

رابطه فرهنگ سازمانی با خلاقیت

در اداره اوقاف شهرستان سیرجان در سال ۱۴۰۲

(تاریخ دریافت ۱۴۰۳/۰۴/۱۲ تاریخ تصویب ۱۴۰۳/۰۶/۰۹)

معصومه ملک پور افشار^۱

دانشجوی کارشناسی ارشد علوم تربیتی

دکتر رحمت الله دادور^۲

هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بافت

چکیده

این پژوهش با هدف "شناخت ارتباط بین فرهنگ سازمانی با خلاقیت کارمندان اداره اوقاف شهر سیرجان" انجام شده. روش تحقیق پژوهش؛ توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری، کلیه کارکنان شاغل در اداره اوقاف شهر سیرجان به تعداد ۳۰ نفر بوده که با توجه به کم بودن حجم جامعه آماری، نمونه آماری همان ۳۰ نفر می باشند که به روش سرشماری انتخاب و مورد آزمون قرار گرفتند. ابزار اندازه گیری در این پژوهش دو پرسشنامه استاندارد فرهنگ سازمانی فای و دنیسون (۲۰۰۳) و خلاقیت دوریجی (۱۹۹۸) بوده. در تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزارهای SPSS و Amos و از تکنیک‌های آماری چون آماره‌های توصیفی، آزمون ضریب مسیر و مدل معادلات ساختاری استفاده شد. یافته‌های پژوهش حاضر حاکی از آن است که بین فرهنگ سازمانی با خلاقیت کارمندان اداره اوقاف رابطه معنی داری وجود دارد. بین سه بعد فرهنگ سازمانی (درگیر شدن در کار، سازگاری، انطباق پذیری) با خلاقیت کارمندان اداره اوقاف رابطه معنی داری یافت شد اما بین بعد رسالت فرهنگ سازمانی با خلاقیت رابطه معنی داری یافت نشد.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی، خلاقیت، درگیری کار، سازگاری، انطباق پذیری، رسالت

^۱ Malkpour۱۳۵۶@gmail.com

^۲ نویسنده مسئول

مقدمه

امروزه تقریباً تمام کشورهای جهان در جهت افزایش بهره‌وری در پی خلاقیت و نوآوری هستند و یکی از دلایل عمده اهمیت فزاینده خلاقیت و نوآوری ایجاد رقابت بین کشورهای مختلف در حال توسعه است. فرهنگ سازمانی، روش مؤثر و هدایت‌کننده در زمینه حل مسائل سازمانی و کانونی در جهت ایجاد نوآوری سازمانی است. در نهایت می‌توان گفت فرهنگ سازمانی بستر گسترده‌ای برای تحول می‌باشد و خلاقیت و به دنبالش نوآوری نیز نوعی تحول است و همه سازمانها برای بقاء نیازمند اندیشه‌ها و نظرات بدیع و تازه هستند. برای اینکه بتوان در دنیای متلاطم و متغیر امروز به حیات ادامه داد باید به خلاقیت پرداخت و ضمن شناخت تغییرات و تحولات محیط برای رویارویی با آنها، پاسخ‌های بدیع و تازه تدارک دید (فولادی، ۱۳۹۵) تغییر رفتار افراد سخت‌ترین چالش پیش روی سازمانهایی است که تمایل به افزایش رفتارهای اعضای خود دارند (یگانه راد و طاهری، ۱۳۹۳: ۱۴۷). به دنبال نظریات و تحقیقات جدید در مدیریت فرهنگ سازمانی دارای اهمیت روزافزونی شده و یکی از مباحث اصلی و کانونی مدیریت را تشکیل داده است. جمعیت‌شناسان، جامعه‌شناسان و اخیراً روان‌شناسان و حتی اقتصاددانان توجه خاصی به این مبحث نو و مهم در مدیریت مبذول داشته و در شناسایی نقش و اهمیت آن نظریه‌ها و تحقیقات زیادی را به وجود آورده و در حل مسائل و مشکلات مدیریت به کار گرفته‌اند با بررسی که توسط گروهی از اندیشمندان علم مدیریت به عمل آمده فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از مؤثرترین عوامل پیشرفت و سازمانها شناخته شده است به طوری که بسیاری از پژوهشگران معتقدند که یکی از دلایل موفقیت ژاپن در صنعت و مدیریت توجه آنها به فرهنگ سازمانی است، فرهنگ سازمانی از اساسی‌ترین زمینه‌های تغییر و تحول در سازمان است نظریه‌ها و برنامه‌های جدید تحول بیشتر به تحول بنیادی سازمانی نگاه میکند از این رو هدف این برنامه‌ها تغییر و تحول

فرهنگ سازمان به عنوان زیربنا به بستر تحول است (زارعی، ۱۳۸۶). فرهنگ سازمانی اهمیت ویژه ای دارد زیرا مبانی فرهنگی، استراتژی، هدف ها، روش کار سازمان را معین می سازد. اگر می خواهیم سازمانی کارا تر و موثرتر داشته باشیم باید نقش فرهنگ را در زندگی سازمانی بشناسیم (شاین، ۱۳۸۸: ۶) سازمانها برای موفقیت پایدار خود یعنی موفقیت در حال و آینده بایستی بطور جدی تلاش کنند و عملکرد بهینه مستمر و تحول و دگرگونی را که از طریق خلاقیت و نوآوری بدست می آید را در سرلوحه کار خویش قرار دهند. خلاقیت و نوآوری سازمانی موجب رشد و توسعه و بالندگی شده و قابلیتها امکانات و فرصت های جدیدی را برای فعالیتهای برنامه های سازمانی فراهم می کند. پیامدهای مثبت و سازنده خلاقیت موجب ارتقا سازمان خواهد شد و در جهانی که با سرعت در حال تغییر و تحول است ایستایی و عدم خلاقیت در بین مدیران چیزی جز شکست را برای سازمان به همراه نخواهد آورد ضرغامی (۱۳۹۱) با توجه به مطالب بیان شده در بالا و ضرورت خلاقیت و نوآوری در سازمان قصد داریم بررسی نماییم که آیا فرهنگ سازمانی بر خلاقیت و نوآوری مدیران سازمان تاثیر دارد یا خیر و از این طریق به نتایج مورد نظر دست یابیم.

کورت (۲۰۰۷) در مورد اهمیت فرهنگ سازمانی بیان میدارد که رشد سازمان به عنوان یک فرایند برنامه ریزی شده با دگرگونی سازمانی برابر میباشد در واقع دگرگونی در سازمان بدون توجه به فرهنگ سازمانی مؤثر نیست. در عصر ما برای بقا و پیشرفت و حتی حفظ وضع موجود جریان نوآوری را در سازمان تداوم بخشید تا از رکورد و نابودی آن جلوگیری شود برای آنکه بتوان در دنیای متلاطم و متغیر به حیات ادامه داد باید به خلاقیت روی آورد خلاقیت و تولید افکار و اندیشه های جدید دارای اهمیت ویژه ای اند امروزه سازمانهایی موفق هستند و میتوانند در دنیای پر رقابت ادامه حیات دهند که دائما افکار و اندیشه جدید را در سازمان بکار برند و این امر توسط مدیران

