

بررسی رابطه جو سازمانی برای نوآوری و عملکرد سازمانی از طریق رفتار خلاقانه (مطالعه موردی: دانشگاه علوم پزشکی شهر کرمانشاه)

علیرضا عطری

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - داخلی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه، کرمانشاه، ایران
Aliatri80@yahoo.com

چکیده

جو سازمانی نوآورانه می‌تواند عملکرد سازمانی و رفتار خلاقانه را بهبود یابد. زمانی می‌توان به اهداف سازمانی رسید، که جو سازمانی، نوآورانه باشد، تا در این راستا عملکرد سازمانی و رفتار خلاقانه در سطح مناسبی قرار بگیرد. هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه جو سازمانی برای نوآوری و عملکرد سازمانی از طریق رفتار خلاقانه (مطالعه موردی: دانشگاه علوم پزشکی شهر کرمانشاه) است. پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیت توصیفی - پیمایشی و از نظر روش از نوع همبستگی می‌باشد. نوع داده‌ها کمی و ابزار مورد نیاز استفاده از پرسشنامه‌های جو سازمانی نوآورانه (سیگل و کایمر، ۱۹۷۸)، عملکرد سازمانی (هرسی و گلداسمیت) و رفتار نوآورانه (کانتر ۱۹۸۸) است. جامعه آماری پژوهش کارکنان و روسای دانشگاه علوم پزشکی شهر کرمانشاه (بیمارستان محمد کرمانشاهی) می‌باشد. حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۲۲۵ نفر بود. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده است. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها جهت بررسی فرضیه‌های پژوهش ضریب همبستگی پیرسون با نرم‌افزار Spss25 است. یافته‌ها نشان داد که جو سازمانی برای نوآوری با عملکرد سازمانی، جو سازمانی برای نوآوری با رفتار خلاقانه و رفتار خلاقانه با عملکرد سازمانی با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ و ضریب همبستگی مثبت برای هر یک از فرضیه‌ها، نشان دهنده ارتباط معناداری و مثبت میان متغیرهاست. نتایج نشان داد که بین جو سازمانی برای نوآوری و عملکرد سازمانی از طریق رفتار خلاقانه رابطه معناداری وجود دارد.

کلید واژه‌ها: جو سازمانی نوآورانه، عملکرد سازمانی، رفتار خلاقانه، دانشگاه علوم پزشکی شهر کرمانشاه

مقدمه

امروزه در فضای رقابتی موجود، میان سازمان‌ها و شرکت‌ها در راستای ارائه خدمات، عملکرد سازمانی مناسب یکی از مهم‌ترین عامل‌های پیشرفت سازمان محسوب می‌شود. همواره در بیشتر سازمان‌ها در سرتاسر دنیا، مدیران به دنبال ارتقاء و بهبود عملکرد سازمان‌های خویش می‌باشند (۱). به عبارت دیگر، امروزه اگر سازمان‌ها بخواهند جایگاه خود را حفظ کرده و به نحوی عمل کنند که باعث بقاء، توسعه و موفقیتشان شود، ضروری است که در عملکرد خود تجدیدنظر کرده و تعهدات خود نسبت به ارباب‌رجوعان را به درستی ایفا کنند (۲). در این زمینه، وقوع رویدادهایی مانند گسترش رقابت، پیشرفت فناوری اطلاعات و تلاش همه جانبه سازمان‌ها و واحدهای اقتصادی برای کسب جایگاه بهتر، ضرورت توجه به بهبود مستمر عملکرد سازمانی را دو چندان نموده است (۳). از این رو رفتار خلاقانه در سازمان می‌تواند به عنوان عاملی مداخله‌گر بر عملکرد سازمان موثر واقع شود. خلاقیت در سازمان موجب کارایی و بهبود وضعیت درون‌سازمانی خواهد شد. با این حال عاملی که می‌تواند بر عملکرد سازمانی از طریق رفتار خلاقانه موثر واقع شود، جو سازمانی برای نوآوری است. جو یعنی ادراک رسمی و غیررسمی از سیاست‌ها، اعمال و رویه‌های سازمانی که می‌تواند بر متغیرهای دیگر سازمانی اثر بگذارد (۴). جو سازمانی از دو رویه جو همکارانه و جو نوآورانه تشکیل شده است (۵). هنگامی که در یک سازمان جو همکارانه وجود داشته باشد، اعضای آن تمایل بیشتری به کار کردن با یکدیگر دارند (۶). هنگامی که در یک سازمان سطح بالایی از جو نوآورانه ارائه می‌دهند، کارکنان برای مبادله و تسهیم دانش، به منظور خلق موضوع‌های جدید، تعامل خود را با دیگران افزایش می‌دهند (۷). جو سازمانی با ادراک کارکنان و توصیف آنان از ویژگی‌های درونی سازمان سنجیده می‌شود (۸). جو سازمانی نوآورانه از نظر برون عبارت است از یک مجموعه طولانی از ادراکات خلاقانه که به وسیله اعضای یک سازمان درباره مشخصات و چگونگی عملکرد سازمانشان بیان می‌شود، می‌تواند در ایجاد انگیزش برای کارکنان، بهبود روحیه ایشان، مشارکت افراد در تصمیم‌گیری‌ها و همچنین در ازدیاد خلاقیت و نوآوری موثر باشد و به عنوان یک منبع مهم در تامین سلامت روانی کارکنان به حساب آید. بنابراین تغییر خلاقانه در بخش از جو سازمانی منجر به تغییر فوری و عمیق در نحوه انجام کار و عملکرد کارکنان می‌شود (۹).

