

Creative Organizational Culture Pathology in Qom Universities; Using Excellence Diamond Model

Ali Naghi Amiri^{1*}, Zolfa Haghgooyan²

1. Professor, Department of Public Administration, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran

2. Ph.D. of Organizational Behavior Management, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran

(Received: April 9, 2018; Accepted: June 5, 2018)

Abstract

Considering the importance of creative organizational culture as well as problems and difficulties of public universities in this regard, present research aimed at a pathology of Qom universities in terms of creative organizational culture. To this end, excellence diamond model is utilized. In this model, the impact of leadership, employees, service quality, service strategy, customer orientation and information management and organizational structure on creative culture is studied. In present study, creative organizational culture questionnaire based on excellence diamond model is utilized. Considering 10 determined items in relevant questionnaires, those items with average scores less than 6 were identified as organizational impairments in creative organizational culture. To study the averages, one sample t-test was conducted. The findings indicated that identified impairments on creative organizational culture in Qom public universities are the influence by leadership on creative organizational culture including granting independence and decision making authority by leader to employees and also employees' impact on creative organizational culture including encouraging employees for their initiatives in organization and awarding personnel based on performance indicators.

Keywords: Creative organizational culture, Creativity, Diamond excellence model, Organizational culture.

* Corresponding Author, Email: anamiri@ut.ac.ir

آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی خلاق در دانشگاه‌های استان قم با به‌کارگیری مدل الماس تعالی

علی‌نقی امیری^{۱*}، زلفا حق‌گویان^۲

۱. استاد، گروه مدیریت دولتی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

۲. دکتری مدیریت رفتار سازمانی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۱/۲۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۳/۱۵)

چکیده

با توجه به اهمیت فرهنگ سازمانی خلاق و مسائل و مشکلات دانشگاه‌های دولتی در آن، پژوهش حاضر با هدف آسیب‌شناسی دانشگاه‌های استان قم از نظر فرهنگ سازمانی خلاق انجام گرفت. به این منظور مدل الماس تعالی به‌کار گرفته شد. در مدل الماس تعالی تأثیر رهبری، کارکنان، کیفیت خدمت، استراتژی خدمت، مشتری‌مداری، مدیریت اطلاعات و ساختار سازمانی بر فرهنگ خلاق بررسی شده است. در پژوهش حاضر پرسشنامه فرهنگ سازمانی خلاق مبتنی بر مدل الماس تعالی به‌کار گرفته شد. ابزار پژوهش پرسشنامه است. با توجه به طیف ده‌گزینه‌ای پرسشنامه، نواحی در پرسشنامه که میانگین آن کمتر از ۶ بود، به عنوان آسیب‌های سازمان در بعد فرهنگ سازمانی خلاق شناسایی شد. برای بررسی میانگین‌ها آزمون میانگین یک جامعه آماری اجرا شد. نتایج نشان داد آسیب‌های شناسایی شده در زمینه فرهنگ سازمانی خلاق در دانشگاه‌های دولتی استان قم، تأثیرگذاری رهبری بر فرهنگ سازمانی خلاق شامل اعطای استقلال و قدرت تصمیم‌گیری به کارکنان توسط رهبر و در تأثیرگذاری کارکنان بر فرهنگ سازمانی خلاق، شامل تشویق کارکنان به ابتکار عمل در سازمان و تخصیص پاداش به کارکنان براساس شاخص‌های عملکرد است.

واژگان کلیدی: خلاقیت، فرهنگ سازمانی خلاق، فرهنگ سازمانی، مدل الماس تعالی.

مقدمه

سازمان‌ها در برهه‌ای از زمان که با عناوین مختلف، مانند عصر دانش، عصر فراصنعتی، عصر جامعه اطلاعاتی، و بالاخره عصر خلاقیت و نوآوری مطرح شده است، خود را برای مدیریت تغییرات شتابان و دگرگونی‌های ژرف جهانی، آماده می‌کنند. سرعت تغییرات و تحولات از حد تصور فراتر رفته است، به طوری که خلاقیت و نوآوری به عنوان اصلی اساسی، از عوامل مهم بقای سازمان‌ها و شرکت‌های جهان، پذیرفته شده است (آقایی فیشانی، ۱۳۷۷، ص ۲۷۵). نیروهای متداول برای تغییر سازمان، مانند جهانی‌شدن، سرعت بیان ایده‌های جدید و کاهش هزینه‌ها را ضروری می‌کند. بر اساس نظر کاتر^۱، سرعت رقابت در اکثر سازمان‌ها و بخش‌ها در آینده افزایش خواهد یافت. به اعتقاد چارلز هندی^۲ تغییرات مستمر ویژگی سازمان‌های امروزی است. بنابراین، مدیرانی که درک بهتری از تغییرات دارند، می‌توانند از تغییرات به نفع سازمان بهره‌گیرند، و مزیت رقابتی کسب کنند. پیترز^۳ (۱۹۹۷) بیان می‌کند امروزه جهان کسب‌وکار به‌طور ثابت، در تغییر دائمی است و در این شرایط، تنها استراتژی بقای فرد و سازمان، نوآوری مستمر است (Roffe, 1999). خلاقیت کارکنان منبع مزیت رقابتی برای سازمان‌هاست؛ زیرا خلاقیت، کارکنان را توانمند می‌کند، و بنابراین، کارکنان می‌توانند عملکرد سازمانی خود را بهبود بخشند (Hazril et al., 2016). طبق نظر شلی و همکاران (۲۰۰۴)، خلاقیت پیش‌نیاز نوآوری سازمانی، اثربخشی، بقای بلندمدت سازمان، کمک به سازمان برای انطباق با تغییرات محیطی و بهره‌مندی از فرصت‌ها است (Shalley et al., 2004). طبق نظر اسکات و برک^۴ (۱۹۹۴) فرهنگ سازمانی مهم‌ترین عامل برای خلاقیت است (Scott, 2001). فرهنگ سازمانی خلاق، فرهنگی است که در آن از خلق ایده و تفکر خلاق بیشترین حمایت صورت می‌گیرد (Politis, 2008). با توجه به اهمیت خلاقیت در سازمان‌ها و

-
1. Kotter
 2. Handy
 3. Peters
 4. Scott & Bruce

نفس فرهنگ سازمانی در توسعه خلاقیت کارکنان، تحقیق حاضر در پی آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی خلاق در دانشگاه‌های دولتی استان قم است. مدل الماس تعالی یکی از علمی‌ترین و کاربردی‌ترین مدل‌ها برای آسیب‌شناسی سازمان است که امکان آسیب‌شناسی سازمانی^۱ را در هشت بعد رهبری، کارکنان، فرهنگ سازمانی خلاق، کیفیت خدمت، استراتژی خدمت، مشتری‌مداری، مدیریت اطلاعات و ساختار سازمانی فراهم می‌کند و با محاسبه روابط علی بین اجزا و ممیزی، و تجزیه و تحلیل حساسیت، به شرکت‌ها در رسیدن به تعالی یاری می‌رساند.

مبانی نظری

مدل الماس تعالی

مدل الماس تعالی با سنجش سطح تعالی و آسیب‌های سازمانی و بیان راهکارهای درمانی، به‌عنوان مدلی تجویزی، رشد و ارتقا را در همه ابعاد سازمان بر اساس نگرش سیستمی فراهم می‌کند. ساختاری برای سیستم مدیریتی سازمان فراهم می‌کند تا ابعاد مختلف سازمان مدیریت شوند، و منجر به مدیریت بر اساس فرایندهای سازمانی می‌شود تا فعالیت‌های که فقط مصرف‌کننده می‌باشند و هیچ ارزشی ایجاد نمی‌کنند، حذف شوند، و سبب مدیریت بر اساس حقایق می‌شود. همچنین، تصویری بی‌کم و کاست از سازمان ارائه می‌دهد و با تأکید بر نتایج باعث مشارکت بیشتر کارکنان می‌شود (حسن‌زاده و راستگو، ۱۳۸۷، ص ۸۶). این مدل هشت معیار دارد که عبارت‌اند از رهبری، کارکنان، فرهنگ سازمانی آفریننده، استراتژی خدمت، مدیریت اطلاعات، ساختار سازمانی، کیفیت خدمت و مشتری‌گرایی. در مدل یادشده، هر یک از معیارهای تعالی سازمانی شاخص‌هایی دارند که نشان‌دهنده کانال‌های اثرگذاری آن معیارها است. به عبارت دیگر، هر یک از معیارها بر دیگر معیارها از طریق کانال‌هایی تأثیر می‌گذارند و متقابلاً از آن‌ها اثر می‌پذیرد. در نتیجه، تعامل صحیح این معیارها با یکدیگر می‌تواند باعث افزایش تعالی سازمانی شود (حسن‌زاده و راستگو، ۱۳۸۷،

1. Organizational Pathology

صص ۸۵ و ۸۶). در پژوهش حاضر تأثیر رهبری، کارکنان، مشتری‌مداری، کیفیت خدمت، استراتژی خدمت، مدیریت اطلاعات و ساختار سازمانی بر فرهنگ سازمانی خلاق با توجه به مدل الماس تعالی بررسی شده است.