خلاق امکان پذیر است. به همین دلیل یکی از عوامل لازم این تحول و ایجاد زمینه خلاقیت و نوآوری فرهنگ می باشد به طور کلی فرهنگ سازمانی بر تمام جوانب سازمان و وظایف مدیریت و چگونگی هدایت و پرورش کارکنان تأثیر می گذارد میزان اهمیتی که مدیر برای کارکنان خود قایل است از اعتقادات اساسی مدیر پیروی می کند فرهنگ سازمانی کارمندان را خود به خود کنترل میکند و با گسترش فرهنگ بر ادراک، تفکر، احساس تأثیر میگذارد همچنین بر روی رضایت و میزان خلاقیت مؤثر است (جلیلی، ۱۳۸۶). مدیران در این عصر باید به نقشهایی روی آورند که متناسب با شرایط متحول محیطی باشد به طور کلی مدیران به عنوان مهمترین عامل در سازمان یکی از نقش هایی که ایفا میکنند کارآفرینی است که عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری میباشد اینان افرادی هستند که فرصتها را در دل بی نظمی و هرج و مرج تشخیص می برای ایجاد مزیت های رقابتی پایدار عمل کند زیرا برخی از فرهنگها به راحتی قابل تقلید توسط رقبا نیستند فرهنگ را میتوان به عنوان زنجیری مستحکم تعبیر کرد که موجبات پایداری سازمان را فراهم می. کند فرهنگ سازمانی بر تمامی جنبه های سازمان تأثیر میگذارد مطالعات نشان می دهد که فرهنگ بر تدوین استراتژی، رضایت شغلی، خلاقیت و نوآوری تأثیر شگرفی دارد (ایران زاده و محمودی، ۱۳۸۹) با توجه به نکات ذکر شده به نظر میرسد توجه مدیران به نقش فرهنگ سازمانی در محیط کاری می تواند باعث خلاقیت و مانع از بروز بسیاری از مشکلات شود. بر این اساس و با توجه به اهمیت دو عامل فرهنگ سازمانی و خلاقیت در این پژوهش به بررسی رابطه بین این دو عامل کلیدی پرداخته میشود. سؤال اصلی در این پژوهش این است که چه رابطه ای بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت مدیران وجود دارد؟

بخش اول: کلیات و مفاهیم اولیه

بند اول: شناخت تاریخچه فرهنگ سازمانی

دهه هشتاد را باید آغاز تحقیقات مجدد بر روی فرهنگ سازمانی به شمار آورد. علاقه برای انجام تحقیقات بر روی فرهنگ سازمانی نشأت گرفته از عوامل گوناگونی می باشد. از جمله به این موارد می توان اشاره کرد اولاً دهه هشتاد آغاز جهانی شدن سازمانها و کسب و کارها می باشد، لذا بحث هماهنگی بین کارکنان اینگونه سازمانها، بحث روز بود. ثانیاً، در این دهه مشخص شد که سطوح مختلف عملکرد را میتوان به نوع فرهنگ سازمان مرتبط دانست. ثالثاً، فرهنگ سازمانی می تواند به عنوان منبعی برای ایجاد مزیت های رقابتی پایدار عمل کند زیرا برخی فرهنگها به راحتی قابل تقلید توسط رقبای نیستند و همچنین از دلایل دیگر میتوان به ظهور قدرت اقتصادی و صنعتی ژاپن به مثابه یک رقیب قابل توجه و مهم در برابر آمریکا اشاره کرد که محققان یکی از دلایل عمده آن را تفاوت های فرهنگی بین دو کشور دانسته اند (مهرآور گیگلو، ۱۳۹۳: ۱)

بند دوم: مفهوم سازمان

سازمان عبارت است از گروهی متشکل از دو یا چند تن که در محیطی با ساختار منظم و از پیش تعیین شده برای نیل به اهداف گروهی با یکدیگر همکاری میکنند در این تعریف توجه به دو مفهوم کلیدی اهمیت دارد ساختار منظم و از پیش تعیین شده و اهداف گروهی سازمان به مثابه یک سیستم یا نظام از اجزای مهمی تشکیل شده که هر یک از این اجزا از ساختار و یا کارکرد ویژه ای برخوردار است و به وسیله نظریه های سیستمی میتوان اجزای آن را تغییر داد به همین دلیل اساسی ترین بنیان در سازمان، افراد آن سازمان است که هر یک از آنها از احساسات، تمایلات، شخصیت، انگیزه ها، صفات و ویژگی های متفاوتی برخوردارند و در حقیقت

روح سازمان را تشکیل می‌دهند. نگرش به تقسیم‌بندی سازمان از این بعد آن را به سازمان رسمی و غیر رسمی تبدیل می‌کند سازمان رسمی از ویژگی‌های ساختار رسمی سلسله‌مراتب تقسیم اختیارات کانال‌های ارتباطی روابط، رسمی، هدف‌ها، خط‌مشی‌ها، روش‌ها و سایر عوامل مدیریتی برخوردارند که به عملیات سازمان کمک می‌کنند. سازمان‌های غیر رسمی از شبکه رفتاری و ارتباطی بین افراد که رد نتیجه تعامل و همبستگی میان آنها در گروه‌های انسانی شکل گرفته‌اند، به وجود می‌آیند بنابراین ماهیت هر سازمان تحت تاثیر ترکیب این دو سازمان رسمی و غیر رسمی قرار می‌گیرد که نقش افراد در آن تعیین‌کننده است زیرا هر یک از آنان تحت تاثیر تصورات و انتظارات خود به دنبال موقعیت مناسب و ایفای نقش در ساختار سازمان قرار خواهند گرفت (یاوری و زاهدی، ۱۳۹۲: ۶)

بند سوم: مفهوم فرهنگ

فرهنگ واژه‌ای است که علمای علم اجتماع و پژوهشگران رشته مردم‌شناسی آن را به کار می‌برند و این واژه از گسترش وسیعی برخوردار است و آنچنان مفید واقع شده که آن را در سایر علوم اجتماعی نیز به کار می‌برند فرهنگ در قالب بحث تخصصی خود در حدود اواسط قرن نوزدهم در نوشته‌های علمای مردم‌شناسی پدیدار شد و کاربرد علمی کلمه فرهنگ در اواخر قرن مذکور توسط تایلر^۱ (۱۸۳۲-۱۹۱۷) مردم‌شناس انگلیسی صورت گرفت. یکی از مبانی اساسی علوم رفتاری با رشته انسان‌شناسی آغاز می‌شود و یکی از رشته‌های فرعی انسان‌شناسی انسان‌شناسی فرهنگی است که با مطالعه رفتار سازمانی ارتباط نزدیک دارد. انسان‌شناسی فرهنگی با رفتار مکتسبه انسان‌ها که از فرهنگ آنها تأثیر می‌گیرد و نیز با فرهنگ متأثر از این رفتار سر و کار دارد. در واقع بدون فهم عمیق ارزش‌های فرهنگی جامعه نمی‌توان رفتار سازمانی را به درستی فهمید.