زمانی که جو نوآورانه در سازمان وجود داشته باشد، کارکنان به آسانی می‌توانند ارتباطات خود را به صورت گروهی با دیگر همکاران برقرار کنند و در تصمیم‌گیری‌های سازمانی و در راستای بهبود عملکرد سازمان نقش به‌سزایی داشته باشند. جو نوآورانه سازمان می‌تواند میزان خلاقیت کارکنان را افزایش دهد و در همین راستا عملکرد سازمانی در وضعیت مطلوبی به سر ببرد. با توجه به مطالب بیان شده در این پژوهش در پی پاسخگویی به این سوال هستیم که به چه میزان میان جو سازمانی نوآورانه و عملکرد سازمانی رفتار خلاقانه رابطه معناداری وجود دارد؟

مبانی نظری

جو سازمانی نوآورانه

اونز^۱ جو سازمانی را مجموعه‌ای خاص و ویژگی‌هایی می‌داند که موجب تمایز یک سازمان از دیگر سازمان‌ها می‌گردد (۱۰). در این راستا منظور از جو سازمانی نوآورانه، توسعه و گسترش ویژگی‌های متمایز کننده سازمان از دیگر سازمان‌ها می‌باشد. جو سازمانی نوآورانه، اصطلاح وسیعی است که به ادراک کارکنان از محیط عمومی کار در سازمان اطلاق می‌شود و متأثر از سازمان رسمی، غیررسمی، شخصیت افراد و رهبری سازمانی است. جو سازمانی، مجموعه نسبتاً پایداری از ادراک اعضای سازمان درباره ویژگی‌های فرهنگ سازمان است که این ادراک بر احساس، نگرش و رفتار افراد در محل کار تأثیر می‌گذارد (۱۱). امروزه جو سازمانی نوآورانه یکی از مفاهیم بسیار مهم در زمینه مدیریت است که به عناوین و طریق مختلف در منابع مربوط به رفتار سازمانی به آن اشاره می‌شود و تشریح آن به لحاظ اینکه ارتباط نزدیکی با بعضی دیگر از عوامل مؤثر در اثربخشی سازمانی از قبیل فرهنگ سازمانی، روحیه، انگیزش کارکنان و همچنین اثربخشی رفتاری مدیر دارد بسیار مهم است. مفهوم جو سازمانی نوآورانه بر این واقعیت دلالت دارد که رفتار انسان در سازمان فقط بر اثر تعامل با رویدادهای مستقیم و بلاواسطه شکل نمی‌گیرد، بلکه تحت تاثیر تعامل با نیروهای نامحسوس و ناپایداری سازمانی نیز قرار دارد. به‌طور کلی جو سازمانی ادراکاتی است که افراد از جنبه‌های گوناگون محیط سازمان دارند (۱۲).

عملکرد سازمانی

عملکرد در لغت به معنی حالت یا کیفیت کارکرد و در اصطلاح عملکرد سازمانی یک سازه کلی است که بر چگونگی انجام عملیات سازمانی اشاره دارد. محققان از روش‌های گوناگونی جهت سنجش عملکرد سازمان بهره جسته و از معیارهای متعددی نظیر اثربخشی، کارایی، کیفیت، سودآوری، بهره‌وری در این باب استفاده می‌نمایند که سنجش عملکرد از طریق کارایی از گستردگی و اعتبار بیشتری نسبت به سایر روش‌ها برخوردار است (۱۳). عملکرد سازمانی یک سازه کلی است که بر چگونگی انجام عملیات سازمانی اشاره دارد. محققان از روش‌های گوناگونی جهت سنجش عملکرد سازمان بهره جسته و از معیارهای متعددی نظیر اثربخشی، کارایی، کیفیت، سودآوری، بهره‌وری در این باب استفاده می‌نمایند که سنجش عملکرد از طریق کارایی از گستردگی و اعتبار بیشتری نسبت به سایر روش‌ها برخوردار است (۱۴).

رفتار خلاقانه

خلاقیت عبارت است از توانایی تلفیق ایده‌ها به شیوه‌ای منحصر به فرد برای برقراری ارتباط غیرمعمول بین ایده‌های مختلف (۱۴). رفتار خلاقانه، بیان می‌کند که در شرکت‌های آتی، کارترین رهبران دارای خصوصیت‌های خاص نوآوری و تفکرات مثبت و جدید هستند (۱۵). خلاقیت هر نظام اجتماعی، پدیده‌ای مبتنی بر نظم منطقی و تابعی از خلاقیت افرادی است که نظام از آنها تشکیل شده است. همان‌گونه که برای رشد گیاه، محیط و فضای مناسب مورد نیاز است، برای شکوفایی خلاقیت هم فضای مناسب باید وجود داشته باشد تا ذهن و حافظه افراد برای پرداختن به ایده‌های نو و ایجاد فرصت‌های تازه آزاد شود. نوآوری با خلق ارزش همراه است. خلاقیت، موتور نوآوری است. اساس و عصاره خلاقیت، ترکیب و تلفیق دو یا چند فکر و ایده است برای رسیدن به ایده‌ای کاملاً جدید. خلاقیت طرفدار و نتیجه ذهن آماده است و اغلب نتیجه نارضایتی فرد از وضعیت موجود است. خلاقیت هم به فرد و هم به محیط او بستگی دارد (۱۶).