مشتری‌گرایی

بیش از ۴۰ سال است که مفهوم مشتری‌گرایی به‌عنوان اساس تئوری و عمل مدیریت بازاریابی مطرح شده است (Kim et al., 2004). برای مشتری‌مداری تعریف‌های متعددی وجود دارد. در تعریفی، مشتری‌مداری برآوردن نیازهای مشتریان در سطح تعامل بین کارکنان و مشتریان تعریف شده است (Dimitriades, 2007). مشتری‌مداری به‌عنوان جنبه‌ای از فرهنگ سازمانی در نظر گرفته شده است که هم باعث افزایش منافع مشتریان شده، و هم به موفقیت سازمان منجر می‌شود (Zarei et al., 2009). مشتری‌گرایی باوری است که مشتری را در کانون توجه قرار می‌دهد و مشتریان را از سایر ذی‌نفعان مستثنا نمی‌کند. مشتری‌مداری برای همه شرکت‌ها، به‌ویژه شرکت‌های خدماتی مهم است. اینگرام و هوفمن^۱ (۱۹۹۲) بیان می‌کنند برای شرکت‌های خدماتی، مشتری‌مداری اساس عملیاتی‌کردن مفهوم بازاریابی در سطح مشتری است (Kim et al., 2004). کلی^۲ (۱۹۹۲) تأکید کرد رفتارهای مشتری‌محور به توسعه روابط بلندمدت بین سازمان و مشتریانش منجر می‌شود که برای هر دو سودمند خواهد بود (Dimitriades, 2007). نارور و اسلاتر^۳ (۱۹۹۸) بیان می‌کنند سازمان‌های مشتری‌محور دائماً ارزش‌های والاتری را برای مشتریان خلق می‌کند. این سازمان‌ها به نیازهای پنهان و آشکار مشتریان از طریق تکنیک‌های تحقیقی سنتی و پیشرفته مانند مشاهده مشتری پی می‌برند. مشتریان شرکت‌های مشتری‌محور از آن‌ها رضایت بیشتری دارند و این شرکت‌ها خدمات بهتری را به مشتریان خود ارائه می‌دهند (Alam & Perry, 2002).

1. Ingram & Hoffman
2. Kelley
3. Narver & Slater

کیفیت خدمت

در متون نظری مدیریت واژه کیفیت معانی متفاوتی دارد. پیترز و واترمن (۱۹۸۲) کیفیت را با تعالی تعریف کرده‌اند. فگنبنون^۱ (۱۹۸۳) آن را ارزش، گرینال و جیوران^۲ (۱۹۸۸)، قابلیت کاربرد و گرونروس^۳ آن را رضایت مشتریان تعریف کرده است (Sharma & Talwar, 2007). در دهه‌های اخیر، واژه کیفیت معنایی فراتر از برآوردن انتظارات مشتریان دارد و ابعاد محیطی، ایمنی، مالی، حتی جنبه‌های اجتماعی عملکرد شرکت را دربرمی‌گیرد. این تغییر در معنای کیفیت به انقلابی در اقدامات و تحقیقات مدیریت کیفیت منجر شد و به‌جای تمرکز صرف بر مشتریان خارجی به تمرکز بر سلامتی درونی شرکت و عملکرد کلی آن تغییر یافته است (Boys et al., 2004). دانشمندان از کیفیت خدمت به‌عنوان قوی‌ترین اسلحه رقابتی در دنیای امروز نام می‌برند. طبق نظر آلبرشت^۴ (۱۹۹۰)، در هر روشی برای دستیابی به تعالی باید به کیفیت خدمت در بلندمدت توجه شود. بنابراین، بیان می‌شود شرکت‌های خدماتی برجسته، استراتژی‌هایی را انتخاب می‌کنند که نه فقط به دستیابی به کیفیت عالی منجر شود، بلکه باید شرکت‌ها را برای دستیابی به کیفیت خدمت در بلندمدت توانا کند (Kandampully & Menguca, 2000).

رهبری

رهبری محرک کلیدی در مدل‌های تعالی سازمان از جمله مدل الماس تعالی است. بدون مشارکت و تعهد مدیریت ارشد سفر مدیریت کیفیت مشکل و در بسیاری از موارد غیرممکن است (Badri et al., 2006). رفتار رهبر تعیین‌کننده این است که آیا ارزش‌های اصلی مثل اعتماد، احترام، خودگشودگی و اخلاقیت بخش مهمی از فرهنگ سازمانی تلقی می‌شوند یا خیر؟ (Park & Dahlgaard, 2007)، نتایج مطالعه انجام‌گرفته توسط شرکت فورد (۲۰۰۰) نشان داد رفتارهای

-
1. Fegenbaun
 2. Grynal & Juran
 3. Gronroos
 4. Albrecht

رهبری، تولید محصولات خلاق را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد (Mayfield & Mayfield, 2008). رهبران مانند کاتالیزوری هستند که محیط کاری، فرهنگ کاری، فرایندهای کاری و استراتژی‌هایی را ایجاد می‌کنند که محرک خلاقیت است (Ozaralli, 2015). تحقیقات اخیر نشان می‌دهد ارتباط بین انواع سبک رهبری بر خلاقیت کارکنان را مورد توجه قرار داده است. برای مثال بین ارتباط اثربخش رهبر-پیرو و رهبری حمایتی به افزایش خلاقیت کارکنان منجر می‌شود (Amabile et al., 2004). برخی مطالعات نیز ارتباط مثبت رهبری تحول‌آفرین و خلاقیت و نوآوری کارکنان را تأیید کرده‌اند (Jung et al., 2003). رهبران توانمندساز که باعث توسعه عزت نفس کارکنان می‌شوند، می‌توانند بر خلاقیت کارکنان تأثیر مثبت داشته باشند. کارکنانی که دارای عزت نفس هستند، احتمال بیشتری دارد که ایده‌ها و راه‌حل‌های نو خلق کنند (Ozaralli, 2015).

کارکنان

سازمان‌هایی که به دنبال تعالی هستند، روی ارتقای مزیت‌های نیروی انسانی متمرکز می‌شوند. جذب و حفظ نیروی انسانی با انگیزه و ماهر منجر می‌شود شرکت در بازارهای بین‌المللی مزیت رقابتی به دست آورند (Castilla & Ruiz 2008). برند (۱۹۹۸) بیان می‌کند سازمان‌ها باید افرادی را استخدام کنند که دانش‌ورز، خلاق و باهوش باشند (Andriopoulous, 2001). منابع انسانی جزء اصلی سازمان‌های خلاق است که فعالیت‌های سازمانی را تضمین می‌کند، ایده خلق می‌کند، دانش را به کار می‌برد و ستاده تولید می‌کنند. دانشمندان این افراد را طبقه خلاق^۱ می‌نامند. ویژگی این افراد این است که کمتر به قید و بندها وابسته‌اند و کنترل مدیریت در سازمان‌های سلسله‌مراتبی را اصلاح می‌کنند. این افراد محدودیت زمانی ندارند. کار آن‌ها روش زندگی آن‌هاست؛ حتی زمانی که برای کار آن‌ها مزایای مالی در نظر گرفته نشده باشد، آن‌ها به فعالیت خود ادامه می‌دهند (Girdauskiene et al., 2012). کارکنان خلاق به دنبال شناسایی فرصت برای عرضه محصولات و