^۱ Tyler

نقشی که فرهنگ در رفتار انسان ایفا میکند، یکی از مهمترین مفاهیمی است که در علوم رفتاری وجود دارد به صورت خیلی کلی مفهوم فرهنگ عبارت است از، کیفیت زندگی گروهی از افراد بشر که از یک نسل به نسل دیگر انتقال پیدا می کند (ابطحی، ۱۳۹۸: ۳۷)

بخش دوم: تاثیر فرهنگ سازمانی بر کارایی و اثربخشی کارکنان

توسعه منابع انسانی و افزایش بهره وری به عنوان یک ضرورت یکی از اهداف اصلی سازمانها تلقی می شود و از طرف دیگر در نگرش جدید نسبت به سازمانها، فرهنگ سازمانی و مدیریت آن جایگاه ویژه ای دارد و فرهنگ سازمانی میتواند با بهره وری سازمان مرتبط باشد. امروزه در جوامع بشری، نقش و اهمیت نیروی انسانی در فرآیند ارائه خدمات به عنوان مهمترین عامل شناخته شده است؛ البته شکی نیست که عامل انسانی مهمترین بخش تحول و توسعه جوامع امروزی است. اما با نگاهی دقیق تر به مراحل تمدن بشری مشخص می شود که نقش نیروی انسانی از نیروی کار ساده قدرت بازو و کار مکانیکی) به سرمایه انسانی (دانش) و (مهارت که مهمترین عامل ارائه خدمات سازمانی به شمار میرود؛ تکامل یافته است. چرا که اگر انسانها نتوانند از ابزارها و تجهیزات پیشرفته و تکنولوژی استفاده مطلوب نمایند، عملاً پیشرفت تکنولوژی فاقد کارایی و اثر بخشی لازم خواهد بود و این همان بهره وری میباشد. در واقع بهره وری در کاربرد عامه و متخصصان معانی متفاوتی دارد مثل، تولید بازده، بیشتر کاهش هزینه ها انجام صحیح کار دقیقتر و بیشتر خودکار کردن عملیات برای دستیابی به بازده بیشتر نسبت ساده ستاده به داده و غیره که طیف وسیعی را در بر می گیرد. علت این امر را میتوان در نگرشهای متفاوت افراد نسبت به بهره وری جستجو کرد. بهره وری در درجه اول یک دیدگاه فکری است که همواره سعی دارد آنچه را که در حال حاضر موجود است، بهبود بخشد. به عبارت دیگر، بهره وری استفاده مؤثر و کارآمد از ورودیها یا منابع برای تولید محصول یا ارائه خروجی هاست ورودیها منابعی از قبیل مواد اولیه ابزار آلات و

تجهیزات نیروی کار و زمین و غیره هستند که برای خلق خروجی یا ستاده استفاده میشوند (ریحانی یساولی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱) در تحقیقات انجام پذیرفته در زمینه بهره وری به کرار از فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از متغیرهای مرتبط با بهره وری اشاره شده است نارنجو و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمان که شامل اثر بخشی و کارایی سازمانی میباشد پرداختند و در این میان نقش نوآوری سازمانی را در این موضوع بررسی نمودند. بر اساس ادعا نارنجو و همکاران نوآوری به عنوان یکی از عوامل کلیدی برای موفقیت دراز مدت یک شرکت در بازارهای رقابتی امروزه در نظر گرفته میشود و فرهنگ سازمانی به عنوان یک عامل که میتواند نوآوری را تحریک یا مهار کند بر عملکرد شرکت تأثیر می گذارد. که با بررسی انجام شده فرهنگ سازمانی علاوه بر اینکه به طور مستقیم بر عملکرد شرکت تأثیر گذار بوده است از طریق نوآوری (که) یکی از متغیرهای ذکر شده در عوامل مرتبط با جلوه های بهره وری در تحقیق حاضر است نیز بر جلوه های بهره وری تأثیر گذار میباشد (نارنجو^۱ و همکاران، ۲۰۱۶: ۵۵).

بخش سوم: تاریخچه خلاقیت و نوآوری

بی شک یکی از زیباترین ویژگیهای انسان قدرت آفرینندگی و یا خلاقیت اوست. به واسطه همین ویژگی است که انسان میتواند اهداف آرمان گرایانه خود را پدید آورد و توانایی های خود را شکوفا سازد. آنچه پیش از این در مورد خلاقیت تصور می شد، بر اساس نگرش نبوغ آمیز بنا شده بود، و طبق این نگرش، خلاقیت به افراد خاصی تعلق داشت؛ افرادی که از نبوغ استثنایی برخوردار بوده و توانایی های آنان فراتر از مردم عادی به شمار میرفت بنابراین خلاقیت موهبتی آسمانی پنداشته می شد، که صرفاً در اختیار تعداد معدودی از افراد قرار گرفته است در صورتی که خلاقیت به افراد معدودی تعلق نداشته و تمامی افراد میتوانند خلاقانه فکر کنند تنها تفاوت عمده

^۱ Naranjo

بین افراد نابغه و خلاق و افراد عادی در این است، که گروه اول روشهایی را به کار میگیرند که افراد دیگر از آن روشها بی اطلاع هستند (پیر خائفی، ۱۳۹۰: ۶)

بخش چهارم: نقش و اهمیت خلاقیت

الف: نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از جنبه فردی

خلاقیت و نوآوری عامل رشد و شکوفایی استعدادها و سوق دهنده به سوی خود شکوفایی

خلاقیت و نوآوری عامل موفقیت فردی، شغلی و اجتماعی

ب: نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از جنبه سازمانی

خلاقیت و نوآوری عامل پیدایش سازمان، تولیدات و خدمات

خلاقیت و نوآوری عامل افزایش کمیت و کیفیت تولیدات خدمات، تنوع تولیدات و خدمات

خلاقیت و نوآوری عامل کاهش هزینه ها، ضایعات و اتلاف منابع

خلاقیت و نوآوری عامل تحریک و تشویق حس رقابت

خلاقیت و نوآوری عامل کاهش بوروکراسی اداری کاهش پشت میزنشینی و مشوق عمل گرایی)

خلاقیت و نوآوری عامل افزایش انگیزش کاری کارکنان سازمان ارتقای سطح بهداشت روانی و رضایت شغلی کارکنان سازمان

خلاقیت و نوآوری عامل موفقیت مجموعه مدیریت و کارکنان سازمان ارتقای بهره وری سازمان
رشد و بالندگی سازمان (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۳)

بخش پنجم: رابطه انگیزش و خلاقیت

در تعاریف و رویکردهای مختلف به خلاقیت انگیزش جایگاه و اهمیت به سزایی دارد. خلاقیت از سه بعد مهارت‌های اطلاعاتی مهارت‌های خلاقانه و انگیزش تشکیل شده است که در بین این سه بعد، انگیزش اهمیت به سزایی دارد. تحلیلها و بررسیها نشان داده است که مطابق اصل افزایشی انگیزش درونی و بیرونی سطح انگیزش اولیه، نوع انگیزش بیرونی و زمان ارائه انگیزش بیرونی، بر آغاز، ادامه و پایان چرخه خلاقیت نقش دارند. با توجه به آنکه انگیزش بیرونی در جوامع جمع‌گرا اهمیت به سزایی دارد و نمیتوان نقش آن را در فعالیتهای تحصیلی و خلاقانه افراد نادیده گرفت، شناخت شرایطی که استفاده از برانگیزاننده‌های بیرونی در آن منجر به پرورش خلاقیت گردد، ضروری است. تحلیل‌های انجام شده حاکی از آن است که اگر انگیزش بیرونی به جای کنترل و بازدارندگی، جنبه اطلاع‌دهی داشته باشد اگر سطح انگیزش درونی اولیه فرد برای شروع چرخه خلاقیت بالا باشد و اگر این مشوق‌ها و برانگیزاننده‌ها در انتهای فعالیت خلاقانه ارائه شوند موجب تسهیل فرآیند خلاقیت می‌گردند البرزی (۱۳۹۳) مفهوم انگیزش به معنای عامل جهت‌دهنده و نیرودهنده رفتار از سوی روان‌شناسان و محققان مختلف به گونه‌های متفاوت بررسی و توصیف شده است. برخی از محققان در سطح فرد و ویژگی‌های فردی مدلهای ارگانیسمی، برخی در سطح محیط و عاملهای محیطی (مدلهای مکانیکی) و گروهی دیگر در سطح تعامل فرد و محیط مدلهای بافتی) به تحلیل انگیزش پرداخته‌اند (البرزی، ۱۳۸۶: ۶۶) در میان نظریه پردازان خلاقیت روانشناسان اجتماعی به انگیزش در چرخه خلاقیت اهمیت به سزایی میدهند. بر اساس دیدگاه آمابلی از پیشگامان این رویکرد خلاقیت از سه بعد زیر قابل بررسی است:

۱. مهارتهای موضوعی: شامل دانش مهارتهای تکنیکی و استعدادهای ویژه که شکل‌دهنده مسیرهای شناختی در حل یک مسئله یا انجام یک تکلیف میباشد.

