

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲۱

## بررسی عوامل زمینه‌ساز بهبود سطح ادراک شده از خلاقیت تیم و تأثیر آن بر کارآفرینی سازمانی

مهدی رشیدی<sup>۱</sup>، سیدعلی بنی‌هاشمی<sup>۲</sup>، بتول دنیائی<sup>۳</sup>

### چکیده

زمینه: کارآفرینی سازمانی، یکی از راه‌های پاسخ‌گویی سازمان‌ها و مؤسسات دولتی به الزامات محیطی است. در سازمان‌های امروزی اکثر بخش‌های سازمان به مانند تیم در جهت تحقق اهداف سازمان عمل کرده و با هم همکاری می‌کنند.

هدف: هدف اصلی این پژوهش بررسی عوامل زمینه‌ساز بهبود سطح ادراک شده از خلاقیت تیم و تأثیر آن بر کارآفرینی سازمانی است.

روش: مطالعه حاضر از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی و از نظر روش گردآوری اطلاعات جزء تحقیقات توصیفی-همبستگی است. این پژوهش در ادارات دولتی شهرستان سرایان انجام گرفته است. ابزار گردآوری داده‌ها برای ابعاد خلاقیت تیم، پرسشنامه لیو و همکاران (۲۰۲۱) و برای متغیر کارآفرینی سازمانی، از پرسشنامه هیل (۲۰۰۳) استفاده شده است. پایایی کلی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹۲ به دست آمد. داده‌های گردآوری شده با نرم‌افزار SPSS و AMOS و با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری تحلیل شده است.

یافته‌ها: نتایج حاصل از پژوهش نشان داد رفتارهای تعاملی تیمی، اعتماد سریع تیمی، تعارض تیمی و وابستگی متقابل وظیفه‌ای بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم تأثیر معناداری دارد. سطح ادراک شده از خلاقیت تیم نیز بر کارآفرینی سازمانی تأثیر معناداری دارد. همچنین تفاوت معناداری بین خلاقیت تیمی و کارآفرینی سازمانی در ادارات دولتی شهرستان سرایان مشاهده نشد.

نتیجه‌گیری: براساس یافته‌های به دست آمده از این تحقیق، به کارگیری تیم‌های کاری باعث بروز خلاقیت می‌شود. از طرفی خلاقیت عنصر اصلی کارآفرینی سازمانی است. سازمان‌هایی که ایده‌های نو در آن‌ها حمایت و پشتیبانی می‌شود مسیر پیشرفت و بهبود عملکرد را به سرعت طی می‌کنند و با تغییرات محیطی همراه می‌شوند، فرصت‌ها را بهتر شناسایی کرده و با بهره‌برداری از آن‌ها خود را از دیگر سازمان‌ها متمایز می‌کنند و به سازمان‌های کارآفرین تبدیل می‌شوند.

**کلید واژه‌ها:** خلاقیت تیمی؛ کارآفرینی سازمانی؛ اعتماد سریع؛ تعارض تیمی؛ رفتارهای تعاملی.

۱. استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. mehdirashidi@pnu.ac.ir

۲. استادیار گروه مهندسی صنایع، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) banishahemi@pnu.ac.ir

۳. کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. batuldonyaee@gmail.com

## پیشگفتار

کارآفرینی سازمانی، یکی از راه‌های پاسخ‌گویی سازمان‌ها و مؤسسات دولتی به الزامات محیطی است. این مفهوم به فرایندی گفته می‌شود که به سازمان‌ها کمک می‌کند به اهداف خود دست یابند. این اهداف می‌توانند سودآوری (زهرا؛ ۲۰۰۵)، نوسازی راهبردی و گسترش نوآوری (بادن؛ ۱۹۹۵) و یا خلق فضای مناسب برای ظهور ظرفیت‌های کارآفرینانه باشد (هرسی و همکاران، ۱۹۹۸). یکی از سازوکارهای مطلوب سازمان‌ها برای پاسخی سریع و مناسب به تغییر و تحولات روزافزون محیطی در فضای کسب‌وکار، ایجاد سازمان‌های کارآفرین است. سازمان‌های کارآفرین از طریق نهادینه‌سازی کارآفرینی در درون خود، الزامات اجرایی‌شدن ابعاد کارآفرینی سازمانی را فراهم می‌آورند (الوانی و همکاران، ۱۳۹۲). در تعریفی دیگر، کارآفرینی رویکردی است که در آن افراد برای غلبه بر رویدادهای نامطمئن عمل می‌کنند و از توانایی‌های خلاقانه خود برای کسب مزیت‌ها استفاده می‌نمایند. بر این اساس، روند کارآفرینی از تمرکز صرف بر سرمایه‌گذاری‌ها و کارآفرینان جدید به تمرکز بر مدیریت و توسعه کسب‌وکار تغییر می‌کند (محمود و همکاران، ۲۰۲۲). کارآفرینی سازمانی، انقلابی در درون سازمان است که برای تغییر و نوسازی از درون سیستم مبارزه می‌کند. این امر ممکن است منجر به تضادهایی درون سازمان شود، بنابراین احترام گذاشتن یک اصل ضروری به منظور هدایت این تضادها و تبدیل آن‌ها به جنبه‌های مثبت برای سازمان است (زنوویا و مایر؛ ۲۰۱۱). کارآفرینی سازمانی یک فرایند احیای بهبود عملکرد سازمان است، مزایای کارآفرینی سازمانی، در واقع شامل نوآوری در طراحی محصول و خدمات، نوآوری در فرایندهای سازمان، بهبود عملکرد سازمان، کارآیی و اثربخشی است (زارع‌مهرجردی و همکاران، ۱۳۸۹). در حقیقت، کارآفرینی سازمانی، توانایی یک سازمان در

- 
1. Zahra
  2. Baden
  3. Hersey
  4. Mehmood
  5. Zenovia and Maier

یادگیری از طریق کشف دانش جدید و بهره‌گیری از دانش موجود مبتنی بر سرعت در حال تبدیل شدن به یک سلاح انتخابی برای بسیاری از سازمان‌ها به‌ویژه سازمان‌های بزرگ است (آینه و همکاران، ۱۴۰۱).