خدمات جدید هستند. آن‌ها کاربردهای جدید را برای روش‌ها و تجهیزات موجود تشخیص می‌دهند. این افراد نه تنها راه‌حل‌های خلاق برای مسائل ارائه می‌دهند، بلکه برنامه‌های کافی‌ای برای اجرای ایده‌های جدید هم ارائه می‌دهند. اگر شلی و گیلسون^۱ (۲۰۰۴) بیان کردند کارکنان خلاق ایده‌های مفید و جدیدی برای محصولات، اقدامات و رویه‌های سازمانی ارائه می‌دهند (Gumusluoglu & Ilsev, 2009). کار افراد خلاق در سازمان‌ها بر کار دانشی مبتنی است که شامل توانایی، مهارت، تجربه و استعداد است. تحلیل ویژگی‌های کارکنان خلاق نشان می‌دهد که آن‌ها دارای انگیزش درونی، رویکرد گسترده^۲ (منظور رویکردی است که تنوع و عدم اطمینان داشته باشد)، ذهن منطقی، یادآوری نکردن گذشته و استعداد هستند. استعداد شامل توانایی، تجربه و دانش است (Girdauskiene et al., 2012). این افراد همچنین، جرأت و جسارت، شهود، همدلی، خلاقیت حرفه‌ای، شوخ‌طبعی، ابتکار و تخیل می‌باشند (Girdauskiene et al., 2012).

مدیریت دانش

از دهه ۱۹۹۰ اهمیت دانش در سازمان‌ها انکارناپذیر شده است و دانش یکی از منابع استراتژیک مهم به شمار می‌آید. (Catherine & Pervaize, 2003). دانشمندان برای مدیریت دانش تعریف‌هایی مطرح کرده‌اند. مکناتون و داروچ^۳ (۲۰۰۲) بیان کردند که مدیریت دانش یکی از نقش‌های است که شامل خلق دانش، مدیریت جریان دانش و اطمینان‌یافتن از اینکه دانش به‌طور مؤثر و کارآمد برای منافع بلندمدت در سازمان به‌کار گرفته می‌شود، است (Plessis, 2007). داونپورت و مارچند^۴ بیان کردند در حالی که مدیریت دانش شامل مدیریت اطلاعات است، ما در عین حال فراتر از آن می‌باشند و دو بعد مشخص دارد: تسهیل خلق دانش جدید و مدیریت افراد به طریقی که دانش را به اشتراک گذاشته و آن را به‌کار برند (Alwis & Hootmann, 2008).

1. Shalley & Gilson
 2. Broad Approach
 3. Mcnaughton & Darroch
 4. Davenport & Marchand

استراتژی خدمت

استراتژی خدمت برنامه‌ای برای دستیابی به اهداف خدمت است (هم اهداف دریافت‌کنندگان خدمت و هم اهداف عرضه‌کنندگان خدمت). در استراتژی خدمت همچنین، باید رویکردهای برآوردن الزامات خدمت برای دستیابی به اهداف خدمت بیان شده، و مشخص شود عملکرد خدمت چگونه سنجش و ارزیابی می‌شود. برای تدوین و اجرای استراتژی خدمت، شرکت‌ها باید همه عواملی را که الزامات خدمت را تحت تأثیر قرار می‌دهند و آن‌هایی را که بر فعالیت‌های اصلی سازمان اثر می‌گذارد، مد نظر قرار دهند (Kumar & Markeset, 2007). برخی از این عوامل عبارت‌اند از مدیریت منابع انسانی، فرهنگ سازمانی و نظام پاداش (Gebauer et al., 2008). همچنین، استراتژی‌های (رویکردهای) خدمت تحت تأثیر تغییرات محیط اجتماعی و سازمانی است که این تغییرات خود متأثر از تغییرات در نیازهای مشتریان است (Armistead & Kiely, 2003). بدون داشتن استراتژی خدمت احتمال عرضه خدمات ناقص، اشتباه، غیرکارآمد، و همچنین، احتمال ازدست‌دادن سود افزایش خواهد یافت (Kumar & Markeset, 2007).

ساختار سازمانی منعطف

ساختار سازمانی محرک اولیه تغییر و حرکت به سمت تعالی است. زیرا اساسی برای همه فرایندها و تصمیم‌های سازمان است (Catherine & Pervaize, 2003). امروزه شرکت‌ها مجبورند در محیط متلاطم فعالیت کنند (Escriba & Canet-Giner, 2006). در محیط‌های متلاطم منابع مورد نیاز غیر قابل اعتماد، تقاضای مشتریان پیش‌بینی‌ناپذیر و تکنولوژی دائماً در حال تغییر است (Hanter, 2002). بنابراین، مدیران باید در ساختارهای سنتی سازمان تغییراتی ایجاد کنند. امروزه ساختارهای سازمانی به سمت ساختارهای منعطف در حرکتند، تا بتوانند پاسخگوی نیازهای محیطی باشند. از این رو، ساختارهای سازمانی منعطف‌تر مانند ساختارهای شبکه‌ای، سلولی، کروی، شبدری، سیستم‌های موازی و ساختارهای آن شکل مطرح شده است (Escriba & Canet-Giner, 2006).

فرهنگ سازمانی خلاق

پیترز معتقد است با تغییر بازار جهانی به دهکده جهانی، برای سازمان‌های متعالی مسائلی مانند نوآوری عوامل کلیدی و اهمیت دارد (Sharma & Talwar, 2007). فرهنگ سازمانی خلاق فرهنگی است که در آن از خلق ایده و تفکر خلاق بیشترین حمایت صورت می‌گیرد (Politis, 2008). در فرهنگ سازمانی خلاق کارکنان به دلیل فعالیت‌های خلاق تشویق می‌شوند، مدیریت عالی از خلاقیت حمایت مالی می‌کند و به دلیل ریسک‌های منطقی مجازات نمی‌شوند (Mayfield & Mayfield, 2008). فیورر^۱ و همکاران بیان کردند فرهنگ سازمانی خلاق، فرهنگی است تعاملات مؤثر، محرک‌های زیاد برای خلاقیت، آزادی بیان و سهولت در خلق ایده دارد. عنصر دیگر در فرهنگ سازمانی خلاق تضمین امنیت مشارکت‌کنندگان است. زمانی که کارکنان از تنبیه و انتقام نترسند، تشویق می‌شوند خلاقانه فکر کنند. برند^۲ بیان کرد کارکنان خلاق به محیطی نیاز دارند که در آن مدیریت ارشد نگرشی بلندمدت داشته باشد و بتواند اشتباهات را تحمل کند. در فرهنگ سازمانی خلاق مسائل خلاقانه تعریف شده و برای حل آن‌ها راه‌های بدیعی به کار گرفته می‌شود (Andriopoulos, 2001). از دیگر خصوصیات فرهنگ خلاق آن است که افراد به یکدیگر اعتماد و اطمینان دارند و می‌توانند خطرهای روانی را برای ابرازکردن احتیاج‌ها و ترس‌های عمیق خود بپذیرند. ارنست دیل بر این باور است که ایجاد محیط خلاق و نوآور شاید مهم‌ترین عامل در تضمین بقای سازمان برای ارائه اندیشه‌های جدید و بکر باشد (آقایی فیشانی، ۱۳۷۷، ص ۱۹۴). در جدول ۱ به برخی هنجارهایی که در فرهنگ‌های سازمانی خلاق وجود دارد، اشاره شده است.