پیشینه پژوهش

چناری و موسوی (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای به بررسی اثر جو سازمانی بر عملکرد سازمانی ادراک شده با نقش میانجی‌گری رضایت شغلی پرداختند. جامعه آماری ۳۸۵ نفر از کارکنان شرکت‌های فولادی استان خوزستان بودند. نتایج نشان داد که دو بُعد فضای مدیریت منابع انسانی (همکاری و ساختار) یک اثر غیر مستقیم (از طریق رضایت شغلی) و یک اثر مستقیم بر روی عملکرد سازمانی ادراک شده دارند (۱۱). زاهدبابلان و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی رابطه ساده و چندگانه ابعاد جو سازمانی نوآورانه با رفتار نوآورانه کارکنان پرداختند. جامعه آماری شامل ۳۳۰ نفر از کارکنان اداره برق استاد اردبیل بودند. نتایج نشان داد که رابطه بین جو سازمانی نوآورانه و ابعاد آن با رفتار نوآورانه مثبت و معنادار می‌باشد (۱۷).

نظریان و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی ارتباط جو سازمانی نوآورانه: حمایت از خلاقیت و تامین منابع برای نوآوری با توانمندسازی روانشناختی کارکنان در سازمان‌های دولتی شهرستان‌های املش و رودسر پرداختند. جامعه آماری ۱۶۸ نفر از کارکنان سازمان‌های دولتی شهرستان‌های معرفی شده می‌باشد. نتایج نشان داد که بین جو سازمانی نوآورانه با توانمندسازی روانشناختی همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد (۱۸).

نوروزی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی تاثیر جو سازمانی بر عملکرد سازمانی کارکنان از طریق سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان شهرداری مناطق پنج‌گانه شهر رشت) پرداختند. جامعه آماری شامل ۱۳۲ نفر از کارکنان شهرداری رشت بودند. نتایج نشان داد که جو سازمانی به صورت مستقیم بر سرمایه اجتماعی و به صورت غیرمستقیم بر عملکرد سازمانی اثر مثبت و معنادار می‌گذارد و سرمایه اجتماعی تاثیر مثبت و مستقیم بر عملکرد سازمانی گذاشته است (۱۹).

تقوایی یزدی (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه جو سازمانی و استرس شغلی کارکنان با عملکرد سازمانی پرداختند. جامعه آماری ۹۵۰ نفر از کارکنان مراکز آموزشی درمانی استان گلستان بودند. نتایج نشان داد که بین جو سازمانی با عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد (۲۰).

شانکر و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی جو سازمانی برای نوآوری و عملکرد سازمانی: اثر میانجی رفتار خلاقانه پرداختند. جامعه آماری شامل ۲۰۲ نفر از مدیران در شرکت‌های مالزی بودند. نتایج نشان داد که رفتار خلاقانه نقش میانجی در رابطه بین جو سازمانی برای نوآوری و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند (۲۱).

سوک و همکاران (۲۰۱۳) در مقاله‌ای تحت عنوان دستیابی به عملکرد برتر شرکت‌های کوچک و متوسط: نقش فراگیر قابلیت بازاریابی، نوآوری و یادگیری به بررسی تاثیر قابلیت‌های بازاریابی، نوآوری و یادگیری بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط پرداخته‌اند. آنها ضمن

انتشار پرسشنامه در میان ۱۷۱ شرکت کوچک و متوسط و تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از آنها به این نتیجه دست یافتند که میان قابلیت‌های بازاریابی، نوآوری و یادگیری با عملکرد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و همواره این قابلیت‌ها بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط اثرگذار می‌باشند (۲۲).

وو و سیوالوگاتاسان (۲۰۱۳) در مقاله‌ای با عنوان قابلیت نوآوری برای عملکرد بهتر: سرمایه فکری و عملکرد سازمانی صنعت پوشاک در سریلانکا، به بررسی تاثیر قابلیت‌های بازاریابی، نوآوری و یادگیری بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط پرداخته‌اند. آنها ضمن انتشار پرسشنامه در میان ۱۷۱ شرکت کوچک و متوسط و تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از آنها به این نتیجه دست یافتند که میان قابلیت‌های بازاریابی، نوآوری و یادگیری با عملکرد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و همواره این قابلیت‌ها بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط اثرگذار می‌باشند (۲۳).

ادواردز (۲۰۱۰) طی پژوهشی نشان داد در زمانی که جو سازمان، پذیرنده و تسهیل کننده تغییر باشد و رهبری خلاق، نوآوری و حامی سازمان را اداره کند، کارکنان سازمان به میزان بیشتری پذیرای نوآوری در سازمان هستند و خود شخصاً به تغییر و خلاقیت دواطلبانه، که همان رفتارهای فرانش است، روی می‌آورند (۲۴).

موهاپاترا و شارما (۲۰۱۰) عینیت و پرداخت به عنوان دو بعد از ابعاد جو سازمانی، محتوای نوآورانه شغل به عنوان یکی از ویژگی‌های شغل و تجربه شغلی به عنوان یک مشخصه شخصی پیش‌بینی کننده اشتیاق مدیران در سازمان‌های هندی بودند (۲۵).

