

طراحی مدلی برای بررسی عوامل مؤثر بر نوآوری کارکنان در سازمانهای غیر انتفاعی ایران

فرهاد شیرانی^{۱*}، هانیه هدائی^۲

۱- عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)، shirani@irandoc.ac.ir
۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی، دانشکده مدیریت واحد تهران مرکزی، h.hodaiei10@gmail.com

چکیده

یکی از دلایل اصلی شکست سازمان‌ها بی توجهی به عامل مهم نوآوری و تأثیر گذاری آن در سطح سازمان است. فعالیت‌های اصولی و علمی نوآوری، می‌تواند از شکست سازمانها در دستیابی به اهداف جلوگیری کرده و احتمال موفقیت را به طور چشمگیری افزایش دهد. هدف از انجام این پژوهش طراحی مدلی برای بررسی عوامل مؤثر بر نوآوری کارکنان در سازمانهای غیرانتفاعی ایران است. عوامل سازمان یادگیرنده، تعلق کاری، اشتراک دانش، جوّ سازمانی، رهبری و انگیزه ذاتی به عنوان مولفه‌های اصلی مؤثر بر نوآوری مورد بررسی قرار گرفته‌اند. این پژوهش مدلی را پیشنهاد می‌کند که تاثیر عوامل مؤثر بر نوآوری کارکنان را در سازمانهای غیر انتفاعی ایران مورد آزمون قرار دهد.

واژه‌های کلیدی: نوآوری، سازمان یادگیرنده، تعلق کاری، اشتراک دانش، جوّ سازمانی، انگیزه ذاتی.

۱- مقدمه

همهٔ سازمان‌ها برای بقا و پیشرفت، نیازمند اندیشه‌های نو و نظرات بدیع و تازه‌اند. افکار و نظرات جدید همچون روحی در کالبد سازمان دمیده می‌شود و آن را از نیستی و فنا نجات می‌دهند. در عصر حاضر برای بقا و پیشرفت و حتی حفظ وضع موجود، سازمانها لازم است جریان نوجویی و نوآوری را تداوم بخشند تا از رکود در فعالیت‌های آن جلوگیری شود و ضمن شناختن تغییرات و تحولات محیط، برای رویارویی با آن‌ها پاسخ‌های بدیع و تازه، تدارک ببینند [۱]. تغییرات روزافزون در نیازهای عمومی و لزوم تغییرات سریع در محصولات و فرایندها، شرایطی را به وجود آورده که نوآوری به عنوان مهم‌ترین عامل رقابت پذیری سازمانی مطرح شده است [۲]. نوآوری و خلاقیت آن چنان به هم عجین شده‌اند که شاید به دست دادن تعریفی مستقل از هر کدام دشوار باشد، اما برخی پژوهشگران آن‌ها را به گونه‌ای مجزا از هم تعریف کرده‌اند (کوونتز و ویریچ^۱، ۱۹۹۰؛ فیشانی، ۱۳۷۷). از دیدگاه کوونتز و ویریچ (۱۹۹۰) خلاقیت، پیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نوست، درحالی که نوآوری، عملی ساختن آن اندیشه و فکر است. به عبارت دیگر، خلاقیت به قدرت ایجاد اندیشه‌های نو اشاره دارد و نوآوری به معنای کاربردی ساختن آن افکار نو و تازه است [۱].

^۱H. Koontz & H. Weihrich

۲- ادبیات موضوع

بعد از عصر کارایی در دهه های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰، کیفیت در دهه های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰، و انعطاف پذیری در دهه های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰، اکنون در عصر نوآوری زندگی می کنیم (اف جانسون، ۲۰۰۴). نوآوری استعداد و توانایی تغییر یا انطباق را به وجود می آورد (آقایی فیشانی، ۱۳۷۷، ۲۸). سازمانهایی که به خلاقیت و نوآوری روی آورده اند توانسته اند خود را با وضعیت و تغییرات محیطی تطبیق دهند. اگرچه ممکن است در کوتاه مدت کاهش تولید و بهره وری داشته باشند، اما در بلند مدت به علت نوآوری، افزایش بهره وری خواهند داشت [۳]. دلایل متعددی برای توسعه نوآوری وجود دارد از جمله آنکه، نوآوری باعث رشد اقتصادی است و رفاه اجتماعی را افزایش می دهد و با کاهش هزینه ها، درآمد را افزایش می دهد. نوآوری عملکرد ناموفق گذشته را جبران می کند و استفاده از فرصتها را ممکن می سازد، و مهمتر از همه بقای سازمان را تضمین می کند. امروزه جوامع علمی و صنعتی به این نتیجه رسیده اند که سازمان ها با تکیه بر نوآوری و تقویت و ترویج نوآوری و فعالیت های نوآورانه در درون خود می توانند برتری های بلندمدت خود را در عرصه های رقابتی حفظ کنند [۴]. امروزه، بسیاری از محققان، منبع اصلی شکست سازمان ها را فراموشی فاکتور تأثیر گذاری چون نوآوری در سطح سازمان بیان نموده اند و نتیجه گرفته اند که فعالیت های اصولی و علمی نوآوری، از شکست جلوگیری کرده و احتمال موفقیت را به طور چشمگیری افزایش می دهد. نوآوری مناسب ترین و مفیدترین استراتژی برای سازمان های امروزی است. امروزه سازمان ها باید خود را در آئینه وجود یک سازمان نوآور ببینند و سعی کنند در محیط پر از رقابت، این عامل بسیار مهم را سر لوحه خود قرار دهند [۵]. پژوهشگران عوامل متعددی را یافته اند که بر نوآوری کارکنان تاثیر دارد از جمله مهمترین آنها به سازمان یادگیرنده، تعلق کاری کارکنان، اشتراک دانش، جو سازمانی، رهبری، انگیزه ذاتی فرد، مشارکت کارکنان، رضایت شغلی، فرهنگ سازمانی، احساسات مثبت فرد، روابط گروه کاری می توان اشاره نمود. (استانا^۲، ۱۹۷۸؛ هارلی وهالت^۳، ۱۹۹۸؛ حاکنن وهمکاران^۴، ۲۰۰۸؛ فردریکسون^۵، ۲۰۰۱؛ مونیکاهو وهمکاران^۶، ۲۰۰۹؛ ونگ و ونگ^۷، ۲۰۱۲؛ یانگ^۸، ۲۰۱۲؛ لی وهمکاران^۹، ۲۰۱۱؛ پی یرس و دلبک^{۱۰}، ۱۹۷۷؛ هان جین نیو^{۱۱}، ۲۰۱۲؛ جانسن^{۱۲}، ۲۰۰۴؛ اسکات و بروس^{۱۳}، ۱۹۹۴؛ پیترز و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۰؛ آمابیل^{۱۵}، ۱۹۹۶؛ کادوالدر و همکاران^{۱۶}، ۲۰۰۹؛ دولایمی وهمکاران^{۱۷}، ۲۰۰۳؛ زنگ و بارتول^{۱۸}، ۲۰۱۰؛ آیسن^{۱۹}، ۲۰۰۱) که در این پژوهش مورد بررسی قرار می گیرند. پژوهشگران (جانسن^{۲۰}، ۲۰۰۴؛ اسکات و براس^{۲۱}، ۱۹۹۴؛ یانگ^{۲۲}، ۲۰۱۲) بیان کردند که نوآوری توسط منابع شخصی نظیر انگیزه یا مهارت های حل مشکل و همچنین توسط عوامل سازمانی شامل رهبری و روابط گروه

