

## راهکارهای توسعه نوآوری در سازمانها

امیرمحمد حدیدی<sup>۱</sup>، حامد علیپور<sup>۲\*</sup>، محمدامین بدخشان<sup>۳</sup>

۱- دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور واحد جیرفت

۲- هیئت علمی دانشگاه پیام نور واحد جیرفت

۳- دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور واحد جیرفت

\*نویسنده مسئول: [hamed\\_1309\\_10@yahoo.com](mailto:hamed_1309_10@yahoo.com)

### خلاصه

سازمانهایی که قصد دارند در محیط پویا و پیچیده امروزی ادامه حیات دهند و همچنان پیشرو باشند، به خوبی درک کرده اند که نوآوری، استراتژیک ترین منبع سازمانی و محور رقابت در محیط های پرتلاطم است. در محیط های پویا، رقابتی جدید به طور شگفت آوری مرتباً تغییر می کند. سازمانها تنها با نوآوری می توانند بر مشکلات محیط های پویا و رقابتی فائق آیند. تغییرات سریع و شتابان فناوری در صنایع مختلف و کوتاه شدن دوره عمر فناوری و در نتیجه فشردگی بیش از حد رقابت موجب شده تا توسعه نوآوری در سازمانها نقش حیاتی و کلیدی پیدا کند. لذا با توجه به اهمیت نقش نوآوری برای سازمانها در این پژوهش به بررسی راهکارهای توسعه نوآوری در سازمانها پرداخته شده و اطلاعات لازم از طریق روش کتابخانه ای و با مطالعه کتاب ها، مقالات و مجلات معتبر گردآوری شده است.

**کلمات کلیدی:** توسعه، نوآوری، سازمانها

### مقدمه

جهان امروز از هر زمان دیگری رقابتی تر است. رقابت در همه لایه های زندگی انسانها به چشم می خورد. از افراد گرفته تا سازمانها ی بزرگ، همه و همه باید بر سر منابع محدود در راه دستیابی به موفقیت و کسب اهداف خود به رقابت بپردازند. آنچه به دشواری این امر می افزاید، وجود محیطی نامطمئن و بی ثبات است که تغییرات آن می تواند هرگونه توان و اختیار را از سازمان بگیرد. سازمان های امروزی دیگر نمی توانند آنچه را در گذشته با موفقیت انجام شده است، تنها با تقلید ساده به کار گیرند و موفق نیز باشند؛ بلکه هر یک باید دائماً در جستجوی فرصت هایی تازه باشند که از دید دیگر رقبا پوشیده مانده است. طبعاً آنچه می تواند یک سازمان را به این فرصت ها رهنمون شود، پدیده ای جز نوآوری در تمام سطوح آن نمی باشد. سازمانی که توان ارائه افکار نو و به کار گیری مناسب آن را در خود داشته باشد، به هیچ وجه از تغییر و تحول رویگردان نبوده، بلکه حتی خود می تواند به عنوان عاملی در جهت ایجاد تغییر در محیط عامل دیگر ی خویش عمل کند که بر ای موفقیت سازمان ها ضروری به نظر می رسد (مویدی، ۱۳۹۸).

## بیان مسئله

مفهوم نوآوری به عنوان یک ابزار حیاتی توانمندسازی برای دلق ارزش و پایداری مزیت رقابتی سازمانها در محیط بسیار متغیر با پیچیدگی های روزافزون شناخته می شود. سازمانهای دارای قدرت نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط های متغیر و ایجاد قابلیت های جدیدی که به آنها اجازه نیل به نوآوری بهتر را می دهد، موفق تر هستند نقطه آغازین نوآوری نیز شدیداً ا به دانش، تفکر، تخصص و تعهد منابع انسانی به عنوان ورودیهای اصلی در فرآیند خلق ارزش و نوآوری وابسته است . عملیات استراتژیک منابع انسانی، ابزار اصلی سازمانها برای شکل دادن و تاثیرگذاری بر مهارتها، گرایشها و رفتار افراد در انجام وظایف شغلی خویش و در نتیجه، نیل به اهداف سازمانی و نوآوری است. به منظور بروز نوآوری ، سازمانها می توانند از سرمایه انسانی برای توسعه تخصص سازمانی در جهت خلق خدمات و کالاهای جدید استفاده کنند، هرچند تخصص، مفهومی بسیار پیچیده تر بوده و عمدتاً ناشی از کنکاش بر اهداف و وظایفی داص در یک محیط معین است. این کنکاش هدفدار موجب بهبود کارآیی در عملکرد افراد متصدی انجام آن وظایف میشود. به وسیله تعیین نمودن و اعمال مجموعه ای از عملیات استراتژیک منابع انسانی، سازمانها نمی توانند تمایل و انگیزه افراد را برای انجام این عملیات حساس به منظور افزایش و توسعه تخصص سازمانی در جهت نیل به نوآوری سازمانی افزایش دهند(هاشمی و همکاران، ۱۳۹۶).