1. Feurer
2. Brand

جدول ۱. هنجارهای مؤثر در نوآوری

نو شابه‌سازی ژاپنی	مدیران پژوهشی بین‌المللی	شرکت خدمات مالی ایالات متحده	شرکت دارویی اروپایی	شرکت‌های منابع طبیعی آفریقای جنوبی
همکاری پذیرش اشتباه نداشتن پنهان‌کاری انعطاف‌پذیری اهداف روشن ارزشمندی پیشنهادها پاداش‌دهی به نوآوری	مخاطره‌پذیری -در شتاب کار - در بی‌پروایی پاداش‌دهی مشارکت پذیرش اختلاف نظر توجه به منابع	پذیرش اشتباه‌کاری آزادی در تجربه -در زمان - در منابع اهداف روشن جشن گرفتن پیروزی حذف موانع توجه به منابع	پاداش‌دهی دقت بیشتر یادگیری ثبت نتیجه‌ها اهداف روشن تبادل اطلاعات کار تیمی مشارکت تفویض اختیار	پذیرش اشتباه کاری شناخت افراد پاداش‌دهی احترام چندجانبه ارتباطات آزاد آزادی در تجربه پذیرش دگرگونی چالش با وضع موجود مشارکت مساوی

منبع: تاشمنو اوپلی، ۱۳۷۸، ص ۱۳۳

ببرد و لوکوود برای عناصر فرهنگی خلاق مدل تجزیه و تحلیل میدان نیرو را مطرح کردند. که در آن پیش‌برنده‌ها شامل ابهام در کار، استقلال، محرک‌های درونی، و منحصر به فرد بودن، و بازدارنده‌ها شامل پیش‌بینی‌پذیری، وابستگی، محرک‌های بیرونی و یکنواختی بود. در دو انتهای طیف صفات متضاد هم قرار گرفته‌اند. با تلاش برای حذف یا کاهش بازدارنده‌ها (عواملی که مانع خلاقیت می‌شوند) و ایجاد فرهنگی که از پیش‌برنده‌ها حمایت نکند، ظرفیت نوآوری را می‌توان به‌طور نظام‌مند تغییر داد (Byrd & Lockwood, 2002).

پیشینه پژوهش

در مطالعه‌ای تأثیر حمایت سازمانی بر خلاقیت کارکنان بررسی شده است. در این مطالعه، حمایت سازمانی درک شده توسط کارکنان به‌عنوان متغیر مستقل برای متغیر وابسته خلاقیت است و تجارب توسعه‌ای^۱ به‌عنوان متغیر تعدیل‌کننده در نظر گرفته شده است. نتایج نشان داد خلاقیت کارکنان به

1. Developmental experiences

حمایت سازمانی وابسته است و نقش تعدیل‌کنندگی تجارب توسعه‌ای معنادار است. یعنی تجارب توسعه‌ای رابطه بین حمایت سازمانی و خلاقیت را تعدیل می‌کند (Hazril et al., 2016).

هدف پژوهشی بررسی نقش افراد خلاق در سازمان و مدیریت آن‌ها است. این مطالعه، متون نظری مربوط به فرهنگ خلاق، خلاقیت و نوآوری را ترکیب کرده است. نتایج این مطالعه نشان داده است مجموعه‌ها ممکن است افراد خلاق را جذب، یا دفع کنند. اگر سازمان‌ها بتوانند افراد خلاق را جذب کنند، مزیت رقابتی آن‌ها افزایش خواهد یافت (Pitta et al., 2008).

پژوهشی با هدف تحلیل اثر ساختار سازمانی با تعهد و خلاقیت کارکنان انجام گرفته است. نتایج نشان داد بین خلاقیت سازمانی و تعهد سازمانی رابطه مثبت معنادار وجود دارد، ارتباط معنادار مثبتی بین تمرکز سازمانی و خلاقیت کارکنان وجود دارد. اما بین سایر ابعاد ساختار سازمانی و خلاقیت رابطه معنادار وجود نداشت. بنابراین، سازمان‌ها باید تلاش کنند ساختارهای پویا داشته باشند تا میزان رسمیت کاهش یابد. چون انعطاف‌پذیری در ساختار باعث بهبود خلاقیت سازمانی و انطباق بهتر سازمان با محیط می‌شود (Rahimzadeh Holagh et al., 2014).

جو (۲۰۰۷) در مطالعه‌ای تأثیر ویژگی‌های شخصیتی (مانند شخصیت پیشتاز^۱) و زمینه‌ای (شامل کیفیت روابط رهبر- پیرو، فرهنگ یادگیری سازمانی و پیچیدگی شغلی) را بر خلاقیت کارکنان بررسی کرده است. نتایج مطالعه او نشان داد عوامل شخصی و زمینه‌ای به‌طور مشترک، در خلاقیت کارکنان نقش دارند. زمانی که مشاغل پیچیده بود، کارکنان به شیوه حمایتی سرپرستی می‌شدند و همچنین، زمانی که سازمان دارای فرهنگ یادگیرنده بود و کارکنان از شخصیت پیشتاز برخوردار بودند، کارکنان بیشترین خلاقیت را داشتند. در این پژوهش، شدت عوامل مستقیم و غیرمستقیم اثرگذار بر خلاقیت کارکنان کم است که این نشان‌دهنده این است که هنوز عوامل بالقوه متعددی وجود دارد که بر خلاقیت کارکنان اثرگذار است، اما در این پژوهش بررسی نشده است (Joo, 2007).

1. Proactive personality

مطالعه‌ای با ترکیب نظریه‌های رهبری، خلاقیت و توانمندی روان‌شناختی^۱ به دنبال پاسخ به دو پرسش است: آیا توانمندسازی کارکنان توسط رهبران می‌تواند به بهبود خلاقیت منجر شود؟ و آیا توانمندی روانی زیردستان می‌تواند نقش متغیر تعدیل‌کننده برای بررسی رابطه بین توانمندسازی رهبران و خلاقیت داشته باشد؟. نتایج نشان داد توانمندسازی کارکنان توسط رهبران بر خلاقیت کارکنان اثر مثبتی دارد و همچنین، احساس توانمندی روانی کارکنان این رابطه را تعدیل می‌کند. یعنی زمانی که کارکنان احساس توانمندی می‌کنند، توانمندسازی رهبران تأثیر زیادی بر خلاقیت دارد، نسبت به زمانی که کارکنان احساس توانمندی نمی‌کنند (Ozaralli, 2015).

پژوهشی با هدف بررسی رابطه بین میزان خلاقیت معلمان با انگیزش درونی آن‌ها و جو نوآورانه در مدارس انجام گرفت. طبق نتایج این مطالعه، معلمان مدارس خصوصی انگیزش درونی و خلاقیت بیشتری نسبت به معلمان مدارس خصوصی داشتند. همچنین، براساس نتایج این پژوهش انگیزش درونی عامل پیش‌بینی‌کننده خلاقیت است، در حالی که جو نوآورانه بر خلاقیت تأثیری نداشت (Fidan & Oztürk, 2015).

قرونه (۱۳۸۵) با موضوع سنجش تعالی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان خراسان رضوی انجام گرفت. در این تحقیق برای سنجش میزان تعالی سازمان مربوطه مدل الماس تعالی به‌کار گرفته شد. با توجه به الگوریتم الماس تعالی، سطح تعالی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی از حد نرمال ۱۸۶٫۴۷ نمره فاصله داشت، که بیان‌کننده فاصله عملکردی ۱۲ درصدی است که این فاصله عملکردی در همه ابعاد و مؤلفه‌های تعالی دیده می‌شود. با توجه به روش میانگین نواحی شایان توجه در این سازمان در تعامل معیارهای رهبری، کیفیت خدمت، استراتژی خدمت، ساختار سازمانی و مشتری‌گرایی با سایر معیارها است. نواحی قابل اقدام براساس اختلاف و اولویت‌بندی سینرژیک مربوط به تعامل فرهنگ سازمانی آفریننده، کیفیت خدمت و مشتری‌مداری با سایر معیارها است (قرونه، ۱۳۸۵).

بنا بر آنچه بیان شد، اهداف پژوهش به شرح زیر است.

هدف اصلی: آسیب‌شناسی دانشگاه‌های دولتی استان قم از نظر فرهنگ سازمانی خلاق.

اهداف فرعی به شرح زیر بیان می‌شود.