۲ مهارت های خلاقانه که توانمندی هایی از جمله انضباط کاری، تحمل موقعیتهای مبهم تمایل به پذیرش خطر و انجام عمل به صورت مستقل را شامل میشود.

۳. انگیزش تکلیف که مهمترین بعد از خلاقیت است و با عامل های محیطی شکل می گیرد، تشکیل شده است (آمبلی، ۱۹۸۳ به نقل از البرزی، ۱۳۹۳: ۹۷).

از نظر آمابلی، انگیزش تکلیف از دو عنصر شامل نگرش اولیه فرد نسبت به تکلیف که بر اساس ارزیابی شناختی فرد از تکلیف مورد نظر صورت میگیرد و بررسی آنکه تا چه حد و تا چه میزان، تکلیف با علائق و ترجیحات وی هماهنگ است و دوم ادراکات فرد از دلایلیش برای تعهدی که نسبت به تکلیف دارد که این ادراکات تا حد زیادی به عامل های بیرونی و محیطی بستگی دارد، تشکیل شده است. به باور وی مهارت های موضوعی و مهارت های خلاقانه نمایانگر آن است که فرد چه میزان توانایی انجام کاری را دارد، ولی انگیزش حاکی از آن است که شخص چه کاری را انجام خواهد داد. در مدل ارائه شده از آمابلی در مراحل پنج گانه خلاقیت تعیین مسأله، آمادگی تولید پاسخ، بررسی پاسخ و پیامد، انگیزش در مراحل تعیین مسأله تولید پاسخ و پیامد نقش های متفاوتی دارد. در مرحله تعیین مسأله، فرد یا بر اساس تمایلات درونی و یا بر اساس تحریک عامل بیرونی برای حل مسئله برانگیخته می شود. در این مرحله انگیزش نقش تعیین کننده ای دارد یعنی تعیین میکند که آیا جست و جوی راه حل آغاز خواهد شد و یا آنکه ادامه خواهد یافت؟ و از سوی دیگر برخی از جنبه های پاسخ نیز به این انگیزش بستگی دارد. در هر صورت اگر فرد میزان بالایی علاقه درونی به انجام فعالیت داشته باشد، فرآیند خلاقیت آغاز میشود. در مرحله سوم که مرحله ارائه پاسخ است اگر انگیزش درونی باشد، تمایل به پذیرش خطر و ارائه پاسخهای بدیع و نو افزایش می یابد؛ در نهایت در مرحله پنجم که مرحله پیامد است، انگیزش نقش تعیین کننده ای خواهد داشت. به عبارتی در این مرحله بر اساس نوع انگیزش، چرخه خلاقیت متوقف و یا ادامه

می یابد. بدین صورت که اگر پاسخ ارائه شده موفقیت آمیز باشد و منجر به حل مسئله یا مشکل شود، ضمن آنکه چرخه خلاقیت به انتها میرسد انگیزش فرد برای شرکت در فعالیتهای مشابه و خلاقانه بالا میرود. اما اگر مسئله حل نشود و پاسخ دیگری نیز وجود نداشته باشد، باز هم چرخه خلاقیت به انتها می رسد، لیکن اگر انگیزه فرد برای شروع مجدد کم باشد، دیگر چرخه ای شروع نمی شود و در حالت سوم ممکن است پاسخ منجر به حل مسئله نشود، ولی انگیزش فرد برای تکرار دوباره فرآیند ذکر شده بالا باشد در این حالت بازگشتی به مرحله اول فرآیند خلاقیت صورت می گیرد. نکته کلیدی در این بازگشت میزان انگیزش است. به گونه ای که اگر انگیزش پایین باشد فرآیند باز می ایستد و اگر انگیزش بالا باشد تلاش فرد ادامه می یابد و فرآیند بار دیگر آغاز میشود. گفتنی است که بر اساس نظر آمابلی، بعد تازگی در اولین مرحله از فرآیند خلاقیت (تعیین مسئله) و سومین مرحله ایجاد ایده ها تعیین می شود و در این مراحل نیاز به سطح بالایی از انگیزش درونی است. به بیان دیگر از آنجایی که در این دو مرحله تفکر شناختی و انعطاف پذیری ذهنی از ضروریات است، انگیزش بیرونی به عنوان عاملی مداخله گر عمل مینماید که مانع تفکر فرد میشود (آمابلی، ۲۰۰۱ به نقل از البرزی، ۱۳۹۳: ۲).

بخش ششم: توصیف متغیرهای کیفی

در این مطالعه ۳۰ نفر در اداره اوقاف شهرستان سیرجان انتخاب شدند و به صورت تصادفی پرسشنامه بین آنها توزیع شد. جدول فراوانی مربوط به جنسیت، سن، تحصیلات شرکت کنندگان در جداول زیر ارائه شده است.

جدول ۱-۱ میانگین جنسیت شرکت کنندگان

متغیر		گروه آزمایش		گروه کنترل	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۰	۷/۶۶	۱۱	۳/۷۳
	زن	۵	۳/۳۳	۴	۷/۲۶

نتایج جدول نشان می‌دهد که در گروه آزمایش ۱۰ نفر ۷/۶۶ درصد و در گروه کنترل ۱۱ نفر ۳/۷۳ درصد افراد مرد بودند که بیشترین فراوانی را در هر دو گروه نشان می‌دهد، و تعداد زنان در گروه آزمایش ۵ نفر و در گروه کنترل ۴ نفر بود، که تقریباً همگنی گروه‌های آزمایش و کنترل را به لحاظ جنسیت نشان می‌دهد.

جدول ۱-۲ میانگین سنی شرکت کنندگان دو گروه

متغیر		گروه آزمایش		گروه کنترل	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
سن	کمتر از ۳۰ سال	۱	۷/۶	۱	۷/۶
	۳۰ تا ۴۰ سال	۷	۷/۴۶	۸	۳/۵۳
	۴۰ تا ۵۰ سال	۵	۳/۳۳	۵	۳/۳۳
	بالی ۵۰ سال	۲	۳/۱۳	۱	۷/۶

نتایج جدول ۱-۲ نشان می‌دهد که در گروه آزمایش ۷ نفر ۴۶/۷ درصد و در گروه کنترل ۸ نفر ۵۳/۵ درصد دارای سن ۳۰ تا ۴۰ سال بودند که بیشترین فراوانی را در هر دو گروه نشان می‌دهد، که همگنی گروه‌های آزمایش و کنترل را به لحاظ سن نشان می‌دهد.

