	۰/۲۵۶	۱/۳۷۰

همان‌طور که در جدول ۵ قابل مشاهده است، بین نوآوری در خدمات با هیچ‌یک از متغیرهای جنسیت، تأهل و مدرک تحصیلی رابطه معناداری دیده نشد. می‌توان گفت متغیرهای جنسیت، تأهل و مدرک تحصیلی کتابداران، نقش مؤثری در افزایش نوآوری در خدمات بین کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه ندارد.

جدول ۶. آزمون تحلیل واریانس

عامل	عامل (منبع)	DF	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
سن	میان گروه‌ها	۳	۳/۳۷۱	۰/۱۱۹	
	داخل گروه‌ها	۵۱	۲۸/۴۳۳		۰/۹۴۹
	مجموع	۵۴			
تحصیلات	میان گروه‌ها	۴	۴/۴۶۶	۲/۶۶۶	
	داخل گروه‌ها	۵۰	۲۸/۸۴۶	۰/۱۵۵	۰/۹۶۰
	مجموع	۵۴			
سابقه شغلی	میان گروه‌ها	۵	۱۸/۸۰۵	۰/۶۷۴	
	داخل گروه‌ها	۴۹	۲۷/۸۸۱		۰/۶۴۵
	مجموع	۵۴			
محل خدمت	میان گروه‌ها	۳	۱۶/۲۷۵	۰/۵۸۸	
	داخل گروه‌ها	۵۱	۲۷/۶۷۴		۰/۶۲۶
	مجموع	۵۴			

نتایج جدول ۶ حاکی از آن است که سطح معناداری در متغیرهای مورد بررسی بیشتر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد، بین هیچ یک از متغیرهای سن، تحصیلات، سابقه خدمت و دانشگاه محل خدمت با نوآوری در خدمات رابطه معناداری وجود ندارد. می‌توان گفت متغیرهای مذکور، نقش مؤثری در افزایش نوآوری در خدمات در بین کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه ندارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش تلاش بر این بود تا رابطه بین دو متغیر نوآوری در خدمات و رشد سازمانی کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه بررسی شود. در این بخش به تجزیه و تحلیل نتایج پژوهش با نظر به سؤال‌های پژوهش پرداخته می‌شود.

نتایج حاصل از بررسی وضعیت نوآوری در خدمات در بین کتابداران نشان داد، میانگین نوآوری خدمات در جامعه مورد مطالعه این پژوهش در سطح بالاتر از متوسط و در حد مطلوب است. این امر مبین آن است که کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی کرمانشاه دارای ایده و تفکرات خلاق می‌باشند و بیشتر به دنبال ارائه خدمات جدید و به‌روز هستند که در صورت سازمان‌دهی و تقویت آن می‌توان در بهبود عملکرد و ارتقا سطح کیفیت خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی نقش مؤثری داشت. نتایج این بخش پژوهش با یافته‌های پژوهش اسدی و همکاران (۱۳۹۶) و بستامی و همکاران (۱۳۹۷) که نشان دادند میزان نوآوری در کارکنان سازمان‌های خدماتی در وضعیت متوسط و بالاتر است، همسو است.

بررسی وضعیت مؤلفه‌های رشد و توسعه سازمانی در میان کتابخانه‌های جامعه مورد مطالعه نشان داد که میانگین مؤلفه‌های هفت‌گانه رشد و توسعه سازمانی بالاتر از ۳ و در سطح مطلوب است. باین حال بیشترین میانگین به ترتیب مربوط به مؤلفه‌های روابط و هدف و کمترین آن مربوط به پاداش است. این امر نشان می‌دهد که در کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه، روابط مناسب و اهداف روشنی وجود دارد و کتابداران به راحتی می‌توانند با گروه کاری خود، از طریق روابط خوب و هماهنگ و مطابق اهداف کاری سازمان، موجب

حل مشکلات کاری و ارائه ایده‌های نو در نتیجه پیشرفت سازمان گردند. اما در مقابل به مؤلفه پاداش، به‌عنوان عاملی مؤثر در افزایش انگیزه کارکنان، توجه کمتری شده است.

به کارگیری آزمون همبستگی پیرسون در مورد داده‌های مربوط به نوآوری در خدمات و مؤلفه‌های رشد و توسعه سازمانی نشان داد، کتابدارانی که توانایی بالاتری در برقراری روابط خود با دیگران داشته باشند، در انجام وظایف خود از مهارت، خلاقیت و ایده‌های جدید برخوردار خواهند بود. همچنین وجود مؤلفه پاداش در یک سازمان می‌تواند محرک کارکنان برای ایجاد نوآوری و ارائه ایده‌های نو در جهت بهبود عملکرد در سازمان باشد. به‌عبارت‌دیگر در کتابخانه‌ای که مؤلفه‌ی پاداش به‌صورت مناسب به کار گرفته شده باشد، زمینه رقابت و انگیزه را برای کتابداران فراهم می‌کند تا آن‌ها تنها به مسائل روزمره کاری اکتفا نکنند، بلکه در جستجوی راهی برای ارائه خدمات به شکل نوآورانه و به کارگیری آن در زمینه پاسخگویی به کاربران باشند، لذا از این طریق موجب افزایش بهره‌وری و در نتیجه رضایت کاربران خود گردند. افزایش انگیزه‌ای مانند پاداش که رضایت کارکنان را موجب می‌شود، می‌تواند در افزایش تمایل به نوآوری و کشف راه‌های جدید برای ارائه خدمات بهینه تأثیرگذار بوده و نتایج مطلوبی برای سازمان به ارمغان آورد. این بخش از پژوهش با نتایج پژوهش مرتضوی و همکاران (۱۳۹۵) که نشان دادند، نوآوری سازمان از طریق مزیت رقابتی بر عملکرد سازمان تأثیر مثبت دارد، همسو است.