² Stana

³ Harley and hult

⁴ Hakanen et al

⁵ Fredrickson

⁶ Monica Hu et al

⁷ Wang and Wang

⁸ Young

⁹ Lee et al

¹⁰ Pierce and Delbecq

¹¹ Han-jen Niu

¹² Janssen

¹³ Scott and Bruce

¹⁴ Pieterse et al

¹⁵ Amabile

¹⁶ Cadwallader et al

¹⁷ dulaimi et al

¹⁸ zhang and Bartol

¹⁹ Isen

²⁰ Janssen

²¹ Scott and Bruce

²² Young

کاری تحت تاثیر قرار میگیرد. برخی پژوهشگران تلاش کردند تا تأثیر جوّ سازمانی را بر روی نوآوری آزمایش کنند. "یانگ"^{۲۳} (۲۰۱۲) طی تحقیقات خود دریافت که عدالت سازمانی از طریق مکانیزم روانی از حمایت سازمانی درک شده، نوآوری را ارتقاء می بخشد. "اسکات وبراس"^{۲۴} (۱۹۹۴) آشکار کردند که انتظارات نقش رهبر و مبادله رهبر-عضو بر نوآوری فرد اثر میگذارد. "پیترز و همکاران"^{۲۵} (۲۰۱۰) همچنین متوجه شدند که رهبری تحول آفرین، نوآوری کارکنان را پیش بینی می کند. همچنین طبق مطالعات "مونیکا هو و همکاران"^{۲۶} (۲۰۰۹) و "ونگ و ونگ"^{۲۷} (۲۰۱۲)، ظرفیت های رهبری سازمانی و اشتراک دانش به عنوان منبع رفتار نوآور کارکنان بررسی شده اند، زیرا انتشار دانش در تولید ایده اولیه اولین، به کار گرفته می شود. در مجموع، به منظور افزایش نوآوری کارکنان، افزایش فرهنگ سازمانی که به یادگیری مستمر، اشتراک دانش، توانمند سازی کارکنان توجه کند، به نظر می رسد مهم باشد. استانا^{۲۸} (۱۹۷۸) در بررسی ارتباط بین نوآوری سازمانی با یادگیری، یادگیری را در دو بُعد یادگیری سازمانی و فردی مورد بررسی قرار داد. محقق نتیجه گرفت که یادگیری فردی و سازمانی موجب افزایش سطح نوآوری در میان افراد می گردد. تعدادی از مطالعات همچنین انگیزه را به نوآوری مرتبط کرده اند، طبق این مطالعات افراد با انگیزه، به طور ذاتی، با احتمال بیشتری بر موانعی که مواجه می شوند، غلبه می کنند و دارای نگرشی فعال نسبت به کارشان هستند (کادوالادر و همکاران^{۲۹} ۲۰۰۹، دولایمی و همکاران^{۳۰} ۲۰۰۳، زنگ و بارتول^{۳۱} ۲۰۱۰). طبق مطالعات انجام شده شده توسط حاکانن و همکاران^{۳۲} (۲۰۰۸) تعلق کاری فرد، ابتکار عمل وی را افزایش می دهد و در نتیجه بر نوآوری تأثیر می گذارد، آنها بیان کردند که انرژی که کارکنان در حین کار دارند، نوآوری سازمانی را از طریق اینکه آنها را قادر می سازد که فعال و مسؤل باشند، ارتقاء می بخشد [۶]. در مطالعه ایی که توسط "هارلی وهالت"^{۳۳} (۱۹۹۸) انجام شد، رابطه بین ابعاد جوّ سازمانی، شامل یادگیری و رشد، مشارکت در تصمیم گیری در سازمان با میزان نوآوری سازمان بررسی گردید. نتایج نشان دادند که مشارکت در تصمیم گیری و یادگیری سازمانی و رشد بر نوآوری در سازمان تأثیر گذارند [۷].

۱-۲ نوآوری

امروزه در عصر دانش، سازمان ها و شرکت ها خود را برای مدیریت تغییرات شتابان و دگرگونی های ژرف جهانی آماده می سازند. در این مقطع حساس، جدالی برای احراز برتری های صنعتی و علمی و فنی شروع شده است، که لازمه برتری، بقاء و ارتقای موقعیت سازمان ها در این عرصه، توجه به مفهوم "نوآوری" است. «نوآوری، عملیات و مراحل مورد نیاز برای نتیجه گیری از یک فکر بکر (خلاقیت) یا یک واقعیت جدید است» [۲]. "فلت"^{۳۴} (۱۹۹۸)، نوآوری را در دو نوع کلی مطرح نمود: (۱) نوآوری در محصولات یا تغییر در محصولات و خدمات یک شرکت (۲) نوآوری در فرایند، یعنی تغییر در شیوه ای که محصولات و یا خدمات، تولید و یا ارائه می شوند [۸]. پیتر دراکر در کتاب "چالش های مدیریت در قرن بیست و یکم" می نویسد: هر سازمانی و نه فقط سازمان تجاری، به یک شایستگی محوری نیاز دارند که همان نوآوری است. نوآوری نه تنها پیشران رشد اقتصادی است. بلکه یکی از مهمترین مؤلفه های برتری اقتصادی به حساب می آید. تأثیر نوآوری در رشد اقتصادی و برتری

²³Young

²⁴Scott and Bruce

²⁵Pieterse et al

²⁶Monica Hu et al

²⁷Wang and Wang

²⁸Stana

²⁹Cadwallader et al

³⁰dulaimi et al

³¹zhang and Bartol

³²Hakanen et al

³³Harley and hult

³⁴Flett

اقتصادی از دو طریق ممکن می‌شود: اولاً نوآوری می‌تواند موجب افزایش راندمان بهره برداری از منابع کمیاب شود و ثانیاً موجب استفاده از این منابع در فعالیت‌هایی گردد که منجر به تولید بیشتر ثروت می‌شود [۴].

۲-۲ سازمان یادگیرنده

«سازمان یادگیرنده، سازمانی آگاهانه است که در آن، یادگیری به عنوان عنصری حیاتی در ارزش‌ها، چشم‌انداز، و اهداف و نیز در فعالیت‌های فردی کارکنان و ارزیابی‌های آن‌ها، مورد توجه قرار می‌گیرد. سازمان یادگیرنده، موانع ساختاری یادگیری را از میان برداشته، وساختارهای توانمندی را خلق نموده و مراقبت و نگهداری و ارزشیابی از یادگیری و توسعه آن را در دستور کار خود قرار داده است. پیتر سنگه^{۳۵} (۱۹۹۰) سازمان یادگیرنده را به عنوان سازمانی که به طور مستمر ظرفیت خود را برای خلق آینده‌اش افزایش می‌دهد، تعریف می‌کند. به عقیده او، سازمان یادگیرنده، سازمانی است که در آن، افراد به طور مستمر توانایی‌های خود را ارتقاء می‌بخشند تا به نتایجی که مدنظر است، دست یابند و بدین ترتیب الگوهای جدید تفکر، رشد یافته و اندیشه‌های جمعی و گروهی گسترش می‌یابند. بدون شک تلاش سازمانها در استفاده از عنصر یادگیری، می‌تواند به تولید ایده جدید و نوآوری بودن کارکنان آنها کمک نماید و آنها را در مقابل تغییرات محیطی پشتیبانی نماید. هایزمن (۱۹۹۹)، سازمان یادگیرنده را نوعی از سازمان می‌داند که یادگیری اعضای خود را به گونه‌ای فراهم می‌آورد که نتایج ارزشمندی را نظیر نوآوری، کارایی، هم‌سوئی بهتر با محیط و مزیت رقابتی پایدار به ارمغان می‌آورد [۹]. بر اساس مطالعات انجام شده (استانا^{۳۶}، ۱۹۷۸؛ هاری و هالت^{۳۷}، ۱۹۹۸؛ پارک و همکاران^{۳۸}، ۲۰۱۳)، یادگیری موجب افزایش سطح نوآوری میان افراد می‌شود [۶].