۱. آسیب‌شناسی دانشگاه‌های دولتی استان قم از نظر تأثیر رهبری بر فرهنگ سازمانی خلاق.
۲. آسیب‌شناسی دانشگاه‌های دولتی استان قم از نظر تأثیر کارکنان بر فرهنگ سازمانی خلاق.
۳. آسیب‌شناسی دانشگاه‌های دولتی استان قم از نظر تأثیر مشتری‌مداری بر فرهنگ سازمانی خلاق.
۴. آسیب‌شناسی دانشگاه‌های دولتی استان قم از نظر تأثیر کیفیت خدمت بر فرهنگ سازمانی خلاق.
۵. آسیب‌شناسی دانشگاه‌های دولتی استان قم از نظر تأثیر استراتژی خدمت بر فرهنگ سازمانی خلاق.
۶. آسیب‌شناسی دانشگاه‌های دولتی استان قم از نظر تأثیر مدیریت اطلاعات بر فرهنگ سازمانی خلاق.
۷. آسیب‌شناسی دانشگاه‌های دولتی استان قم از نظر تأثیر ساختار سازمانی بر فرهنگ سازمانی خلاق.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی است. جامعه آماری، کارکنان دانشگاه‌های دولتی استان قم است. جامعه آماری محدود و اندازه جامعه آماری ۷۵۴ نفر است. برای نمونه‌گیری روش تصادفی طبقه‌ای و فرمول کوکران برای تعیین حجم نمونه به‌کار گرفته شد. تعداد کل نمونه با توجه به فرمول کوکران، با سطح اطمینان ۹۰ درصد و خطای یک‌دهم، ۲۰۰ نفر محاسبه شد که در این تحقیق تعداد پرسشنامه‌ها ۲۰۷ بوده است. اندازه جامعه آماری و اندازه نمونه در جدول ۲ بیان شده است.

جدول ۲. اندازه جامعه آماری و اندازه نمونه، به تفکیک دانشگاه‌های دولتی استان قم

ردیف	دانشگاه‌ها	اندازه جامعه	اندازه نمونه	بازگشتی پرسشنامه‌ها
۱	دانشکده پزشکی	۱۹۰	۶۵	۶۱
۲	دانشگاه حضرت معصومه (س)	۳۵	۱۲	۱۲
۳	دانشگاه قم	۳۷۰	۱۲۶	۸۲
۴	پردیس قم دانشگاه تهران	۱۲۴	۴۲	۴۰
۵	دانشگاه صنعتی قم	۳۵	۱۲	۱۲
	جمع کل	۷۵۴	۲۵۷	۲۰۷

ابزار پژوهش پرسشنامه بود. برای بررسی پایایی آن آلفای کرونباخ محاسبه شد و پایایی پرسشنامه تأیید شد. به منظور آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی خلاق در دانشگاه‌های دولتی استان قم پرسشنامه استاندارد مدل الماس تعالی به‌کار گرفته شد. از آنجا که مدل الماس پرسشنامه استاندارد دارد و در ایران نیز اجرا شده بود، نیازی به سنجش روایی پرسشنامه نبود.

یافته‌ها

در مدل الماس تعالی از طریق پرسشنامه‌ای تأثیر رهبری، کارکنان، کیفیت خدمت، استراتژی خدمت، مشتری‌مداری، مدیریت اطلاعات و ساختار سازمانی بر فرهنگ خلاق بررسی می‌شود. طیف پرسشنامه ۱ تا ۱۰ بود. نقاطی در پرسشنامه را که میانگین آن‌ها کمتر از ۶ بود، آسیب‌های سازمان در بعد فرهنگ سازمانی خلاق شناسایی شد. برای بررسی میانگین‌ها آزمون میانگین یک جامعه آماری به‌کار گرفته شد.

در آزمون یادشده، اگر عدد معناداری آزمون از سطح معناداری در نظر گرفته شده (۰/۰۵) بزرگتر باشد، فرض صفر تأیید می‌شود و میانگین مؤلفه برابر با ۶، یعنی وضعیت در حد متوسط است. اگر عدد معناداری آزمون از سطح معناداری در نظر گرفته شده (۰/۰۵) کمتر باشد، فرض صفر رد می‌شود. برای تصمیم‌گیری درباره بزرگتر یا کوچکتر بودن از مقدار میانگین مفروض (عدد ۶)، باید به علامت کران بالا و کران پایین توجه کرد. اگر هر دو کران علامت منفی داشته باشند، مقدار

میانگین کوچکتر از ۶ است و وضعیت متغیر نامناسب است. اگر هر دو کران علامت مثبت داشته باشند، مقدار میانگین بزرگتر از ۶ است و وضعیت متغیر مربوطه مناسب در نظر گرفته می‌شود.

جدول ۳. نتایج آزمون تی-تک‌نمونه برای آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی خلاق از نظر رهبری سازمان

ارزش آزمون = ۶						مؤلفه‌ها
سطح اطمینان ۹۵ درصد		تفاوت میانگین	ضریب معناداری	درجه آزادی	آماره تی	
کران بالا	کران پایین					
۰٫۶۸۵	-۰٫۰۲۲	۰٫۳۳۱	۰٫۶۶	۱۹۵	۱٫۸۴۹	شکل‌دهی چارچوب برای فعالیت‌های رهبر
۰٫۱۳۴	-۰٫۶۱۴	-۰٫۲۴۰	۰٫۲۰۸	۲۰۳	-۱٫۲۶۴	استقبال از نظرهای کارکنان توسط رهبری
۰٫۱۵۱	-۰٫۷۱۷	-۰٫۲۸۲	۰٫۲۰۰	۲۰۴	-۱٫۲۸۵	ایجاد تنوع در وظایف سازمانی توسط رهبری
-۰٫۰۹۵	-۰٫۸۰۵	-۰٫۴۵۰	۰٫۰۱۳	۲۰۱	-۲٫۵۰۲	اعطای استقلال به کارکنان توسط رهبری
۰٫۲۰۶	-۰٫۵۳۵	-۰٫۱۶۴	۰٫۳۸۴	۲۰۰	-۰٫۸۷۳	ایجاد الگوی ارتباطی همه‌جانبه در سازمان
-۰٫۰۳۵	-۰٫۷۶۸	-۰٫۴۰۱	۰٫۰۳۲	۲۰۳	-۲٫۱۶۲	اعطای قدرت تصمیم‌گیری به کارکنان توسط رهبری
۰٫۲۳۴	-۰٫۵۶۴	-۰٫۱۶۵	۰٫۴۱۷	۲۰۵	-۰٫۸۱۴	حمایت از کارکنان توسط رهبری
۰٫۰۸۷	-۰٫۷۳۱	-۰٫۳۲۱	۰٫۱۲۳	۲۰۱	-۱٫۵۵۰	تشویق کارکنان برای خلاقیت فردی توسط رهبری

همان‌طور که در جدول ۳ نشان داده شده است، در مؤلفه‌های مربوط به تأثیرگذاری رهبری بر فرهنگ سازمانی خلاق، اعطای استقلال و قدرت تصمیم‌گیری به کارکنان توسط رهبر وضعیت نامطلوب است؛ و وضعیت سایر گویه‌های مربوط به تأثیرگذاری رهبری بر فرهنگ سازمانی خلاق متوسط است.

جدول ۵. نتایج آزمون تی تک‌نمونه برای آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی خلاق از نظر ویژگی‌های کارکنان

ارزش آزمون = ۶					
مؤلفه	آماره تی	درجه آزادی	ضریب معناداری	تفاوت میانگین	سطح اطمینان ۹۵ درصد
					کران بالا
شکل‌دهی چارچوب برای فعالیت‌های کارکنان	۰٫۷۵۶	۲۰۰	۰٫۰۸۱	۰٫۲۹۸	۰٫۶۳۳
کارکنان به ارائه عقاید و نظرات	-۱٫۲۳۹	۲۰۵	۰٫۲۱۷	-۰٫۲۲۸	۰٫۱۳۴
تعهد کارکنان به سازمان	۱٫۶۹۷	۲۰۲	۰٫۰۹۱	۰٫۳۱۰	۰٫۶۷۰
کارکنان به همکاری با یکدیگر	۲٫۱۴۸	۲۰۴	۰٫۰۳۳	۰٫۳۸۰	۰٫۷۲۹
کارکنان به همسوس کردن اهداف فردی با اهداف سازمان	۱٫۸۸۹	۲۰۵	۰٫۰۶۰	۰٫۳۳۰	۰٫۶۷۴
ایجاد انگیزه در کارکنان برای کار و تلاش بیشتر	-۱٫۰۰۱	۲۰۳	۰٫۳۱۸	-۰٫۲۰۵	۰٫۱۹۹
برنامه‌ریزی در چهارچوب ارزش‌های حاکم بر سازمان	۱٫۷۲۰	۲۰۵	۰٫۰۸۷	۰٫۳۰۰	۰٫۶۴۶
خلاقیت فردی در کارکنان	-۱٫۵۱۰	۱۹۹	۰٫۱۳۳	-۰٫۲۹۵	۰٫۰۹۰۳
تشویق کارکنان به ابتکار عمل در سازمان	-۲٫۲۷۰	۲۰۴	۰٫۰۲۴	-۰٫۴۵۳	-۰٫۰۵۹
تخصیص پاداش به کارکنان بر اساس شاخص‌های عملکرد	-۳٫۵۰۲	۲۰۳	۰٫۰۰۱	-۰٫۷۶۹	-۰٫۳۳۶

همان‌طور که در جدول ۵ بیان شده است، در مؤلفه‌های مربوط به تأثیرگذاری کارکنان بر فرهنگ سازمانی خلاق، تشویق کارکنان به ابتکار عمل در سازمان و تخصیص پاداش به کارکنان بر اساس شاخص‌های عملکرد، وضعیت نامطلوب دارند؛ و وضعیت سایر گویه‌های مربوط به تأثیرگذاری کارکنان بر فرهنگ سازمانی خلاق متوسط است.

