

## شناسایی میزان تأثیر جو سازمانی بر نوآوری (مطالعه موردی: دانشگاه ولایت)

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۴/۰۹

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۵/۲۷

کد مقاله: ۲۵۶۱۱

فاطمه کاظمی اسکری<sup>۱</sup>، میثم علیخانی<sup>۲</sup>

### چکیده

در سازمان‌های موفق، مدیران، کارشناسان و کارکنان آن بر اساس استراتژی سازمان همواره در یک رقابت پویا به دنبال نوآوری و خلاقیت می‌باشند و تفکر در نیروهای سازمان به صورت یک عادت و وظیفه سازمانی تلقی می‌گردد. در این صورت بانهاده شدن خلاقیت و تولید فکر و اندیشه نو، سازمان تبدیل به یک سازمان خلاق، نوآور و شکوفا می‌گردد و حاصل آن هم افزایش درنوآوری سازمانی است. این تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی تحلیلی می‌باشد، که به شکل میدانی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارمندان دانشگاه ولایت ایرانشهر است، که نمونه آماری برابر با جامعه آماری درنظر گرفته شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از پرسشنامه استفاده گردید و روایی پرسشنامه‌ها مورد تایید اساتید خبره دانشگاه ولایت قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. نتایج این پژوهش نیز حاکی از آن بود دانشگاه‌های کشورمان برای بالابردن خلاقیت و نوآوری دانشجویانشان باید به سمت جو سازمانی نوآورانه حرکت کنند نوآوری دانشگاه‌ها می‌تواند ویژگی‌های دانشگاه، افزایش کارایی، و اهداف آموزشی دانشگاه را منحصربه‌فرد کند باید گفت که جو سازمانی نوآورانه در دانشگاه‌ها می‌تواند علاوه بر خودکارآمدی خلاق بر رفتار نوآورانه آنها تأثیر بسزایی داشته باشد.

واژگان کلیدی: سازمان، نوآوری، دانشگاه

۱- کارشناسی ارشد، مدیریت کارآفرینی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران؛  
velayat100kar@yahoo.com

۲- کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران

## ۱- مقدمه

در عصر حاضر که تغییر و تحولات محیطی از مهمترین چالش‌های فراروی سازمان‌ها به شمار می‌روند، بهره‌گیری مناسب از استعدادها و توانایی‌های افراد در تدوین چارچوب‌ها و الگوهای فکری جدید، نقشی حیاتی دارد. منابع انسانی سازمان که عمده‌ترین منبع توسعه نوآوری در سازمان می‌باشند، در کلیه سطوح بایستی به این باور برسند که اصولاً بقای سازمان در دنیای رقابتی و پیچیده امروز، منوط به خلاقیت و نوآوری همگانی بوده و همه نیروها باید در جهت ایجاد نوآوری و خلاقیت در سازمان فعالیت نمایند. برای ایجاد و تداوم نوآوری و شکوفایی در سازمان باید عادت به تفکر و خلاقیت را در تمامی کارکنان ایجاد کرد. مدیریت و توسعه استعدادها در یک ضرورت سازمانی اجتناب‌ناپذیر است (قلیپور، ۱۳۹۰).