فراهم‌سازی زمینه برای نهادینه‌سازی کارآفرینی در سازمان‌ها و بالطبع اجرای ابعاد کارآفرینی سازمانی از طریق عوامل سازمانی باعث می‌شود که سازمان‌ها برای پاسخ‌گویی به تغییرات شدید و پرشتاب محیطی، انعطاف‌پذیری لازم را داشته باشند و به توانایی اینکه سازمان‌ها در هر وضعیتی ایده‌ای مطلوب داشته باشند، کمک می‌کند. در حقیقت، آنچه پژوهشگران بسیاری به دنبال آن هستند، فراهم کردن شرایطی برای اجرای ابعاد کارآفرینی سازمانی است (کوراتکو و همکاران، ۲۰۰۹). مطالعات نشان می‌دهد که عوامل سازمانی به طور خاص نقش مهمی در اجرای ابعاد کارآفرینی سازمانی دارند (کووین و اسلوین، ۱۹۹۱). بسیاری از پژوهشگران در تلاش بودند تا متغیرهای سازمانی اصلی و مهم تأثیرگذار بر اجرای ابعاد کارآفرینی سازمانی را شناسایی نمایند. بسیاری از سازمان‌های اروپایی با توجه به، شکل‌گیری مفهوم کارآفرینی سازمانی و ایجاد مدل‌های نظری در اوایل دهه ۱۹۲۰ ضمن توجه خاص به مولفه‌های آن، سعی در اجرای ابعاد کارآفرینی سازمانی داشتند. زمینه‌سازی این سازمان‌ها برای نهادینه‌سازی کارآفرینی در درون خود، منجر به اجرای ابعاد کارآفرینی سازمانی شده است (دمین، ۲۰۱۱). از این‌رو سازمان‌های امروزی در کشور نیز باید توجه خاصی به نهادینه‌سازی کارآفرینی در درون خود و سپس اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی به دلیل اهمیت نقششان در تقویت و تثبیت موقعیت رقابتی و توسعه پایدار کشور، داشته باشند.

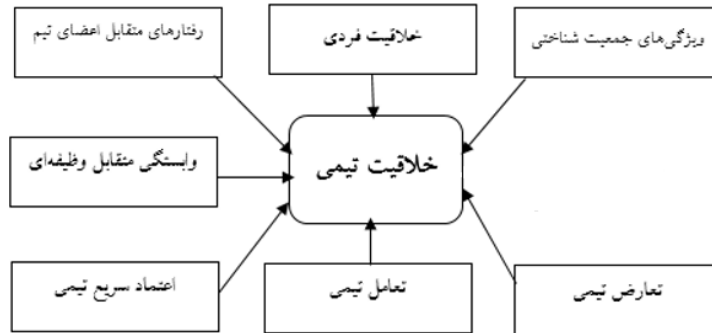
برای آن‌که بتوان در دنیای متلاطم و متغیر به حیات ادامه داد، باید به نوآوری و خلاقیت روی آورد و ضمن شناخت تغییرات و تحولات محیط برای رویارویی با آنها پاسخ‌های تازه

1. Kuratko
2. Covin and Slevin
3. Demin

و جدید پیدا کرد و با تأثیرگذاری بر این تحولات به آنها شکل دلخواه داد (شرافت و همکاران، ۱۴۰۱). خلاقیت در دوره‌ای که زندگی می‌کنیم بحث بسیار مهمی است. در اکثر کشورها مفاهیم خلاقیت در زمان تحصیل به دانش‌آموزان آموخته می‌شود. حتی در سال ۲۰۰۳، دفتر مشاوره وزارت آموزش و پرورش تایوان اعلام کرد که دولت باید خلاقیت دانش‌آموزان را در همه مقاطع تحصیلی پرورش دهد (لیو و وانگ، ۲۰۱۹؛ لیو و همکاران، ۲۰۲۱). در نتیجه، برنامه‌های آموزش فنی و حرفه‌ای از سال ۲۰۰۶ نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی را در برنامه‌های درسی دوره‌های نهایی قرار داده‌اند (لیو و همکاران، ۲۰۲۱). خلاقیت، ایجاد یک فکر جدید و پروراندن آن فکر در عمل است که به نوآوری یا تغییر در سازمان منجر شود (ریحانی‌نیا و زردشتیان، ۱۴۰۰). در حقیقت، خلاقیت تولید ایده‌های مفید و بدیع در هر حوزه است و می‌تواند یک رفتار فردی باشد که ایده‌های جدیدی تولید می‌کند (لین و همکاران، ۲۰۲۲). خلاقیت، مقدمه نوآوری است که برای تحقق نوآوری لازم است. توانایی هر شرکتی در تحریک سریع خلاقیت برای بقای طولانی مدت آن بسیار مهم است (برتهولد، ۲۰۱۵).

عوامل زیادی می‌توانند بر خلاقیت تیم تأثیر بگذارند، از جمله ویژگی‌های جمعیت شناختی، خلاقیت فردی و رفتارهای متقابل اعضای تیم (داکرت، ۲۰۱۶؛ موسر و همکاران، ۲۰۱۹)، اعتماد سریع تیمی (برتهولد، ۲۰۱۵)، تعامل تیمی (ایچام، ۲۰۱۸؛ لی و همکاران، ۲۰۱۹) و وابستگی متقابل وظایف تیمی (دانگ و همکاران، ۲۰۱۷). شکل ۱ ابعاد تأثیرگذار بر خلاقیت تیمی را نشان می‌دهد.

- 
1. Liu and Wang
  2. Lin
  3. Berthold
  4. Dackert
  5. Moser
  6. Eichbaum
  7. Lee
  8. Dong



شکل ۱. ابعاد خلاقیت تیمی از دیدگاه محققان

سازمان‌ها برای تیم‌های خلاق ارزش زیادی قائل می‌شوند زیرا ایده‌های جدید و راه‌حل‌هایی برای حفظ مزیت رقابتی شرکت ارائه می‌دهند. با این حال، ایده‌های تیم صرفاً به دلیل نو یا جدید بودن، خلاقانه تلقی نمی‌شوند. آن‌ها نیاز به استفاده بالقوه از صنعت دارند (رگو و همکاران، ۲۰۰۷). محققان تشخیص می‌دهند که مردم منبع اصلی ایده‌های خلاقانه در شرکت‌ها هستند.

چیزی که در بحث خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی بسیار مهم و اساسی است آن است که اگر این بحث در سازمان نهادینه شود می‌تواند موجب بهبود فرآیند برنامه‌ریزی راهبردی در سازمان شود و چشم‌اندازها را سازمان دقیق‌تر و شفاف‌تر و دوربردتر تعریف نماید. خلاقیت و نوآوری کارکنان بستگی به میزان آموزش‌های مدیران برای خلاقیت و نوآوری دارد. واضح است که مدیران آموزش دیده نقش زیادی در گسترش خلاقیت ایفا خواهند نمود. کوشش سازمان‌ها برای حل مشکلات سازمانی زمانی با موفقیت بیشتر همراه می‌شود که منجر به افزایش خلاقیت کارکنان شود. به همین دلیل سازمان‌های نوین به شدت به دنبال خلق روش‌های جدید برای حذف تدریجی خطرهای بیرونی و بروز خلاقیت بیشتر در سازمان هستند (کاظم‌پور و همکاران، ۱۳۹۲).

