

تأثیر رهبری تحول آفرین بر نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: شعبه مرکزی سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران)

عبدالله وثوقی^۱

اکبر هوشیار*^۲

رسول کریمی طاهر^۳

چکیده:

رهبران تحول آفرین دارای رفتارهایی هستند که پیروان خود را بر می‌انگیزانند تا در راستای اهداف و علایق سازمانی تلاش نمایند و آنها را محقق سازند. همچنین این رهبران قابلیت تحریک کارکنان جهت عملکرد کاری فراتر از حد انتظار را نیز دارند. هدف از این تحقیق؛ تأثیر رهبری تحول آفرین و نوآوری سازمانی کارکنان (مطالعه موردی: شعبه مرکزی سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران) می‌باشد. جامعه آماری (نمونه آماری) تحقیق کلیه کارمندان (رئیس؛ معاون و کارکنان) واحدهای مختلف شعبه مرکزی سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران که تعداد ۶۲ نفر برآورد گردیده‌اند؛ بوده است. به منظور بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی افراد نمونه در این تحقیق؛ از جداول و نمودارهای فراوانی؛ میانگین؛ انحراف معیار، و جهت تحلیل استنباطی داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون و جهت رتبه‌بندی متغیرها از آزمون اسمیرنوف و کلمروف استفاده شد. نهایتاً پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS کلیه فرضیات تحقیقی به تأیید رسیدند.

واژگان کلیدی

رهبری تحول آفرین؛ نفوذ آرمانی؛ انگیزش الهام‌بخش؛ نوآوری سازمانی.

^۱ - عضو هیئت علمی دانشگاه هوایی شهید ستاری

^۲ - نویسنده مسئول، مدرس دانشگاه هوایی شهید ستاری، کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

^۳ مدرس دانشگاه هوایی شهید ستاری، کارشناسی ارشد مدیریت دولتی

مقدمه

نیروی انسانی مهم‌ترین سرمایه سازمان‌هاست و هر چه این سرمایه از کیفیت مطلوب و بالاتری برخوردار باشد، احتمال موفقیت، بقا و پیشرفت سازمان بیشتر خواهد بود. توسعه‌های اخیر در نظریه‌های رهبری، از نظریه‌های رهبری کاریزماتیک که رهبر را موجودی غیرمعمولی فرض می‌کرد و پیروان را وابسته به رهبری می‌دانست به سمت تئوریهای نئوکاریزماتیک و رهبری تحول‌آفرین که به توسعه و توانمندسازی پیروان جهت عملکرد مستقل توجه می‌کنند، انتقال یافته است (عابدی جعفری و آغاز به نقل از زمانی؛ ۱۳۹۳).

سازمان‌ها برای این‌که بتوانند به‌طور مؤثری تقاضای در حال تغییر محیط امروزی را برآورده سازند، نیازمند انعطاف‌پذیری، انطباق‌پذیری، کارآفرینی و نوآوری بیشتری هستند. به همین اندازه نیز سبک رهبری مناسب برای تأثیرگذاری بر چنین تغییری موردنیاز می‌باشد. پژوهش‌ها حاکی از آن است که نوآوری سازمانی یکی از مهم‌ترین عوامل در موفقیت سازمان بوده و برای سازمان به‌عنوان یک مزیت رقابتی بشمار می‌آید و در این راستا خلاقیت کارکنان می‌تواند، به‌عنوان یک مزیت رقابتی مهم، در سایه رهبری تحول‌آفرین پدیدار گردد. امروزه به‌طور روزافزونی سازمان‌ها با محیط‌هایی پویا و در حال تغییر مواجه هستند. بنابراین جهت بقا و پویایی خود مجبورند خود را با تغییرات محیطی سازگار سازند (میر کمالی و چوپانی به نقل از زمانی؛ ۱۳۹۳). رهبران تحول‌آفرین دارای رفتارهایی هستند که پیروان خود را برمی‌انگیزانند تا در راستای اهداف و علایق سازمانی تلاش نمایند و آنها را محقق سازند. همچنین این رهبران قابلیت تحریک کارکنان جهت عملکرد کاری فراتر از حد انتظار را نیز دارند. در نتیجه کارکنان احساس التزام به کار و پیامدهای آن پیدا می‌کنند و آن را به‌صورت افزایش رضایت شغلی و تلاش بیشتر بروز می‌دهند. (موغلی به نقل از زمانی؛ ۱۳۹۳)

در سال‌های اخیر نیز توجه زیادی به آزمودن الگوی نوین مدیریتی رهبری تحول‌گرا شده است. به‌طوری‌که تنها در طی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۵ بیش از یک‌صد پایان‌نامه و تحقیق در دانشگاه‌های مختلف دنیا، مفهوم رهبری تحول‌آفرین را بررسی کرده‌اند. (هیومفرس و انستین، ۲۰۰۳: ۲) از یک‌طرف

تأثیر رهبری تحول آفرین بر نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران)....۱۰۳

سبک‌های رهبری مانند نقشه یا الگوهایی هستند که بنا به ضرورت‌های سازمانی راه‌حلهایی را برای ما روشن می‌سازند. بطوریکه در اداره امور یک سازمان استفاده از نقشه و یا سبک‌های رهبری اجتناب‌ناپذیر است. از سوی دیگر بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها و بسیاری از بخش‌های اقتصادی و اجتماعی به لزوم نوآوری (از نوع فردی یا سازمانی) پی برده‌اند. این گرایش عمده‌تاً به دلیل همان شرایط و وضعیت‌های پیچیده جدیدی است که سازمان‌ها را با تنگناهای رقابتی و تکنولوژیکی مواجه ساخته و تداوم روش‌های سنتی را با مشکل جدی روبرو ساخته است. (یزدان‌شناس و جمشیدیان، ۱۳۹۳)