## اهمیت و ضرورت

زندگی پیچیده امروزی ، هر لحظه در حال نو شدن است و خلاقیت و نوآوری ، ضرورت استمرار زندگی فعال. انسان برای خلق نشاط و پویایی در زندگی نیازمند نوآوری و ابتکار است تا انگیزه تنوع طلبی خود را ارضاء کند. جامعه انسانی برای زنده ماندن و گریز از مرگ و ایستایی به تحول و نوآوری نیاز دارد . سازمانهای آموزشی از یک سو وظیفه فراهم آوردن زمینه رشد و پرورش نوآوری و استفاده صحیح و جهت دار از استعدادها و توانایی های افراد را برعهده دارند که این خود زمینه ساز توسعه فرهنگی اقتصادی و اجتماعی و ... در جامعه است و از سوی دیگر برای پویایی خود نیازمند پرورش و بهره مندی از نوآوری در سطح سازمانی می باشد(محمد داودی و پیروزارجمندی، ۱۳۹۵).

تحولات سالهای اخیر در حوزه های مختلف مانند : فناوری ، اقتصاد و رقابت سبب شده است که بسیاری از سازمانها ی کوچک و بزرگ برای تطابق خود با محیط پویا و تحولات فناورانه ، ملزم به پذیرش و ایجاد تغییراتی در اقدامات نوآورانه خود شوند. توسعه نوآوری در سازمان و نهادینه سازی آن جهت دستیابی به مزیت های رقابتی پایدار ، امروزه تبدیل به ضرورتی انکارناپذیر شده است ؛ ضرورتی که رسیدن به موفقیت در آن نیاز به شناخت دقیق ابزارها و راهکارهای ممکن دارد و با انتخاب ابتکارات مناسب می توان سرآمد سازمان های رقیب بود. لذا با توجه به اهمیت موضوع ، در این پژوهش به بررسی راهکارهای توسعه نوآوری در سازمانها پرداخته شده است.

## نوآوری

نوآوری یعنی به کارگیری نظرها و فکرهای حاصل از خلاقیت؛ نظیر ارائه محصولات، خدمات و راههای جدید برای انجام کارها. گاهی اوقات منظور از نوآوری عبارت است از کاربرد یک فن قدیمی در حل یک مسئله جدید؛ به گونهای که قبلاً به این صورت از آن استفاده نشده باشد.

نوآوری فرآیندی است که یک اختراع یا ایده را به محصول یا خدمتی که به بازار قابل عرضه است تبدیل میکند. اگر سازمانها و مدیرانشان بخواهند به حیات خود ادامه دهند و در بلندمدت کامیاب باشند، باید نوآور باشند و به طور مستمر خود را با وضعیتهای جدید تطبیق دهند. فراگرد ایجاد فکرهای جدید و تبدیل آن فکرها به عمل و کاربردهای سودمند را نوآوری گویند. در سازمانها این کاربردها به دو صورت انجام میشود: (گودرزی و همکاران، ۱۴۰۰)

الف- نوآوری در فراگرد؛ که موجب بهینه شدن راههای انجام کار میگردد؛

ب- نوآوری در محصول؛ که به تولید محصولات یا ارائه خدمات جدید و بهبود یافته منجر میشود. مدیریت نوآوری در فراگرد و محصول، شامل ابداع حمایتی یا عمل کشف و کاربرد یا عمل استفاده میشود.

## اهمیت و ضرورت نوآوری در سازمان ها

همه ی سازمان ها برای بقاء نیازمند اندیشه های نو و نظرات بدیع و تازه اند. افکار و نظرات جدید همچون روحی در کالبد سازمان دمیده می شود و آن را از نیستی و فنا نجات می دهد. در عصر ما برای بقاء و پیشرفت حتی حفظ وضع موجود، جریان نوجویی و نوآوری را در سازمان تداوم بخشید تا از رکود و نابودی آن جلوگیری شود. برای آنکه بتوان در دنیای متلاطم و متغیر به حیات ادامه داد باید به نوآوری و خلاقیت روی آورد و ضمن شناخت تغییرات محیط برای رویارویی پاسخهای بدیع و تازه تدارک دید و همراه تاثیرپذیری از این تحولات بر آنها تاثیر نهاد و بدانها شکل دلخواه داد (رنجبریان، ۱۳۹۲).