یکی از مهمترین عوامل تسهیل و تقویت توان خلاقیت و نوآوری در سازمان، ساختار مناسب و تشکیلات مناسب با اهداف مورد نظری باشد. این سازمان‌ها هستند که باید شرایطی را فراهم کنند تا همه کارکنان از چنین روحیه خلاقانه بهره‌مند شده و بتوانند به راحتی و به طور فردی یا گروهی، فعالیت‌های نوآورانه خود را به اجرا در آورند. در جهان امروز تفکر، نوآوری و خلاقیت و استفاده از آن در سازمان‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است. در سازمان‌های موفق، مدیران، کارشناسان و کارکنان آن بر اساس استراتژی سازمان همواره در یک رقابت پویا به دنبال نوآوری و خلاقیت می‌باشند و تفکر در نیروهای سازمان به صورت یک عادت و وظیفه سازمانی تلقی می‌گردد. در این صورت با نهادینه شدن خلاقیت و تولید فکر و اندیشه نو، سازمان تبدیل به یک سازمان خلاق، نوآور و شکوفا می‌گردد و حاصل آن هم افزایش در نوآوری سازمانی است. بدون شک، وجود مدیری با دانش و تاثیرگذار در سازمان که علاوه بر سازگاری و هماهنگی با تغییرات، خود نیز بتواند باعث ایجاد تغییرات در سازمان شود باعث بهبود کیفیت یادگیری و عملکرد سازمانها می‌شود (غضنفری و علی احمدی، ۱۳۹۵). بدون تردید سازمان‌های عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گسترده بین‌المللی مواجه‌اند، در این زمینه برای اینکه بتوان در دنیای متلاطم امروز به حیات خود ادامه داد باید به خلاقیت و نوآوری روی آورد و ضمن شناخت تغییرات و تحولات بر آنها تاثیر نهاد و به آنها شکل دلخواه داد. با توجه به این تغییرات و تحولات سریع، خلاقیت و نوآوری به عنوان اصل اساسی و مهم بقای سازمان‌ها پذیرفته شده است. دانشی که سازمان در اختیار دارد و می‌تواند آنرا بکارگیرد، بیانگر فعالیت‌هایی است که سازمان قادر به انجام آنهاست. از طرف مقابل فعالیت‌هایی که سازمان باید بتواند از عهده انجام آنها برآید، بیانگر نیاز به دانش‌های جدیدی است که سازمان باید نسبت به کسب و مدیریت آنها اقدام نماید (پورژدی، ۱۳۸۶).

براین اساس کشورهای پیشرفته بر آموزش خلاقیت تاکید زیادی دارند و در این زمینه پیشرفت انسان، سازمان و جامعه در گرو خلاقیت و نوآوری است و آگاهی از فنون و روش‌ها برای ایجاد فضای لازم برای رشد و باروری این روحیه ضروری است. خلاقیت و نوآوری در درون یک سازمان در خلاء به وجود نمی‌آید، بلکه ساختار سازمانی به عنوان یک بستر زمینه را برای پیدایش خلاقیت آماده می‌کند. سازمان‌هایی که امکان برقرار کردن رابطه به ویژه رابطه غیر رسمی و انعطاف پذیر را در ساختار خود پیش‌بینی می‌کنند، عوامل مثبت و موثری برای ترغیب و رشد خلاقیت و نوآوری در سازمان خود به وجود می‌آورند. عامل ایجاد و پرورش خلاقیت در محدوده علم و هنر مدیریت قرار می‌گیرد و مدیران می‌توانند پیدایش خلاقیت را در سازمان‌ها با ایجاد زمینه‌ها و بستر مناسب همچون ساختار سازمانی مناسب، تسریع یا با ایجاد فضای نامناسب آن را خنثی کنند. سازمان باید سیستم‌هایی را برای شناسایی و ارزیابی ایده‌های مطلوب در اختیار داشته باشد (اعرابی، ۱۳۹۴). بررسی سازمان‌های موفق حاکی از آن است که این سازمان‌ها در مقایسه با سازمان‌های کمتر موفق، محصولات و ایده‌های جدید بیشتری را طراحی می‌کنند، از منابع خود به صورت کارآمدتر و مؤثرتر بهره‌مندی می‌کنند، به صورت خلاق تری محصولات خود را تبلیغ و برای فروش عرضه می‌کنند و از مدیریت اثر بخش تری برخوردارند.

## ۲- جو سازمانی

جو سازمانی را جلوه‌ای از فرهنگ، ترکیبی از احساسات، نگرش‌ها، رفتارهای شکل‌دهنده زندگی سازمانی و یک واقعیت سازمانی با یک مفهوم عینی تعریف می‌کنند (اکوال، ۱۹۹۶) جو سازمان، می‌تواند در ارتقای خلاقیت و نوآوری در بین افراد نقش حیاتی ایفا کند. داشتن جو خلاق مرتبط با فرهنگ در سازمان، موجد محیطی است که قدرت سازمانی را افزایش می‌دهد. این ایده‌ای است که توسط چند تن از محققین ارائه شده است (وست و فار، ۱۹۹۰). جو سازمانی دربرگیرنده نظام ارزشی است که این معنا که مشخص می‌کنند روش انجام کار چیست و اینکه چه رفتارهایی مورد تأیید قرار می‌گیرد. به نظر شنایدر (۱۹۹۲) جو سازمانی به طور گسترده‌ای به عنوان درک مشترک از خط‌مشی‌ها و اقدامات و رویه‌های سازمانی اعم از رسمی و غیر رسمی تعریف شده است و برای اعضا قابل مشاهده است در واقع درک کارکنان از حوادث، اقدامات و روشها و رفتارهای سازمانی می‌تواند دانست. در واقع فرآیند شناخت جو سازمانی بیان می‌کند که چگونه افراد بصورت مستقل در داخل سازمانها، مسائل و چالش‌های ناشناخته را می‌بینند و چهارچوبی جدید از ابزارها و اهداف ایجاد می‌کنند تا از آنها استفاده نمایند.