ترکیان تبار و آسایش (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی رابطه خلاقیت کارکنان با نوآوری سازمانی پرداختند. نتایج پژوهش آنها حاکی از ارتباط معنادار خلاقیت کارکنان بر نوآوری و ابعاد آن است. آنها بیان می‌کنند با توجه به اینکه سرمایه‌های انسانی رکن اساسی هر سازمان است، استفاده از توانایی‌ها و قابلیت‌های فکری و ذهنی آنها به رسیدن سازمان به اهدافش کمک می‌کند. متولی جعفرآبادی و همکاران (۱۴۰۰) یک پژوهش فراتحلیل با هدف بررسی عوامل فردی مؤثر بر خلاقیت در سازمان‌های ایرانی انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که عوامل فردی تأثیر معناداری بر خلاقیت سازمانی دارند. همچنین در بین عوامل فردی مؤثر بر خلاقیت در سازمان، متغیرهای استقلال، احساس مؤثر بودن، احساس معناداری و استراتژی‌های تفکر سازنده بیشترین اندازه اثر و رابطه معنادار را با خلاقیت سازمانی دارند. عربشاهی و فیض‌بخش (۱۳۹۷)، به پژوهشی با عنوان بررسی ابعاد کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های بزرگ خصوصی ایرانی پرداختند. طبق یافته‌های پژوهش، کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های بزرگ خصوصی ایرانی مورد مطالعه، بیشتر ناظر بر ابعادی است که منجر به تغییر و تحولات آرام و پیوسته در محصولات و فرآیندهای موجود می‌گردند تا ابعادی که به صورت عمیق منجر به تغییرات بنیادین در ساختار، فرآیندها و موضوع کسب و کار می‌شوند. محمودی‌فراهانی و داودی‌نصر (۱۳۹۶) به پژوهشی با عنوان بررسی نقش میانجی اطمینان محیطی بین مدیریت دانش تیم و خلاقیت پرداختند. با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها نتایج حاکی از آن بوده است که تسهیم دانش و استفاده از دانش تیم بر اطمینان محیطی تأثیر دارد، تسهیم دانش، اطمینان محیطی و استفاده از دانش تیم بر خلاقیت تیم تأثیر دارد. خلاقیت تیم بر عملکرد مالی تأثیر دارد. تسهیم دانش تیم، استفاده از دانش تیم از طریق اطمینان محیطی بر خلاقیت تیم تأثیر ندارد. خواجه‌نوی نسب‌کرانی (۱۳۹۶) به پژوهشی با عنوان بررسی اهمیت نقش مدیران کارآفرین در ایجاد خلاقیت و نوآوری در کارکنان سازمان‌ها پرداخت. او مفاهیم کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری را بیان کرد و به تشریح تفاوت مفاهیم خلاقیت و نوآوری پرداخت. تیموری، شائمی و زارعی (۱۳۹۶) به پژوهشی با عنوان رابطه ابعاد هوش

سازمانی و کارآفرینی سازمانی پرداختند. نتایج حاصل از این پژوهش حاکی از آن است که بین هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، همچنین بین ابعاد هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. شاهنازیان، صلاحی‌راد، بذلی و صالحی‌پورمهر (۱۳۹۴) به پژوهشی با عنوان نقش تیم مدیریت در ایجاد خلاقیت و کارآفرینی سازمانی پرداختند. آن‌ها بیان کردند محیط پیرامون ما پیوسته در حال تغییر و تحول است، بنابراین سازمان‌ها برای بقا و ادامه حیات و حتی حفظ وضع موجود در چنین محیطی ناگزیرند که خود را با شرایط جدید هماهنگ سازند، بدون شک تحقق این امر مستلزم بهره‌گیری از عواملی چون ابتکار، نوآوری و کارآفرینی در سازمان است. صادقی، رستگاری‌مهر، محمدی، قربانی کلخواجه، منصوریان و حسینی (۱۳۹۴)

به پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر خلاقیت و نوآوری کارکنان از دیدگاه پرسنل شاغل در بیمارستان شهید هاشمی نژاد تهران پرداختند. نتایج نشان داد مهمترین عامل فردی مؤثر بر خلاقیت از دیدگاه پرسنل، داشتن درک کافی نسبت به موضوع، و مهمترین عامل سازمانی مؤثر بر خلاقیت، برانگیزاننده بودن پاداش‌ها است. همچنین مهمترین عامل فردی مؤثر بر نوآوری، صبر و شکیبایی در اجرای ایده‌های جدید و مهمترین عامل سازمانی مؤثر بر نوآوری فراهم بودن بودجه کافی جهت انجام طرح‌های تحقیقاتی شخیص داده شد.

بیرون<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۳) یک پژوهش فراتحلیل درخصوص نقش طراحی تیم بر خلاقیت و نوآوری تیم را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش که در تیم‌های دانشجویی مورد بررسی قرار گرفته بود، نشان داد وجود رهبر حامی، وابستگی متقابل وظایف و وابستگی متقابل هدف به طور مثبت بر خلاقیت و نوآوری تیم تأثیرگذار است و اندازه تیم و تنوع جمعیتی بر خلاقیت و نوآوری تیم ارتباطی ندارد.

لیو و همکاران (۲۰۲۱) به پژوهشی با عنوان پیش‌بینی سطح خلاقیت تیمی درک شده برای تیم‌های دانشجویان پرستاری در تایوان پرداختند. آن‌ها برای پیش‌بینی خلاقیت تیمی درک

1. Byron

شده چندین عامل را برشمردند: رفتارهای تعاملی، اعتماد سریع تیمی، پایین‌ترین سطح تعارض تیمی، وابستگی متقابل وظایف تیمی. یافته‌ها نشان داد دانشجویان پرستاری که خلاقیت تیمی بالایی را درک می‌کنند، نسبت به افرادی که خلاقیت کمتری دارند، رفتارهای تعاملی بالاتر و تعارض پایین‌تری را درک می‌کنند. در نتیجه مریبان پرستاری می‌توانند با تشویق ارتباطات خود به خودی و مدیریت تعارض وظیفه‌گرا، خلاقیت تیمی را در آموزش حرفه‌ای افزایش دهند. لیو (۲۰۲۰) به پژوهشی با عنوان آموزش میان حرفه‌ای پرستاری و نقش اعتماد سریع، رفتارهای متقابل و خلاقیت پرداخت. نتایج نشان داد اعتماد سریع مبتنی بر شناخت با رفتارهای تعاملی رابطه مثبت داشت. رفتارهای تعاملی با خلاقیت تیمی ارتباط مثبت داشتند. تقویت اعتماد سریع مبتنی بر شناخت و رفتارهای تعاملی در آموزش برای دانشجویان پرستاری می‌تواند خلاقیت تیم را ارتقاء دهد. دانشکده‌های درگیر در دوره‌های آموزش پرستاران باید رفتارهای تعاملی را تشویق کنند، که می‌تواند اعتماد سریع مبتنی بر شناخت را در بین دانشجویان پرستاری افزایش دهد و همکاری و خلاقیت را بهبود بخشد. برتهولد (۲۰۱۵) به پژوهشی با عنوان تحریک خلاقیت تیمی: تأثیر اعتماد سریع بر روند خلاقیت تیم پرداخت. نتایج نشان می‌دهد که اعتماد سریع منجر به ایجاد سریع یک محیط تیمی مشترک شده که منجر به خلاقیت تیم می‌شود. ایجاد یک محیط اعتماد سریع با تحریک اولیه خلاقیت تیم ارتباط مثبت دارد. شائفر (۲۰۱۵) به پژوهشی با عنوان کارآفرینی سازمانی و خلاقیت در شرکت‌های بزرگ پرداخت. او در پژوهش تأثیر دو عامل را در ماهیت رابطه بین شرکت‌های بزرگ بالغ و شرکت‌های نوپا را نشان داد. اولین عامل فرآیند نوآوری محصول محور یا خدمات‌گرا در شرکت‌های بزرگ است. دوم، فاصله بین زمینه‌های اصلی فناوری شرکت‌های بزرگ و شرکت‌های نوپا است. نتایج نشان داد که خلاقیت در محصول یا خدمات و نوآوری فناوری شرکت‌ها بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و