صنعت بیمه و ارائه‌دهنده خدمات بیمه‌ای از این قاعده مستثنا نیست و ضرورت‌های بسیاری وجود دارد که کاربرد نوآوری را در آن الزامی می‌سازد. ویژگی‌های خاص مربوط به ماهیت فنی بیمه مانند تجاری بودن بیمه؛ خلاقیت و تنوع‌پذیری خدمات بیمه؛ امکان عرضه خدمات بیمه به شکل گسترده و توسط تک‌تک افراد را فراهم می‌کند. همچنین ضرورت‌های خاص مربوط به وضعیت صنعت بیمه در ایران مانند وجود بازار بالقوه بسیار بالا برای انواع رشته‌های بیمه‌ای در بخش‌های مختلف اجتماع؛ ضعف ساختاری و مدیریتی شرکت‌های بیمه به لحاظ به‌کارگیری نیروی کار متخصص و دانش‌مدار؛ عدم تناسب رشد خدمات شرکت‌های بیمه با رشد تکنولوژیک سایر سازمان‌ها و بخش‌های اجتماع و.. همگی حکایت از لزوم تصمیم‌گیری جدی برای به‌کارگیری روش‌های نوین و رشد خلاقیت کارکنان صنعت بیمه دارد. (کاظمی طامه: ۱۳۸۶)

صنعت بیمه در ایران در حال حاضر نسبت به بسیاری از شرکت‌های توسعه‌یافته و حتی در حال توسعه و هم‌تراز عقب‌تر است. حرکتی که در راستای خصوصی‌سازی و آزادسازی تعرفه‌ها ایجاد شده؛ باعث رقابت بیشتر شرکت‌های بیمه‌گذار شده است و ضرورت دارد با به‌کارگیری مفاهیم، تکنیک‌ها و روش‌های نوینی همچون کارآفرینی و نوآوری ظرفیت‌های بالقوه آن شناسایی و فعال گردند. خصوصاً بیمه تأمین اجتماعی نیروهای مسلح به لحاظ تحت پوشش قرار دادن کارکنان نیروهای مسلح کشور که وظیفه سنگین دفاع از کشور را به

عاهده دارند ضرورت توجه ویژه به این بحث را دوچندان می نماید و با توجه به این که تحقیقی در ارتباط با موضوع مقاله صورت نگرفته است. لذا هدف از این پژوهش؛ بررسی تأثیر رهبری تحول آفرین بر نوآوری سازمانی کارکنان (مطالعه موردی: شعبه مرکزی سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران) می باشد. محقق در پی آن است تا ضمن بررسی مشخص کند آیا مؤلفه های رهبری تحول آفرین شامل نفوذ آرمانی؛ ترغیب ذهنی، انگیزش الهام بخش و ملاحظات فردی در نوآوری سازمانی شعبه مرکزی سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران تأثیری دارد یا خیر؟

شاید مهم ترین علتی که محقق را به تلاش و تکاپو برای انتخاب این موضوع واداشت بحث نو بودن این تحقیق در سازمان هاست. چراکه معمولاً این گونه مباحث را در شرکت ها و مؤسسات تولیدی مطرح می نمایند و تاکنون کار علمی چندان زیادی در سازمان های مرتبط با ارائه خدمات در نیروهای مسلح انجام نشده است. شرکت های بیمه و ارائه دهنده خدمات بیمه ای و به ویژه بیمه های نیروهای مسلح جهت ایجاد مزیت رقابتی و رشد در بازار بیمه کشور می تواند به اقداماتی نظیر فناوری جدید در پوشش جدید بیمه ای؛ ایجاد فرآیندهای جدید برای توسعه کیفیت خدمات ارائه شده بپردازند که در نهایت می تواند منجر به کاهش هزینه های بیمه نیروهای مسلح و افزایش سودآوری آنها و همچنین افزایش رضایت مشتریان و مراجعه کنندگان این گونه سازمان ها از مجرای رهبری تحول آفرین و نوآوری سازمانی در این گونه ارگان ها گردد.

مبانی نظری

سبک رهبری تحولی

رهبری تحول آفرین^۱ ابتدا توسط برنز (۱۹۷۸) به طور گسترده ای بکار برده شد و به منظور تمایز بین آن دسته از رهبران که روابط قوی و انگیزشی با زیردستان و پیروان برقرار می کنند و آن دسته از آنها که به طور گسترده ای متمرکز بر مبادله یا تعامل برای ایجاد نتایج اند به وجود آمد. پس از آن باس و آوالیو ایده های برنز را بسط داده و مفهوم رهبری تحول آفرین را تثبیت کردند. برنز رهبری تحول آفرین را به عنوان فرایندی می داند که

^۱. transformational leadership

تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران)....۱۰۵

رهبران و پیروان یکدیگر را توانمند کرده تا به سطح بالایی از انگیزش و روحیه برسند. باس نیز رهبر تحول‌آفرین را کسی می‌داند که به‌منظور تقویت عملکرد کارکنان و سازمان، رابطه مثبتی با زیردستان برقرار و کارکنان را تشویق می‌کند که از نیازهای شخصی فراتر بروند و در زمینه تمایلات گروه و سازمان کار کنند. رهبران تحول‌آفرین زیردستان خود را برمی‌انگیزانند تا آنچه را در توان دارند، انجام دهند. تریسی و هینکین^۱ (۱۹۹۴) نیز رهبری تحول‌آفرین را به‌عنوان فرایند نفوذ و تغییرات اساسی در نگرش‌ها و مفروضات اعضای سازمان و ایجاد تعهد برای مأموریت‌های سازمان و اهداف آن تعریف کرده‌اند. رهبری تحول‌آفرین فرآیند نفوذ آگاهانه در افراد یا گروه‌ها برای ایجاد تغییر و تحول ناپیوسته در وضع موجود و کارکردهای سازمان به‌عنوان یک کل است. رهبری تحول‌آفرین از طریق گفتار و کردارش کل جامعه را دچار تحول می‌کند و نفوذ فراوانی در میان پیروانشان دارد. به‌زعم میر کمالی (۱۳۸۵) در رهبری تحولی، رهبر علائق و منافع پیروان را توسعه می‌دهد و در آنها احساس آگاهی و پذیرش نسبت به اهداف و مأموریت‌ها به وجود می‌آورد. (زمانی؛ ۱۳۹۳؛ تونکه نژاد؛ ۱۳۸۵)