جدول ۱-۳ میانگین میزان تحصیلات شرکت کنندگان دو گروه

متغیر		گروه آزمایش		گروه کنترل	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
میزان تحصیلات	فوق دیپلم	۳	۲۰	۳	۲۰
	لیسانس	۸	۳/۵۳	۷	۷/۴۶
	فوق لیسانس	۴	۷/۲۶	۵	۳/۳۳

نتایج جدول ۱-۳ نشان می‌دهد که در گروه آزمایش ۸ نفر ۵۳/۳ درصد و در گروه کنترل نیز ۷ نفر ۴۶/۷ درصد دارای تحصیلات لیسانس بودند که بیشترین فراوانی را در هر دو گروه نشان می‌دهد، که تا حدودی همگنی گروه‌های آزمایش و کنترل را به لحاظ میزان تحصیلات نشان می‌دهد.

بخش هفتم: توصیف متغیرهای مورد مطالعه

قبل از ورود به مرحله تجزیه و تحلیل اطلاعات ضروری است که تمام متغیرهای تحقیق توصیف شوند. در این راستا گزارش توصیفی از متغیرهای تحقیق ارائه شده که این نوع اطلاعات در قالب جدول و نمودار در ادامه آمده است. گفتنی است که تعدادی داده بی پاسخ در بین داده‌ها مشاهده گردید که با روش میانگین گیری اقدام به تکمیل داده‌های بی پاسخ گردید. پرسشنامه تنظیم شده با طیف لیکرت پنج گزینه‌ای در نظر گرفته شده بود و برای هر متغیر تعدادی سوال وجود داشت.

در نرم افزار SPSS جهت ساختن این متغیرها از سوالات مربوط به خودشان میانگین گرفته شد با توجه به اینکه طیف لیکرت بین ۱ تا ۵ تغییر میکرد؛ باید بازه عددی تمامی متغیرها نیز در بازه ۱۵ متغیر باشد. نتایج جدول فوق نشان میدهد که بازه نمرات همه متغیرها بین ۱ تا ۵ محاسبه شده است و این یعنی دادههای جمع آوری شده به درستی در محیط نرم افزار کدبندی، ورود و آنالیز شده اند.

بخش هشتم: تجزیه و تحلیل فرضیه اصلی تحقیق

پس از بررسی مناسبت ابزار اندازه گیری با تکنیک تحلیل عاملی تاییدی و بررسی نرمالیتی داده ها، در این بخش از تحقیق با استفاده از تحلیل مسیر به بررسی فرضیات مطرح شده پرداخته شد. مدلسازی معادلات ساختاری یکی از روشهای پیچیده آماری است که این امکان را ایجاد نموده که بتوان تاثیر همزمان چند متغیر بر یکدیگر را بررسی نمود. در این تحقیق تاثیر فرهنگ سازمانی بر خلاقیت و نوآوری با توجه به نقش میانجیگری تسهیم دانش مورد بررسی قرار گرفته است لذا مدلی شامل سه متغیر فرهنگ سازمانی، تسهیم دانش و خلاقیت در نرم افزار آموس وارد شد. قبل از تایید روابط ساختاری باید از مناسب بودن و برازش مطلوب اطمینان حاصل نمود. همانطور که در جدول زیر مشاهده میکنید در مدل پژوهش مقدار کای دو به درجه آزادی ۳۶۴۰۲ و کوچکتر از ۳ است. همچنین مقدار جذر برآورد واریانس خطای تقریب RMSE (برابر ۷۹ و کمتر از ۰۸۰ است. همچنین شاخص برازندگی تطبیقی CFI (، شاخص نیکویی برازش GFI (و شاخص برازندگی افزایشی به ترتیب برابر با ۰۹۴۷۰ و ۰۸۶۴۰ بوده و همگی در حد بسیار مطلوب قرار دارند، پس مدل برازش خوبی را نشان داده و مورد تایید است.

جدول نتایج شاخص های برازش مدل مفهومی پژوهش

GFI>۰.۹	IFI>۰.۹	CFI>۰.۹	RMSEA<۰.۰۸	X ^۲ /df<۳
۰.۸۶۴	۰.۹۴۷	۰.۹۴۷	۰.۰۷۹	۲.۳۶۴

فرضیه اول بین فرهنگ سازمانی و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

H₀ بین فرهنگ سازمانی و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود ندارد.

H بین فرهنگ سازمانی و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

جدول نتایج حاصل از بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر خالقیت و نوآوری

نتیجه	سطح معناداری	مقدار بحرانی (CR)	ضریب مسیر استاندارد	مسیر
تایید شد	۰.۰۳۳	۲.۱۳۵	۰.۲۱	فرهنگ سازمانی خالقیت و نوآوری

همانطور که در جدول فوق ملاحظه میکنید مقدار آماره بحرانی (CR) بین فرهنگ سازمانی با خالقیت و نوآوری از حد مرزی ۹۶,۱ بیشتر شده و همچنین سطح معناداری آزمون در این خصوص برابر با ۰,۰۰۰ و کمتر از ۰,۰۵ محاسبه شده است بنابراین میتوان اظهار نظر کرد که وجود تاثیر فرهنگ سازمانی بر خالقیت و نوآوری با احتمال ۹۵ درصد تایید میشود چون ضریب مسیر استاندارد بین این دو متغیر مثبت و برابر ۰,۲۱ بدست آمده است میتوان گفت که با افزایش یک انحراف استاندارد در فرهنگ سازمانی شاهد افزایش در خالقیت و نوآوری به اندازه ۰,۲۱

انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین فرضیه اول تحقیق تایید می شود.

فرضیه دوم بین درگیر شدن در کار و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

H_0 بین درگیر شدن در کار و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود ندارد.

H بین درگیر شدن در کار و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

جدول نتایج مربوط به مسیر فرضیه دوم

مسیر	ضرب مسیر استاندارد	مقدار بحرانی (CR)	سطح معناداری	نتیجه
درگیر شدن در کار خالقیت و نوآوری	۰.۴۳	۵.۳۲۵	۰.۰۰	تایید شد

همانطور که در جدول فوق ملاحظه میکنید مقدار آماره بحرانی بین درگیر شدن در کار و خالقیت و نوآوری از حد مرزی ۹۶٫۱ بیشتر شده و همچنین سطح معناداری آزمون در این خصوص برابر با ۰٫۰۰ و کمتر از ۰٫۵۰ محاسبه شده است بنابراین میتوان اظهار نظر کرد که وجود تاثیر درگیر شدن در کار بر خالقیت و نوآوری با احتمال ۹۵ درصد تایید میشود. چون ضریب مسیر استاندارد بین این دو متغیر مثبت و برابر ۴۳٫۰ بدست آمده است میتوان گفت که با افزایش یک انحراف استاندارد در درگیر شدن در کار شاهد افزایش در خالقیت و نوآوری به اندازه ۴۳۰٫۰ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین فرضیه دوم تحقیق تایید می شود.

فرضیه سوم بین سازگاری و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

H_0 بین سازگاری و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود ندارد.

H بین سازگاری و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. نتایج مربوط به بررسی فرضیه سوم در جدول زیر آمده است.

جدول نتایج مربوط به مسیر فرضیه سوم

مسیر	ضریب مسیر استاندارد	مقدار بحرانی (CR)	سطح معناداری	نتیجه
سازگاری : خالقیت و نوآوری	۰.۲۴	۳.۴۲۶	۰.۰۰	تایید شد

همانطور که در جدول فوق ملاحظه میکنید مقدار آماره بحرانی (CR) بین سازگاری و خالقیت و نوآوری از حد مرزی ۱,۹۶ بیشتر شده و همچنین سطح معناداری آزمون در این خصوص برابر با ۰,۰۰ و کمتر از ۰,۰۵ محاسبه شده است بنابراین میتوان اظهار نظر کرد که وجود تاثیر سازگاری بر خالقیت و نوآوری با احتمال ۹۵ درصد تایید می.شود چون ضریب مسیر استاندارد بین این دو متغیر مثبت و برابر ۰,۲۴ بدست آمده است میتوان گفت که با افزایش یک انحراف استاندارد در سازگاری شاهد افزایش در خالقیت و نوآوری به اندازه ۰,۲۴ انحراف استاندارد خواهیم بود.