از طرفی می‌توان گفت که هر اندازه اهداف روشن و سیاست‌های سازمان نسبت به تغییر و بهبود شرایط کتابخانه‌ها از انعطاف بیشتری برخوردار باشد، کتابداران نیز به همان میزان می‌توانند از طریق روش‌های نوین، متنوع و به‌روز، جهت شناسایی و پاسخگویی به نیاز مراجعین استفاده کنند. همچنین با آرامش خاطر و رغبت بیشتر، برای انجام وظایف خود از ایده‌های نو استقبال خواهند کرد. بخشی از یافته‌های پژوهش بستمی و همکاران (۱۳۹۷)، روایر (۲۰۱۷)، اسلام و همکاران (۲۰۱۷) و گالگو و همکاران (۲۰۱۳) که نشان دادند خلاقیت و نوآوری از طریق ایجاد مزیت رقابتی موجب ارزش‌افزوده و عملکرد بهتر سازمان می‌شود، با نتایج این بخش از پژوهش حاضر همخوانی دارد.

همچنین نتایج نشان داد بین نوآوری در خدمات با عوامل جمعیت شناختی مانند سن، تحصیلات، وضعیت شغلی، سابقه شغلی، پست سازمانی و محل خدمت کتابداران مورد مطالعه تفاوت معنی‌داری دیده نشد. به عبارتی این عوامل نمی‌توانند عاملی اثرگذار در نوآوری خدمات در کتابخانه‌های دانشگاهی به شمار آیند. نتایج این بخش از پژوهش با یافته‌های پژوهش ضرغامی و همکاران (۱۳۹۴) و اسدی و همکاران (۱۳۹۶) که نشان دادند، نوآوری سازمانی در مردان بیشتر از زنان است، همخوانی ندارد.

با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

- از آنجا که نتایج پژوهش نشان داد که نوآوری در خدمات با رشد و توسعه سازمانی رابطه مستقیمی دارد، بنابراین پیشنهاد می‌گردد، با توانمندسازی افراد از طریق آموزش حین کار، موجب تقویت مؤلفه‌های اثرگذار رشد سازمانی مانند هدف، روابط، مکانیسم‌های سودمند و نگرش نسبت به تغییر گردد و شرایط را برای افزایش توانایی نوآوری و خلاقیت کتابداران فراهم نمود.
- طبق یافته‌ها، پیشنهاد می‌شود کتابخانه‌های دانشگاهی با ایجاد محیط کار خلاق و تقویت زمینه‌ها از طریق ایجاد انگیزه، برای بروز خلاقیت و نوآوری کارکنان، موجب هدایت، تقویت توانایی و خودشکوفایی کارکنان گردند.
- همچنین مدیریت و سازمان از طریق افزایش بودجه جهت برگزاری دوره‌های آموزشی و حرفه‌ای کارکنان می‌توانند به افزایش ایده‌های نو و تفکر خلاق در جهت انجام بهتر عملکرد و ارائه خدمات نوآورانه گامی مؤثر برداشت.

## منابع

- اسدی، صدیقه؛ درگاهی، حسین؛ فلاح مهرآبادی، اسماعیل؛ حیدری دستجردی، ناهید. (۱۳۹۶). مطالعه رابطه بین خلاقیت و نوآوری سازمانی در کارکنان بیمارستان‌های عمومی دانشگاه علوم پزشکی تهران. *مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران*. ۱۱(۵)، ۵۸۷-۵۷۸.

آقائی فیشانی، تیمور (۱۳۷۷). *خلاقیت و نوآوری در انسان‌ها و سازمان‌ها*. تهران: نشر ترمه.

بیراگل، مارک؛ جیتنز، دریک (۲۰۱۶). ایده استراتژی استارت‌آپ کارآفرینی و نوآوری. ترجمه سمیه مردمی.

چسبرو، ه. (۱۳۹۱). نوآوری باز خدماتی (بازنگری در کسب‌وکار با هدف رشد و رقابت در زمانه‌ای نوین)، مترجم: س، باقری. تهران: رسا.