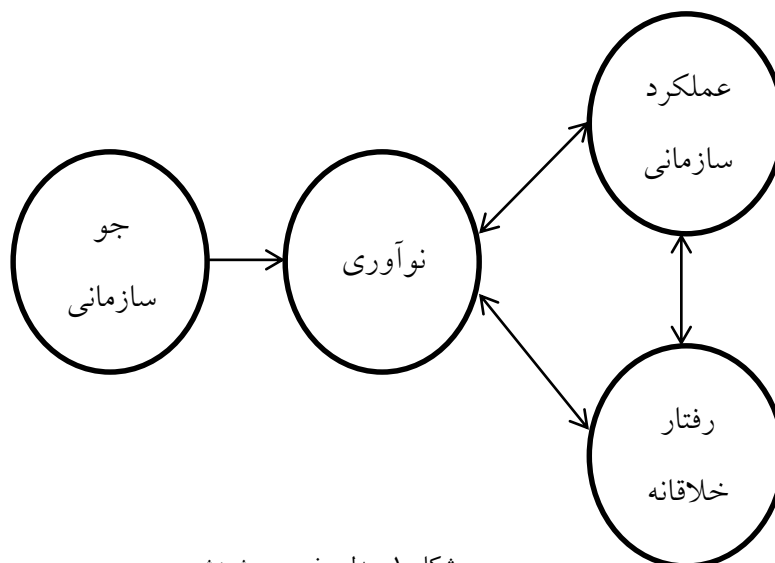
فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی

بین جو سازمانی برای نوآوری و عملکرد سازمانی از طریق رفتار خلاقانه رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱. بین جو سازمانی برای نوآوری و عملکرد سازمانی رابطه مثبت وجود دارد.
۲. بین جو سازمانی برای نوآوری و رفتار خلاقانه ارتباط مثبت وجود دارد.
۳. بین رفتار خلاقانه و عملکرد سازمانی رابطه مثبت وجود دارد.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیت توصیفی-پیمایشی و از نظر روش از نوع همبستگی و نوع داده‌ها کمی می‌باشد. نحوه اجرا به دو روش کتابخانه‌ای و میدانی می‌باشد. در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده شد. ابزار موردنیاز فیش‌برداری از مقالات، کتب، پایان‌نامه‌ها و... است. جامعه آماری پژوهش کارکنان و روسای دانشگاه علوم پزشکی شهر کرمانشاه (بیمارستان محمد کرمانشاهی) می‌باشد. حجم جامعه ۵۴۰ نفر است که براساس فرمول کوکران حجم نمونه ۲۲۵ تعیین گردید. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده است. روش گردآوری داده‌ها میدانی و ابزار موردنیاز استفاده از پرسشنامه‌های جو سازمانی نوآورانه (سیگل و کایمر^۱) و عملکرد سازمانی هرسی و گلداسمیت^۲ و جهت بررسی متغیر رفتار خلاقانه از پرسشنامه رفتار نوآورانه کانتر^۳ استفاده خواهد شد. **الف) پرسشنامه جو سازمانی نوآورانه (سیگل و کایمر، ۱۹۷۸):** پرسشنامه جو سازمانی نوآورانه توسط سیگل و کایمر در سال ۱۹۷۸ ساخته شده است که از ۲۴ گویه تشکیل شده است که به منظور سنجش جو سازمانی نوآورانه به کار می‌رود. نمره‌گذاری پرسشنامه به صورت طیف لیکرت ۵ نقطه‌ای می‌باشد که برای گزینه‌های «کاملاً مخالف»، «مخالف»، «متوسط»، «موافق» و «کاملاً موافق» به ترتیب امتیازات ۱، ۲، ۳، ۴ و ۵ در نظر گرفته می‌شود. حداقل نمره ۲۴ و حداکثر نمره ۱۲۰ است. هرچقدر پاسخ آزمون‌دهندگان به سمت حداکثر میل کند، نشان دهنده جو سازمانی نوآورانه بالا در سازمان است (۲۶). روایی پرسشنامه توسط صاحب‌نظران مورد تایید قرار گرفت و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۰/۷۹ محاسبه گردیده است (۲۷). همچنین در پژوهش محمودی‌نسب (۱۳۸۶) آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۲ محاسبه گردیده است. با توجه به روایی و پایایی پرسشنامه، می‌توان از آن استفاده کرد. **ب) پرسشنامه عملکرد سازمانی (هرسی و گلداسمیت):** برای محاسبه عملکرد سازمانی از پرسشنامه عملکرد سازمانی هرسی و گلداسمیت استفاده شده است. این پرسشنامه ۴۲ سوالی از نوع لیکرت می‌باشد که از خیلی زیاد تا خیلی کم تدوین گردیده است، که شیوه نمره‌گذاری به ترتیب از ۵ به ۱ است. هفت مولفه توانایی (گویه‌های ۱-۲-۳-۲۰)، وضوح (گویه‌های ۴-۵-۶-۷-۸-۳۹)، کمک (گویه‌های ۹-۱۱-۱۲-۱۳-۱۵)، مشوق (گویه‌های ۱۶-۱۸-۱۹-۲۱-۲۲-۲۵)، ارزیابی (گویه‌های ۲۳-۳۰-۳۱-۳۲-۳۳-۳۴-۳۵-۳۶-۳۷)، اعتبار (گویه‌های ۱۷-۲۴-۲۶-۲۷-۲۸-۲۹) و محیط (گویه‌های ۱۰-۱۴-۴۱-۴۲) را در بر می‌گیرد. حداقل نمره ۴۲ و حداکثر نمره ۲۱۰ می‌باشد. روایی این پرسشنامه به تایید اساتید و متخصصان رسیده است. پایایی این پرسشنامه توسط عباس‌پور و باروتیان (۲۸) مورد بررسی قرار گرفته و ۰/۹۳ برآورد شده است. **ج) پرسشنامه رفتار نوآورانه (کانتر ۱۹۸۸):** این پرسشنامه برای اولین بار در سال ۱۹۸۸ توسط کانتر انتشار یافت (۲۵). پرسشنامه رفتار نوآوری حاضر، شامل ۸ سوال می‌باشد که به وسیله سرپرست هر قسمت و برای کارکنان، تکمیل می‌شود. این پرسشنامه با تأکید بر نگرش سرپرستان، میزان ابتکار و نوآوری سازمانی را در بین کارکنان بررسی می‌کند. سوالات از طیف لیکرت (کاملاً موافق، موافق، متوسط، مخالف و کاملاً مخالف) تشکیل شده است. شیوه نمره‌گذاری به ترتیب از ۵ به ۱ است. حداقل نمره ۸ و حداکثر نمره ۴۰ است. در این طیف، هر قدر نمره اکتسابی به رقم ۸ گرایش داشته باشد، میزان رفتار نوآورانه در کارکنان کمتر و هر قدر به سوی نمره ۴۰ سوق یابد، میزان نوآوری و خلاقیت در کارکنان، بیشتر می‌باشد. روایی پرسشنامه توسط صاحب‌نظران مورد تایید قرار گرفته است. در پژوهش (۲۷)، برای بررسی ضرایب اعتبار درونی پرسشنامه‌ی فوق، از ضریب آلفای کرونباخ و برای محاسبه‌ی ضریب اعتبار بیرونی، از روش دو نیمه کردن استفاده شده است و طی آن ضرایب به ترتیب، ۰/۹۲ و ۰/۹۰ حاصل شده است (۲۶).