بنابراین فرضیه سوم تحقیق تایید میشود.

فرضیه چهارم بین انطباق پذیری و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

H₀ بین انطباق پذیری و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود ندارد.

H بین انطباق پذیری و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. نتایج مربوط به بررسی فرضیه چهارم در جدول زیر آمده است.

نتایج مربوط به مسیر فرضیه چهارم

مسیر	ضریب مسیر استاندارد	مقدار بحرانی (CR)	سطح معناداری	نتیجه
انطباق پذیری: خالقیت و نوآوری	۰.۱۸	۲.۶۴۴	۰.۰۰۸	تایید شد

همانطور که در جدول فوق ملاحظه میکنید مقدار آماره بحرانی CR بین انطباق پذیری و خالقیت و نوآوری از حد مرزی ۹۶,۱ بیشتر شده و همچنین سطح معناداری آزمون در این خصوص برابر با ۰,۰۰۰ و کمتر از ۰,۰۵ محاسبه شده است. بنابراین میتوان اظهار نظر کرد که وجود تاثیر انطباق پذیری بر خالقیت و نوآوری با احتمال ۹۵ درصد تایید میشود چون ضریب مسیر استاندارد بین این دو متغیر مثبت و برابر ۱۸,۰ بدست آمده است میتوان گفت که با افزایش یک انحراف استاندارد در انطباق پذیری شاهد افزایش در خالقیت و نوآوری به اندازه ۱۸,۰ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین فرضیه چهارم تحقیق تایید می شود.

فرضیه پنجم بین رسالت و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

H₀ بین رسالت و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود ندارد.

H بین رسالت و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۴ نتایج مربوط به مسیر فرضیه پنجم

مسیر	ضریب مسیر استاندارد	مقدار بحرانی (CR)	سطح معناداری	نتیجه
رسالت: خلاقیت و نوآوری	۰.۰۱	۰.۰۸۰	۰.۹۳۶	رد شد

نتایج حاصل از فرضیات نیز پایه هایی هستند که پیشنهادها بر اساس آن شکل میگیرند بنابراین یکی از قسمتهای مهم تحقیق که در واقع میتواند راهی برای تبدیل نظریات به عمل برای موفقیت در آینده باشد نتیجه گیری های صحیح و پیشنهاد های مربوط و مناسب است نتیجه گیری هایی که بر اساس تحلیل های صحیح ارائه شده باشد می تواند مشکلات موجود بر سر راه سازمان را که تحقیق در آن انجام شده بر طرف کند. در تحقیق حاضر به بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و خلاقیت پرداخته شده است. بدین منظور داده های حاصل از پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این فصل نتایج حاصل از پژوهش با توجه به داده های جمع آوری شده و آزمون های آماری ارائه میگردد و سپس پیشنهادات لازم در دو بخش تحت عنوان پیشنهادات بر مبنای یافته های تحقیق و پیشنهادات برای تحقیقات آتی عنوان میشود.

فرضیه اول: بین فرهنگ سازمانی و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به نتایج به دست آمده ملاحظه میشود مقدار آماره بحرانی (CR) بین فرهنگ سازمانی با خالقیت و نوآوری از حد مرزی ۹۶,۱ بیشتر شده و همچنین سطح معناداری آزمون در این خصوص برابر با ۰۰۰ و کمتر از ۰۵۰۰ محاسبه شده است. بنابراین میتوان اظهار نظر کرد که وجود تاثیر فرهنگ سازمانی بر خالقیت و نوآوری با احتمال ۹۵ درصد تایید میشود. چون ضریب مسیر استاندارد بین این دو متغیر مثبت و برابر ۰۲۱ بدست آمده است میتوان گفت که با افزایش یک

انحراف استاندارد در فرهنگ سازمانی شاهد افزایش در خالقیت و نوآوری به اندازه ۰.۲۱ انحراف استاندارد خواهیم بود.

فرضیه دوم: بین درگیر شدن در کار و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به نتایج به دست آمده ملاحظه میشود مقدار آماره بحرانی (CR) بین درگیر شدن در کار و خالقیت و نوآوری از حد مرزی ۹۶.۱ بیشتر شده و همچنین سطح معناداری آزمون در این خصوص برابر با ۰.۰۰۰ و کمتر از ۰.۰۵ محاسبه شده است. بنابر این میتوان اظهار نظر کرد که وجود تاثیر درگیر شدن در کار بر خالقیت و نوآوری با احتمال ۹۵ درصد تایید میشود چون ضریب مسیر استاندارد بین این دو متغیر مثبت و برابر ۰.۴۳ بدست آمده است میتوان گفت که با افزایش یک انحراف استاندارد در درگیر شدن در کار شاهد افزایش در خالقیت و

نوآوری به اندازه ۰.۴۳ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین فرضیه دوم تحقیق تایید می شود.

فرضیه سوم: بین سازگاری و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به نتایج به دست آمده ملاحظه میشود مقدار آماره بحرانی (CR) بین سازگاری و خالقیت و نوآوری از حد مرزی ۹۶.۱ بیشتر شده و همچنین سطح معناداری آزمون در این خصوص برابر با ۰.۰۰۰ و کمتر از ۰.۰۵ محاسبه شده است. بنابراین میتوان اظهار نظر کرد که وجود تاثیر سازگاری بر خالقیت و نوآوری با احتمال ۹۵ درصد تایید میشود چون ضریب مسیر استاندارد بین این دو متغیر مثبت و برابر ۰.۲۴ بدست آمده است میتوان گفت که با افزایش یک انحراف استاندارد در سازگاری شاهد افزایش در خالقیت و نوآوری به اندازه ۰.۲۴ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین فرضیه سوم تحقیق تایید میشود.

فرضیه چهارم: بین انطباق پذیری و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به نتایج به دست آمده ملاحظه میشود مقدار آماره بحرانی (CR) بین انطباق پذیری و خالقیت و نوآوری از حد مرزی ۹۶,۱ بیشتر شده و همچنین سطح معناداری آزمون در این خصوص برابر با ۰,۰۰۰ و کمتر از ۰,۰۵ محاسبه شده است. بنابراین میتوان اظهار نظر کرد که وجود تاثیر انطباق پذیری بر خالقیت و نوآوری با احتمال ۹۵ درصد تایید میشود چون ضریب مسیر استاندارد بین این دو متغیر مثبت و برابر ۱۸,۰ بدست آمده است میتوان گفت که با افزایش یک انحراف استاندارد در انطباق پذیری شاهد افزایش در خالقیت و نوآوری به اندازه ۱۸,۰ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین فرضیه چهارم تحقیق تایید می شود.

فرضیه پنجم: بین رسالت و خالقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به نتایج به دست آمده ملاحظه میشود مقدار آماره بحرانی (CR) بین رسالت و خالقیت و نوآوری برابر با ۰,۸ و سطح معناداری این مسیر برابر با ۰,۰۰۰ محاسبه شده است. لذا به لحاظ آماری تاثیر رسالت بر خلاقیت نوآوری با احتمال ۹۵ درصد رد می شود. بنابراین فرضیه پنجم تحقیق رد می شود.