### ۳- اهمیت و ضرورت خلاقیت و نوآوری در سازمان ها

همه سازمانها برای بقاء نیازمند اندیشه های نو و نظرات بدیع و تازه اند. افکار و نظرات جدید همچون روحی در کالبد سازمانه دمیده می شود و آن را از نیستی و فنا نجات می دهد. در عصر ما برای بقاء و پیشرفت حتی حفظ وضع موجود، جریان نوجویی و نوآوری را در سازمان تداوم بخشید تا از رکود و نابودی آن جلوگیری شود. برای آن که بتوان در دنیای متلاطم و متغیر به حیات ادامه داد باید به نوآوری و خلاقیت روی آورد و ضمن شناخت تغییرات و تحولات محیط برای رویارویی پاسخ های بدیع و تازه تدارک دید و همراه تأثیرپذیری از این تحولات بر آنها تأثیر نهاد و بدان ها شکل دلخواه داد. در کشورهای پیشرفته، نسبت زیادی از جمعیت به کار ابداع، فرآوری و تولید دانش مشغول هستند. در چنین روزگاری اگر نتوانیم خود را با سیر شتابان تحولات سازگار سازیم و اگر دانش، محصول و یا خدمت جدیدی را برای عرضه نداشته باشیم، دیر زمانی نخواهد گذشت که شاهد از بین رفتن فرهنگ، دلبستگی ها و منابع خود خواهیم بود. اهمیت و ضرورت خلاقیت از دو جنبه ی مادی و معنوی قابل بررسی می باشد. در بعد مادی اهمیت، نقش و جایگاه خلاقیت به حدی است که اساسا انسان را «یا مرگ یا خلاقیت» که در مغرب زمین گفته می شود می نامند. بر این اساس، انسان بدون خلاقیت یعنی «حیوان خلاق» را حیوان امروزه سازمان ها و بنگاه های اقتصادی کوچک و بزرگ در کشورهای صنعتی بدون خلاقیت مستمر، سریع و به موقع محکوم به امروزه شرایط محیطی کسب و کار به قدری پیچیده، پویا و نامطمئن گردیده است که دیگر نمی تواند با روش های تفکر گذشته مسائل و مشکلات امروز را حل کرد. همان طور که حل مسائل قبلی با روشهای جدید کارساز نیست. لذا یک تغییر و تحول اساسی در نظام فکری لازم و ضروری است. بطور خلاصه عواملی که باعث ضرورت خلاقیت در بعد مادی شده اند از: کاهش منابع طبیعی، رقابت فشرده، تنوع طلبی مصرف کنندگان و کاهش زمان مطلوبیت کالاها، جهانی شدن صنعت اقتصاد.

صرف نظر از ضرورت های خلاقیت در بعد مادی، خلاقیت در بعد معنوی ناشی از مقام و جایگاه والای انسان به عنوان خلیفه الله است. بدیهی است که انسان باید بالقوه دارای صفات و ویژگی های خداوند در سطح دقیق و انسانی تا به چنین مقامی نایل می آید. کمال انسانی در گرو نوینی و نوگرایی است. لذا تا انسان به کمک قوه خلاقیت قالب های ذهنی پوچ و غلط نجات نیابد، نمی تواند به جایگاه سازمان ها این نکته را باید مد نظر داشته باشند که هیچ گاه نمی توانند فراتر از کارکنانشان حرکت بکنند. اگر مدیران، مجبورند سازمانی خلاق و نوآور داشته باشند، باید فرهنگ، سیستم ها، ساختار، روش ها، سبک مدیریت و... را طوری طراحی کنند که با ویژگی های افراد خلاق سازگار باشند (رنجبریان، ۱۳۹۲).