در این پژوهش از آمار توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد و...) و آمار استنباطی (همبستگی) استفاده خواهد شد. جهت انتخاب آزمون پارامتریک یا غیرپارامتریک از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده خواهد شد. در صورت نرمال بودن داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون در غیر اینصورت از آزمون همبستگی اسپیرمن با استفاده از نرم‌افزار SPSS25 استفاده خواهد شد.

یافته‌های پژوهش

1. Siegel and Kimmer
2. Hersey and Goldsmith
3. Counter

الف) یافته‌های توصیفی

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

متغیر	طبقه‌بندی	فراوانی	فراوانی نسبی (درصد)
جنسیت	زن	۱۰۹	۴۸/۴
	مرد	۱۱۶	۵۱/۶
وضعیت تأهل	مجرد	۱۵۹	۷۰/۷
	متاهل	۶۶	۲۹/۳
مقطع تحصیلی	فوق دیپلم	۱۱	۴/۹
	کارشناسی	۶۷	۲۹/۸
	کارشناسی ارشد	۹۷	۴۳/۱
	دکتری و بالاتر	۵۰	۲۲/۲
سن	کمتر از ۳۰ سال	۸۶	۳۸/۲
	۳۰ تا ۴۰ سال	۹۱	۴۰/۴
	۴۰ سال به بالا	۴۸	۲۱/۴
سنوات خدمت	کمتر از ۱۰ سال	۴۱	۱۸/۲
	۱۰ تا ۱۵ سال	۳۸	۱۶/۹
	۱۵ تا ۲۰ سال	۸۰	۳۵/۶
	۲۰ سال به بالا	۶۶	۲۹/۳

جدول ۱ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی از نظر جنسیت، وضعیت تأهل، مقطع تحصیلی، سن و سنوات خدمت آزمودنی‌ها را از نظر فراوانی و فراوانی نسبی نشان می‌دهد.

جدول ۲: آمار توصیفی متغیرها

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد
جو سازمانی نوآورانه	۳/۲۷	۰/۷۱۷
عملکرد سازمانی	۳/۲۱	۰/۷۱۸
رفتار خلاقانه	۳/۲۰	۰/۵۴۴

با توجه به ضرایب به‌دست آمده در جدول ۲ میانگین متغیرها از حد متوسط بالاتر بوده است. که این ارقام نشان دهنده آن است که پاسخگوی جامعه آماری مثبت بوده است.

ب) یافته‌های استنباطی

جدول ۳: آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیر	مقدار آماره	سطح معناداری
جو سازمانی نوآورانه	۰/۰۵۹	۰/۰۵۳
عملکرد سازمانی	۰/۰۵۱	۰/۲
رفتار خلاقانه	۰/۰۵۹	۰/۰۵۸

باتوجه به نتایج به دست آمده در جدول ۳ و سطوح معناداری به دست آمده که از ۰/۰۵ بیشتر است، می توان بیان کرد که متغیرهای مذکور دارای توزیع نرمال هستند و می توان از آزمون های پارامتریک استفاده کرد. با توجه به نرمال بودن داده ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی و اثبات فرضیه های پژوهش استفاده شده است.