معناداری دارد. بوکنز<sup>(۲۰۱۴)</sup> به پژوهشی با عنوان پرورش کارآفرینی سازمان برای مدیران جدید پرداخت. او بیان کرد در زمان بحران، نوآوری از اهمیت بیشتری برخوردار می‌شود زیرا می‌تواند برای فرار از بحران نقشی حیاتی داشته باشد. کارآفرینی داخلی می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا حیات خود را بازبند و موتور نوآوری خود را تغذیه کنند.

هیل<sup>(۲۰۰۳)</sup> به پژوهشی با عنوان توسعه یک ابزار برای اندازه‌گیری کارآفرینی داخلی پرداخت. هدف از این پژوهش شناسایی ابعاد کارآفرینی سازمانی بود. او بیان کرد این مطالعه منجر به ابزاری شد که می‌تواند برای تعیین شدت کارآفرینی موجود در یک سازمان بزرگ مورد استفاده قرار گیرد. به طور خاص، این ابزار می‌تواند دید کلی از توانایی نیروهای درون سازمان را فراهم کند و همچنین مناطق خاصی را در سازمان شناسایی می‌کند که برای تبدیل شدن به واحدی کارآفرین نیاز به تغییر یا اصلاح دارند. وانگ<sup>(۲۰۰۳)</sup> در پی یافتن مهمترین محرک‌های خلاقیت در صنعت هتلداری، پژوهشی را در میان مدیران و ناظران این بخش انجام دادند. نتایج نشان داد که عامل آموزش و توسعه اصلی‌ترین محرک برای خلق ایده‌ها عنوان شده‌است. حمایت و پشتیبانی مافوق، وجود فرهنگ سازمانی باز، به رسمیت شناختن افراد خلاق و انعطاف‌پذیری سازمان عواملی بودند که در رده‌های بعدی قرار گرفتند. بارادوج و منان<sup>(۲۰۰۰)</sup> پژوهشی انجام دادند تا مشخص کنند برای اینکه سازمان نوآوری داشته باشیم، عوامل فردی مؤثر بر خلاقیت اهمیت بیشتری دارند یا عوامل سازمانی و یا هر دو. از آنجا که این محققان لازمه موفقیت سازمان‌های امروزی را نوآوری بودن و خلاقیت را پیش‌نیاز نوآوری می‌دانند، معتقدند وقتی می‌توانیم انتظار نوآوری را در سازمان داشته باشیم که خلاقیت افراد را در درون سازمان بهبود بخشیم. تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده نشان دادند که عوامل سازمانی تأثیر بیشتری در افزایش خلاقیت و

1. Buekens
2. Hill
3. Wong
4. Bharad woj & Menon

نوآوری سازمانی دارند و سازمان می‌تواند محیطی مطلوب برای پرورش این دو استعداد فراهم آورد.

کارآفرینی در قرن ۲۱ مورد توجه روزافزون قرار گرفته است و اغلب به عنوان راهی برای دستیابی به سطوح بالای عملکرد سازمانی مورد توجه قرار می‌گیرد. دس او همکاران (۱۹۹۹) بر این باورند که تقریباً همه سازمان‌ها، شرکت‌های نوپا، شرکت‌ها و اتحادهای بین‌المللی در تلاشند تا از طریق خلاقیت و رفتارهای پیشگیرانه از فرصت بالقوه بازار استفاده کنند، این همان چیزی است که کارآفرینان سازمانی به دنبال انتشار و نهادینه‌سازی آن هستند. بدون داشتن طرز فکر و رفتار کارآفرینانه، سازمان‌های امروز قادر به دستیابی موفقیت نخواهند بود. در بهترین حالت، کارآفرینی سازمانی گروه‌های سرمایه‌گذاری یا محصولات جدید نیست. بلکه یک نگرش کل‌نگر به سازمان است که فرآیندهای استراتژیک خلاق را در درون سازمان تشویق می‌کند (آنتونسیک و هیسریچ، ۲۰۰۱). در واقع، دو موضوع مهم و اصلی سازمان‌ها به جهت حفظ و ادامه حیات در شرایط دگرگون و ناپایدار امروزی کارآفرینی و خلاقیت است. توجه به تغییرات و پیچیده‌تر شدن ساختار سازمان‌ها، رشد فناوری، نو و بدیع بودن دانش سازمان‌ها، مدیران به طور قابل توجهی تلاش می‌کنند، تا دریابند که چگونه سازمان‌های خود را کارآفرین و خلاق سازند و موجب رشد و موفقیت سازمان شوند (عزیزی‌زاده، ۱۳۸۶). در واقع برای سازمان‌های امروز خلاقیت و کارآفرینی هر کدام به مانند پله‌های نردبان پیشرفتی هستند که باید با آگاهی کامل و موفقیت طی شوند.

روند کلی در سازمان‌های دولتی ایران موید این مطلب است که وضعیت حاکم در این سازمان‌ها، سنتی و غیرکارآفرینانه است و به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین دلایل ناکارآمدی سازمان‌های دولتی ایران ناشی از فقدان نوآوری و کارآفرینی سازمانی است. آسیب‌شناسی نظام اداری کشور، گویای آن است که این نظام دیوانسالار، دچار عوارضی نامطلوب