### ۴- پیشینه تحقیق

آکچون (۲۰۰۹) و همکاران متغیرهای تشویق، آزادی، شاداب بودن محیط و تجربه را با نوآور بودن شرکت (در محصول و فرایند) بررسی نمودند و نتایج مطالعات مختلف در حوزه تاثیر زمان بر نوآوری حاکی از آن هستند که زمان کافی برای شرکت افراد در فعالیت های نوآورانه اهمیت بسیاری دارد. لایی و همکاران (۲۰۱۴) رابطه میان منابع و روابط سازمانی با نوآوری مدیریتی از طریق مدیریت دانش مورد مطالعه قرار گرفته است. این مطالعه نشان داده است که در سازمان های دانش محور، روابط مناسب و منابع سازمانی از طریق توسعه مدیریت دانش، موجب تقویت نوآوری مدیریتی در سازمان هاست و این موضوع به نوبه خود نوآوری و عملکرد در حوزه تولید و بازاریابی را افزایش می دهد. کاظمی و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله ای با عنوان تاثیر جو سازمانی بر نوآوری به این نتیجه رسیدند که جو سازمانی با ابعادی تعیین کننده در سازمان (مانند ساختار سازمانی، ارتباطات، پاداش، تعهد سازمانی، ریسک پذیری و کار گروهی) از جمله مهم ترین عوامل اثرگذار بر نوآوری به شمار می آید. راسخ و مظفری (۱۳۹۳) در مقاله ای با عنوان پیش بینی جو سازمانی نوآورانه بر اساس عدالت و حمایت سازمانی اداره ورزش و جوانان شهر مشهد به این نتیجه رسیدند که بین حمایت و عدالت سازمانی و ابعاد آن با جو سازمانی نوآورانه رابطه مثبت و معیندار وجود دارد. همچنین مشخص شد که حمایت و عدالت سازمانی، توان پیش بینی مثبت و معنی دار جو سازمانی نوآورانه را دارند.

### ۵- روش تحقیق

این تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی تحلیلی می باشد، که به شکل میدانی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارمندان دانشگاه ولایت ابرانشهر است، که نمونه آماری برابر با جامعه آماری در نظر گرفته شد. برای تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده از پرسشنامه استفاده گردید و روایی پرسشنامه ها مورد تایید اساتید خبره دانشگاه ولایت قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید.

## ۶- تجزیه تحلیل داده ها

جدول ۱- میزان آلفای کرونباخ مولفه های جو سازمانی

متغیر	آلفای کرونباخ
ساختار سازمانی	۰/۷۹
تضاد سازمانی	۰/۸۲
کارگروهی	۰/۷۶
پاداش	۰/۸۶
ارتباطات	۰/۸۹
تعهد سازمانی	۰/۸۱

جدول ۲- میزان آلفای کرونباخ مولفه های نوآوری

متغیر	آلفای کرونباخ
دانشگاه ولایت بر کشف فرصت تاکید دارد	۰/۷۳
دانشگاه ولایت بر بکارگیری فرصت تاکید دارد	۰/۸۸
دانشگاه ولایت ایده جدید را آزدانه بکار می گیرد	۰/۷۶
دانشگاه ولایت راه های تازه را برای انجام امور بکار می گیرد	۰/۸۶

جدول ۳- میزان همبستگی ساختار سازمانی و نوآوری

شاخص	ارزش p	مقدار همبستگی	نتیجه گیری
ساختار سازمانی نوآوری	۰/۰۱۱	۰/۴۸۷	رد فرضیه صفر

جدول ۴- ارتباط بین نوآوری و سایر متغیرهای مورد مطالعه

شاخص	ضریب همبستگی	مقدار همبستگی	ارزش p	نتیجه گیری
ساختار سازمانی	پیرسون	۰/۱۷۸	۰/۰۵۳	رد فرض صفر
تضاد سازمانی	پیرسون	۰/۱۶۹	۰/۰۰۰	رد فرض صفر
کارگروهی	پیرسون	۰/۱۸۶	۰/۰۰۲	رد فرض صفر
پاداش	پیرسون	۰/۱۷۹	۰/۰۵۹	رد فرض صفر
ارتباطات سازمانی	پیرسون	۰/۱۸۱	۰/۰۸۱	رد فرض صفر
تعهد سازمانی	پیرسون	۰/۱۷۶	۰/۰۴۲	رد فرض صفر