بدون تردید سازمانهای عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گسترده بین المللی مواجه اند، در این زمینه برای اینکه بتوان در دنیای متلاطم امروز به حیات خود ادامه داد باید به خلاقیت و نوآوری روی آورد و ضمن شناخت تغییرات و تحولات بر آنها تاثیر نهاد و به آنها شکل دلخواه داد. با توجه به این تغییرات و تحولات سریع، خلاقیت و نوآوری به عنوان اصل اساسی و مهم بقای سازمانها پذیرفته شده است. دانشی که سازمان در اختیار دارد و میتواند آنرا بکارگیرد، بیانگر فعالیتهایی است که سازمان قادر به انجام آنهاست. از طرف مقابل فعالیتهایی که سازمان باید بتواند از عهده انجام آنها برآید، بیانگر نیاز به دانشهای جدیدی است که سازمان باید نسبت به کسب و مدیریت آنها اقدام نماید (محسنی زاده، ۱۳۹۷).

براین اساس کشورهای پیشرفته بر آموزش خلاقیت تاکید زیادی دارند و در این زمینه پیشرفت انسان، سازمان و جامعه درگرو خلاقیت و نوآوری است و آگاهی از فنون و روش ها برای ایجاد فضای لازم برای رشد و باروری این روحیه ضروری است. خلاقیت و نوآوری در درون یک سازمان در خلاء به وجود نمی آید، بلکه ساختار سازمانی به عنوان یک بستر زمینه را

برای پیدایش خلاقیت آماده می کند. سازمانهایی که امکان برقرار کردن رابطه به ویژه رابطه غیر رسمی و انعطاف پذیر را در ساختار خود پیش بینی می کنند، عوامل مثبت و موثری برای ترغیب و رشد خلاقیت و نوآوری در سازمان خود به وجود می آورند. عامل ایجاد و پرورش خلاقیت در محدوده علم و هنر مدیریت قرار می گیرد و مدیران می توانند پیدایش خلاقیت را در سازمانها با ایجاد زمینه ها و بستر مناسب همچون ساختار سازمانی مناسب، تسریع یا با ایجاد فضای نامناسب آن را خنثی کنند. سازمان باید سیستم هایی را برای شناسایی و ارزیابی ایده های مطلوب در اختیار داشته باشد (همان منبع).

### مدیریت نوآوری در سازمان ها

انسان های عادی بر خلاف نوابغ نیازمند محرکی قدرتمند هستند تا آنها را به سوی تلاش خلاق و پروانیدن آرزوهای بزرگ هدایت کند. هرگز کارکنان را به دلیل عدم تمایل یا فقدان ایده های جدید سرزنش نکنید، زیرا عامل اصلی فقدان انگیزه و نوآوری، وجود مدیران ضعیف است. وظیفه شما این نیست که توانایی را در وجود کارکنان ایجاد کنید، بلکه بایستی از توانایی های موجود آنها بهره برداری نمایید. گروه ها و سازمان ها را به نحوی دگرگون نمایید، که قابلیت ها و استعداد های خود را باور کنند. این عمل بزرگ ترین رسالت شما به عنوان مدیر و مسیری به سوی شکوفایی شما است. برای ایجاد رفتاری خلاق در کارکنان باید نوآوری را به عنوان فرآیندی که قادر به مدیریت آن هستند، مشاهده نمایید (رنجبریان، ۱۳۹۲).

### عوامل تاثیر گذار بر نوآوری (خانی و نصرالهی، ۱۳۹۶)

۱. تقاضا: نظریه های اقتصادی بیشتر به عوامل طرف عرضه که موجب افزایش نوآوری می شود می پردازند. و شاید یکی از دلایل آن، همان فشار تکنولوژیکی است که در این مدل، فرآیند نوآوری ناشی از پیشرفت در دانش علمی و فناوری است. از آن جایی که بازار توانایی محدودی برای جذب محصولات جدید در یک دوره معین دارد و از طرف دیگر نیز بنگاه ها اغلب زمان محدودی برای به دست آوردن سود از معرفی محصول جدید دارند، به همین دلیل نوآوری ها با روند روبه رشد تقاضا اتفاق می افتند.

۲. سرمایه انسانی: در بسیاری از مدل های ایده محور سطح سرمایه انسانی با سطح تحصیلات، مهارت ها و توانمندی ها سنجیده می شود و سرمایه انسانی یک عامل تعیین کننده در رشد اقتصادی است. در مورد نقش سرمایه انسانی در نوآوری همان بس که کشوری که دارای نیروی کار با سطح مهارت پایین است مشکلات بیشتری در پیاده سازی فناوری های موثر برای انجام نوآوری به دلیل عدم جذب ظرفیت های موجود دارد.