۲-۳ تعلق کاری کارکنان

"شافلی"^{۳۹} (۲۰۰۲)، تعلق کاری را حالات ذهنی مثبت، رضایت بخش و مرتبط با کار معرفی می‌کنند که با سه شاخص سرزندگی^{۴۰}، فداکاری در شغل^{۴۱} و مجذوب شدن^{۴۲} متمایز می‌شود. سرزندگی با سطح بالایی از انرژی و انعطاف پذیری ذهنی حین کار متمایز می‌شود. فداکاری در شغل به درگیر شدن شدید شخص با کار اشاره دارد. مجذوب شدن، با تمرکز کامل و جذب شدن شادمانه در کار متمایز می‌شود که به موجب آن زمان زود می‌گذرد و منفک کردن خویش از کار برای فرد مشکل است. میسی و همکاران (۲۰۰۹؛ ۳۵-۲۰) برای تعلق خاطر کاری دو بُعد انرژی روانی (در باطن) و انرژی رفتاری (در ظاهر) را قائل شدند. در بُعد انرژی روانی که آن را احساس تعلق خاطر نیز می‌نامند، چهار مؤلفه اساسی احساس فوریت، احساس متمرکز بودن، احساس شدت، و احساس اشتیاق مطرح اند. بُعد رفتاری نیز چهار مؤلفه پایداری، ابتکار عمل، گسترش نقش، و سازگاری با تغییرات را شامل می‌شود. با ایجاد تعلق خاطر کاری در کارکنان، هم‌افزایی مثبتی بین فرد و سازمان رخ می‌دهد که برای هر دو گروه پیامدهای مثبتی به همراه دارد. این پیامدها عبارت‌اند از: نگرش‌های شغلی مثبت و شناخته شدن قوی با کار (رضایت شغلی و تعهد سازمانی)، سلامت ذهنی و روانی از جمله احساسات مثبت و کاهش تحلیل رفتگی، عملکرد درون شغلی و برون شغلی بهتر، افزایش انگیزش درونی، ابتکار عمل فردی و رفتار پیش‌قدم، کسب منابع شغلی و شخصی [۱۰].

طبق مطالعات انجام شده توسط حاکنان و همکاران^{۴۳} (۲۰۰۸)، تعلق کاری فرد، ابتکار عمل شخص را افزایش می‌دهد و در نتیجه بر روی نوآوری تأثیر می‌گذارد. آنها بیان کردند که انرژی که کارکنان در حین کار دارند، نوآوری سازمانی را از طریق

³⁵ P.M Senge

³⁶ Stana

³⁷ Harley and hult

³⁸ Park, Song, Yoon

³⁹ Schaufeli

⁴⁰ Vigor

⁴¹ dedication

⁴² Absorption

⁴³ Hakanen et al

اینکه آنها را قادر می‌سازد که فعال و مسؤل باشند، ارتقاء می‌بخشد. طبق نظر فردریکسون^{۴۴} (۲۰۰۱) تعلق کاری افراد، احساسات مثبتی را به وجود می‌آورد که منجر به خلاقیت و اکتشاف فکری و اجرای ایده می‌شود [۶].

۴-۲ اشتراک دانش

امروزه با تغییرات سریع در جهان در عصر دانش، دانش به یک پایه موفقیت و مزیت رقابتی برای هر سازمانی تبدیل شده است (داونپورت و پراسک^{۴۵} ۱۹۹۸). علاوه بر این جهان بیشتر دانش محور شده است (جین و دیگران^{۴۶} ۲۰۰۷، سهیل و داوود^{۴۷} ۲۰۰۹). دانش، مهمترین دارایی نامشهود و منبع نامحدودی برای بشر به حساب می‌آید (کاماراسوامی و چیتال^{۴۸} ۲۰۱۱). زمانیکه دانش بین کارکنان مبادله می‌شود سازمان به موفقیت دست می‌یابد (چنگ و دیگران^{۴۹} ۲۰۰۹). بنابراین اداره کردن منابع دانش به یک دغدغه اصلی برای هر سازمانی تبدیل شده است (کاماراسوامی و چیتال ۲۰۱۱). اشتراک دانش یک از عناصر اصلی یادگیری سازمانی است. اشتراک دانش، جریان دانش داخل یک سازمان در یک فرایند مبادله دوتایی بین منبع و واحدهای گیرنده دانش در چندین مرحله می‌باشد. محققان دریافته‌اند که فرایند اشتراک دانش یک فرایند تصادفی نیست، و سازمانها می‌توانند سیاست‌ها، ساختارها و فرایندهایی را به منظور تسهیل یادگیری ایجاد نمایند [۱۱]. قلی‌زاده (۱۳۹۳) در مطالعه خود آشکار ساخت که بین اشتراک دانش و نوآوری کارکنان رابطه معناداری وجود دارد. همچنین، طبق مطالعات جهانگیر فیض آبادی (۱۳۹۳)، اشتراک بهترین شیوه‌ها و اشتراک اشتباهات، بر تولید و ترویج ایده‌ها تأثیر گذار است. زارعی (۱۳۹۳) در بررسی رابطه بین تسهیم دانش و قابلیت‌های نوآوری، وجود رابطه معنادار بین اشتراک دانش با نوآوری در فرایند و نوآوری در مدیریت را مشخص نمود [۱۲].

۵-۲ جو سازمانی

تحقیقات در مورد جو سازمانی به سال ۱۹۳۰ برمی‌گردد. با جنبش روابط انسانی که توسط هائورن ارائه شد، توجه محققان از محیط فیزیکی سخت به محیط روانشناسی نرم معطوف شد. بدین گونه مفهوم جو سازمانی متولد شد. اولین محقی که در این زمینه شروع به فعالیت کرد کرت لوین^{۵۰} (۱۹۳۹) مؤسس "پویایی گروه" بود. در مطالعه مشهور سبک رهبری او، لوین سه نوع متفاوت رهبری شامل دموکراسی، حکومت مطلقه، اقتصاد آزاد (laissez-faire) را به کار برد که جو گروهی متفاوتی را ایجاد کرد، و اولین ارائه از مفهوم جو سازمانی بود. و بعدها "فورهند"^{۵۱} (۱۹۶۴) سه ویژگی جو سازمانی را مشخص کرد: اول اینکه جو سازمانی میان سازمان‌های گوناگون، متفاوت است؛ دوم اینکه جو سازمانی ماندگار است؛ آخر اینکه، جو سازمانی می‌تواند بر رفتار اعضای سازمانی تأثیر بگذارد. بعد از آن "لیتوین و همکاران"^{۵۲} (۲۰۰۱، ص ۱۷۰-۶۳) مطالعه تجربی از جو سازمانی ارائه دادند. لیتوین، جو سازمانی را به صورت "مجموعه‌ای از ویژگی‌های قابل اندازه‌گیری که اعضای می‌توانند به طور مستقیم و غیر مستقیم در محیط کاری درک کنند" و به عنوان توصیفی از عوامل محیطی که می‌تواند به محققان کمک کند تا اثرات محیط را بر انگیزش کارکنان معلوم سازند، تعریف کرد. طبقه بندی آگور^{۵۳} از محیط سازمانی گسترده ترین طبقه بندی شناخته شد (۱۹۶۸). او محیط سازمانی را به چهار بُعد، یعنی محیط زیست، پس زمینه، سیستم اجتماعی و فرهنگ تقسیم بندی نمود. و بر این باور بود که جو سازمانی، جمع کل ویژگی‌های محیط یک گروه که نتیجه تعامل چهار بُعد