نتیجه گیری

. از نتایج پژوهش حاضر چنین بر می آید که در نمونه منتخب فرهنگ سازمانی با خلاقیت کارمندان رابطه مثبت دارد. از طریق تنظیم فرهنگ یک سازمان می توان خلاقیت آن سازمان را افزایش و یا کاهش داد به صورتی که هر مقدار فرهنگ یک سازمان به فرهنگ مطلوب نزدیکتر باشد خلاقیت آن سازمان بالاتر خواهد بود و بالعکس. با توجه به مبانی نظری برای نهادینه ساختن خلاقیت و نوآوری ضروری است که مدیریت با استفاده از شیوه های گوناگون، خلاقیت و نوآوری را به صورت یک ارزش والا در فرهنگ سازمانی وارد کرده یا تقویت نماید.

با توجه به یافته های پژوهش چنین استنباط می شود که سازمان ها با توافق بر سر ارزش ها و باورهای موجود در سازمان، تطابق یا تغییر، توجه به افراد، هماهنگی در کار و همسو کردن اهداف فردی و سازمانی به افزایش خلاقیت افراد کمک کنند و برنامه ریزان نیز نمی توانند اساس و افزایش معیار خلاقیت افراد را بدون توجه به فرهنگ سازمانی پایه ریزی کنند (سیدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۳). همچنین هیچ فکر با ارزشی در خلاء زاده نشده و نمی شود، بنابراین به وجود آمدن افکار و ایده های جدید، فضای فرهنگی مساعدی می طلبد. از نظر ادگار شاین، مهمترین عامل برای ایجاد خلاقیت و نوآوری و پیاده کردن یک برنامه بهسازی (بهبود و تحول)، توجه به فرهنگ سازمانی است. به عبارت دیگر، باز شکافی و باز شناسی فرهنگ سازمان و استفاده از نقاط قوت آن، رمز بهبود خلاقیت سازمانی است (نیکدل و پیری، ۱۴۰۰: ۷). فرهنگ سازمانی از طریق یکپارچه عمل کردن عوامل گوناگون و تبدیل این عوامل به مجموعه ای به هم پیوسته از طریق اعتقادات، ارزشها، فرض ها و رفتارهای متأثر از آنها باعث می گردد تا سازمان از ویژگی همسانی برخوردار شود. وجود هویت مشترک فرهنگی اعضای سازمان، باورها، ارزشها و هنجارهای رفتاری مشترک بین آنها موجب انسجام و یکپارچگی در کوششهای ایشان، تعهد درونی آنها به

سازمان و درک روشن از فلسفه وجودی و جهت گیری اقدامات آن و در نتیجه موفقیت سازمانها می شود. به عبارت دیگر، موفقیت چشمگیر سازمانهای موفق در عوامل غیر ملموس قدرتمند در فرهنگ سازمانی آنها، ارزشها و باورهای کارکنان نهفته است (دافت^۱، ۲۰۱۰). از سوی دیگر یکی از مباحث مهم و تأثیرگذار در هر سازمانی خلاقیت کارکنان است. خلاقیت، رفتاری است برای پذیرش تغییر و آمادگی کارکنان برای ایفای نقش از طریق استفاده از ایده ها و فرصت ها. مسأله ای که عده ای از مدیران در سالهای اخیر با آن روبرو هستند، چگونگی استفاده از استعدادها و تواناییهای بالقوه افراد است تا خلاقیت های سازمانی را تسریع نمایند. برای نیل به این هدف مدیران و کارکنان سازمانها می توانند با آگاهی از میزان خلاقیت و تقویت آن از حداکثر توانمندیهای فکری، ذهنی و عقلی خود در جهت پویا کردن سازمان بهره گرفته و از طریق ایجاد، پرورش و کاربردی نمودن خلاقیت، روحیه جسارت علمی، انتقادگری و انتقادپذیری، روحیه علمی و پژوهش را در تک تک کارکنان سازمان تقویت کنند (امامی و ناظم، ۲۰۱۷). چنانچه نرنجو والنسیا و همکاران^۲ (۲۰۱۷) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که فرهنگ تشویق رفتارهای نوآورانه کارکنان سبب نوآوری می شود. به نظر می رسد که توجه مدیران در زمینه بهبود فرهنگ سازمانی می تواند زمینه ساز بروز و توسعه خلاقیت و نوآوری در بین کارکنان گردد. وی هوا^۳ (۲۰۱۳) بر اهمیت فرهنگ سازمانی در ایجاد چارچوب آموزشی که در آن خلاقیت و نوآوری به عنوان متغیری اساسی پذیرفته شود، تأکید دارند و بیان می کنند که فرهنگ هر سازمان ممکن است به عنوان عاملی در میزان خلاقیت و نوآوری موجود در سازمان مشارکت داشته باشد.

^۱ -Daft

^۲ - Naranjo-Valencia & et al

^۳ -Weihua

درگیر شدن در کار از طریق افزایش مهارت های وظیفه ای و انگیزش درونی می تواند سبب افزایش خلاقیت شود. افرادی که درگیری شغلی بالا دارند، تلاش می کنند و در مقابل مشکلات استقامت بیشتری دارند. این افراد وقتی با مشکل یا مانعی روبرو می شوند؛ ناامید نمی شوند، بکه تلاش خود را ادامه می دهند تا راهی برای حل مشکل پیدا کند این راه جز با خلاقیت امکانپذیر نخواهد بود (دمیر و کورپانزو^۱، ۲۰۱۰).

سازگاری فرد را قادر می سازد تا از راه اصلاح محیط یا از راه اصلاح رفتار خویش به ایجاد تعادل بین خود و محیط پردازد و به علاوه سازگاری هم شامل فرایند انطباق فرد با شرایط موجود و هم شامل فرایند تغییر محیط برای انطباق با نیازهای فردی است و اینها موجب کاهش تنش های وارده از محیط بر فرد می شود و در صورت کاهش تنش ها فرد می تواند با آرامش بیشتر به مساله پردازد و این خود موجبات روش های فعال و خلاقانه را به وجود می آورد. خلاقیت از آن دسته عواملی هست که می تواند در نقش تسهیل کننده و هم در نقش بازدارنده سازگاری ظاهر شوند. به این صورت که توجه به استعداد های خلاقانه افراد و فراهم کردن زمینه بروز این استعدادها. موجب گسترش خلاقیت و نوآوری شده و در نتیجه سازگاری نیز تحت تأثیر خلاقیت آنها افزایش خواهد یافت. چنانچه آمابلی (۲۰۰۴) سازگاری را به عنوان مهمترین عامل می داند که می تواند خلاقیت را پرورش داده و توانایی تفکر خلاق را در بستر فرهنگی ایجاد کند. این افراد به نقش ساختارها و کارکردهای سازگاری در خلاقیت توجه دارند. هر سازمانی برای اینکه اثربخش باشد قبل از هر چیز بایستی بتواند ضمن انطباق پذیری و سازش با محیط متغیر و مقابله با هر مشکلی، بهترین منابع خود را به کار گرفته و با نیروهای تهدید کننده خارجی به طور موفقیت آمیزی برخورد کرده و نیروی آنها را در جهت هدف اصلی سازمان هدایت کند و همواره با راه های خلاقانه و با حفظ

توانایی های بقای خود، آن را رشد و توسعه دهد (هوی و میسکل^۱، ۲۰۱۵). زمانی که و انطباق پذیری بیشتر می شود، روش های خلاقانه در سازمان نیز تقویت می شود و این به نوبه خود باعث افزایش اثربخشی سازمانی می شود. اگر انطباق پذیری در سازمان پایین باشد، و راههای خلاق در سازمان تقویت نشود، عملکرد افراد به احتمال کمتری به اثربخشی سازمانی منجر می شود. چنانچه نتیجه تحقیق نجفی و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که انطباق پذیری منابع انسانی اثر درخور توجهی بر خلاقیت در دو سطح فردی و سازمانی دارد. پژوهش داوری (۱۴۰۱) نیز نشان داد که انطباق پذیری بر نوآوری کارکنان اثر مثبت معنی داری دارد.