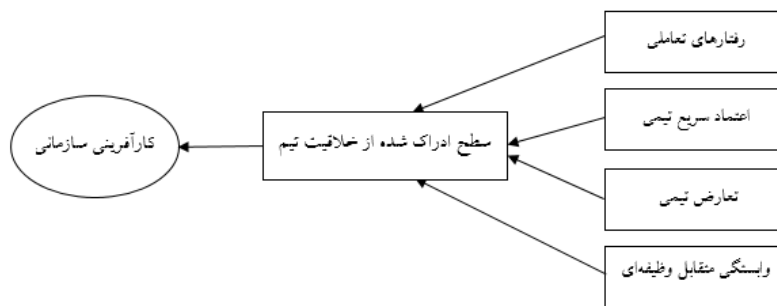
1. Dess

2. Antoncic and Hisrich

همچون فقدان روحیه مشارکت‌پذیری و مشارکت‌جویی، متمرکزگرایی و انعطاف‌ناپذیری، کندی و پرپیچ‌وخم بودن انجام امور، غلبه روحیه بی‌اعتنایی نسبت به نتیجه کار، مسئولیت‌ناپذیری و فرافکنی، بهره‌وری پایین و ناکارآمدی است. بنابراین کارآفرینی سازمانی به ایده‌های نو و فکرهاى خلاق احتیاج دارد. در واقع سازمان‌ها برای اینکه قادر باشند خود را با تغییر و تحولات عصر حاضر وفق داده و قدرت پاسخگویی خود به نیازهای جامعه را افزایش دهند، باید از افراد خلاق برخوردار باشند چراکه؛ خلاقیت عاملی است که باعث پیشرفت سازمان‌ها شده و با افزایش قابلیت‌ها، به توسعه برنامه‌های سازمانی کمک شایانی می‌نماید (سپهوند و همکاران، ۱۴۰۰). در طول زمان، سازمان‌های غیرخلاق از صحنه محو می‌شوند و اگرچه چنین سازمان‌هایی ممکن است موفقیت‌های مقطعی داشته باشند، اما سرانجام مجبور به تعطیلی سازمان‌ها و یا تغییر سیستم می‌شوند. در کشور ما نیز به دلیل فشارها و تحریم‌های همه‌جانبه از سوی کشورهای مختلف، موفقیت در این نبرد ناهمگون تنها با کمک خلاقیت و نوآوری میسر است. کارآفرینی سازمانی در وهله اول پروسه‌ای گروهی است و همچنین فرآیندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و تمام فعالیت‌های کارآفرینانه به طور مستمر و سریع در سازمان انجام شود. همانطور که با بررسی مطالعات انجام شده مشخص شد؛ یکی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی، نوآوری و خلاقیت است. از آنجا که کارآفرینی فعالیت گروهی است، پس می‌توان نقش خلاقیت تیمی را بر این متغیر، اندازه‌گیری کرد. همچنین خلاقیت تیمی حاصل مجموعه‌ای از عوامل فردی و گروهی است، این عوامل عبارتند از: رفتارهای متقابل اعضای تیم، اعتماد سریع تیمی، تعامل تیمی، و وابستگی متقابل وظایف تیمی. از آنجا که تأثیر خلاقیت تیمی بر کارآفرینی سازمانی در بسیاری از تحقیقات تأیید شده در این پژوهش تصمیم گرفته شده که نقش هر یک از مؤلفه‌های خلاقیت تیمی را نیز بر کارآفرینی سازمانی سنجیده شود. با توجه به مطالب ذکر شده، این پژوهش درصدد یافتن پاسخ این سؤال است که چه عواملی بر بهبود

سطح ادراک شده از خلاقیت تیم در ادارات دولتی شهرستان سرایان تأثیر دارند؟ آیا خلاقیت تیم بر کارآفرینی سازمانی در ادارات دولتی تأثیری دارد؟ مدل مفهومی این پژوهش بر اساس پژوهشی از لیو و همکاران (۲۰۲۱)، طراحی شده که در آن تغییرات اعمال شده و با توجه به پیشینه‌ها متغیر کارآفرینی سازمانی به مدل افزوده شده است. در این پژوهش مولفه‌های رفتارهای متقابل اعضای تیم، اعتماد سریع تیمی، تعامل تیمی، و وابستگی متقابل وظایف تیمی، نقش متغیر مستقل و کارآفرینی سازمانی، نقش متغیر وابسته را دارد.

مدل مفهومی پژوهش با توجه به بررسی سوابق موضوع به شرح زیر است:



شکل ۲. مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مدل مفهومی، فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر تدوین شده است.

- رفتارهای تعاملی تیمی بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم تأثیر معناداری دارد.
- اعتماد سریع تیمی بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم تأثیر معناداری دارد.
- تعارض تیمی بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم تأثیر معناداری دارد.
- وابستگی متقابل وظیفه‌ای بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم تأثیر معناداری دارد.
- سطح ادراک شده از خلاقیت تیم بر کارآفرینی سازمانی تأثیر معناداری دارد.



جدول ۱. پایایی پرسشنامه

متغیر	آلفای کرونباخ
رفتارهای تعاملی تیمی	۰/۷۵۱
اعتماد سریع تیمی	۰/۷۰۲
تعارض تیمی	۰/۷۰۳
وابستگی متقابل وظیفه‌ای	۰/۷۰۶
سطح ادراک شده خلاقیت تیمی	۰/۸۵۴
کارآفرینی سازمانی	۰/۹۰۳
کل پرسشنامه	۰/۸۹۲

## یافته‌های پژوهش

### الف) توصیف جمعیت شناختی

اطلاعات توصیفی پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه‌های پژوهش، از نظر جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه خدمت در جداول زیر ارائه می‌شود.

پس از تحلیل‌های آمار توصیفی و در بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی از لحاظ جنسیت ۳۶/۵ درصد حجم نمونه را زنان و ۶۳/۵ درصد حجم نمونه را مردان تشکیل داده‌اند. از نظر سن، ۱۲/۵ درصد حجم نمونه کمتر از ۳۰ سال، ۴۹ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۳۴ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۴/۵ درصد بالای ۵۰ سال سن دارند. بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال است. از نظر تحصیلات، نمونه‌ای با مدرک دیپلم وجود نداشت، ۹/۵ درصد پاسخگویان دارای مدرک فوق دیپلم، ۵۷ درصد دارای مدرک لیسانس، ۳۳/۵ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر هستند.

از نظر سابقه خدمت ۱۸/۵ درصد پاسخگویان دارای سابقه کاری کمتر از ۵ سال، ۲۶ درصد سابقه کاری ۵ تا ۱۰ سال، ۲۳/۵ درصد سابقه کاری ۱۱ تا ۱۵ سال، ۲۱/۵ درصد دارای سابقه کار ۱۶ تا ۲۰ سال و حدود ۱۰/۵ درصد بالای ۲۰ سال سابقه خدمت دارند.

ب) آمار توصیفی و استنباطی

جدول ۲. تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میانه	واریانس	انحراف معیار	دامنه تغییرات	کمینه	بیشینه
رفتارهای تعاملی تیمی	۴/۲۰۵	۴/۲۵	۰/۲۵۲	۰/۵۰۲	۳/۲۵	۱/۷۵	۵
اعتماد سریع تیمی	۳/۷۳۹	۳/۷۵	۰/۳۶۲	۰/۶۰۲	۲/۷۵	۲/۲۵	۵
تعارض تیمی	۳/۳۲۶	۳/۳۳	۰/۵۵۰	۰/۷۴۲	۴	۱	۵
وابستگی متقابل وظیفه‌ای	۴/۱۰۱	۴	۰/۳۰۲	۰/۵۴۹	۲/۳۳	۲/۶۷	۵
سطح ادراک شده خلاقیت تیمی	۳/۹۶۹	۴	۰/۳۰۱	۰/۵۴۹	۲/۷۱	۲/۲۹	۵
کارآفرینی سازمانی	۳/۴۶۱	۳/۷۱	۰/۷۶۳	۰/۸۷۳	۳/۷۱	۱/۲۹	۵

اولین مرحله در همه تحلیل‌های آماری بررسی توزیع جامعه‌ای است که نمونه از آن انتخاب شده است. در این قسمت، قبل از بررسی فرضیه‌های تحقیق، نرمال بودن متغیرهای پژوهش بررسی می‌شود. برای این منظور از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده می‌شود.