⁴⁴ Fredrickson

⁴⁵ Davenport and prusk

⁴⁶ Jain et al

⁴⁷ Sohail and Daud

⁴⁸ Kamarswamy and chital

⁴⁹ cheng et al

⁵⁰ Kurt Lewin

⁵¹ Forehand

⁵² Litwin et al

⁵³ Aguirre

می باشد، است [۱۳]. سازمان ها می توانند حمایت از نوآوری را بوسیله ابزار ابعاد مختلف جو سازمانی پرورش دهند. "چندلر" ^{۵۴} در سال ۲۰۰۰ سه بُعد از جو سازمانی که برای توسعه و حمایت از نوآوری لازم است را چنین بیان می کند: اول، مدیریت حمایت که برای برقرار کردن یک جو حمایتی برای نوآوری حیاتی است. دوم، یک سیستم پاداش و تشخیص و شناسایی که فعالیت های نوآوری را حمایت کند، لازم است. سوم، سطح فشار حجم کاری، که می تواند بر نوآوری اثر مثبت و منفی داشته باشد، در این رابطه آمابیل ^{۵۵} دو نوع فشار حجم کاری را تعریف می کند: فشار کاری بیش از حد متعارف که اثر منفی بر روی نوآوری دارد و فشار کاری نوع رقابتی که اثر مثبت دارد [۳].

۲-۶ رهبری

رهبری مؤثر باید مسیری را در جهت هدایت تلاش های همه کارکنان برای به انجام رساندن اهداف سازمان فراهم آورد. بدون وجود رهبری ممکن است حلقه اتصال موجود میان اهداف فردی و سازمانی، ضعیف یا گسسته شود، این موضوع می تواند به یک موقعیت نامطلوبی منجر شود که در آن، کار انفرادی صرفاً در جهت دستیابی به اهداف فرد انجام می گیرد و در عین حال کل سازمان کارآیی و کفایت خود را از دست داده و از دستیابی به اهداف خویش باز می ماند. بنابراین برای این که یک سازمان موفق باقی بماند، وجود رهبری، واجب و ضروری است. برای رهبری تعریف های زیادی ارائه شده است ولی هیچیک از آنها مورد پذیرش عام نیست. "بیچ" ^{۵۶} (۱۹۷۵) رهبری را هنر یا علم نفوذ در اشخاص، به طوری که با میل و خواسته خود در جهت حصول به هدف های تعیین شده گام بردارند، تعریف می کند. به نظر "هامپشن" ^{۵۷} (۱۹۸۱)، رهبری نفوذ بر مرئوسان از طریق برقراری ارتباط با آنان در تحقق اهداف سازمان است. "ایوانسویچ" ^{۵۸} (۱۹۷۷)، رهبری را ارتباط بین گروهی از افراد که در آن یک نفر می کوشد تا دیگران را به سمت هدف معینی سوق دهد، تعریف می کند [۱۴]. رهبران سازمانها می توانند بر میزان خلاقیت کارکنان از طریق تغییر سبک رهبری خود، تأثیر بسزایی بگذارند. بنا به نظر "کاهای، سوسیک و آولویو" ^{۵۹} (۲۰۰۳)، رهبران تحولی، نسبت به رهبران تعاملی، مکانیزم های انگیزه درونی را در گروه های کاری از طریق تشویق در جهت ایجاد خلاقیت در افراد فعال سازی می نمایند. رهبران تحولی، اعضای گروه را به بحث و چالش انگیزی افکار یکدیگر وادار می نمایند. به چالش انگیزی افکار باعث می شود تا اعضای گروه در مورد نقاط ضعف خود تفکر بیشتری نمایند [۱۵]. به اعتقاد "می چا پوپر و اوفرا مایسلس" (۲۰۰۳)، رهبران تحول آفرین پیروان را توانمند می کنند تا به طور مستقل، اساسی و خلاقانه و با ارتقای سطوح خطرپذیری، استقلال، شایستگی، اعتماد به نفس و خود ارزشی خود تفکر کنند [۱۶].

۲-۷ انگیزه ذاتی

برای انگیزه، تعریف های مختلفی وجود دارد هر یک از آنها به جنبه های خاصی تأکید می کند. "میسکل" ^{۶۰} (۱۹۸۳)، انگیزه را عاملی درونی می داند که رفتار فرد را در جهت معینی هدایت می نماید و راهنمای او برای گزینش کوششی از میان کوشش های ارادی می باشد. به نظر "برلسون" ^{۶۱} و "برنارد و گری" ^{۶۲} (۱۹۶۴)، انگیزه، اشتیاق و علاقه نسبت به انجام فعالیت هایی است که برای نیل به هدف های سیستم مورد نظر، لازم است. «انگیزه ذاتی با متغیرهای میانجی نظیر انتظارات، نگرش ها سر و کار دارد. تحول این متغیرها تابع و در پاسخ تغییراتی است که در متغیرهای برون زاد ظاهر می گردد». براساس

⁵⁴ Chandler

⁵⁵ Amabile

⁵⁶ Beach

⁵⁷ Hamption

⁵⁸ Ivancevich

⁵⁹ Kahai, sosik and avolio

⁶⁰ Miskel

⁶¹ Berelson

⁶² Bernard and Gray

تئوری مقصد یا هدف، در مورد انگیزه ذاتی، عملکرد هر فرد در رابطه با هدف هایی که وی خود را ملزم به انجام آنها می داند مشخص می گردد. افرادی که خود را برای رسیدن به هدف های مشخص و دشوار متعهد می دانند در مقایسه با کسانی که هدف های آسان و مبهم دارند، عملکرد بهتری نشان می دهند. بر اساس تئوری اسنادی در زمینه انگیزه ذاتی، اگر افراد مسبب های عملکردیشان باثبات بوده و از تمایلات درونی منشاء گرفته شود، این تفکر در باورهای خودکارآمدی برای عملکرد موفقیت آمیز، تأثیر مطلوب خواهد گذارد. خودکارآمدی و عزت نفس بالاتر، استانداردها و هدف های عملکردی بهتر، انتظارات برای عملکرد بیشتر و اشتیاق وافر برای کارها و وظایف چالشی را در پی خواهد داشت (کاتزل، رایموند و تامپسون^{۶۳} ۱۹۹۰). انگیزه ذاتی فرد و احساسات مثبت اجزای اصلی نوآوری هستند. "آما بیل"^{۶۴} (۱۹۹۶) به نقش انگیزه ذاتی در فرآیند نوآوری، توسط شناسایی سه بُعد خلاقیت شامل: ۱- انگیزه ۲- دانش ۳- مهارت ها تأکید کرده است. او بیان کرده که انگیزه ذاتی به افراد کمک می کند که مُنعطف و مُصر و هدف محور باشند. تعدادی از مطالعات همچنین انگیزه را به نوآوری مرتبط کرده اند، طبق این مطالعات افراد با انگیزه به طور ذاتی، با احتمال بیشتری بر موانعی که مواجه می شوند غلبه می کنند، و دارای نگرشی فعال نسبت به کارشان هستند. (کادوالادر و همکاران^{۶۵} ۲۰۰۹، دولایمی و همکاران^{۶۶} ۲۰۰۳، زنگ و بارتول^{۶۷} ۲۰۱۰). [۶].