تحقیقی که نشان دهد بین دو متغیر (رسالت و خلاقیت) رابطه وجود دارد توسط محقق یافت نشد. اما می توان گفت بیانیه ماموریت فلسفه وجودی و هدفی است که سازمان بخاطر آن وجود دارد و مسیری را برای دستیابی به چشم انداز سازمان فراهم می کند. بیانیه ماموریت اگر تنها یک یادداشتی قاب شده بر دیوار مدیران و جمله ای در تبلیغات آنها باشد، تاثیری نخواهد داشت، اما با بکار بردن روشهای خلاقانه و داشتن کارکنانی با ذهن خلاق و ایده های مفید و تدوین صحیح و دقیق ماموریت سازمان و بازگشت مرتب به آن، می تواند چراغی راهی برای مدیران در مسیر پرتلاطم تصمیم گیری باشد که شانس رسیدن به اهداف تعیین شده را بیشتر می نماید. نظر می رسد چنانچه رسالت، مأموریت و استراتژی روشنی در سازمان وجود داشته باشد و مدیران اهداف سازمان را مشخص کنند، میزان بکار بردن روشهای خلاقیت در بین کارکنان نیز افزایش پیدا خواهد کرد.

• محدودیت های پژوهش

- به علت محدودیت جامعه آماری پژوهش که از اداره اوقاف است لذا تعمیم نتایج همراه با احتیاط است

- به علت محافظه کاری و ترس از علنی شدن نظرات علی رغم تالشهای پژوهشگر، عده ای از همکاران

از تکمیل کردن پرسشنامه ها اجتناب کردند.

- محدود شدن ابزار گرد آوری اطلاعات به پرسشنامه و عدم استفاده از روشهای دیگر

منابع و مآخذ

الف) منابع فارسی

- احمدی، عبادالله؛ سترگ، طاهره. (۱۴۰۱). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با خلاقیت و اثربخشی سازمانی در مدارس متوسطه اول شهرستان مرودشت، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، سال سوم، شماره ۲، صص ۱۹-۲۷
- بحر العلوم، ح، امیرتاش، ع،، خیبری، م، تند، نویس ف (۱۳۸۱). ارتباط بین فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی کارشناسان سازمان تربیت بدنی شاغل تهران مجلات تربیت بدنی المپیک شماره ۳۱-
- ترابی کیا ه (۱۳۷۸). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی مقاله چاپ نشده. دانشکده علوم تربیتی شهید بهشتی -
- تندویس، ف. امیرتاش، ع. (۱۳۸۴). ارتباط بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت اعضای هیئت علمی دانشگاه دولتی کشور نشریه علوم حرکتی و ورزش جلد اول شماره ۶. ۱۳۹
- حقانی، محمد. (۱۴۰۱). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با استقرار فرایندهای مدیریت دانش و خلاقیت، سومین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت، تهران.
- داوری، داوود. (۱۴۰۱). تاثیر انطباق پذیری بر نوآوری و نقش تعدیلگر سرمایه اجتماعی و فکری از دیدگاه کارکنان آموزشی، سومین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت، تهران،
- جعفر نژاد، حسین زاده، ع. (۱۳۸۹). رابطه بین فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی شرکت نفت استان مازندران پژوهشنامه مدیریت اجرایی سال دهم دوره ۲
- در اکرب (۱۳۷۳) رشته علمی بنام خلاقیت ترجمه واحدی ص مجله، تدبیر، شماره ۲۳

- - دیویس، ا. (۱۳۷۳). مدیریت فرهنگ سازان ترجمه میرسپاسی ناصر انتشارات مروارید چاپ دوم. تهران.-
- رابینز، ا. (۱۹۹۱) مبانی رفتار سازمانی ترجمه دکتر قاسم کیبیری مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، چاپ اول، سال تهران
- سیدی، سید مسعود؛ شهیدی، نیما؛ شعله، مریم. (۱۳۹۲). رابطه فرهنگ سازمانی با خلاقیت و تغییر سازمانی در بین مدیران مدارس ابتدایی ناحیه یک شیراز، فصلنامه علمی پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال پنجم، شماره ۱، صص ۵۴-۳۹
- مهدی زاده، رستم؛ ازدری، مهدی؛ احمدی، خلیل؛ قاسمی، بهروز؛ غلامی، حمیدرضا؛ غلامی، محمدجواد؛ غلامی نژاد، مهدی. (۱۴۰۱). بررسی رابطه بین سبک رهبری و فرهنگ سازمانی خلاقیت و نوآوری، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، اخلاق و کسب و کار، شیراز.
- نجفی، وحید؛ رستگار، عباسعلی؛ رحمانی، فاطمه. (۱۳۹۷). انطباق پذیری منابع انسانی، خلاقیت و نوآوری در شرکت های بیمه، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۶، شماره ۳، صص ۵۴۴-۵۲۱
- نیکدل، سودابه؛ پیری، لیلی. (۱۴۰۰). رابطه خودکارآمدی و فرهنگ سازمانی با خلاقیت کارکنان، فصلنامه پژوهش های علوم مدیریت، سال سوم، شماره ۶، صص ۱۴-۱

ب) منابع لاتین

- Amabili., B. (۲۰۰۴). Relationship Between Creativity, Intelligence and Academic Achievement, academic adjustment Among School Going Children, Stud Home, Scl, ۱۰(- ۱- ۳): ۱-۷

- Castiglione, J.(۲۰۱۹), *Facilitating employee creativity in the library environment: An important managerial concern for library administrators. Library management*, ۲۹, Pp:۳۵-۵۲
- Daft RL. *Organization Theory and Design*. ۱۰th ed. Mason, Ohio: South-Western Cengage Learning; ۲۰۱۰: ۱-۵۵
- Demir, F & Korpanzo , W. (۲۰۱۴). *to investigate the relationship between job involvement and organizational justice in personnel Broadcasting Ilam, Second International Conference on management, entrepreneurship and economic development*, Qom, PNU.
- Emami H & Nazem F. *The relationship between employee creativity and organizational maturity with intellectual capital Vocational School Girls Doctor Shariati Tehran. Journal of Modern Thoughts in Education* ۲۰۱۷; ۱۲(۳): ۸۳-۹۵[Article in Persian].
- Hoy W, Miskel C. (۲۰۱۵). *Educational administration, theory, research and practice. Journal of Operations & Production Management*; ۲۹(۳): ۲۵۴-۲۸۱
- Naranjo-Valencia JC, Jimenez-Jimenez D & Sanz-Valle R.(۲۰۱۷). *Organizational culture and radical innovation: Does innovative behavior mediate this relationship? Creativity and Innovation Management*; ۲۹(۴): ۴۰۷-۱۷
- Weihua, Niu.(۲۰۱۳). *Individual and environmental influences on Chinese student creativity*, Phd, Yale University.