سبک رهبری تحول‌آفرین توسط بسیاری از محققان و تحت عناوین مختلف موردبررسی و مطالعه قرار گرفته است. (بس ۱۹۸۵، بنیس ۱۹۸۵، تی چی و داوانا ۱۹۸۶، کونگر و کانوگو ۱۹۸۷، کانرت و لوتیز ۱۹۸۷، ساشکین ۱۹۸۸، شامیر و هاوس ۱۹۹۳، هاوس ۱۹۹۷). به‌طورکلی این تحقیقات، رفتارها و ویژگی‌های رهبران تحول‌آفرین را بدین‌صورت بیان کرده‌اند: خونگرمی و همدلی، نیاز به قدرت، بلاغت و مهارت بیان خوب، هوش و توجه به دیگران. این رهبران قادرند پیروان را برانگیزانند، توانایی الهام بخشی دارند، تعهد پیروان را کسب می‌کنند، و می‌توانند باورها، نگرش‌ها و اهداف افراد و هنجارهای سازمان را تغییر دهند. رهبران تحول‌آفرین این احساس را در زیردستان ایجاد می‌کنند که به آنان به‌عنوان انسان نگریسته می‌شود و به افراد کمک می‌کنند که مسائل را به روشی جدید ببینند (لندروم و همکاران، ۱۵۲، ۲۰۰۰)

^۱.Tracy & Hinkin

مؤلفه‌های رهبری تحول‌گرا

رهبری تحول‌آفرین اشاره به آن نوع رهبری دارد که در آن رهبران کاریزما دارند و ترغیب ذهنی، انگیزش الهام‌بخش و ملاحظه فردی را برای پیروان فراهم می‌کند. در این راستا رهبری تحول‌آفرین برای عملی شدن به چهار مؤلفه عامل که به‌عنوان عناصر تشکیل‌دهنده این نظریه نیز شناخته شده‌اند نیاز دارد. این مؤلفه‌ها به شرح ذیل می‌باشند که مؤلفه‌های رفتاری رهبریت تحولی را ارائه می‌کند.

- نفوذ آرمانی (کاریزما)^۱
- انگیزه الهام‌بخشی^۲
- تحریک فکری^۳
- ملاحظات فردی^۴

(الف) نفوذ آرمانی (کاریزما)

نفوذ آرمانی اشاره به سرافزاری، فرهنگ‌مندی، احترام و وفاداری بی‌چون‌وچرای پیروان از رهبری که حس آرمانی را انتقال می‌دهد، دارد در واقع این بعد از رهبری تحول‌آفرین اشاره به رهبری دارد که مورد اعتماد و تحسین زیردستان بوده و زیردستان او را به‌عنوان یک الگو شناخته و سعی می‌کنند که همانند او شوند (زمانی؛ ۱۳۹۳).

(ب) انگیزش الهام‌بخش

انگیزش الهام‌بخش شامل برانگیختن و بالا بردن انگیزش در پیروان که با توسل به احساسات زیردستان صورت می‌پذیرد و تأکیدش بر احساسات و انگیزه‌های درونی می‌باشد. در واقع انگیزش الهام‌بخش اشاره به آن نوع رهبری دارد که در زیرمجموعه خود ایجاد امید می‌کند، چشم‌انداز آتی را روشن و دست‌یافتنی معرفی کرده و افراد را ترغیب می‌کند که انتظارات خود را بالا ببرند. (موغلی؛ ۱۳۸۳)

(ج) ترغیب ذهنی

در ترغیب ذهنی، رهبران دلایلی را برای پیروان خود ارائه می‌دهند تا ادراک خودشان را نسبت به انجام اعمال و ارزش‌ها و نگرش‌های خودشان تغییر دهند. و جریانی از ایده‌های جدید و چالش‌برانگیز برای زیردستان فراهم می‌کنند؛ پیروان را تحریک می‌کنند که درباره

¹. Idealized Influence

². Intellectual Stimulation

³. Inspirational Motivation

⁴. Contingent Reward

تأثیر رهبری تحول آفرین بر نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران)....۱۰۷

راه‌های جدید فکر کنند و ارزش‌ها و اعتقادات قدیمی‌شان را دوباره ارزیابی کنند و بر حل مسئله تأکید کنند و از منطق و استدلال قبل از عمل استفاده کنند. (هامفریز؛ ۲۰۰۵)

(د) ملاحظات فردی

توجه و ملاحظه فردی، شامل توجه به تفاوت‌های فردی پیروان و ارتباط با تک‌تک آنها و تحریک آنان از طریق واگذاری مسئولیت‌ها برای یادگیری تجربه‌ها است و صرف وقت به‌منظور آموزش رفتار و مرادده با افراد برای رشد و توسعه توانایی‌های زیردستان می‌باشد. این عامل دربرگیرنده مراتب دلسوزی و اهتمام وافر رهبر در خصوص توجه جدی به خواسته‌های پیروان و تلاش به‌منظور رشد و شکوفایی هر چه بیشتر آنان است (نوردوس به نقل از قادری، ۱۳۸۸).