$H_0$ : نرمال بودن توزیع متغیر در برابر  $H_1$ : غیرنرمال بودن توزیع متغیر

جدول ۳ نتیجه این آزمون را نشان می‌دهد که با استفاده از نرم افزار SPSS به دست آمده - است:

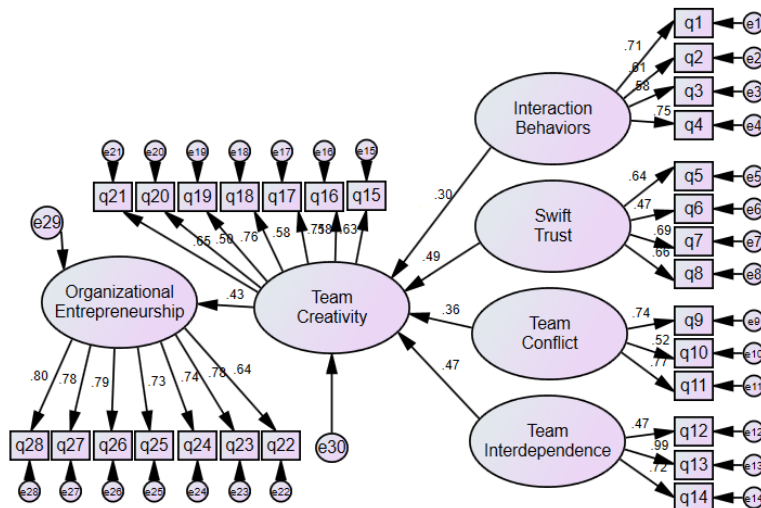
جدول ۳. آزمون بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش

متغیر	آماره آزمون	سطح معناداری
رفتارهای تعاملی تیمی	۰/۱۷۳	۰/۰۰۱
اعتماد سریع تیمی	۰/۱۴۸	۰/۰۵۱
تعارض تیمی	۰/۱۳۸	۰/۰۰۱
وابستگی متقابل وظیفه‌ای	۰/۲۲۵	۰/۰۰۱
سطح ادراک شده خلاقیت تیمی	۰/۱۰۴	۰/۰۵۸
کارآفرینی سازمانی	۰/۱۴۲	۰/۰۰۱

فرض صفر آزمون کولموگروف - اسمیرنوف به این موضوع دلالت می کند که توزیع نرمال است و فرض یک این آزمون بر غیر نرمال بودن توزیع دلالت دارد. چنانچه مقادیر به دست آمده در ستون سطح معنادار از ۰/۰۵ بزرگتر باشد فرض صفر پذیرفته می شود. با توجه به سطوح معنادار به دست آمده مشاهده می شود که تعدادی از متغیرهای پژوهش دارای توزیع نرمال هستند. با توجه به قضیه حد مرکزی، از آنجا که حجم نمونه بیشتر از ۳۰ است، توزیع تمامی متغیرها، نرمال در نظر گرفته می شود.

ج) آزمون فرضیات با استفاده از مدل معادلات ساختاری

مدل معادلات ساختاری ابزاری در دست محققین جهت بررسی ارتباطات میان چندین متغیر در یک مدل فراهم می سازد. مهم ترین دلایل استفاده زیاد پژوهشگران از معادلات ساختاری، قابلیت آزمودن تئوری ها در قالب معادلات میان متغیرها است. مدل معادلات ساختاری این پژوهش با استفاده از نرم افزار AMOS در شکل ۳ ارائه می شود.



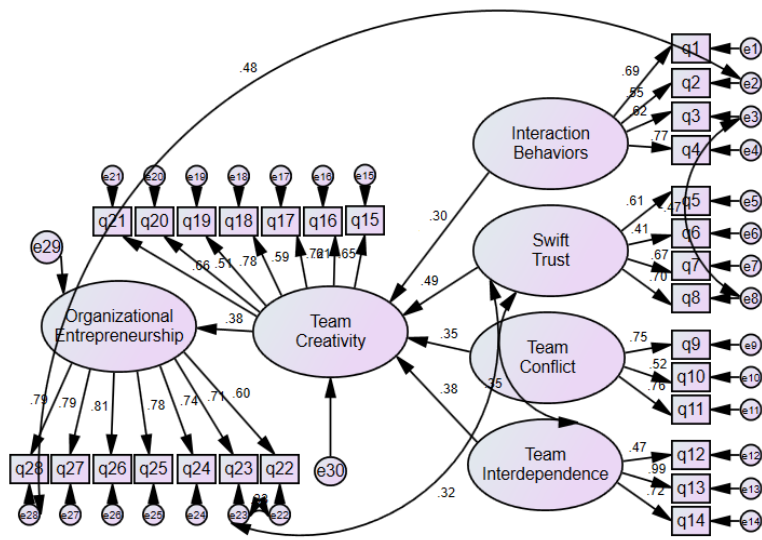
شکل ۳. مدل معادلات ساختاری تحقیق در حالت استاندارد با نرم افزار آموس



**جدول ۴. ضرایب مشاهده شده در مدل معادلات ساختاری**

روابط	بار عاملی	تخمین غیراستاندارد	سطح معنادار	سطح خطا
اثر رفتارهای تعاملی تیمی بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم	۰/۳۰	۰/۹۰۱	۰/۰۱۸	۰/۱۱۳
اثر اعتماد سریع تیمی بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم	۰/۴۹	۱/۱۲۰	/۰۰۱	۰/۱۱۶
اثر تعارض تیمی بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم	۰/۳۶	۰/۹۵۲	۰/۰۰۲	۰/۰۸۰
اثر وابستگی متقابل وظیفه‌ای بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم	۰/۴۷	۱/۳۲۰	۰/۰۰۱	۰/۱۷۰
اثر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم بر کارآفرینی سازمانی	۰/۴۳	۰/۹۸۴	۰/۰۰۲	۰/۲۱۳

با توجه به جدول ۴ مشاهده می‌شود که همه ضرایب مثبت بوده و چون سطح معنادار به دست آمده برای همه روابط کمتر از ۰/۰۵ است پس نتیجه می‌گیریم که تأثیر متغیرها مثبت و معنادار است. برای اینکه مدل پژوهش از لحاظ شاخص‌های برازش مناسب باشد باید مقادیر گزارش شده شاخص‌های خروجی در حد مطلوب قرار گیرد (ابارشی و حسینی، ۱۳۹۱). شکل ۴ مدل اصلاح شده برازش را نشان می‌دهد.