۸-۲ مشارکت کارکنان

مشارکت کارکنان نوعی فرایند مشارکتی است که هدفش تشویق و ترغیب کارکنان و اعضای سازمان به دادن تعهد و مشارکت هرچه بیشتر در امر موفقیت سازمان است (ایبید^{۶۸}، ص ۳). پایه و اساس اندیشه مزبور بر این منطق استوار است که کارکنان در فرایند تصمیماتی که بر سرنوشت آنان اثر می گذارد مشارکت میکنند، در کار اداری و سازمانی خود از آزادی عمل بیشتری برخوردارند، بر زندگی کاری خود کنترل هایی اعمال می نمایند، سازمان بدین وسیله موجبات انگیزش هرچه بیشتر آنان را فراهم می آورد، افراد تعهد بیشتری به سازمان پیدا می کنند، بازدهی، تولید و بهره‌وری در سازمان افزایش می یابد و سرانجام اینکه آنان نسبت به کار خود رضایت بیشتری ابراز می کنند [۱۷]. در مطالعه ایی که توسط "هارلی وهالت"^{۶۹} (۱۹۹۸) انجام شد، رابطه بین ابعاد مشارکت در تصمیم گیری در سازمان با میزان نوآوری سازمان بررسی گردید. نتایج نشان دادند که مشارکت در تصمیم گیری، بر نوآوری کارکنان در سازمان تأثیر گذارند [۷].

۹-۲ رضایت شغلی

مقصود از رضایت شغلی، نگرش کلی فرد درباره کارش است. کسی که رضایت شغلی او در سطح بالایی است، نسبت به شغل یا کار خود نگرشی مثبت دارد. کسی که از کار خود راضی نیست، نگرش منفی نسبت به شغل دارد [۱۷]. رضایت، احساسات مثبت یا لذت بخشی است که هر فرد از ارزیابی شغل خود یا تجربیات شغل خود بدان دست می یابد (مقیمی، ۱۳۸۵، به نقل از ساعتچی ۱۳۸۷). "هاپاک"^{۷۰} (۱۹۵۱) رضایت شغلی را مفهومی چند بُعدی میدانده که با عوامل روانی، جسمانی و اجتماعی ارتباط دارد، و ترکیب معینی از عوامل مسبب می گردد که فرد از شغلش احساس رضایت نماید (یوسفی ۱۳۸۶). "کینز برگ و همکارانش"^{۷۱} به دو نوع رضایت شغلی (درونی و بیرونی) اشاره می کنند، رضایت درونی

⁶³ Katzel, Raymond A and Donna E. Thompson

⁶⁴ Amabile

⁶⁵ Cadwallader et al

⁶⁶ dulaimi et al

⁶⁷ zhang and Bartol

⁶⁸ Ibid, p.3

⁶⁹ Harley and hult

⁷⁰ Hapak

⁷¹ Kingzberg et al

ناشی از احساس لذت انسان صرفاً از اشتغال، مشاهده پیشرفت، انجام مسئولیتهای اجتماعی و به ظهور رساندن توانایی ها و رغبتهای فردی است و رضایت بیرونی ناشی از شرایط محیط کار، دستمزد و پاداش و نوع کار و روابط انسانی حاکم بر محیط می باشد. رضایت شغلی از عوامل مهم موفقیت شغلی است و عاملی است که باعث افزایش کارایی و احساس رضایت فرد می شود [۱۸]. در مطالعات انجام شده توسط تعدادی از پژوهشگران (لی و همکاران^{۷۲}، ۲۰۱۱، پی یرس و دلبرک^{۷۳}، ۱۹۷۷، هان جین نیو^{۷۴}، ۲۰۱۲)، مشخص شد که ارتباط مثبتی بین رضایت شغلی و نوآوری کارکنان وجود دارد، و افراد با رضایت شغلی بیشتر، بیشتر به رفتار نوآورانه می پردازند [۱۹].

۱۰-۲ فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی با آن که سابقه طولانی دارد ولی موضوعی است که به تازگی و در سال های اخیر در دانش مدیریت راه یافته است و توجه به این نکته را ضروری کرده است که فرهنگ سازمانی یک پدیده واقعی و قدرتمند است و تغییر دادن آن بسیار وقت گیر و دشوار می باشد. ضرورت توجه به فرهنگ سازمانی تا جایی است که صاحب نظران بر این نظر هستند که اگر قرار است در یک سازمان تغییرات مؤثر و پایدار بوجود آید فرهنگ آن سازمان باید دستخوش تغییر شود. به عبارت دیگر موفقیت و شکست سازمان ها را باید در فرهنگ آن جستجو کرد. به نظر ادگار شین^{۷۵}، ۱۹۸۵، فرهنگ سازمانی عبارت است از مفروضات و باورهای بنیادی که بین اعضای سازمان مشترک می باشند [۱۴]. رابنیز، فرهنگ سازمانی را سیستمی از استنباط مشترک می داند که اعضاء نسبت به یک سازمان دارند. در صورتیکه فرهنگ را سیستمی از استنباط مشترک اعضاء نسبت به یک سازمان بدانیم، یک سیستم از مجموعه ای از ویژگی های اصلی تشکیل شده است که معمولاً تمامی سازمانها دارای درجاتی از آنها می باشند. به عبارتی دیگر، این ویژگی ها و خصوصیات در هر فرهنگی و هر سازمانی، کم و بیش وجود دارد، لیکن درجه ضعیف و قوی بودن هر کدام از این ویژگی ها، آن فرهنگ را منحصر به آن سازمان به خصوص می کند، به طوری که با آن فرهنگ خاص می توان آن سازمان خاص را تمیز داد (الهی، ۱۳۷۸، ۳۲). ۱۰ ویژگی فرهنگ سازمانی از دیدگاه رابنیز عبارت اند از: ۱- نوآوری فردی (خلاقیت و استقلال فردی) ۲- تحمل مخاطره ۳- تبیین اهداف ۴- یکپارچگی و وحدت ۵- حمایت مدیریت ۶- کنترل ۷- هویت ۸- سیستم پاداش ۹- تحمل تعارض ۱۰- الگوهای ارتباطات. تحقیقات انجام شده توسط پژوهشگران (قنبری، ۱۳۷۲؛ گلپایگانی، ۱۳۸۸؛ بیات، ۱۳۷۵) رابطه معنادار بین فرهنگ سازمانی و نوآوری کارکنان را تأیید نموده است [۲۰].

۱۱-۲ احساسات مثبت

بر اساس تئوری گسترش وساخت از "فردیکسون"^{۷۶} (۲۰۰۱)، احساسات مثبت نظیر علاقه، شور و اشتیاق و غرور، حوزه فکری فرد را گسترش می دهد و در طول زمان، اقدامات اکتشافی را به منظور ایجاد منابع شخص شامل منابع فکری، فیزیکی و منابع روانی ارتقاء می بخشد. افرادی که احساسات مثبت را تجربه می کنند، تمایل دارند که انعطاف پذیر، خلاق، متحد و کارا باشند [۶].