مفهوم نوآوری

نوآوری شامل شکل گرفتن ایده، پذیرش و اجرای ایده‌های جدید در فرآیند، محصولات و خدمات است. جوزف شومپتر اقتصاددان بزرگ اتریشی نوآوری را چنین تعریف کرده است: ایجاد کسب‌وکار جدید با استفاده از یکی از موارد زیر:

(۱) مواد یا قطعات جدید؛

(۲) ارائه فرایندهای جدید؛

(۳) ایجاد بازارهای جدید؛

(۴) به‌کارگیری تشکلهای سازمانی جدید.

بر اساس این تعریف، نوآوری‌ها ترکیب دو مقوله به نام‌های مقوله تجارت و مقوله فنی هستند. هنگامی که تغییری در فناوری تحقق یابد، شومپتر آن را اختراع می‌نامد و هنگامی که این تغییر به جهان تجارت وارد می‌شود، نوآوری اتفاق می‌افتد.

دراکر^۱ نوآوری سیستماتیک را جستجوی هدفمند و سازمان‌یافته برای تغییر تلقی می‌کند. کنترا^۲ (۲۰۰۷) در تعریف خود از نوآوری بر فرآیند آن تأکید کرده و نوآوری را فرآیند گردآوری هر نوع ایده جدید و مفید برای حل مسئله می‌خواند و معتقد است که نوآوری شامل شکل گرفتن ایده، پذیرش و اجرای ایده‌های جدید در فرآیند، محصولات و خدمات است (آقایی فیشانی؛ ۱۳۷۷).

^۱.Dracker

^۲.Kenter

سیر تحول نوآوری

الف) موج اول: دیدگاه شومپیتر

شومپیتر، نوآوری را معرفی یک ترکیب جدید از عوامل تولید و حالت‌های مختلف یک نظام یا به عبارتی یافتن یک تابع تولید جدید می‌داند. عوامل این نظام، شناخت یک محصول جدید، یافتن یک فرایند تولیدی جدید، دستیابی به بازار جدید، به‌کارگیری منابع جدید و نهایتاً طراحی یک سازمان جدید است. (شهرآرای به نقل از زمانی؛ ۱۳۹۳)

ب) موج دوم نوآوری تکنولوژیک

موج نوآوری تکنولوژیک بین سال‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۰ مطرح شده است و دانشمندان و متفکرین - نوآوری تکنولوژیکی مختلفی در این زمینه اظهار نظر نموده‌اند که به دو موضوع تولید و فرایند نوآورانه توجه بیشتری داشته‌اند. در این مرحله ابداع و اختراع به مرحله تجاری‌سازی منجر شده و تأثیر بسزایی در رشد اقتصادی کشورها داشته است، پس‌از این مرحله به نوآوری سیستماتیک و فرایند گرایی توجه بیشتری شده است. به‌گونه‌ای که دیوید و نورث در سال ۱۹۷۱، ادعا می‌کنند که تغییرات سیستماتیک و رشد اقتصادی امریکا، از این مرحله شروع می‌شود. (همان)

ج) موج سوم: نوآوری صنعتی

مشخصات نگرش نوآوری صنعتی توسط فریمن بین سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۰ مطرح گردید. این نگرش انجام تحقیقات پایه، اختراع، توسعه و نوآوری است. فریمن از جمله ویژگی‌های نوآوری در این دوره را فزاینده بودن آن اعلام می‌دارد که این موضوع به دلیل امکانات تولید بهتر در دوران صنعتی، فرصت‌های بیشتری برای خلق ایده‌های جدید و نیازهای فزاینده جوامع بشری ایجاد می‌نماید. (همان)

د) موج چهارم: نظام نوآوری

در سال‌های ۱۹۷۹ تا ۱۹۸۹ بر نظام‌های نوآوری تأکید بیشتری شده است، به‌گونه‌ای که فریمن نظام نوآوری را، شبکه‌ای از سازمان‌ها برای تحقق فناوری معرفی می‌نماید و در اکتبر سال ۱۹۹۲ نوآوری فناوری را تولید و فرایند جدید و تغییرات چشمگیر در نوآوری شامل مجموع‌های از فعالیت‌های علمی، فناوری، سازمانی، مالی و تجاری، تعریف می‌نماید. در مرحله بعد در سال ۱۹۷۹ نوآوری را شامل فعالیت‌های کسب دانش، کسب، R&D؛ تجهیزات، تدارکات تولید و بازاریابی می‌داند و آن را به سه نوع نوآوری فنی و تکنولوژیکی، نوآوری غیر تکنولوژیکی، نوآوری صنعتی تقسیم می‌نماید. در این تقسیم‌بندی منظور از نوآوری غیر تکنولوژیک، نوآوری سازمانی و نوآوری مدیریتی است (همان)

تأثیر رهبری تحول آفرین بر نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران)...۱۰۹

ر) موج پنجم: نوآوری علمی ۱۹۹۳

نوآوری علمی عبارت است از ایجاد، ارزیابی، مبادله و کاربرد ایده‌های جدید به منظور برتری یافتن بنگاه‌های اقتصادی در بازار کالا و خدمات، که منجر به شکوفایی اقتصادی ملی و توسعه اجتماعی می‌شود و شامل مراحل زیر است فرایندهای کسب دانش علمی جدید از طریق