**شکل ۴. مدل اصلاح شده در حالت استاندارد با استفاده از نرم افزار آموس**

به منظور بررسی مناسبت مدل، از شاخص های برازش زیر استفاده می شود.

**جدول ۵. شاخص های برازش مدل اصلاح شده**

شاخص	حد مطلوب	مقدار گزارش شده
ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA	۰/۰۸ و کمتر	۰/۰۷۲
شاخص نرم شده برازندگی (NFI)	۰/۸ و بالاتر	۰/۸۸
شاخص برازندگی فزاینده (IFI)	۰/۸ و بالاتر	۰/۸۶
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	۰/۸ و بالاتر	۰/۹۱
میانگین مجذور پس ماندها RMR	نزدیک به صفر	۰/۰۵۹
شاخص برازندگی GFI	۰/۸ و بالاتر	۰/۸۵
شاخص برازندگی AGFI	۰/۸ و بالاتر	۰/۸۲
نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی CMIN/DF	کمتر از ۳	۱/۱۴۶

همانطور که مشاهده می شود پس از اصلاح برازش مدل مقادیر NFI، IFI، CFI، GFI و AGFI بنا به اطلاعات این جدول دارای مقادیری به ترتیب از راست به چپ برابر با ۰/۸۸، ۰/۸۳، ۰/۹۱، ۰/۸۵ و ۰/۸۲ هستند. با توجه به اینکه مقدار حداقل برای این پنج معیار ۰/۸ است می توان نتیجه گرفت که مدل مفروض مورد بحث، از حیث این پنج معیار دارای نیکویی برازش قابل قبول است. در خصوص معیار برازش RMR که باید نزدیک به صفر باشد، مقدار به دست آمده ۰/۰۵۹ است که این شاخص نیز نیکویی برازش مدل را مورد تأیید قرار می دهد. و در نهایت همانطور که در جدول دیده می شود، مقدار شاخص RMSEA در این مدل ۰/۰۶۳ است که مقدار بسیار مناسبی برای قضاوت در خصوص انطباق داده های تجربی و مدل نظری پژوهش ارائه می کند. مقدار گزارش شده CMIN/DF نیز مناسبت مدل را از حیث این شاخص می رساند. لذا می توان گفت که مدل اصلاح شده از برازش خوبی برخوردار است.

## بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش به بررسی بررسی عوامل زمینه ساز بهبود سطح ادراک شده از خلاقیت تیم و تأثیر آن بر کارآفرینی سازمانی پرداخته شده است. فرضیه اول تحقیق، معناداری رفتارهای تعاملی تیمی بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم را مورد بررسی قرار می دهد. نتایج حاصل از این فرضیه نشان می دهد که رفتارهای تعاملی کارکنان ادارات دولتی بر خلاقیت تیمی تأثیر معناداری دارد. به نظر می رسد کارکنان ادارت مذکور ضمن بحث های سازنده و ارتباطات خود جوش، اطلاعات، دانش و مهارت های خود را به یکدیگر انتقال می دهند که خود زمینه ساز خلاقیت تیمی است. کارکنان با رفتارهای کمکی نوعی تعهد و وابستگی متقابل را به وجود می آورند که بستر خلاقیت تیمی را فراهم کرده و سطح خلاقیت را بهبود می بخشد. مطالعات نشان داده اند که رفتارهای تعاملی، از جمله بحث های سازنده (دردوسکی و همکاران؛ ۲۰۱۸)، رفتارهای کمکی (موسر و همکاران، ۲۰۱۹) و ارتباطات خود به خود (مک آلپین؛ ۲۰۱۸) مستقیماً با خلاقیت تیم مرتبط هستند. بحث های سازنده، با اجازه دادن به اعضای تیم برای ایجاد ایده های جدید و ارائه پاسخ های خلاقانه با هم فکری یکدیگر ایجاد می شود (اودزس و همکاران؛ ۲۰۱۹). رفتارهای کمکی، تلاش های مستقیم و عمدی اعضای تیم برای کمک به یکدیگر در انجام وظایفی که به نفع تیم است را توصیف می کند (دالال و شنگ؛ ۲۰۱۹). مطالعات نشان داده اند که رفتارهای کمکی به طور مثبت با عملکرد تیم، تعهد و وابستگی متقابل همبستگی دارد. ارتباط خود به خود به هم تیمی ها اجازه می دهد تا اطلاعاتی را در زمینه ای به اشتراک بگذارند که برای حل مشکلات گروهی مفید است (لیو و همکاران، ۲۰۲۱). در نتیجه، ارتباطات خود به خودی خلاقیت تیم را تحریک می کند (میل و

1. Derdowski
2. McAlpine
3. Oedzes, Rink, Walter
4. Dalal and Sheng
5. Meinel

همکاران، ۲۰۱۷). نتایج حاصل از این فرضیه با پژوهش‌های اودزس و همکاران (۲۰۱۹) و لیو و همکاران (۲۰۲۱) که در همین زمینه مطالعاتی را انجام داده بودند، همسویی دارد.

فرضیه دوم تحقیق به بررسی معناداری اعتماد سریع تیمی بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم می‌پردازد. اعتماد سریع به نوعی اعتماد اشاره دارد که به سرعت در تیم‌ها ایجاد می‌شود، جایی که شکل منحصر به فردی از ادراک جمعی ایجاد می‌شود، که هر گونه اضطراب فردی از آسیب‌پذیری، عدم اطمینان، ریسک و انتظارات را به منظور تحریک دستیابی به اهداف گروهی جایگزین می‌کند (میرسون و همکاران، ۱۹۹۶). خلاقیت، اولین گام در نوآوری، می‌تواند با اعتماد سریع تحریک شود. نتایج حاصل از این فرضیه نشان می‌دهد اعتماد سریع بر خلاقیت تیمی تأثیر معناداری دارد. بنظر می‌رسد کارکنان ادارات دولتی شهرستان سرایان با ایجاد یک جو مشارکتی ترس هر فرد از آسیب‌پذیری، عدم اطمینان، خطر و انتظارات را از بین می‌برند و باعث شکل‌گیری اعتماد سریع می‌شوند. این اعتماد زمینه ارائه ایده‌های جدید را بدون ترس و عدم اطمینان را فراهم می‌کند و همراه با انتقال دانش و بیان راه‌حل‌های جدید سطح خلاقیت تیمی افزایش می‌یابد. در محیط اعتماد سریع، اعضای تیم از ممانعت‌های معمول، مانند تمایل به اعتماد به دیگران، که گاهی اوقات فرآیند تفکر خلاق را مختل می‌کند، رها می‌شوند. به این ترتیب، اعتماد سریع می‌تواند به سرعت منجر به ایجاد یک محیط مشارکتی شود که خلاقیت تیم را تشویق می‌کند و اعضای تیم را برای اقدام تحریک می‌کند. این پیوند بین اعتماد سریع و یک محیط مشارکتی بوده و برای خلاقیت تیمی مساعد است که پیامدهای عملی دارد. خلاقیت تیمی با ایجاد یک محیط اعتماد سریع آغاز می‌شود. نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات برتهولد (۲۰۱۵) و لیو و همکاران (۲۰۲۱) که پژوهش‌های مشابهی را در این زمینه انجام دادند، همسویی دارد.