جدول ۴: آزمون فرضیه ها و ارتباط بین متغیرها

جو سازمانی نوآورانه	عملکرد سازمانی	رفتار خلاقانه
ضریب همبستگی	۱	۰/۱۲۵
سطح معناداری	-	۰/۰۳۰
ضریب همبستگی	۰/۱۲۰	۰/۳۳۷
سطح معناداری	۰/۰۳۷	۰/۰۰۰
ضریب همبستگی	۰/۱۲۵	۱
سطح معناداری	۰/۰۳۰	-

نتایج حاصل از جدول ۴-۱۰ با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ و ضریب همبستگی مثبت با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون نشان می دهد، که بین متغیرها ارتباط معنادار و مستقیمی وجود دارد؛ بنابراین، فرضیه های پژوهش مورد تأیید قرار گرفتند.

در سازمان‌ها مؤلفه‌های بسیاری مؤثر است که می‌تواند عملکرد سازمانی را بهبود بخشد. یکی از این مؤلفه‌ها جو سازمانی برای نوآوری است. این مؤلفه بیان‌کننده محیطی بر پایه استراتژی در راه رسیدن به اهداف سازمانی از طریق نوآوری است. سازمانی زمانی می‌تواند به موفقیت برسد که در آن نوآوری وجود داشته باشد. نوآوری فقط در تولیدات مورد توجه قرار نمی‌گیرد، بلکه در ارائه خدمات نیز موثر و مفید است. زمانی که جو سازمان برای نوآوری وجود داشته باشد، عملکرد سازمانی کارکنان و مدیران بهبود می‌یابد؛ که این عملکرد بهبودیافته از طریق رفتار خلاقانه بروز پیدا می‌کند.

تبیین و نتایج فرضیه اول: کارکنان زمانی می‌توانند عملکرد مطلوبی را داشته باشند، که جو سازمانی در سطح مناسبی باشد. جو سازمانی دارای ابعاد مختلفی همچون ارتباطات میان کارکنان، فرهنگ سازمانی، ارتباط با ارباب رجوع و... می‌تواند باشد. اما یکی از مهم‌ترین ابعاد جو سازمانی که عملکرد سازمانی را بهبود می‌بخشد، جو سازمانی برای نوآوری است. این بُعد از جو سازمانی در تلاش است تا امکانات و ابزارهایی را به وجود آورد تا نوآوری سازمان افزایش یابد. در همین راستا می‌توان ادعان داشت که جو سازمانی برای نوآوری با عملکرد سازمانی رابطه معنادار و مثبتی دارد. با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها در جدول ۴ با سطح معناداری ۰/۰۳۷ و ضریب ۰/۱۲۰ نشان دهنده ارتباط معنادار و مثبت میان متغیرهای جو سازمانی برای نوآوری با عملکرد سازمانی است. با این توصیف می‌توان فرضیه فرعی اول را پذیرفت. نتایج فرضیه حاضر با نتایج پژوهش‌های چناری و موسوی (۱۳۹۵)، نوروزی و همکاران (۱۳۹۴)، تقوایی یزدی (۱۳۹۴)، شانکر و همکاران (۲۰۱۷)، سوک و همکاران (۲۰۱۳) و وو و سیوالوگاتاسان (۲۰۱۳) همسو و هم‌جهت است.

تبیین و نتایج فرضیه دوم: جو سازمانی نوآورانه می‌تواند هر سازمانی را از نظر ارائه خدمات یا تولید محصولات متمایز سازد. در این سازمان‌ها ویژگی‌های مثبت فردی و گروهی خود را به درستی نمایان می‌سازد. در همین راستا رفتار خلاقانه نمود پیدا می‌کند. رفتار خلاقانه می‌تواند تفکرات و ایده‌های مثبت و کارا از طرف مدیران سازمان و تزریق این تفکرات به کارکنان باشد. با این حال زمانی که جو سازمانی برای نوآوری در سازمان در سطح بالایی قرار گیرد، رفتار خلاقانه بهبود می‌یابد. با توجه به نتایج آماری در جدول ۴ با سطح معناداری ۰/۰۳۰ و ضریب همبستگی ۰/۱۲۵ نشان دهنده ارتباط معناداری و مثبت میان متغیرهاست. با توجه به نتایج بیان شده می‌توان فرضیه فرعی دوم را پذیرفت. نتایج فرضیه حاضر با نتایج پژوهش‌های زاهدبابلان و همکاران (۱۳۹۵)، نظریان و همکاران (۱۳۹۵)، شانکر و همکاران (۲۰۱۷) و ادواردز (۲۰۱۰) همخوانی دارد.