۱۲-۲ روابط گروه کاری

ارتباطات عبارت است از جریان مواد، اطلاعات، اداراکات و تفاهم های بین اجزا و اعضای مختلف سازمان. به نظر "رابنیز"^{۷۷} (۱۹۹۷) ارتباطات شامل انتقال و درک مقصود است و ارتباطات در سازمان ها و گروه ها چهار نقش عمده را ایفاء

⁷² Lee et al

⁷³ Pierce and Delbecq

⁷⁴ Han-jen Niu

⁷⁵ Shein, Edgar

⁷⁶ Fredrickson

⁷⁷ Stephen p. Robbins

می‌کنند: کنترل، ایجاد انگیزه، ابراز احساسات و اطلاعات. در سازمان، سلسله مراتب اختیارات و دستورالعمل‌ها یا رهنمودهای رسمی و ارتباطات غیر رسمی، رفتار اعضا را می‌تواند کنترل نماید. از طریق مشخص کردن شیوه انجام کار و تعیین پاداشی که به عملکرد تعلق می‌گیرد، ارتباطات می‌تواند پدیده انگیزش را تقویت نماید. ارتباطاتی که در درون گروه صورت می‌گیرد یکی از ابزارهای اصلی است که اعضا بدان وسیله میزان استیصال و نوع احساسات خود را در مورد رضایت یا نارضایتی از کار ابراز می‌نمایند. از طریق سیستم ارتباطی، اطلاعات مورد نیاز افراد و گروه برای گرفتن تصمیم به آنها داده می‌شود و با توجه به داده‌های انتقال یافته، راه‌ها شناسایی شده و مورد ارزیابی قرار می‌گیرند [۱۷]. تعدادی از مطالعات انجام شده (افشاری، تحقیقی، نعمی، ۱۳۸۷) نشان دهنده وجود رابطه مثبت و معنادار بین روابط گروه کاری و رفتار نوآورانه می‌باشد [۲۱].

جدول ۱: عوامل مؤثر بر نوآوری

ردیف	عوامل	منبع
۱	سازمان یادگیرنده	پارک، سانگ، یون ^{۷۸} (۲۰۱۳)، استانا ^{۷۹} (۱۹۷۸)، هارلی وهالت ^{۸۰} (۱۹۹۸)
۲	تعلق کاری کارکنان	پارک، سانگ، یون (۲۰۱۳)، حاکنن و همکاران ^{۸۱} (۲۰۰۸)، فردریکسون ^{۸۲} (۲۰۰۱)
۳	اشتراک دانش	پارک، سانگ، یون (۲۰۱۳)، مونیکاهو و همکاران ^{۸۳} (۲۰۰۹)، ونگ و ونگ ^{۸۴} (۲۰۱۲)، قلی زاده (۱۳۹۳)، جهانگیر فیض آبادی (۱۳۹۳)
۴	جو سازمانی	"یانگ" ^{۸۵} (۲۰۱۲)، هارلی وهالت (۱۹۹۸)، مونترز ^{۸۶} (۲۰۰۳)
۵	رهبری	پارک، سانگ، یون (۲۰۱۳)، جانسن ^{۸۷} (۲۰۰۴)، اسکات و بروس ^{۸۸} (۱۹۹۴)، یانگ (۲۰۱۲)، پیترز و همکاران ^{۸۹} (۲۰۱۰)، مونیکاهو و همکاران (۲۰۰۹)، ونگ و ونگ ^{۹۰} (۲۰۱۲)، اسمعیلی (۱۳۸۸)
۶	انگیزه ذاتی فرد	جانسن (۲۰۰۴)، اسکات وبراس (۱۹۹۴)، یانگ (۲۰۱۲)، آمابیل ^{۹۱}

⁷⁸ Park, Song, Yoon

⁷⁹ Stana

⁸⁰ Harley and hult

⁸¹ Hakanen et al

⁸² Fredrickson

⁸³ Monica Hu et al

⁸⁴ Wang and Wang

⁸⁵ Young

⁸⁶ Montes

⁸⁷ Janssen

⁸⁸ Scott and Bruce

⁸⁹ Pieterse et al, 2010

⁹⁰ Wang and Wang

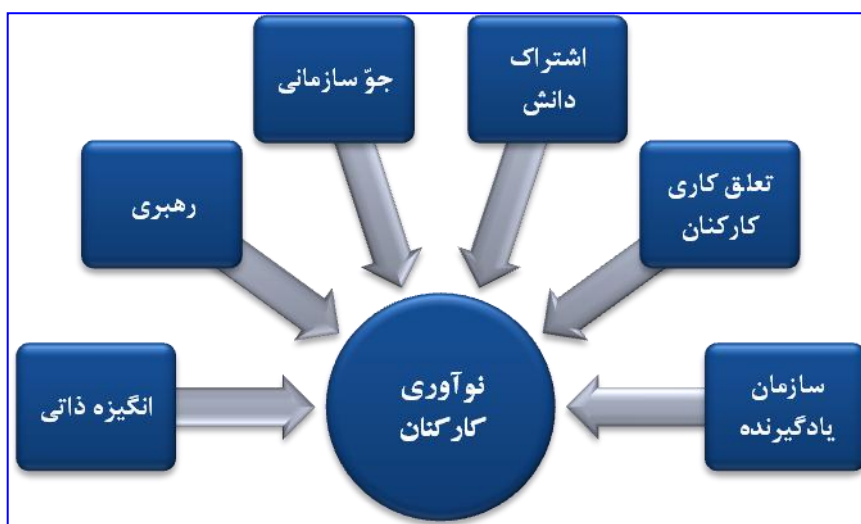
⁹¹ Amabile

		دولایمی (۲۰۰۹)، همکاران ^{۹۲} و کادوالادر (۱۹۹۶)، همکاران ^{۹۳} (۲۰۰۳) زنگ و بارتول ^{۹۴} (۲۰۱۰)، عطاری (۱۳۹۳)
۷	مشارکت کارکنان	"هارلی وهالت" (۱۹۹۸)،
۸	فرهنگ سازمانی	سید محسن حاجی سید عزیزی، علیرضا صنعتی آراسته، جواد اسدی مقدم (۱۳۹۳)، حمید رضا بیات (۱۳۷۵)، قنبری (۱۳۷۲)، گلپایگانی (۱۳۸۸)
۹	احساسات مثبت فرد	فردریکسون (۲۰۰۱)، آسن ^{۹۵} (۲۰۰۱)
۱۰	رضایت شغلی	لی و همکاران ^{۹۶} (۲۰۱۱)، پی پیرس و دلپک ^{۹۷} (۱۹۷۷)، هان جین نیو ^{۹۸} (۲۰۱۲)
۱۱	روابط گروه کاری	جانسن (۲۰۰۴)، اسکات وبراس (۱۹۹۴)، یانگ (۲۰۱۲)، (افشاری، حقیقی، نعیمی (۱۳۸۷)

۳- روش پژوهش

در این پژوهش، ابتدا از طریق مطالعه سوابق پژوهشهای پیشین، شناختی از وضع موجود در این زمینه حاصل و بر همین اساس نیز سیاهه‌ای از عوامل مؤثر بر نوآوری در بخش سازمانهای غیر انتفاعی استخراج شد. سپس این سیاهه با روش دلفی تکمیل و نهایی گردید و عوامل مؤثر بر نوآوری در سازمانهای غیر انتفاعی ایران از نظر اعضای پانل دلفی تعیین شدند.

۵- ساخت مدل



⁹² Cadwallader et al

⁹³ dulaimi et al

⁹⁴ Zhang and Bartol

⁹⁵ Isen

⁹⁶ Lee et al

⁹⁷ Pierce and Delbecq

⁹⁸ Han-jen Niu

شکل ۱: مدل پیشنهادی تحقیق

۶- فرضیه های پژوهش

سازمان یادگیرنده

یادگیری تعاریف گوناگون دارد، اما در تمامی این تعاریف، تغییر رفتار به عنوان اساسی ترین رکن یادگیری قلمداد شده است. یادگیری فرایندی است که در آن رفتارها و پندارهای افراد تغییر می یابد و افراد به گونه ایی دیگر می اندیشند و عمل می کنند بدین ترتیب فرایند یادگیری هنگامی تحقق می یابد که تغییری در رفتار و عملکرد افراد دیده شود (لیندگرین و وایلی ۱۹۷۶) [۱]. طبق مطالعات اخیر انجام شده توسط محققان (پارک، سانگ، یون^{۹۹} ۲۰۱۳؛ استانا^{۱۰۰} ۱۹۷۸؛ هارلی و هالت^{۱۰۱} ۱۹۹۸)، سازمان یادگیرنده بر نوآوری کارکنان تأثیر گذار می باشد [۶]. لذا این پژوهش، رابطه بین نوآوری کارکنان و سازمان یادگیرنده را تحت فرضیه زیر مورد بررسی قرار می دهد:

فرضیه ۱: سازمان یادگیرنده بر نوآوری کارکنان در سازمانهای غیر انتفاعی ایران تأثیر دارد.