رحیم‌نیا، فریبرز؛ پورسلیم، مجتبی؛ بصیر، لیلا. (۱۳۹۵). تأثیر نوآوری در خدمات بر نیات رفتاری مشتریان به‌واسطه بازاریابی حسی (مورد مطالعه: هتل‌های پنج ستاره شهر مشهد). فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین. ۲(۲۱)، ۱۹-۳۶.

زمانی، محمود؛ حقیقی، محمد؛ رزمجو، شراره. (۱۳۹۳). رابطه رضایت شغلی کارکنان، کارآفرینی سازمانی و رشد سازمانی در شرکت‌های بیمه. مدیریت سازمانی، ۱۲(۴)، ۶۳۵-۶۵۳.

عالی، صمد. (۱۳۸۰). خلاقیت و نوآوری در سازمان، ماهنامه تدبیر، ۱۱۰. فتاحی، رحمت‌الله. (۱۳۶۶). اهمیت و نقش کتابخانه‌های دانشگاهی و تخصصی در برنامه‌ریزی آموزشی و پژوهشی - چارچوب یک طرح کلی. مجله جستارهای ادبی، ۲(۷۸)، ۶۴۵-۶۶۴.

مرادی، جواد؛ باقری موصلو، فاطمه. (۱۳۹۴). تأثیر چرخه عمر بر رابطه رشد شرکت و سودآوری شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های حسابداری مالی. ۲(۲۴)، ۹۳-۱۰۸.

مرتضوی، مهدی؛ رسولی، مهدی؛ رستمی، آرزو. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر نوآوری سازمانی و استراتژی عمومی رهبری هزینه بر عملکرد سازمان از طریق مزیت رقابتی. مجله مدیریت توسعه و تحول. ۲۷، ۱۷-۲۵.

صفائیان، میترا و داور، ونوس. (۱۳۸۴). روش‌های کاربردی بازاریابی خدمات بانکی برای بانک‌های ایرانی. تهران: نگاه دانش.

Amy, H. I., Wen-Chin, L. C., Ching-jan, C., (2006), *A fuzzy AHP and BSC approach for evaluating industry in Taiwan*, Expert Systems with Applications, Article in Press.



- Auer Antoncic, J., & Antoncic, B. (2011). Employee satisfaction, intrapreneurship and firm growth: a model. *Industrial Management & Data Systems*, 111(4), 589-607.
- Chin, K. S., Pun, K. F., & Lau, H. (2003). Development of a knowledge-based self-assessment system for measuring organisational performance. *Expert Systems with Applications*, 24(4), 443-455.
- Deiss, K. (2004), *Innovation and strategy: risk and choice in shaping user-centered libraries*, Library Trends, Vol. 53 No. 1, pp. 17-34.
- Drake, M. A. (1979). Managing innovation in academic libraries. *College & Research Libraries*, 40(6), 503-510.
- Drucker, P. (2011), *Innovation and Entrepreneurship*, Routledge, New York, NY. Furr, N. and Dyer, J. (2014), *The Innovator's Method: Bringing the Lean Startup into Your Organization*, Harvard Business Review Press, Boston, MA.
- Gallego, J., Rubalcaba, L., & Hipp, C. (2013). Services and organisational innovation: the right mix for value creation. *Management Decision*, 51(6), 1117-1134.
- Griffin R.W. (2016), *Management*. 12th ed. USA: South-Western College Pub: 18-29.
- Hoffman, J. J., Hoelscher, M. L., & Sherif, K. (2005). Social capital, knowledge management, and sustained superior performance. *Journal of knowledge management*, 9(3), 93-100.
- Islam, M. A., Agarwal, N. K & Ikeda. M (2017). *International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA)*. 43(3), 266-281.
- Kumar, N., Sheer, L. and Kotler, P. (2000). From market-driven to market deriving. *European management journal*, 18(2), 129-42.
- Lok, P., & Crawford, J. (2000). The application of a diagnostic model and surveys in organizational development. *Journal of Managerial Psychology*, 15(2), 108-124.
- Mesbahi Jahromi NS & Adibzadeh M. (2016), Impact of knowledge management system on organizational innovation. *Moderating Role of Organizational Learning*, 2(5), 25-43[Article in Persian].
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup*, Crown Business, New York, NY.
- Rivera, M. J. (2017). Leveraging innovation and intrapreneurship as a source for organizational growth. *International Journal of Innovation Science*, 9(2), 137-152. <https://doi.org/10.1108/IJIS-12-2016-0057>
- Rowley, J. (2011), *Being an Information Innovator*, Facet Publishing, London.
- Rychkova, S. Nurcan. (2011), *Towards Adaptability and Control for Knowledge-Intensive Business Processes: Declarative Configurable Process Specifications*. Proceedings of the 44th Hawaii International Conference on System Sciences.

- Shaffer, Rima. (2000), *Principles of Organization Development*. American Society for Training and Development.
- Zarghami HR, Jafari M & Akhavan P. (2013). *The relationship between creativity and innovation in organizations motivated individuals for research. Ingenuity in the Humanities*; 1(4): 37-64[Article in Persian].