(۱) فعالیت‌های تحقیق و توسعه

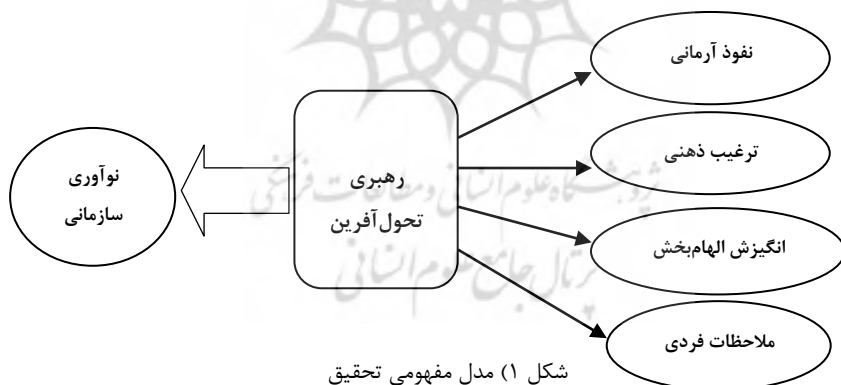
(۲) فرایندهای کسب و ایجاد دانش جدید برای منافع اقتصادی و اجتماعی

(۳) نوآوری علمی در فرایندهای تولید، توزیع و کاربرد دانش

(۴) نظام نوآوری علمی ملی. (همان)

مدل مفهومی تحقیق

متغیرهای مستقل این تحقیق مؤلفه‌های رهبری تحول آفرین شامل نفوذ آرمانی؛ ترغیب ذهنی؛ انگیزش الهام بخش و ملاحظات فردی است. متغیر وابسته تحقیق نوآوری سازمانی است.



شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق

فرضیات تحقیق

الف) فرضیه اصلی تحقیق:

مؤلفه‌های رهبری تحول‌آفرین بر نوآوری سازمانی کارکنان شعبه مرکزی سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران تأثیر دارد.

ب) فرضیات فرعی پژوهش

- ۱) مؤلفه نفوذ آرمانی بر نوآوری سازمانی تأثیر دارد.
- ۲) مؤلفه ترغیب ذهنی بر نوآوری سازمانی کارکنان شعبه مرکزی سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران تأثیر دارد.
- ۳) مؤلفه انگیزش الهام‌بخش بر نوآوری سازمانی کارکنان شعبه مرکزی سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران تأثیر دارد.
- ۴) مؤلفه ملاحظات فردی بر نوآوری سازمانی کارکنان شعبه مرکزی سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران تأثیر دارد.

روش پژوهش

تحقیق حاضر؛ برحسب هدف کاربردی و بر اساس شیوه‌های گردآوری داده‌های توصیفی از نوع همبستگی است. تحقیق توصیفی شامل جمع‌آوری اطلاعات برای آزمون فرضیه یا پاسخ به سؤالات مربوط به وضعیت فعلی موضوع مطالعه می‌شود. یک مطالعه توصیفی چگونگی وضع موجود را تعیین و گزارش می‌کند (خاکی، ۱۳۷۸). هدف از این تحقیق؛ بررسی ارتباط رهبری تحول‌آفرین و نوآوری سازمانی کارکنان (مطالعه موردی: شعبه مرکزی سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران) می‌باشد. جامعه آماری (نمونه آماری) تحقیق کلیه کارمندان (رئیس؛ معاون و کارکنان) واحدهای مختلف شعبه مرکزی سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران که تعداد ۶۲ نفر برآورد گردیده‌اند. با توجه به محدود بودن تعداد افراد جامعه از تعیین نمونه اجتناب نموده و حجم جامعه آماری به‌عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شده است. به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات موردنظر و سنجش متغیرهای تحقیق، از پرسشنامه استاندارد رهبری تحول‌آفرین بس و آوولیو (۱۹۹۹) و پرسشنامه نوآوری سازمانی استانداردشده نوآوری پاتچن و فیفر (۱۹۸۶) استفاده شد. سؤالات پرسشنامه‌ها متناسب با فرضیات پژوهش بر اساس طیف لیکرت طراحی شده است. ضمن اینکه پرسشنامه‌ها استاندارد می‌باشند و در تحقیقات متعددی استفاده شده جهت اعتبار هر

تأثیر رهبری تحول آفرین بر نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران).... ۱۱۱

دو پرسشنامه از روش اعتبار محتوا استفاده شد. ضریب پایایی برای پرسشنامه استاندارد رهبری تحول آفرین ب‌اس و اولیوو ۰/۸۸ و پرسشنامه نوآوری پاتچن و فیفر ۰/۸۹ بوده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

یافته‌های توصیفی

همان‌طور که نتایج نشان داد ۲۸ درصد نمونه مورد بررسی زن و ۷۲ درصد مرد هستند بودند. همچنین ۴۱ درصد نمونه مورد بررسی بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۳ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۲۱ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۵ درصد بالای ۵۱ سال هستند. در واقع بیشترین فراوانی متعلق به گروه سنی ۲۰-۳۰ سال است که این گروه سنی با توجه به تجربه کاری و جوان و پرنرژی بودنشان منبع خوبی برای بهره‌برداری از سرمایه فکری و دانش سازمانی‌شان هستند. فراوانی و درصد نمونه آماری به تفکیک سابقه خدمت نشان داد ۳۸ درصد نمونه مورد بررسی بین ۱-۱۰ سال، ۳۶ درصد بین ۱۱-۲۰ سال، ۲۶ درصد باقی‌مانده نیز دارای سابقه خدمت بالای ۲۰ سال هستند. در واقع بیشترین فراوانی سابقه خدمت متعلق به سابقه خدمت ۱ تا ۱۰ سال است. توزیع فراوانی و درصد نمونه آماری به تفکیک سطح تحصیلات همان‌طور که مشاهده می‌شود بیشترین درصد (۷۱ درصد) متعلق به مقطع فوق‌دیپلم و لیسانس و کمترین درصد (کمتر از ۸ درصد) متعلق به افراد مقطع کارشناسی ارشد و بالاتر می‌باشند. و این نتیجه گویای تحصیلات دانشگاهی و علمی تعداد قابل توجهی از افراد نمونه است نهایتاً وضعیت تأهل نشان داد ۳۹ درصد مجرد و ۶۱ درصد متأهل بوده‌اند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی

یافته‌های استنباطی:

نتایج مربوط به نرمال بودن متغیرهای تحقیق با استفاده از آزمون K-S در جدول زیر آمده است.