جدول ۶. نتایج آزمون میانگین یک جامعه آماری برای آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی خلاق از نظر کیفیت خدمت

ارزش آزمون = ۶						مؤلفه
سطح اطمینان ۹۵ درصد		تفاوت میانگین	ضریب معناداری	درجه آزادی	آماره تی	
کران بالا	کران پایین					
۱,۳۵۶	۰,۷۰۲	۱,۰۲۹	۰,۰۰۰	۲۰۳	۶,۲۰۵	تعهد کارکنان به مشتری
۱,۳۵۲	۰,۷۲۵	۱,۰۳۹	۰,۰۰۰	۲۰۴	۶,۵۳۳	تعامل بین کارکنان و مشتری
۰,۵۹۲	-۰,۰۸۷	۰,۲۵۲	۰,۱۴۵	۲۰۱	۱,۴۶۲	عرضه خدمت ماورای انتظارات مشتری
۱,۱۵۰	۰,۵۱۱	۰,۸۳۰	۰,۰۰۰	۲۰۰	۵,۱۳۶	همکاری کارکنان برای خدمت به مشتری
۰,۵۲۴	۰,۱۶۴	۰,۱۸۰۰	۰,۳۰۴	۱۹۹	۱,۰۳۱	تعریف معیارهای کیفیت از دیدگاه مشتری
۰,۲۵۲	-۰,۰۵۷	-۰,۱۲۷	۰,۰۵۹	۲۰۳	-۰,۶۶۲	تشویق کارکنان به خلاقیت فردی برای عرضه خدمت

همان‌طور که در جدول ۶ بیان شده است، در تأثیرگذاری کیفیت خدمت بر فرهنگ سازمانی خلاق؛ عرضه خدمت ماورای انتظارات مشتری، تعریف معیارهای کیفیت از دیدگاه مشتری و تشویق کارکنان به خلاقیت فردی برای عرضه خدمت، وضعیت متوسط دارد؛ و گویه‌های تعهد کارکنان به مشتری، تعامل بین کارکنان و مشتری، همکاری کارکنان برای خدمت به مشتری وضعیت مطلوب دارند.

جدول ۷. نتایج آزمون تی تک‌نمونه برای آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی خلاق از نظر استراتژی خدمت

ارزش آزمون = ۶						مؤلفه
سطح اطمینان ۹۵ درصد		تفاوت میانگین	ضریب معناداری	درجه آزادی	آماره تی	
کران بالا	کران پایین					
۰,۳۵۷	-۰,۳۸۷	-۰,۰۱۴	۰,۹۳۸	۲۰۲	-۰,۰۷۸	مشارکت کارکنان در تدوین استراتژی
۰,۴۱۴	-۰,۳۰۵	۰,۰۵۴	۰,۷۶۶	۲۰۱	۰,۲۹۸	توانمند سازی کارکنان بمنظور اجرای استراتژی
۰,۲۷۰	-۰,۴۲۳	-۰,۰۷۶	۰,۶۶۴	۱۹۵	-۰,۴۳۶	برقراری ارتباط سریع با محیط بدلیل استقرار الگوی ارتباطی همه جانبه
۰,۳۷۸	-۰,۳۲۸	۰,۰۲۴	۰,۸۹۰	۲۰۰	۰,۱۳۹	حمایت مدیریت عالی از استراتژی خدمت
۰,۱۳۹	-۰,۶۱۷	-۰,۲۳۸	۰,۲۱۵	۲۰۰	-۱,۲۴۵	تشویق کارکنان به خلاقیت فردی در اجرای استراتژی

همان‌طور که در جدول ۷ بیان شده است، در تأثیرگذاری کیفیت خدمت بر فرهنگ سازمانی خلاق؛ عرضه خدمت ماورای انتظارات مشتری، تعریف معیارهای کیفیت از دیدگاه مشتری و تشویق کارکنان به خلاقیت فردی برای ارائه خدمت، وضعیت متوسط دارند؛ و مؤلفه‌های کارکنان به مشتری، تعامل بین کارکنان و مشتری و همکاری کارکنان برای خدمت به مشتری وضعیت مطلوب دارند.

جدول ۸. نتایج آزمون تی-تک‌نمونه برای آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی خلاق از نظر مشتری‌مداری

ارزش آزمون = ۶						مؤلفه
سطح اطمینان ۹۵ درصد		تفاوت میانگین	ضریب معناداری	درجه آزادی	آماره تی	
کران بالا	کران پایین					
۱,۱۳۷	۰,۳۵۳	۰,۷۴۵	۰,۰۰۰	۱۵۶	۳,۷۵۷	ایجاد فضای باز برای انتقال نظرات مشتریان
۰,۶۷۹	۰,۰۰۳	۰,۳۱۴	۰,۰۴۸	۲۰۴	۱,۹۸۹	توانمند سازی کارکنان در شناخت انتظارات مشتریان
۰,۳۷۹	-۰,۳۷۰	۰,۰۰۴	۰,۹۷۹	۲۰۳	۰,۰۲۶	تشویق کارکنان به خلاقیت فردی در جلب رضایت مشتری
۰,۸۳۴	۰,۱۴۵	۰,۴۹۰	۰,۰۰۶	۲۰۳	۲,۸۰۵	حمایت مدیریت عالی از مشتری
۰,۵۷۲	-۰,۰۹۲	۰,۲۴۰	۰,۱۵۶	۲۰۳	۱,۴۲۳	یکپارچه عمل کردن واحدهای سازمان در ارتباط با مشتری

همان‌طور که در جدول ۸ بیان شده است، در تأثیرگذاری مشتری‌مداری بر فرهنگ سازمانی خلاق؛ تشویق کارکنان به خلاقیت فردی در جلب رضایت مشتری و یکپارچه عمل کردن واحدهای سازمان در ارتباط با مشتری، وضعیت متوسط دارد، و مؤلفه‌های ایجاد فضای باز برای انتقال نظرهای مشتریان، توانمندسازی کارکنان در شناخت انتظارات مشتریان و حمایت مدیریت عالی از مشتری وضعیت مطلوب دارند.