انباشت دانش پنهان در منابع سرمایه انسانی، عملکرد اقتصادی را از طریق افزایش بهره وری و کمک به خلق نوآوری تحت تاثیر قرار می دهد. همچنین، افزایش سرمایه انسانی از طریق تسهیل بسترها برای انطباق با تغییرات فناوری نیز به جذب و انباشت دانش و به دنبال آن بهبود نوآوری کمک می کند. سرمایه گذاری در سرمایه انسانی و افزایش سهم آن در سرمایه گذاری کل کشور، با بهبود کارایی سرمایه گذاری فیزیکی و افزایش بازدهی این نوع سرمایه، ضمن تسهیل شرایط

گسترش نوآوری، به طور غیرمستقیم به رشد و توسعه اقتصادی نیز کمک می کند؛ زیرا غالباً کمبود امکانات و ظرفیت های محدود سرمایه فیزیکی، یکی از محدودیت های موجود برای بسط نوآوری است؛ حال اگر سرمایه انسانی به گونه ای باشد که به بهره برداری بهتر از سرمایه های موجود کمک کند، می تواند ضمن رفع این نوع محدودیت ها، راندمان کاری را افزایش داده و با کاهش قیود تولید، موجب نوآوری بیش تری شود (شاه آبادی و همکاران، ۱۳۹۳).

۳. ساختار بازار: محیط اقتصادی و سطح تمرکز بازار می تواند بر عملکرد بنگاه های اقتصادی و کارایی پویای آنها تاثیرگذار باشد.

۴. تراکم جغرافیایی: تراکم جغرافیایی یا همان خوشه بندی صنایع می تواند اثر مثبتی بر نوآوری و رشد اقتصادی داشته باشد. به عبارت دیگر تنوع مهارت ها، تخصص ها، تجارب، نیازها و سهولت روابط انسانی که در یک بافت متراکم ایجاد می شود به عنوان منبع مهمی برای ترویج نوآوری و رشد صنایع است.

#### چگونگی تغییر فرهنگ سازمانی به فرهنگ مشوق نوآوری (سعیدی کیا، ۱۳۸۸)

۱. تاکید بر رفتار رهبری به عنوان عامل حیاتی: شرکتها برای دستیابی به موفقیت در بلند مدت، نیازمند این هستند که مهارتهای رهبری مبتنی بر نوآوری را در افراد مختلف در سازمان گسترش دهند. نوع رفتار رهبری، در القای خلاقیت و به تبع آن نوآوری در سازمان نقش اساسی دارد. رفتار رهبر کارمندگرا و رابطه مدار (در برابر رفتار کارگرا و وظیفه مدار) به دلیل تاکید بیشتر بر بعد انسانی، فرصت بیشتری برای خلاقیت و نوآوری در اختیار اعضای سازمان قرار می دهد.

۲. ایده سای و به کارگیری ایده: امروزه سازمانها می بایستی مشتاقانه به استقبال ایده های جدید بروند، چه بسا اگر یک ایده به درستی مورد توجه قرار گیرد راه حلی برای مشکل اساسی، مقدمه ای بر سلسله عملیات موفقیت آمیز دیگر و یا محرک و موتور رشد و توسعه بی عیب و نقصی برای ایجاد محصولات و یا خدمات نوآورانه بعدی باشد.

۳. توانمندسازی: توانمند سازی به شکل ایده آلی منجر به افزایش ابتکار، اشتیاق به کار، نوآوری و سرعت عمل در راستای هدفهای سازمانی می شود.

۴. ایجاد شبکه ارتباطی موثر: ارتباطات برای هر سازمانی مثل جریان خون در بدن انسان است. در یک فرهنگ سازمانی نوآور برای ایجاد محیط خلاقیت و نوآوری، ارتباطات از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

۵. تاکید بر انگیزش درونی: قابلیت برای خلاقیت در حل مشکلات سازمانی به گونه بالقوه در بین همه کارمندان توزیع شده است. اگر آنها به طور مقتضی انگیزش داشته باشند می توانند در کار خود خلاق و رهبر نیز باشند.

۶. اعتماد به کارکنان و پذیرش منطقی اشتباه های آنها: اعتماد به کارکنان علاوه بر ایجاد تعهد حرفه ای در آنان، فرهنگ یکپارچه ای برای ایجاد خلاقیت و گسترش نوآوری به وجود می آورد. سازمانهایی که با مسائل پیچیده تری سر و

کار دارند، آن دسته از سازمانهایی هستند که می توانند با اعتماد به کارکنان و پذیرش منطقی اشتباه های آنها، راه را برای ایجاد فرهنگ نوآوری در سازمان و گسترش برنامه های جدید هموار کنند.