جدول (۱) نتایج آزمون نرمال بودن متغیرها

متغیر	Sig(سطح معنی داری)	α (مقدار خطا)	نتیجه آزمون
ترغیب	۰.۳۱۵	۰/۰۵	نرمال
نفوذ	۰.۱۹۸	۰/۰۵	نرمال
انگیزش	۰.۱۴۷	۰/۰۵	نرمال
ملاحظه	۰.۱۳۶	۰/۰۵	نرمال
نوآوری	۰.۱۲۴	۰/۰۵	نرمال

همان‌طور که مشاهده می‌شود توزیع همه متغیرهای تحقیق نرمال می‌باشد. بنابراین برای آزمون فرضیات تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون استفاده گردید.

آزمون فرضیه‌های تحقیق

الف) در این بخش از آزمون همبستگی پیرسون جهت بررسی ارتباط مؤلفه‌های رهبری تحول‌آفرین و نوآوری سازمانی استفاده می‌شود و در ادامه از آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی متغیرها استفاده شده است.

جدول (۲) ماتریس همبستگی متغیرهای پیش‌بین و مزیت

متغیرهای مرتبط	ضریب همبستگی	تعداد	مقدار خطا	سطح معنادار	تفسیر
ترغیب ذهنی و نوآوری سازمانی	.۷۶۹	۶۲	۰/۰۵	۰/۰۰	رابطه مستقیم و معنادار
نفوذ آرمانی و نوآوری سازمانی	.۷۸۴	۶۲	۰/۰۵	۰/۰۰	رابطه مستقیم و معنادار
انگیزش و نوآوری سازمانی	۰/۷۷۳	۶۲	۰/۰۵	۰/۰۰	رابطه مستقیم و معنادار
ملاحظه فردی و نوآوری سازمانی	۰/۸۳۸	۶۲	۰/۰۵	۰/۰۰	رابطه مستقیم و معنادار
رهبری تحول‌آفرین و نوآوری سازمانی	.۹۴۲	۶۲	۰/۰۵	۰/۰۰	رابطه مستقیم و معنادار

برای بررسی فرضیات اصلی و فرعی تحقیق مطابق جدول فوق با در نظر گرفتن مقدار ضریب همبستگی پیرسون بین مؤلفه‌های رهبری تحول‌آفرین و نوآوری سازمانی همچنین مقدار معنادار که کمتر از ۵٪ بوده است در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌توان نتیجه گرفت که همبستگی خطی معنی‌داری بین کلیه متغیر مؤلفه‌های رهبری تحول‌آفرین و نوآوری

تأثیر رهبری تحول آفرین بر نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران)... ۱۱۳

سازمانی وجود دارد، لذا فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی دار بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته رد می شود.

ب) نتایج تحلیل رگرسیون

معادله رگرسیونی فرضیات اصلی و فرعی تحقیق را می توان با استفاده از نتایج جداول زیر با استفاده از خروجی نرم افزار SPSS به شرح زیر محاسبه گردید.

جدول ۳) نتایج مربوط به تحلیل واریانس

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین R^2	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار تخمین	آزمون دوربین واتسون	سطح معنی داری
۰/۹۱۴	۰/۹۱۸	۰/۹۲۱	۰/۱۷۶۲۵	۱/۸۲۹	۰/۰۰۰

همان طور که در جدول ۳ مشاهده شد طبق خروجی مقادیر ضریب رگرسیون چندگانه، ضریب تعیین، ضریب تعیین تعدیل شده، آزمون دوربین واتسون و خطای معیار تخمین و سطح معنادار به دست آمد. سطح معنادار برابر صفر می باشد و از سطح معنی داری ۰/۰۵ نیز کوچک تر می باشد که نشان می دهد مدل رگرسیون توانسته است تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهد. ضریب تعیین تعدیل شده مدل برابر ۰/۹۲۱ می باشد، بنابراین می توان نتیجه گرفت که ۹۲/۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته، قابل استناد به تغییرات متغیرهای مستقل می باشد و بقیه تغییرات متغیر وابسته (نوآوری) یعنی ۷/۹ درصد از تغییرات ناشی از شانس (عواملی غیر از متغیرهای مستقل) بوده است. ضریب همبستگی چندگانه همان طور که از جدول پیداست برابر با ۰/۹۱۴ می باشد. این امر بدین معنا است که شدت رابطه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته نزدیک ۹۱ درصد بوده است. مقدار آماره d دوربین واتسون برابر با ۱/۸۲۹ می باشد که در فاصله ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد که نشان دهنده عدم وجود همبستگی بین خطاها بود.

به منظور به دست آوردن معادله رگرسیون اطلاعاتی از جمله مقدار ثابت معادله^۱؛ ضرایب رگرسیون^۲؛ همچنین بررسی آزمون خطی بودن که از سطح معنی داری مشخص می گردد؛ آورده شد. برای مقایسه تأثیر متغیرها از ضرایب استاندارد شده بتا بدون توجه به علامت آنها استفاده می شود. ضرایب استاندارد شده در این جدول نشان می دهد که متغیر ملاحظه فردی