## نتیجه گیری

دانشگاه‌های کشورمان برای بالا بردن خلاقیت و نوآوری دانشجویانشان باید به سمت جو سازمانی نوآورانه حرکت کنند. نوآوری دانشگاه‌ها می‌تواند ویژگی‌های دانشگاه، افزایش کارایی، و اهداف آموزشی دانشگاه را منحصربه‌فرد کند باید گفت که جو سازمانی نوآورانه در دانشگاه‌ها می‌تواند علاوه بر خودکارآمدی خلاق بر رفتار نوآورانه آنها تأثیر بسزایی داشته باشد که نتایج این پژوهش نیز حاکی از آن بود. به طور کلی میتوان اذعان داشت که آگاهی مدیران و کارکنان از خلاقیت و نوآوری الزامی است تا بتوانند با زمینه‌ای از آگاهی‌های مورد نیاز و نو وارد عرصه کار و فعالیت شوند و در آنجا با آفرینندگی، نقش مؤثری در تحقق اهداف و پیشرفت سازمان‌های خود داشته باشند. خلاقیت و نوآوری برای ماندگاری هر سازمانی لازم است و در طی زمان، سازمان‌های غیر خلاق از صحنه محو می‌شوند و اگر چه چنین سازمانی ممکن است در عملیاتی که در یک مقطع از عمر خود درگیر آن است موفق باشد ولی سرانجام مجبور به تعطیل یا تغییر سیستم خواهد شد. بنابراین یکی از مهمترین عوامل تسهیل کننده توان خلاقیت و نوآوری در سازمان، ساختار مناسب و تشکیلات متناسب با هدف‌های مورد نظر است که در این زمینه ساختار زیستی یا ارگانیک، ساختار مناسب خلاقیت و نوآوری در سازمان به شمار می‌آید.

## منابع

۱. رنجبریان، رسول (۱۳۹۲) خلاقیت و نوآوری در سازمان ها، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه - شماره ۱۶۱.
۲. راسخ، نازنین و مظفری، حسن (۱۳۹۳) پیشبینی جو سازمانی نوآورانه بر اساس عدالت و حمایت سازمانی اداره ورزش و جوانان شهر مشهد، نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش، سال اول، شماره دوم.
۳. محمدکاظمی، رضا، جعفری مقدم، سعید، سهیلی، سارا (۱۳۹۱) شناسایی میزان تأثیر جو سازمانی بر نوآوری\_ توسعه کارآفرینی، سال پنجم.
۴. قلی پور، آرین، مدیریت منابع انسان (مفاهیم، تئوریهها و کاربردها)، انتشارات سمت، ۱۳۹۰.
۵. غضنفری، رضا و علی احمدی، علیرضا، مقاله مدیریت نوآوری در سازمان ها، مفاهیم و رویکردها، سومین کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن ۲۱، ایتالیا رم، ۱۳۹۵.
۶. عبدالله پورنژدی، شهریار، مقاله ارایه چهارچوب مفهومی برای مدیریت استراتژیک دانش، اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش
۷. جعفری ای هریسون، کارن اچ جان، ۱۳۹۴ مبانی مدیریت استراتژیک، ترجمه سید محمد اعرابی، محمد رسول الماسی فرد، انتشارات مهکامه.
8. Ekvall, G. (1996). Organizational climate for creativity and innovation. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5(1), 105-123.
9. Schneider, B. & Wheeler, J. K. & Cox, J. F., (1992), "A passion for service: using content analysis to explicate service climate themes", *Journal of Applied Psychology*, (77)
10. West, M. A., & Farr, J. L. (Eds.). (1990). *Innovation and Creativity at Work: Psychological and Organizational Strategies*. New York, NY: John Wiley and s
11. Lai, Y.L., Shin, H.F., (2014), "The effects of industry cluster knowledge management on innovation performance", *Journal of Business Research* 67
12. Akgun, A.E.; Keskin, H. & Byrne, J. (2009). Organizational emotional capability, product and process innovation, and firm performance: An empirical analysis. *Journal of Engineering and Technology Management*. 26(3), 103-130