### تاثیر مدیران کارآفرین در خلاقیت و نوآوری در سازمانها

سازمانهای امروزی به دلیل بزرگی و افزایش تعداد پرسنل به مدیرانی که فقط بر مدیریت متداول و وظایف کلیشه ای تاکید می کنند، نیازی ندارند بلکه خواستار مدیریت نوآور، کارآفرین و توسعه گر هستند، مدیرانی که با درک شرایط عدم اطمینان از محیط و دانش محوری خویش می توانند تاثیر مهمی در رشد و اقتصاد کشور ایفاء نمایند، زیرا اینگونه مدیران در سازمان ها می توانند شرایطی را فراهم آورند تا تمام کارکنان روحیه خلاق و نوآور پیدا کرده و توانایی اجرای فعالیتهای کارآفرینی خود را چه به صورت فردی و چه به صورت گروهی در سازمان داشته باشند. از سوی دیگر، با تشویق آنان به خلاقیت، نوآوری، ریسک پذیری، مدیریت صحیح بر ایده های نوین و القای مسئولیت پذیری در قبال تصمیمات خود، موجب شکوفایی و پیشرفت کارکنان در سازمانها می شوند زیرا کیفیت، توان نوآوری و اجرایی نیروی انسانی ضامن بقاء و حیات هر سازمان و مهمترین عامل به حرکت در آوردن چرخهای اقتصادی به شمار می رود (خواجویی نسب کرانی، ۱۳۹۶).

وارن بنس (۱۹۸۴) وجود چهار نوع مدیریت را در زمینه ایجاد نوآوری سودمند می داند:

۱. مدیریت توجه: دلالت بر توانایی شکل دادن بینش جمعی و شامل نمودن تمام کارکنان دارد.
  ۲. مدیریت معنی: توانایی بیان این بینش به طور محسوس، معنادار و با تأثیر احساسی مدنظر قرار می دهد.
  ۳. مدیریت اعتماد: توانایی به دست آوردن و نگه داشتن اعتماد کارکنان.
  ۴. مدیریت خویشتن: آگاهی از توانایی ها و خصوصیات ویژه خود و استفاده بهینه از آنان با حفظ روحیه موفقیت و دوری از شک و تردید نسبت بخود دلالت دارد.
- نوآوری به دلایل زیر برای مدیران آموزشی ارزشمند است:- مدیران نوآور به احتمال بیشتری می توانند خود و مدرسه تحت مدیریت خود را در مواجهه با مشکلات و بهره گیری از فرصت ها سازگار نمایند
- با نوآوری بیشتر مدیر و همکاران او کمیت و کیفیت تصمیمات و فعالیتهای افزایش می یابد
- مدیر و معلمان از لحاظ فردی احساس چالش و رضایت بیشتری در ارتباط با کار خود می کنند (بدخشان و سلیمان پورعمران، ۱۳۹۶).

### راهکارهای ایجاد و توسعه فرهنگ نوآوری

نویسندگان مختلف شرایط و زمینه های متفاوتی را برای بروز و توسعه خلاقیت و نوآوری در نظر دارند. به هر حال راه

های عمده ای که محرک خلاقیت است عبارتند از: ( فدایی و عقيله ، ۱۳۹۵ )

۱. استراتژی و چشم انداز:

- بیان یک چشم انداز روشن و توصیف مسیر استراتژیک. سازمانهایی که یک استراتژی فعالانه برای خلق آینده دارند، نوآورترند.

۲. هوش سازمانی (بینش سازمانی):

- تولید و فعالیت بر اساس اطلاعات مربوط و مناسب برای شناسایی راههای جدید برای بررسی
  - کاهش عدم اطمینان ذاتی و ابهام و پیچیدگی نوآوری
  - شناخت رقبا و بازار
۳. مدیریت خلاقیت و ایده:

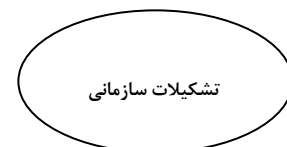
- توانایی غربال کردن ایدهها و موضوعات به پروژههای بالقوه، داشتن یک سیستم فعال جمعآوری ایده برای حمایت از ایده های داخلی و خارجی
۴. سیستم و ساختارهای سازمانی:

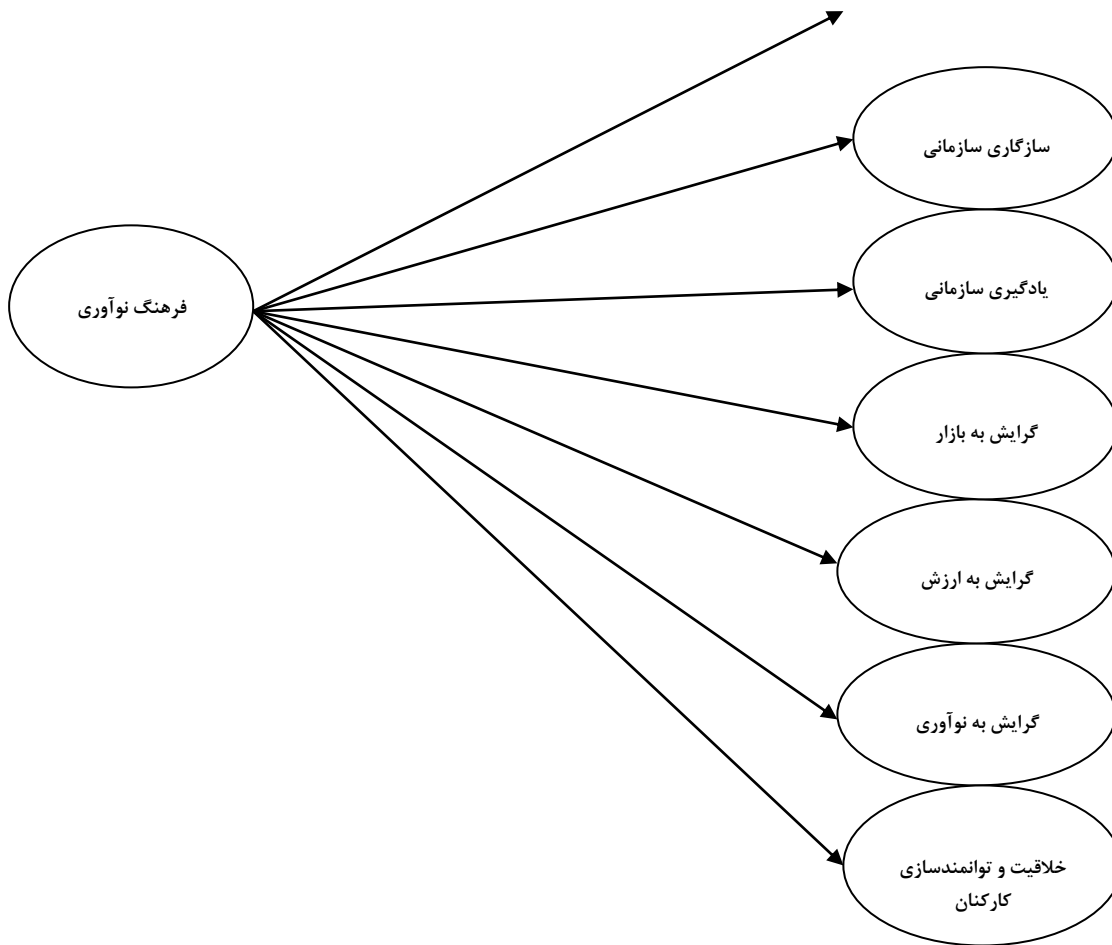
- برقراری یک سیستم پاداش پرورش دهنده رفتار خلاق
  - توانایی حمایت یک فرآیند نوآوری انعطافپذیر
۵. فرهنگ و جو:

- اختیار دادن به کارکنان، استخدام بهترین محققان، متخصصان و مخترعین و سپس دادن اختیار و قدرت به آنها
  - زمان خلاق، اختصاص دادن زمانی برای فکر کردن
  - ارتباطات میان کارکردی، میان سلسله مراتبی، میان فرهنگی و میان تکنولوژیکی
۶. مدیریت تکنولوژی:

- مرتبط کردن استراتژیهای تکنولوژی به استراتژیهای کسب و کار
- پیشبینی اثربخش به منظور تشخیص توسعه تکنولوژی، محصولات و بازارها در آینده
- رهبری

مدل مفهومی مولفه های تاثیرگذار بر فرهنگ نوآوری





شکل ۱. مدل جامع فرهنگ نوآوری (محمد داودی و همکاران، ۱۳۹۵)