تبیین و نتایج فرضیه سوم: خلاقیت در هر سازمانی لازمه رسیدن به اهداف سازمانی است. امروزه بدون خلاقیت در فضای رقابتی ارائه خدمات یا تولید محصولات نمی‌توان بقاء سازمان را تضمین کرد. رفتار خلاقانه موجب به وجود آمدن نوآوری و بهبود عملکرد سازمانی می‌باشد. هرچقدر رفتار خلاقانه در کارکنان و مدیران پرورش بیشتری یابد، عملکرد سازمانی در سطح مطلوب‌تری قرار می‌گیرد. بنابراین، می‌توان ادعان نمود که رفتار خلاقانه و عملکرد سازمانی یک رابطه مستقیم و مثبت است. با توجه به نتایج آماری در جدول ۴ با سطح معناداری صفر و ضریب همبستگی به رقم ۰/۳۳۷ نشان دهنده ارتباط معنادار و مثبت میان متغیرهاست. با این توصیف فرضیه فرعی سوم نیز پذیرفت می‌شود. نتایج فرضیه حاضر با نتایج پژوهش‌های نظریان و همکاران (۱۳۹۵)، شانکر و همکاران (۲۰۱۷) و ادواردز (۲۰۱۰) همخوانی دارد.

نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه‌های فرعی پژوهش حاکی از آن است که فرضیه اصلی پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد و بین جو سازمانی برای نوآوری و عملکرد سازمانی از طریق رفتار خلاقانه رابطه معناداری وجود دارد.

۱. در راستای نتایج فرضیه فرعی اول می‌توان پیشنهاد کرد که، استفاده از امکانات و تکنولوژی‌های به روز در بیمارستان، تعاملات میان کارکنان و مدیران در راستای نوآوری در سازمان، بهبود فرهنگ سازمانی و... می‌تواند جو سازمانی برای نوآوری در راستای بهبود عملکرد سازمانی را محقق سازد.
۲. در راستای نتایج فرضیه دوم می‌توان پیشنهاد نمود که، پرورش و گسترش اندیشه خلاقانه در سازمان، استفاده از تجربه افراد با سابقه، استفاده از فن‌آوری و شیوه‌های جدید در راستای افزایش خلاقیت و... می‌تواند جو سازمانی برای نوآوری و رفتار خلاقانه را بهبود بخشد.
۳. در راستای نتایج فرضیه سوم می‌توان پیشنهاد نمود که، با بهبود رفتار خلاقانه در سازمان از طریق ابزارهای مالی مانند پاداش و دستمزد به‌موقع به کارکنان، امنیت شغلی، ارتباط میان کارکنان و مدیران و... می‌توان بر عملکرد سازمانی موثر واقع شد.

- (۱) مقیمی، سید محمد، امامی، فرزانه، کاظمی، معصومه (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت‌بندی شاخصه‌های سرمایه اجتماعی و تأثیر آن بر عملکرد سازمانی در نظام دانشگاهی، فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۹، شماره ۲.
- (۲) حسین‌پور، داوود، آذر، مهدی (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه فکری و اجتماعی با عملکرد سازمانی از نظر مدیران و کارکنان. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، دوره ۳، شماره ۷.
- (۳) قربانی‌زاده، وجه‌الله، حبیبی بدرآبادی، حسین، ابراهیم‌زاده، حسین (۱۳۹۱). نقش تعدیل‌کننده فرایند یادگیری در رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت عمومی، دوره ۵، شماره ۱۶.
- 4) Schnider, B, Smith, D. B., Taylor, S., & Fleenor. J (2002). Personality and organizations: A test of the homogeneity of personality hypothesis, *Journal of Research in Psychology*, 83: 462-470.
- 5) Jaw B.S., & Liu W. (2003). Promoting organizational learning and self-renewal in Taiwanese companies: The role of HRM, *Human Resource Management*, 42: 223-241.
- 6) Janz, B.D, Prasarnphanich, P (2003). Understanding the antecedents of effective knowledge management: The importance of a knowledge-centered culture, *Decision Sciences*. 34 (2): 351-384.
- 7) Hoegl, M., Parboteeah K.P., & Munson C.L. (2003). Team-level antecedents of individuals' knowledge networks, *Decision Sciences*, 34 (4): 741-770.
- 8) Dickson, M.W., Resick.C.J., & Hanges, P.J (2004). When organizational climate is unambiguous, It is also strong. *Journal of Applied Psychology*, 91:351-364.
- 9) Borne, J.E.(2008). Analysis of organizational climate factors as predictors of job satisfaction and job stress for community college counselors. [Dissertation]. Wallden: Wallden University.
- (۱۰) جعفری، نسرین، میرکمالی، سیدمحمد، صالح، بهرام (۱۳۹۲). تأثیر جو سازمانی بر رضایت شغلی با میانجی‌گری سرمایه انسانی، دو فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، سال پنجم، شماره ۲، صص ۲۲۱-۲۴۵.
- (۱۱) چناری، وحید، موسوی، سیدعلی (۱۳۹۵). بررسی اثر جو سازمانی بر عملکرد سازمانی ادراک شده با نقش میانجی‌گری رضایت شغلی، فصلنامه پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری، شماره پانزدهم، صص ۱-۱۶.
- 12) Sirca, N. T & Banic, K & Breznik, K. (2013). Towards organizational performance, *Understanding human resource management climate. Industrial Management & Data Systems*, Vol. 113 No. 3, 2013, pp. 367-384.
- 13) Ramsey, R., Johnston, MW. Deeter-Schmelz, DR, & Marshall, G. (2007). Ethical ideologies and older consumer perceptions of unethical sales tactics. *Journal of Bus Ethics* 57, 225-231.
- (۱۴) احمدپور، محمود، مقیمی، محمد (۱۳۸۷). مبانی کارآفرینی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- 15) Basadur, M. (2004). Leading others to think innovatively together: creative leadership", *Leadership Quarterly*, Vol 15, No 1, PP 103-21.
- (۱۶) محمدی، حامد، طبری، مجتبی (۱۳۸۷). نهادینه کردن خلاقیت و نوآوری در سازمان، مجله تدبیر، شماره ۲، صص ۳۶-۴۲.
- (۱۷) زاهدبابلان، عادل، مرادی، مسعود، معینی‌کیا، مهدی، عوض‌زاده، حسین (۱۳۹۵). بررسی رابطه ساده و چندگانه ابعاد جو سازمانی نوآورانه با رفتار نوآورانه کارکنان، اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم تربیتی و روانشناسی و مطالعات اجتماعی ایران، دانشگاه محقق اردبیلی.
- (۱۸) نظریان، بلال، جعفری‌پور، هاجر، علی‌پناه، فرشید، خیری، طاهره (۱۳۹۵). بررسی ارتباط جو سازمانی نوآورانه: حمایت از خلاقیت و تامین منابع برای نوآوری با توانمندسازی روانشناختی کارکنان مطالعه موردی: سازمان‌های دولتی شهرستان‌های املش و رودسر، کنفرانس بین‌المللی نخبگان مدیریت، دانشگاه پیام نور.