جدول ۹. نتایج آزمون تی تک‌نمونه برای آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی خلاق از نظر مدیریت اطلاعات

ارزش آزمون = ۶						مؤلفه
سطح اطمینان ۹۵ درصد	تفاوت میانگین	ضریب معناداری	درجه آزادی	آماره تی	آماره تی	
۰٫۶۹۴	۰٫۳۴۸	۰٫۰۴۸	۱۹۴	۱٫۹۸۸	۱٫۹۸۸	گسترش تبادل اطلاعات و دانش به دلیل استقرار الگوی ارتباطی همه‌جانبه
۰٫۳۶۰	۰٫۰۰۴	۰٫۹۷۸	۲۰۳	۰٫۰۲۷	۰٫۰۲۷	شرایط برای بیان عقاید و ارائه دانش
۰٫۷۴۰	۰٫۳۹۷	۰٫۰۲۴	۲۰۳	۲٫۲۷۹	۲٫۲۷۹	توان کارکنان در کسب اطلاعات و دانش
۰٫۴۰۱	۰٫۰۲۹	۰٫۸۷۶	۲۰۳	۰٫۱۵۶	۰٫۱۵۶	فراهم‌کردن شرایط برای تفکر خلاق با استفاده از منابع اطلاعاتی و دانش‌های مرتبط
۰٫۲۹۴	-۰٫۰۶۸	۰٫۷۰۹	۲۰۳	-۰٫۳۷۳	-۰٫۳۷۳	یکپارچه عمل‌کردن واحدهای مختلف در ارتباط با مدیریت اطلاعات و دانش

همان‌طور که در جدول ۹ بیان شده است، در تأثیرگذاری مدیریت اطلاعات بر فرهنگ سازمانی خلاق؛ شرایط برای بیان عقاید و ارائه دانش، فراهم‌کردن شرایط برای تفکر خلاق با استفاده از منابع اطلاعاتی و دانش‌های مرتبط و یکپارچه عمل‌کردن واحدهای مختلف در ارتباط با مدیریت اطلاعات و دانش، وضعیت متوسط است، و مؤلفه‌های گسترش تبادل اطلاعات و دانش به دلیل استقرار الگوی ارتباطی همه‌جانبه و توان کارکنان در کسب اطلاعات و دانش دارای وضعیت مطلوب است.

جدول ۱۰. نتایج آزمون تی تک‌نمونه برای آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی خلاق از نظر ساختار سازمانی

ارزش آزمون = ۶						مؤلفه
سطح اطمینان ۹۵ درصد	تفاوت میانگین	ضریب معناداری	درجه آزادی	آماره تی	آماره تی	
۰٫۲۶۷	-۰٫۰۹۸	۰٫۵۹۷	۲۰۲	-۰٫۵۳۰	-۰٫۵۳۰	ایجاد تنوع در وظایف کارکنان
۰٫۵۸۳	۰٫۲۴۳	۰٫۱۵۸	۲۰۴	۱٫۴۱۸	۱٫۴۱۸	ارتباطات سازمان
۰٫۸۶۵	۰٫۵۴۲	۰٫۰۰۱	۲۰۰	۳٫۳۰۹	۳٫۳۰۹	تعیین هدف‌ها و عملکردهای مورد انتظار سازمان
۰٫۵۲۴	۰٫۱۸۰	۰٫۳۰۰	۱۹۸	۱٫۰۳۹	۱٫۰۳۹	استقرار الگوی ارتباطی همه‌جانبه در سازمان
۰٫۵۵۸	۰٫۲۱۶	۰٫۲۱۲	۲۰۲	۱٫۲۵۲	۱٫۲۵۲	تعیین حیطه نظارت مطلوب
۰٫۲۰۳	-۰٫۱۸۷	۰٫۳۴۶	۲۰۲	-۰٫۹۴۴	-۰٫۹۴۴	تشویق خلاقیت فردی برای پیشنهاد اصلاحات ساختاری

همان‌طور که در جدول ۱۰ بیان شده است، در تأثیرگذاری ساختار سازمانی بر فرهنگ سازمانی خلاق؛ ایجاد تنوع در وظایف کارکنان، ارتباطات سازمان و استقرار الگوی ارتباطی همه‌جانبه در سازمان، تعیین حیطه نظارت مطلوب و تشویق خلاقیت فردی برای پیشنهاد اصلاحات ساختاری وضعیت متوسط دارد؛ و مؤلفه تعیین هدف‌ها و عملکردهای مورد انتظار سازمان وضعیت مطلوب دارد.

نتیجه‌گیری

سازمان‌ها و شرکت‌ها در برهه‌ای از زمان که با عناوین مختلف مانند عصر دانش، عصر فراصنعتی، عصر جامعه اطلاعاتی، و در نهایت، عصر خلاقیت و نوآوری مطرح شده است، خود را در جهت مدیریت تغییرات شتابان و دگرگونی‌های ژرف جهانی، آماده می‌کنند. سرعت تغییرات و تحولات از حد تصور فراتر رفته، به‌طوری که خلاقیت و نوآوری به عنوان اصلی اساسی، از عوامل مهم بقای سازمان‌ها و شرکت‌های جهان پذیرفته شده است (آقایی فیشانی، ۱۳۷۷، ص ۲۷۵). نیروهای متداول برای تغییر سازمان، مانند جهانی‌شدن، سرعت ارائه ایده‌های جدید و کاهش هزینه‌ها را، ضروری می‌کند. بر اساس نظر کاتر، سرعت رقابت در اکثر سازمان‌ها و بخش‌ها در آینده، افزایش خواهد یافت. به اعتقاد چارلز هندی تغییرات مستمر ویژگی سازمان‌های امروزی است. بنابراین، مدیرانی که درک بهتری از تغییرات دارند، می‌توانند از تغییرات به نفع سازمان بهره‌جسته و مزیت رقابتی کسب کنند. پیترز (۱۹۹۷) بیان می‌کند امروزه جهان کسب‌وکار به طور ثابت، در تغییر دائمی است و در این شرایط، فقط استراتژی بقای فرد و سازمان، نوآوری مستمر است (Roffe, 1999). در پژوهش حاضر، ضمن مطالعه مبانی نظری پژوهش و بررسی پیشینه تحقیق درباره فرهنگ سازمانی خلاق، دانشگاه‌های دولتی استان قم را با مدل الماس تعالی از نظر فرهنگ سازمانی خلاق آسیب‌شناسی شد. به منظور آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی خلاق در دانشگاه‌های دولتی استان قم مدل الماس تعالی به‌کار گرفته شد.

نتایج نشان داد آسیب‌های شناسایی شده در زمینه فرهنگ سازمانی خلاق در دانشگاه‌های دولتی استان قم در مؤلفه‌های مربوط به تأثیرگذاری رهبری بر فرهنگ سازمانی خلاق شامل اعطای

استقلال و قدرت تصمیم‌گیری به کارکنان توسط رهبر و در مؤلفه‌های مربوط به تأثیرگذاری کارکنان بر فرهنگ سازمانی خلاق شامل تشویق کارکنان به ابتکار عمل در سازمان و تخصیص پاداش به کارکنان بر اساس شاخص‌های عملکرد است. در بررسی پیشینه پژوهش، پژوهشی که به آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی خلاق با مدل الماس تعالی انجام گرفته باشد، مشاهده نشد؛ که این امر همان نوآوری این مقاله است. بنابراین، امکان مقایسه نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های پیشین به‌طور کلی وجود ندارد. اما در پژوهشی که با هدف تحلیل اثر ساختار سازمانی و خلاقیت کارکنان انجام گرفت، ارتباط معنادار مثبت بین عدم تمرکز سازمانی و خلاقیت کارکنان تأیید شد. بنابراین، سازمان‌ها باید تلاش کنند ساختارهای پویا داشته باشند تا میزان رسمیت کاهش یابد. زیرا انعطاف‌پذیری در ساختار باعث بهبود خلاقیت سازمانی و انطباق بهتر سازمان با محیط می‌شود (Rahimzadeh Holagh et al., 2014). همچنین، در مطالعه‌ای تأثیر رهبری و خلاقیت بررسی شده، و نشان داده شده است توانمندسازی کارکنان توسط رهبران بر خلاقیت کارکنان اثر مثبتی می‌گذارد. همچنین، احساس توانمندی روانی کارکنان این رابطه را تعدیل می‌کند. یعنی زمانی که کارکنان احساس توانمندی می‌کنند، توانمندسازی رهبران تأثیر زیادی بر خلاقیت دارد نسبت به زمانی که کارکنان احساس توانمندی نمی‌کنند (Ozaralli, 2015).

بر اساس نتایج، به مدیران دانشگاه‌های استان قم پیشنهاد می‌شود برای توسعه فرهنگ سازمانی خلاق اقدامات زیر را انجام دهند.

- کارکنان باید تشویق شوند بدون ترس از پیامدهای ارائه و اجرای یک برنامه، آن را تجربه کنند و اشتباهات را به عنوان فرصت‌های یادگیری به‌شمار آورند.
- قوانین، مقررات، خط‌مشی‌ها و کنترل‌های مشابه باید به حداقل کاهش یابد.
- از تقسیم کار پرهیز شود، تا محدودنگری رواج نیافته، و وسعت دید افزایش یابد.
- در تأکید بر شفاف‌کردن، عینی‌بودن، مشخص‌بودن در فرایند خلاقیت پرهیز شود تا محدوده خلاقیت کاهش نیابد.
- تنوع آرا باید تشویق شود. گرچه هماهنگی و توافق بین افراد و واحدها همیشه به عملکرد موفق منجر نمی‌شود.