جدول ۱- انواع متغیرها و شاخص های مدل مفهومی

متغیر نهفته	متغیرهای آشکار	شاخص ها
توسعه نوآوری	خروجی	محصول؛ فناوری؛ پتنت / مقاله
	فرآیندها	فرآیندهای (جذب ایده؛ تخصیص منابع؛ مدیریت دانش)
	موفقیت استراتژیک	موفقیت و سرآمدی؛ سود و درآمد ناشی از نوآوری؛ جذب منابع جدید
عوامل فردی	مهارت ها و توانایی ها	مهارت های حرفه ای؛ دانش و تجربه کاری؛ هوشمندی
	ویژگی های شخصیتی	ویژگی های مرتبط با خلاقیت؛ ویژگی های عمومی
	انگیزش	نگیزش درونی؛ انگیزش بیرونی
عوامل گروهی	ترکیب گروه	سازمانی؛ تخصصی
	انسجام گروه	جو گروه؛ همکاری گروهی؛ جذابیت گروه
	ارتباطات گروه	درون گروهی؛ بین گروهی؛ دیگر سازمانها
	اندازه گروه	کوچک؛ متوسط؛ بزرگ
عوامل سازمانی	ساختار سازمانی	رسمیت (ساختار و قوانین)؛ انسجام و هماهنگی؛ تمرکزگرایی
	رهبری	ثبات مدیریت؛ کارکردهای مورد انتظار؛ سبک رهبری؛ نقش های مدیریتی
	یادگیری	یادگیری از تجربیات دیگران؛ یادگیری از عملکرد گذشته؛ یادگیری به کمک ابزار؛ باز خور
	استراتژی و اهداف	استراتژی نوآور؛ هدف گذاری نوآور
	فرهنگ سازمانی	مؤلفه های سازمانی فرهنگ؛ مؤلفه های فردی فرهنگ؛ مدل های ذهنی
	سیستم پاداش	معیارهای پاداش؛ پاداشهای درون زا؛ پاداش های برون زا؛ ارزیابی عملکرد
	مشارکت کارکنان	پیشنهادات؛ ایده؛ تصمیم گیری ها

## پیشینه پژوهش

قاسمی نژاد و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان « توسعه الگوی عوامل موثر بر نوآوری در یک سازمان نظامی » نشان دادند که عامل فردی (کارکنان) به صورت مستقیم و عوامل محیطی، سازمانی و گروهی به صورت غیر مستقیم بر نوآوری موثر هستند.

امیدی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود با عنوان « اثر سیاست های دولت بر رشد نوآوری در کشورهای در حال توسعه » نشان دادند که افزایش نرخ بهره، مخارج دولت و نرخ تعرفه تجاری اثر مثبت و معناداری بر رشد نوآوری طی دوره مورد بررسی داشته است.

مشهدی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان « رابطه توسعه استعدادها با نوآوری سازمانی و نقش میانجی کیفیت زندگی کاری » به این نتایج دست یافتند که اثر مستقیم توسعه استعدادها و نوآوری سازمانی برابر با ۰,۴۵ است. همچنین اثر غیر مستقیم متغیر توسعه استعدادها و نوآوری سازمانی با تاثیر متغیر میانجی کیفیت زندگی کاری برابر با ۰,۱۳۶ می باشد.

علی احمدی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود با عنوان « طراحی الگوی فرهنگ نوآوری و راه های ارتقای آن در شرکت های تولیدی » نشان دادند که نتایج تحلیل داده های بدست آمده از مصاحبه ها طی فرآیند کدگذاری به ایجاد نظریه در حوزه فرهنگ نوآوری منجر شد که بر مبنای آن عوامل علی، زمینه ای، عوامل مداخله گر، راهبرد و پیامد در رابطه با فرهنگ نوآوری معنا پیدا کرده اند.

## روش پژوهش

در این پژوهش از طریق روش توصیفی-تحلیلی به بررسی موضوع پرداخته شده است و اطلاعات لازم از طریق روش کتابخانه ای و با مطالعه کتابها، مقالات و مجلات معتبر، گردآوری شده است.

## نتیجه گیری

هر سازمانی که بتواند تغییرات مناسب را ایجاد نموده و به حیات خود ادامه دهد از پیشرفت قابل توجهی برخوردار خواهد گردید. بدیهی است در غیر این صورت راهی به جز شکست و نابودی را طی نخواهد نمود. باید توجه داشت که سازمان ها پدیده تغییر را امری دائمی تلقی نموده و باید بطور پیوسته در ادامه آن کوشا باشند. برابر بررسی لازم می بایستی سازمان های کنونی در مسیر نوآوری و تغییر گام برداشته و بر موفقیت خود بیفزایند اما در سازمانهای پرقابلیت بقای سازمان در

ازای داشتن خلاقیت و نوآوری مناسب بوده ، بهر حال نوآوری یکی از ابعاد مهم رفتار در داخل سازمان بوده و سازمان ها بدون خلاقیت و نوآوری هرگز تغییر نمی کنند .