تعلق کاری کارکنان

ویلیام کان (۱۹۹۰) به نقل از عیسی خان و همکاران (۱۳۹۱: ۲۳-۳۸) اولین پژوهشگر حوزه تعلق کاری، تعلق کاری را استفاده از تمام وجود خویش در ایفای نقش های کاری تعریف می کند. در تعلق کاری، افراد در ایفای نقش تمام ابعاد فیزیکی، شناختی و عاطفی خویش را به کار می گیرند یا ابراز می کنند [۱۰]. طبق پژوهش های انجام شده توسط پژوهشگرانی چون پارک، سانگ، یون (۲۰۱۳)، حاکانن و همکاران^{۱۰۲} (۲۰۰۸)، فردریکسون^{۱۰۳} (۲۰۰۱)، تعلق کاری، ابتکار عمل شخص را افزایش داده و در نتیجه بر نوآوری تأثیر می گذارد [۶]. بر این اساس، فرضیه زیر مطرح می شود:

فرضیه ۲: تعلق کاری بر نوآوری کارکنان در سازمانهای غیر انتفاعی ایران تأثیر دارد.

اشتراک دانش

به نظر " داونپورت و پروساک"^{۱۰۴} ۱۹۹۸، اشتراک دانش رویکردی سیستماتیک است که افراد، بینش تخصصی و اطلاعات خود را در دسترس دیگران قرار می دهند، به طوریکه، افراد می توانند این دانش را با تجربه های خود مرتبط سازند و آن را در برنامه های روزانه، فرایندها و راه حل های خود به کار گیرند [۲۲]. پژوهشگرانی چون پارک، سانگ، یون^{۱۰۵} (۲۰۱۳)؛ مونیکا هو و همکاران^{۱۰۶} (۲۰۰۹)؛ ونگ و ونگ^{۱۰۷} (۲۰۱۲)، در تحقیقات خود، ظرفیت های اشتراک دانش، را به عنوان منبع نوآوری کارکنان شناخته اند، زیرا انتشار دانش در تولید ایده اولیه اولین، به کار گرفته می شود [۶]. در نتیجه، فرضیه زیر مطرح می شود:

⁹⁹ Park, Song, Yoon

¹⁰⁰ Stana

¹⁰¹ Harley and hult

¹⁰² Hakanen et al

¹⁰³ Fredrickson

¹⁰⁴ Davenport and Prusak

¹⁰⁵ Park, Song, Yoon

¹⁰⁶ Monica Hu et al

¹⁰⁷ Wang and Wang

فرضیه ۳: اشتراک دانش بر نوآوری کارکنان در سازمانهای غیر انتفاعی ایران تأثیر دارد.

جو سازمانی

" هالپین و کرافت" در تعریف جو سازمانی می گویند: "ویژگی های درونی که یک سازمان را از سازمان های دیگر متمایز ساخته و روی رفتار افراد آن تأثیر می گذارد. این جو سازمانی به وسیله ادراکات کارکنان و توصیف های آنان از ویژگی های درونی سازمان سنجیده می شود." از نظر " لیتوین" و " روبرت استرینجر" جو سازمانی چنین است: «دارا کاتی که فرد از نوع سازمانی که در آن کار می کند دارد و احساس او به سازمان بر حسب ابعادی مانند استقلال، ساختار سازمانی، پاداش، ملاحظه کاری ها، صمیمیت و حمایت و صراحت». از آنجاییکه نوآوری یک فعالیت فردی نیست، بلکه فعالیتی است که به همه اعضای سازمان وابسته است، به این منظور اول باید حمایت مدیران عالی سازمان وجود داشته باشد و دوم اینکه یک جو مناسب که باعث انگیزش نوآوری شود در سازمان حاکم گردد. بنابراین، مدیران باید آگاهی داشته باشند برای توسعه نوآوری و حمایت از نوآوری در سازمان از ابعاد مختلف جو سازمانی استفاده کنند و ابعاد جو سازمانی مختلف را با هم ترکیب نمایند (مورنو^{۱۰۸} ۲۰۰۷) [۳]. طبق مطالعات انجام شده توسط پژوهشگرانی چون (یانگ^{۱۰۹} ۲۰۱۲؛ هارلی و هالت^{۱۱۰} ۱۹۹۸؛ مونتر^{۱۱۱} ۲۰۰۳)، جو سازمانی بر نوآوری کارکنان تأثیر دارد [۶]. بر این اساس، فرضیه زیر مطرح می گردد:

فرضیه ۴: جو سازمانی بر نوآوری کارکنان در سازمانهای غیر انتفاعی ایران تأثیر دارد.

رهبری

رهبری عبارت است از توانایی اعمال نفوذ یا اثر گذاردن بر یک گروه در جهت تأمین هدف ها [۱۷]. رهبران سازمان ها می توانند از طریق تغییر سبک رهبری خود، خلاقیت کارکنان خود را بهبود بخشند. رهبری تحول آفرین یا تحولی زمانی روی می دهد که هم رهبر و هم پیروان، انگیزه و حس اهداف والا مرتبه همدیگر را بالا ببرند. به اعتقاد بورنز، رهبری تحولی بر نیازهای والا مرتبه افراد برای موفقیت، احترام به خود و خودیابی می پردازد. این شیوه رهبری افراد را بر می انگیزد که به فراتر از منافع خود و به نفع عموم فکر کنند. این شیوه رهبری از رهبری تعاملی متمایز شده است که نوعاً شامل یک مبادله بین رهبر و پیروان با تأکید بر تصحیح انحراف از الزامات و ارائه یک پاداش مادی و روانی در پاسخ به اجابت خواست های رهبر می باشد [۱۶]. تحقیقات انجام شده گذشته توسط بسیاری از پژوهشگران (پارک، سانگ، یون^{۱۱۲} ۲۰۱۳؛ جانسن^{۱۱۳} ۲۰۰۴؛ اسکات و بروس^{۱۱۴} ۱۹۹۴؛ یانگ^{۱۱۵} ۲۰۱۲؛ پیترز و همکاران^{۱۱۶} ۲۰۱۰؛ مونیکا هو و همکاران^{۱۱۷} ۲۰۰۹؛ ونگ و ونگ^{۱۱۸} ۲۰۱۲؛ اسمعیلی ۱۳۸۸) حاکی است که ظرفیت های رهبری سازمانی، انتظارات نقش رهبر، مبادله رهبر - عضو، رهبری تحول آفرین و صفات رهبران بر نوآوری افراد تأثیر گذار است [۶]. بر این اساس فرضیه زیر، پیشنهاد می شود:

فرضیه ۵: رهبری بر نوآوری کارکنان در سازمانهای غیر انتفاعی ایران تأثیر دارد.