^۱ α

^۲ β

دارای بیشترین تأثیر بر متغیر وابسته می‌باشد. زیرا به ازای یک واحد تغییر در این متغیر ۰.۵۲ تغییر در متغیر وابسته (نوآوری سازمانی) ایجاد می‌شود. ضریب تأثیر متغیرهای مستقل دیگر نیز شامل ترغیب ۰/۱۱۷؛ نفوذ ۰/۲۲۹؛ و انگیزش ۰/۲۸ می‌باشد. آماره t و sig که جهت آزمون فرض تساوی هر یک از ضرایب ستون B با عدد صفر در دو ستون انتهایی جدول مورد بحث ارائه شده است. از آنجایی که sig آزمون تساوی ضرایب رگرسیون کوچک‌تر از ۵ درصد می‌باشند. بنابراین فرض تساوی ضرایب رگرسیون با صفر رد می‌شود و نیازی به خارج کردن آنها از معادله رگرسیون نیست. به عبارت دیگر این ۴ متغیر بر نوآوری سازمانی تأثیر دارند. با توجه به اطلاعات جدول مذکور می‌توان معادله رگرسیون را به صورت زیر نوشت:

$$y = 0.47 + 0.55 X_1 + 0.117 X_2 + 0.229 X_3 + 0.28 X_4$$

ج) نتایج آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی متغیرها

جدول ۵) آزمون رتبه‌بندی متغیرهای مستقل بر اساس آزمون فریدمن

رتبه	عنوان	میانگین رتبه
اول	نفوذ	۳.۶۷
دوم	انگیزش	۲.۵۱
سوم	ترغیب	۲.۳۳
چهارم	ملاحظه فردی	۲.۰۳

نتایج آزمون فریدمن در رتبه‌بندی متغیرها نشان می‌دهد که بیش‌ترین میانگین رتبه متعلق به نفوذ با مقدار ۳.۶۷ و کم‌ترین میانگین رتبه متعلق به ملاحظه فردی با میانگین ۲.۰۳ است. آماره‌های آزمون فریدمن نشان می‌دهد که χ^2 دو با مقدار ۲۲۹.۱۱۲ درجه آزادی ۳ در سطح ۰.۰۵، معنادار است.

نتایج آزمون فرضیات

جدول ۶) نتیجه نهایی فرضیات

متغیرهای مرتبط	ضریب همبستگی	تعداد	مقدار خطا	سطح معنادار	نتیجه
ترغیب ذهنی و نوآوری سازمانی	.۷۶۹	۶۲	۰/۰۵	۰/۰۰	تأیید فرضیه
نفوذ آرمانی و نوآوری سازمانی	.۷۸۴	۶۲	۰/۰۵	۰/۰۰	تأیید فرضیه
انگیزش و نوآوری سازمانی	۰/۷۷۳	۶۲	۰/۰۵	۰/۰۰	تأیید فرضیه
ملاحظه فردی و نوآوری سازمانی	۰/۸۳۸	۶۲	۰/۰۵	۰/۰۰	تأیید فرضیه
رهبری تحول آفرین و نوآوری سازمانی	.۹۴۲	۶۲	۰/۰۵	۰/۰۰	تأیید فرضیه

پیشنهادهات

پیشنهاد می‌شود که مدیران ارشد سازمان به صورت عملی رفتارهای تحول آفرین از خود بروز دهند و به عنوان سرمشق و الگو در این زمینه معرفی شوند تا زمینه‌ای برای رفتارهای تحول آفرین در سطوح پایین تر سازمان نیز فراهم شود. به رهبران پیشنهاد می‌شود از سازوکارهای زیر استفاده نمایند:

از آنجاکه عامل نفوذ آرمانی دارای اهمیت فوق العاده‌ای است جهت توسعه این عامل می‌توان به امور زیر مبادرت ورزید: تسهیل همکاری و مشارکت بیشتر پیروان با مدیران از طریق ایجاد یک چشم‌انداز مشترک و تصریح اهمیت داشتن تعهد قوی نسبت به هدف‌های تأمین اجتماعی نیروهای مسلح. ایجاد یک جو رقابتی سالم جهت توسعه ظرفیت‌های بالقوه کارکنان از طریق ارائه پاداش‌های مادی و معنوی به افراد گروه برتر.

در این صورت هرکدام از این نفرت برتر می‌توانند رهبران تحول آفرین آینده باشند و در راستای تحقق هر چه بیشتر اهداف سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح گام بردارند. تقویت روحیه جمع‌گرایی به جای فردگرایی از طریق ایجاد تیم‌های کاری و ارائه پاداش بر پایه همکاری و مشارکت اعضای این تیم‌ها که نهایتاً این امر می‌تواند منجر به افزایش انسجام میان اعضای سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شود.

پیشنهاد می‌شود که رهبران تحول آفرین در راستای تقویت هر چه بیشتر عامل انگیزش الهام‌بخش به طرق زیر اقدام نمایند: داشتن انتظارات بالا از کارکنان و محول کردن مسئولیت‌های چالش برانگیز به آنها در کنار اخذ بازخورد از ایشان درگیر کردن مافوق و

زیردستان و ارائه چشم‌انداز آینده جهت مشارکت بیشتر آنها در تحقق اهداف و داشتن تفکر خوش.

جهت تقویت هر چه بیشتر عامل ملاحظات فردی مدیران سازمان تأمین اجتماعی می‌توانند به طرق زیر اقدام نمایند: ایجاد یک جو حمایتی و دوستانه جهت افزایش رضایت کارکنان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح و در نتیجه افزایش اثربخشی. توجه به نیازهای یکایک کارمندان این سازمان و ایجاد فرصت برای شکوفایی و ارتقای آنان به سطح بالاتر توسعه شخصیتی. صرف وقت در جهت آموزش و مربی‌گری برای کمک به رشد کارکنان نیروهای مسلح.