- هدف‌ها باید واضح باشد و افراد باید تشویق شوند که راه‌کارهای متعدد رسیدن آن‌ها را در نظر بگیرند، تمرکز بر نتایج باعث بیان پیشنهاد و چندین جواب صحیح برای هر مسأله معین می‌شود.
- ارتباطات باید به طور افقی، عمودی و مورب جریان یابد. جریان آزاد ارتباطات باروری نظرات را آسان می‌کند.
- وقتی کارکنان بدانند در صورت ارائه نظر، حمایت و تشویق می‌شوند، پیوسته به تفکر و خلاقیت می‌پردازند؛ اما اگر مدیران به افکار و نظرات نهایی آن‌ها بی‌اعتنایی کنند، شخصیت انسانی افراد را می‌شکنند.
- در جلسه‌های گروهی، مسائل از جوانب مختلف بررسی شود تا افراد تلاش کنند نظرات کارسازتری را ارائه دهند.

منابع و مأخذ

۱. آقایی فیشانی، تیمور (۱۳۷۷). *خلاقیت و نوآوری در انسان‌ها و سازمان‌ها*. چاپ اول، تهران: انتشارات ترمه.
۲. تاشمن، مایکل، و اویلی، چارلز (۱۳۷۸). *نوآوری بستر پیروزی*. ترجمه عبدالرضا رضایی نژاد، تهران: خدمات فرهنگی رسا.
۳. حسن‌زاده، حمیدرضا، و راستگو، مهرداد (۱۳۸۷). *مدل‌های تعالی سازمان و نحوه استقرار آن‌ها در سازمان*. تهران: مهرآریا.
۴. قرونه، حسن (۱۳۸۵). *سنجش سطح تعالی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان خراسان رضوی*. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، رشته مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی، پردیس فارابی دانشگاه تهران.
5. Alam, I., & Perry, C. (2002). *A customer oriented new service*. *Journal of Services Marketing*, 16(6), 515-534.
6. Alwis, R. S., & Hootmann, E. (2008). The use of tacit knowledge within innovative companies: Knowledge management in innovative enterprises. *Journal of Knowledge Management*, 2(1), 133-147.
7. Amabile, T., Barsade, S., Mueller, J., & Staw, B. (2005). Affect and creativity at work. *Administrative Science Quarterly*, 50, 367-403.
8. Andriopoulous, C. (2001). Determinants of organizational creativity: A literature review. *Management Decision*, 39(10), 834-840.
9. Armistead, C., & Kiely, J. (2003). Creating strategies for managing evolving customer service. *Managing Service Quality*, 13(2), 164-170.
10. Badri, M. A., Selim, H., Alshare, K., Grandon, E. E., Yaunis, H., & Abdulla, M. (2006). The baldrige education criteria for performance excellence framework. *Quality and Reliability Management*, 23(9), 1118-1157.
11. Boys, K., Karapetrovic, S., & Wilcock, A. (2004). Is ISO 904 a path to business excellence? *International Journal of Quality and Reliability Management*, 21(8), 841-860.
12. Castilla, J. I., & Ruiz, O. R. (2008). EFQM model: Knowledge governance and competitive advantage. *Journal of International Capital*, 9, 133-156.
13. Catherine, L. W., & Pervaize, K. A. (2003). Structure and structural dimensions for knowledge-based organizations. *Measuring Business Excellence*, 7(1), 51-62.

14. Dimitriades, Z. S. (2007). The influence of service climate and job involvement on customer-oriented and organizational citizenship behavior in Greek service organizations: A survey. *Employee Relations*, 29(5), 469-491.
15. Escriba, M. A., & Canet-Giner, M. T. (2006). The combined use of quality management programs and work teams. *Team Performance Management*, 12, 162-181.
16. Fidan, T., & Oztürk, I. (2015). The relationship of the creativity of public and private school teachers to their intrinsic motivation and the school climate for innovation. *Social and Behavioral Sciences*, 195, 905-914.
17. Gebauer, H., Bravo-Sanche, Z., & Fleisch, E. (2008). Service strategies in product manufacturing companies. *Business Strategy Services*, 9(1), 12-20.
18. Girdauskienė, L., Sakalas, A., & Savanevičienė, A., (2012). Human Resource Management in a Creative Organization. *International Conference on Economics Marketing and Management*.
19. Gumusluoglu, L., & Ilsev, A. (2009). Transformational leadership, creativity and organizational innovation. *Journal of Business Research*, 62, 461-473.
20. Hanter, J. (2002). Improving organizational performance through the use of effective elements of organizational structure. *International Journal of Health Care Quality Assurance in Corporating Leadership in Health Services*, 15(3), xii-xxi.
21. Hazril, I., Aerni, I., & Amirul, S. M. S. (2016). Organizational support and creativity: The role of developmental experiences as a moderator. *Procedia Economics and Finance*, 35, 509-514.
22. Joo, B. K. (2007). The impact of contextual and personal characteristics on employee creativity in Korean firms. *Journal of Management*, 30(6), 933-958.
23. Jung, D. I., Chow, C., & Wu, A. (2003). The role of transformational leadership in enhancing organizational innovation: hypotheses and some preliminary findings. *Leadership Quarterly*, 14, 525-544.
24. Kandampully, J., & Menguce, B. (2000). Managerial practices to sustain service quality: A empirical investigation of Newzealand service firms. *Marketing Intelligence and Planning*, 18(4), 175-184.
25. Kim, J. K., Moon, J., Han, D., & Tikoo, S. (2004). Perception of justice and employee willingness to engage in customer-oriented behavior. *Journal of Services Marketing*, 18(4), 267-275.
26. Kumar, R., & Markeset, T. (2007). Development of performance-based service strategies for the oil and gas industry: A case study. *Journal of business and industrial Marketing*, 22(4), 272-280.
27. Mayfield, J., & Mayfield, M. (2008). The creative environment's influence on intent turns over. *Management Research News*, 31(1), 41-56.
28. Mynbayeva, A., Vishnevskaya, A., & Sadvakassova, Z., (2016). Experimental Study of Developing Creativity of University Students. *Social and Behavioral Sciences*, 217, 407-413.
29. Özarallı, N. (2015). Linking empowering leader to creativity: the moderating role of psychological (felt) empowerment. *Social and Behavioral Sciences*, 181, 366-376.

30. Park, S. M., & Dahlgaard, J. J. (2007). Excellence 25 years evolution. *Journal of Management History*, 31(4), 371-393.
31. Pitta, D. A., Wood, V. R., & Franzak, F. J. (2008). Nurturing an effective creative culture within a marketing Organization. *Journal of Consumer Marketing*, 25(3), 137-148.
32. Plessis, M. D. (2007). The role of knowledge management in innovation. *Journal of Knowledge Management*, 11(4), 20-29.
33. Politis, D. J. (2008). Dispersed leadership predictor of the work environment for creativity and productivity. *European Journal of Innovation Management*, 8(2), 182-204.
34. Rahimzadeh Holagha, S., Bodaghi Khajeh Noubarb, H., & Babak Valizadeh Bahado, B. (2014). The effect of organizational structure on organizational creativity and commitment within the Iranian municipalities. *Social and Behavioral Sciences*, 156, 213-215.
35. Roffe, L. (1999). Innovation & creativity in organizations: A review of the implications for training and development. *Journal of European industrial training*, 23(4), 234-237.
36. Scott, W. (2001). Employees' creativity by training their managers. *Industrial & Commercial Training*, 35(2), 63-68.
37. Sharma, A. K., & Talwar, B. (2007). Evolution of Universal Business Excellence model incorporating Vedic Philosophy. *TQM Journal*, 17(3), 4-20.
38. Zarei Matin, H., Jandaghi, Gh. R., Khanifar, H. & Heydari, F. (2009). Designing a competent organizational culture model for customer oriented companies. *African Journal of Business Management*, 3(7), 181-293.