## مراجع

- امیدی ، وحید ؛ شاه آبادی ، ابوالفضل ؛ مهرگان ، نادر(۱۳۹۸) اثر سیاست های دولت بر رشد نوآوری در کشورهای در حال توسعه ، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین ، سال چهاردهم ، شماره سوم .
- بدخشان ، عصمت ؛ سلیمان پورعمران ، محبوبه(۱۳۹۶) مدیریت نوآوری در سازمان های آموزشی ، کنفرانس ملی پژوهش های نوین ایران و جهان در روانشناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زرقان، دانشگاه جامع علمی- کاربردی آذین شوشتر، دوره ۲
- خانی ، ریحانه ؛ نصراللهی ، زهرا(۱۳۹۶) بررسی نقش عوامل موثر بر نوآوری (مقایسه کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه)، فصلنامه سیاست های راهبردی و کلان / سال پنجم ، شماره هجدهم ، صص ۲۵-۱.
- خواجهی نسب کرانی ، محمدرضا (۱۳۹۶) بررسی اهمیت نقش مدیران کارآفرین در ایجاد خلاقیت و نوآوری در کارکنان سازمانها ، چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت ، کارآفرینی و توسعه اقتصادی .
- رنجبریان ، رسول(۱۳۹۲) خلاقیت و نوآوری در سازمان ها ، ماهنامه اجتماعی ، اقتصادی ، علمی و فرهنگی کار و جامعه ، شماره ۱۶۱.
- سعیدی کیا ، مهرزاد (۱۳۸۸) فرهنگ مشوق نوآوری در سازمان ، فصلنامه تدبیر ، شماره ۲۰۹.
- شاه آبادی ، ابوالفضل ؛ صادقی ، حامد ؛ امیری ، بهزاد(۱۳۹۳) تاثیر سرمایه انسانی بر نوآوری کشورهای منتخب سازمان توسعه همکاری اسلامی ، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی ، شماره ۷۰ ، صص ۲۲-۱.
- علی احمدی ، علیرضا ؛ حسینی ، میرزا حسن ؛ پرهیزگار ، محمدمهدی ؛ ساروی مقدم ، ناهید(۱۳۹۷) طراحی الگوی فرهنگ نوآوری و راه های ارتقای آن در شرکت های تولیدی، فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی ، شماره ۳۵ ، صص ۵۱-۹۱.
- فدایی ، داود ؛ عقیله ، مرضیه(۱۳۹۵) راهکارهای توسعه فرهنگ نوآوری به عنوان ابزاری برای کسب مزیت رقابتی ، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱. تهران
- قاسمی نژاد ، یاسر ؛ صادقی مال امیری ، منصور ؛ مرتضی نیا ، حمید (۱۳۹۸) توسعه الگوی عوامل موثر بر نوآوری در یک سازمان نظامی ، فصلنامه پژوهش های مدیریت انتظامی ، ۱۵(۲) ، صص ۲۱۳-۲۳۶.
- قپانداران ، وجیهه (۱۳۹۵) تاثیر خلاقیت و نوآوری در بقا سازمان ، دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت ، اقتصاد و حسابداری ، برلین.
- گودرزی ، احمد ؛ سالاری ، ضیاءالدین ؛ محمودی ، علیرضا(۱۴۰۰) خلاقیت ، نوآوری و توسعه کارآفرینی با آموزش کارکنان در رویکردی نوین ، فصلنامه علمی- تخصصی ، شاخص کارآفرینی .
- محسنی زاده ، اعظم(۱۳۹۷) بررسی تاثیر ساختار سازمانی بر نوآوری و خلاقیت در سازمان ها، کنفرانس ملی الگوهای نوین در مدیریت و کسب و کار( با رویکرد حمایت از کارآفرینان ملی ).
- محمد داودی ، امیرحسین ؛ پیروزارجمندی ، مسعود(۱۳۹۵) مولفه های تاثیرگذار بر فرهنگ نوآوری در مدیریت آموزش عالی ، چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت ، اقتصاد و حسابداری ، برلین



مشهدی ، معصومه ؛ فقیه آرام ، بتول ؛ سعادت‌ی شامیر، ابوطالب (۱۳۹۷) رابطه توسعه استعدادها با نوآوری سازمانی و نقش میانجی کیفیت زندگی کاری، فصلنامه آموزش ، مشاوره و روان‌درمانی ، دوره ۷ ، صص ۱-۱۸.

مویدی ، اسماعیل ( ۱۳۹۸) بررسی تاثیر جو خلاقانه سازمان بر میزان انعطاف‌پذیری سازمانها بواسطه نوآوری در اداره کل گاز استان گیلان ، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری ، سال سوم ، شماره ۱۷ ، جلد اول ، صص ۱-۲۰.

هاشمی ، سیداحمد ؛ نوروز مصرمی ، صادق ؛ نوروز مصرمی، رامین (۱۳۹۶) رابطه تفکر راهبردی با جو نوآورانه در سازمان ، اولین همایش ملی آسیب‌شناسی و آسیب‌زدایی پدیده شکاف بین‌نسلی (زمینه‌ها ، چالش‌ها و راهکارها).