۱۹) نوروزی، حسین، کاملی، علیرضا، بیگی، رویا، مهذب، مهدی. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر جو سازمانی بر عملکرد سازمانی کارکنان از طریق سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان شهرداری مناطق پنج‌گانه شهر رشت)، مجله مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۲، شماره ۱، صص ۱۳۷-۱۵۴.

۲۰) تقوایی یزدی، مریم. (۱۳۹۴). رابطه جو سازمانی و استرس شغلی کارکنان با عملکرد سازمانی، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری.

21) Shanker, R, Bhanugopan, R, Heijden, B, Farrell, M. (2017). Organizational climate for innovation and organizational performance: The mediating effect of innovative work behavior, *Journal of Vocational Behavior*, Vol 100, PP 67-77.

22) Sok, Phyr; o' Cass, Aron, Momy, Sok, Keo. (2013). Achieving superior SME performance: overarching role of marketing, innovation and learning capabilities, *australian marketing journal*, 21, 161-167.

23) Wu, X, Sivalogathan, V. (2013). Innovation capability for better performance: Intellectual capital and organization performance of the apparel industry in Srilangka. *Journal of Advanced Management Science*, 1(3): 273-277.

24) Edwards, R.J.A. (2010) *Multilevel study of leadership, change oriented staff, and propensity for innovation adoption*. Texas: Christian University.

25) Mohapatra, M., Sharma, B. M. (2010). Study of employee engagement and its predictors in an Indian public sector undertaking. *Global Business Review*, 11(2), 281-301.

۲۶) ساعتچی، محمود، کامکاری، کامبیز، عسکریان، مهناز. (۱۳۸۹). آزمون‌های روان‌شناختی، تهران، نشر ویرایش.

۲۷) افشاری، ایرج، انعامی، مسعود. (۱۳۸۵). بررسی تاثیر آموزش ضمن خدمت بر نوآوری سازمانی کارکنان اداری دانشگاه رازی کرمانشاه، طرح پژوهشی دانشگاه رازی کرمانشاه.

۲۸) عباس پور، عباس، باروتیان، هدی. (۱۳۸۹). بررسی رابطه ارتباطات اثربخش و عملکرد سازمانی (براساس مدل اچپو) در واحدهای ستادی شرکت ملی گاز ایران در سال ۱۳۸۸، نشریه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، دوره ۴، شماره ۱۰، صص ۷-۳۷.

**Investigating the relationship between organizational climate for innovation and organizational performance through creative behavior
(case study: Kermanshah University of Medical Sciences)**

Alireza Atri

Master of Business Administration - Internal, Islamic Azad University, Kermanshah branch,
Kermanshah, Iran
Aliatri80@yahoo.com

Abstract

Innovative organizational climate can improve organizational performance and creative behavior. When it comes to organizational goals, organizational climate can be innovative, in order to bring organizational performance and creative behavior to a satisfactory level. The purpose of this study was to investigate the relationship between organizational climate for innovation and organizational performance through creative behavior (case study: Kermanshah University of Medical Sciences). The research is applied in terms of descriptive-analytical nature and in terms of correlation method. The type of quantitative data and the tools needed to use the innovative organizational climate questionnaire (Siegel & Kimmer, 1978), organizational performance (Hersey and Goldsmith) and innovative behavior (Cantor 1988). The statistical population is the research staff and heads of Kermanshah University of Medical Sciences (Mohammad Kermanshahi Hospital). The sample size is based on the Cochran formula of 225 people by simple random sampling. The data analysis method was descriptive statistics and inferential statistics (Pearson correlation) with Spss22 software. The findings showed that the organizational climate for innovation with organizational performance, organizational climate for innovation with creative behavior and creative behavior with organizational performance with a significant level of less than 0.05 and a positive correlation coefficient for each of the hypotheses, showed a significant and positive relationship between variables. The results showed that there is a significant relationship between organizational climate for innovation and organizational performance through creative behavior.

Keywords: Innovative Organizational Climate, Organizational Performance, Creative Behavior, Kermanshah University of Medical Sciences