¹⁰⁸ Antonia Morenio

¹⁰⁹ Young

¹¹⁰ Harley and hult

¹¹¹ Montes

¹¹² Park, Song, Yoon

¹¹³ Janssen

¹¹⁴ Scott and Bruce

¹¹⁵ Young

¹¹⁶ Pieterse et al

¹¹⁷ Monica Hu et al

¹¹⁸ Wang and Wang

انگیزه ذاتی

انگیزه حالت درونی فرد است که رفتاری را در وی به وجود می آورد تا رسیدن به هدف مشخصی ممکن گردد (میچل، ترنس و لارسون^{۱۱۹} ۱۹۸۷) [۱۴]. انگیزه ذاتی فرد و احساسات مثبت اجزای اصلی نوآوری هستند. "امابیل"^{۱۲۰} (۱۹۹۶) به نقش انگیزه ذاتی در فرآیند نوآوری، توسط شناسایی سه بُعد خلاقیت شامل: ۱- انگیزه ۲- دانش ۳- مهارت ها تأکید کرده است. اوبیان کرده که انگیزه ذاتی به افراد کمک می کند که مُنعطف و مُصر و هدف محور باشند. نتایج تحقیقات انجام شده توسط پژوهشگران (کادوالدر و همکاران ۲۰۰۹، دولایمی و همکاران ۲۰۰۳، زنگ و بارتول ۲۰۱۰) نشان دهنده تأثیر مثبت و معنادار انگیزه ذاتی بر خلاقیت و نوآوری می باشد [۶]. بدین ترتیب فرضیه زیر مطرح می شود:

فرضیه ۶: انگیزه ذاتی فرد بر نوآوری کارکنان در سازمانهای غیر انتفاعی ایران تأثیر دارد.

۷- نتیجه گیری

نوآوری، می تواند عاملی برای افزایش انگیزش کاری، ارتقای سطح بهداشت روانی و رضایت شغلی کارکنان باشد. با افزایش نوآوری کارکنان، می توان کیفیت، کمیت و تنوع تولیدات و خدمات را افزایش بخشید و بدین گونه موجبات رشد و بالندگی سازمان را فراهم نمود [۲۳]. مدل ارائه شده در این پژوهش به دنبال بررسی تعدادی از عوامل تأثیر گذار بر نوآوری کارکنان در سازمانهای غیر انتفاعی ایران است. این عوامل عبارتند از سازمان یادگیرنده، تعلق کاری کارکنان، اشتراک دانش، جوّ سازمانی، رهبری و انگیزه ذاتی. افزایش یا بهبود هر یک از این عوامل می تواند بر ظرفیت های نوآوری کارکنان تأثیر گذار باشد.

مراجع

- [۱] الوانی، م. مدیریت عمومی، تهران، نشر نی، چاپ سی و یکم، ۱۳۸۵.
- [۲] نصر اصفهانی، م. مدیریت نوآوری، تهران، نشر انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول، ۱۳۸۹.
- [۳] فاسمی، ن. بررسی رابطه ابعاد جوّ سازمانی و نوآوری و اثر تعدیل کننده فرجه سازمانی بر رابطه آن دو در مجتمع گاز پارس جنوبی عسلویه، پایان نامه کارشناسی ارشد، بهمن ۱۳۸۹.
- [۴] خمسه، ع.، مفتاح، م. مقاله ارزیابی توانمندی نوآوری در شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران، کنفرانس مدیریت، چالش ها و راهکارها، دی ۱۳۹۲.
- [۵] جرجانی، ب. بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر نوآوری و کارافرنی سازمانی و اولیت بندی آنها با استفاده از تکنیک تاپسیس فازی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، ۱۳۹۳.
- [6] Park, Yu Kyoung, Song, Ji Hoon, Yoon, Seung Won, Kim, Jungwo, "learning organization and innovative behavior, the mediating effect of work engagement", European Journal of Training and Development, 2013.
- [۷] خسروی، ا. بررسی رابطه جوّ سازمانی با ابعاد فرهنگ نوآوری (تشکیلات، یادگیری سازمانی و جهت گیری بازار) در کارکنان شرکت سپاهان اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان، پایان نامه کارشناسی ارشد، آذر ۱۳۸۹.
- [۸] صالحی امیری، ر. نوآوری و کارافرنی سازمانی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، گروه پژوهشهای فرهنگی و اجتماعی، پژوهش نامه شماره ۲۰، ۱۳۸۷.
- [۹] سبحانی نژاد، م.، شهائی، ب.، یوزباشی، ع. سازمان یادگیرنده (مبانی نظری الگوهای تحقیق و پژوهش)، تهران، نشر یسطرون، ۱۳۸۵.

¹¹⁹ Mitchell, Terence and Larson

¹²⁰ Amabile

- [۱۰] بابایی خلجی، م.، احمدی، ا.، شهبازی، م. مقاله "بررسی عوامل مؤثر بر تعلق خاطر کاری پرستاری در بیمارستان چشم پزشکی فارابی وابسته به دانشگاه علوم پزشکی تهران"، مجله مدیریت دولتی دوره ۵، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۲.
- [11] Ungku Norulkamar*, Amer Hatamleh. A Review of knowledge sharing Barriers Among Academic Staff-A Malaysian Perspective, Journal of Sians Humanika, 2014.
- [۱۲] قلی زاده، س. بررسی تأثیر اشتراک دانش بر رفتار نوآورانه کارکنان با در نظر گرفتن اثر تعدیل گر سرمایه های اجتماعی (مطالعه موردی: شرکت مهندسی مشاور طوس آب)، پایان نامه کارشناسی ارشد، ۱۳۹۳.
- [13] Jianwei, zhang.Yaxin, Liu."organizational climate and its effects on organizational variable:an Empirical study",International Journal of Psychological Studies, 2010.
- [۱۴] قاسمی، ب. تئوریهای رفتار سازمانی، تهران، انتشارات هیات، ۱۳۹۲.
- [۱۵] اسمعیلی، ط. بررسی رابطه بین سبک رهبری (تحول گرا، تعاملی) و خلاقیت سازمانی از دیدگاه مدیران و دبیران مدارس متوسطه نواحی چهار گانه شهر شیراز، پایان نامه کارشناسی ارشد، آذر ۱۳۸۸.
- [۱۶] غلام زاده، د. رهبری استنتاج درس هایی از بافت سازمان براساس ویرایش پنجم کتاب رهبری به قلم ریچارد هافز، رابرت گینت، گوردون کورفی، تهران، انتشارات ترمه، چاپ اول، ۱۳۹۰.
- [۱۷] رایینز، استیفن پی. مبانی رفتار سازمانی، ترجمه دکتر علی پارسایان، دکتر سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ ششم، ۱۳۷۸.
- [۱۸] دلال نصیری، س. رابطه بین خلاقیت و نوآوری با رضایت شغلی در شاغلان صنایع دستی شیراز. پایان نامه کارشناسی ارشد، زمستان ۱۳۹۰.
- [19] Niu,Han jen,"IS Innovative behavior congenital? Enhancing job satisfaction as a moderator ", personnel Rieview, 2012.
- [۲۰] گلپایگانی، م. بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری، مرکز دانشگاه پیام نور تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، شهریور ۱۳۸۸.
- [۲۱] افشاری، حقیقی، نعمی. بررسی رابطه بین سبک رهبری، سبک حل مسأله و روابط گروه کاری با نوآوری در یک سازمان صنعتی، پایان نامه کارشناسی ارشد، ۱۳۸۷.
- [22] Shirani, Farhad. Md Nor, Khalil , "Investigation of Antecedents of knowledge Sharing" ,(2015).
- [۲۳] مهری، م.، بنی نعیمه، س. مقاله نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از جنبه فردی و سازمانی در مدیریت چالش ها، دی ۱۳۹۲.