در راستای توجه به عامل ترغیب ذهنی، به مدیران سازمان پیشنهادهاى زیر ارائه می‌شود:

۱. فاصله گرفتن از ارزش‌های سنتی و تشویق ارائه راه‌حل‌های جدید از طریق ارائه پاداش به خلاقیت‌ها و تفکرات نو. تفویض مسئولیت و اقتدار به کارکنان و همکاران در جهت توانمندسازی آنها.
۲. استفاده از فنون تشویق خلاقیت مانند روش طوفان مغزی و پیاده‌سازی آن در این سازمان به‌ویژه در بین مدیران این سازمان.
۳. برنامه‌ریزان و مدیران سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح برای افراد خلاق و سخت‌کوش ارزش قائل شوند.
۴. یک مدیر از طریق سپاسگزاری، تقدیر و تشویق از فرد خلاق، از طریق افزایش حقوق، دادن جایزه، یا نوع دیگری پاداش، باید به نبوغ فرد و خلاقیت وی ارج نهد.
۵. تأکید بر تحقیق و پژوهش در سازمان با زمینه رهبری تحول‌آفرین در ایجاد انگیزه و خلاقیت در کارکنان نیروهای مسلح. تهیه و تدوین برنامه‌های آموزشی در ایجاد مهارت رهبری تحول‌آفرین در مدیران بیمه‌ای نیروهای مسلح.
۶. ایجاد تحول در نظام اداری وزارت دفاع و سازمان‌های بیمه‌ای مرتبط با آن در برخورداری از پیاده‌سازی راهکارهای کاربردی رهبری تحول‌آفرین با الگوبرداری از سازمان‌های موفق.

بر اساس مطالعه‌ای که در ارتباط با مدیرهای تحقیق حاضر انجام شد مدیران سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح اجازه دهند اعضاء، روابط متقابل باهم داشته باشند. زیرا یک جو

تأثیر رهبری تحول آفرین بر نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح شهر تهران)... ۱۱۷

باز و خلاق و نوآور زمانی تقویت می‌شود که به افراد اجازه داده شود با یکدیگر ارتباط نزدیک‌تری برقرار کنند و گروه‌ها و اعضای گروه‌های مختلف، روابط متقابل (تعامل) باهم داشته باشند. این روابط متقابل باعث می‌شود که اطلاعات مفید بین اعضای سازمان ردوبدل، نظرات و دیدگاه‌های جدید درباره مسائل سازمانی، آزادانه به سایر اعضا داده شود.

بنابراین مدیران سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح در رده‌های عالی و میانی فضایی را ایجاد می‌کنند که افراد پدیده تغییر و نوآوری را بپذیرند. اعضای سازمان باید بر این امر اعتقاد پیدا کنند که تغییر به نفع آنها و سازمان تمام خواهد شد. این باور معمولاً زمانی به وجود می‌آید که اعضا به هنگام تصمیم‌گیری با مدیر همکاری کنند و به هنگام اجرای تغییرات برنامه‌ریزی شده به‌گونه‌ای عمل شود که امنیت شغلی اعضا به خطر نیفتد.

مدیران سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح نظرات و عقاید جدید را تقویت و حمایت کنند. مدیران سازمان از بالاترین مقام تا سرپرستان رده پایین، باید این موضوع را در گفتار و در عمل ثابت کنند که مقدم نظرهای جدید را گرمی می‌دارند. مدیران برای اینکه پدیده نوآوری سازمانی را تشویق و تقویت نمایند باید به پیشنهادات زیردستان باعلاقه گوش بدهند و نظرات مفید که نویدبخش آینده‌ای درخشان است را به اجرا درآورند و آن نظرات را به سطوح بالاتر و مقامات عالی سازمان برسانند.

منابع:

- کاظمی طامه؛ م. (۱۳۸۶) "کارآفرینی در بیمه" فصلنامه تخصصی آسیا؛ ش ۴۲.
- موعلی، علیرضا (۱۳۸۳) رهبری تحول آفرین و ابزار سنجش آن، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۴۴-۴۳
- -یزدان شناس؛ م. جمشیدیان؛ م. (۱۳۸۷) "رهبری تحول آفرین در مدیریت تغییر" ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت؛ مرجع دانش.
- تونکه نژاد، مانی. (۱۳۸۵) "مقایسه دو سبک رهبری خدمتگزار و تحول گرا دو محیط، دو سبک رهبری، ماهنامه تدبیر، سال ۱۷، شماره ۱۷۲
- قادری، اسماعیل. (۱۳۸۸) رهبری تحول آفرین رکن اصلی در توسعه و ارتقای هوش سازمانی، مجله عصر مدیریت، سال چهارم، شماره دوازدهم و سیزدهم.
- میر کمالی، سیدمحمد؛ چوپانی، حیدر. (۱۳۹۰) "رابطه بین رهبری تحول آفرین با گرایش به نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه‌ای. پژوهشنامه بیمه (صنعت بیمه)؛ پاییز ۱۳۹۳.
- عابدی جعفری، حسن؛ و آغاز، عسل (۱۳۸۷) "رهبری تحول آفرین و فرهنگ سازمانی (مطالعه موردی در وزارت رفاه و تأمین اجتماعی؛ دانش مدیریت؛ شماره ۲۱
- -آقایی فیشانی، تیمور. (۱۳۷۷)، خلاقیت و نوآوری در انسان‌ها و سازمان‌ها، انتشارات ترمه.
- BASS, B. M. and AVOLIO, B. J. 1989. "Potential biases in leadership measures: How prototypes, eniency, and general satisfaction relate to ratings and rankings of transformational and transactional leadership construct", Educational and Psychological Measurement, 49:509-527
- Landrum, N. E., Howell, J. P., and Paris, L. (2000). "Leadership for strategic change", Leadership & Organization Development Journal, 21(3): 150- 156.
- Humphreys, J. H., and Einstein, W. O. (2003). Noting "New under the sun: transformational leadership from a historical perspective", Management Decision, vol.41, No.1, pp 85-95.
- Humphreys, John H(2005). Contextualimplications for transformational andservant leadership; Management Decision;Vol. 43 No. 10 pp. 1410-1431.