فرضیه سوم تحقیق بیان می‌کند، تعارض تیمی بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم تأثیر معناداری دارد. نتایج این فرضیه نیز نشان می‌دهد تعارض در سطح کم می‌تواند بر خلاقیت

تیمی تأثیر معناداری داشته باشد. بنظر می‌رسد کارکنان ادارات دولتی سرایان با وجود اختلاف نظرهایی که در نقش اعضای تیم ممکن است داشته باشند، می‌توانند این تعارض‌ها را در سطح کم و درجهت مثبت برای تولید ایده‌ها و راه‌حل‌های جدید از آن استفاده کنند. تعارض وظیفه می‌تواند خلاقیت تیم را تسهیل کند و همچنین مانع از آن شود. به طور خاص، دیدرو<sup>(۲۰۰۶)</sup> یک رابطه U معکوس و منحنی بین تضاد کار و خلاقیت در تیم‌های خدمات پستی پیدا کرد. سطح متوسطی از تعارض وظایف، عملکرد خلاقانه را تسهیل می‌کند، اما تعارض تکلیف بسیار یا خیلی کم، خلاقیت را خفه می‌کند. نتایج حاصل از این فرضیه با مطالعات دیدرو (۲۰۰۶) و لیو و همکاران (۲۰۲۱) که در همین زمینه انجام شد، همسویی دارد.

فرضیه چهارم تحقیق به آزمون وابستگی متقابل وظیفه‌ای بر سطح ادراک شده از خلاقیت تیم می‌پردازد. بر اساس تئوری وابستگی متقابل اجتماعی، دو نوع وابستگی متقابل می‌تواند تعیین کند که افراد چگونه در یک موقعیت برای ایجاد نتایج، تعامل دارند. به طور معمول، وابستگی متقابل مثبت به تعاملات مشارکتی و وابستگی متقابل منفی منجر به تعاملات مخالف می‌شود. جای تعجب نیست که عدم وابستگی متقابل منجر به عدم تعامل متقابل می‌شود (جانسون و جانسون؛ ۲۰۰۲). تیم‌هایی که وابستگی متقابل وظایف بالایی دارند تمایل به همکاری بهتری دارند و منابع متنوع تری را به اشتراک می‌گذارند (دوان، زو و فریزیر؛ ۲۰۱۹). وابستگی متقابل وظایف بخش مهمی از پویایی گروه است زیرا می‌تواند ارتباطات و همکاری تیمی را که برای خلاقیت و نوآوری تیم مورد نیاز است، ارتقاء دهد (راتاسوک و چارونسوکمونگکول؛ ۲۰۱۹). محققان دریافتند که ارتباط بین وابستگی متقابل وظیفه‌ای و خلاقیت تیم در این شرایط مثبت‌تر است: (الف) سطح بالایی از خلاقیت اعضا، (ب)

1. De Dreu
2. Johnson & Johnson
3. Duan, Xu & Frazie
4. Ratasuk & Charoensukmongkol

خلاقیت بالا نشان داده شده توسط کمترین افراد خلاق و (ج) تفرقه کم اعضای خلاق. نتایج حاصل از این فرضیه با پژوهش لیو و همکاران (۲۰۲۱) و ساراوانباوان و لانگ (۲۰۱۴) و لازارو و همکاران (۲۰۱۹) همسویی دارد.

فرضیه پنجم تحقیق نشان داد که به کارگیری تیم‌های کاری باعث بروز خلاقیت می‌شود. از طرفی خلاقیت عنصر اصلی کارآفرینی سازمانی است. سازمان‌هایی که ایده‌ها نو در آن‌ها حمایت و پشتیبانی می‌شود مسیر پیشرفت و بهبود عملکرد را به سرعت طی می‌کنند و با تغییرات محیطی همراه می‌شوند، فرصت‌ها را بهتر شناسایی کرده و با بهره‌برداری از آن‌ها خود را از دیگر سازمان‌ها متمایز می‌کنند و به سازمان‌های کارآفرین تبدیل می‌شوند. در پی کارآفرینی شدن سازمان‌ها، خلاقیت در کارکنان شکوفا می‌شود که این باعث ایجاد اعتماد به نفس و حس با ارزش بودن در کارکنان می‌شود. سازمان و مدیران می‌توانند از دستاوردهای کارآفرینان در جهت منافع سازمان استفاده کنند. پس مدیران به جای محدود کردن کارکنان باید عرصه را برای شکوفا کردن استعدادهای آن‌ها مهیا کنند و از کارکنان خلاق و کارآفرین حمایت‌های مالی و معنوی شود تا به نتایج مطلوب سازمان دست یابند. نتایج حاصل از این فرضیه با مطالعات شافنر (۲۰۱۵) و طاهری و همکاران (۱۳۸۹) که تأثیر خلاقیت را بر کارآفرینی سازمانی معنادار نشان دادند، همسویی دارد.

براساس نتایج به دست آمده به ادارت دولتی شهرستان سرایان پیشنهاد می‌شود با ایجاد تیم‌های کاری شرایطی را فراهم کنند که کارکنان ایده‌ها و اطلاعات مربوطه را آزادانه و صریح با همکارانشان به اشتراک بگذارند. برای مثال افزایش بهره‌وری در محیط کار، بهبود کیفیت خدمات، رضایت بیشتر کارکنان از شغل، غیبت کمتر و کاهش نرخ گردش مالی می‌تواند از نتایج کار گروهی اعضای سازمان باشد. از طرف دیگر پیشنهاد می‌شود که مدیران ادارات دولتی، محیط را برای انتقال دانش، تجربیات و مهارت‌های کارکنان به

یکدیگر فراهم کنند. این امر می‌تواند با برگزاری جلسات هفتگی درخصوص اهداف و مشکلات سازمان و برقراری طوفان فکری ایجاد شود. در راستای ایجاد این جلسات، مدیران باید نقش‌ها و وظایف کارکنان را کاملاً روشن و واضح ابلاغ کنند تا اعتماد بین اعضای تیم-های کاری شکل بگیرد.

تمامی پژوهش‌ها دارای محدودیت هستند. بروز موانع در روش‌شناسی و طراحی مسیر پژوهش، باعث ایجاد این محدودیت‌ها می‌شود. با توجه به وجود بیماری کرونا و کمبود زمان، توزیع پرسشنامه را با مشکلات زیادی روبه‌رو کرد. همچنین با توجه به اینکه این پژوهش در بازه زمانی خاصی انجام شده است، اعتبار آن محدود بوده و با گذشت زمان و تغییر نگرش‌های کارکنان، نتایج متفاوتی حاصل می‌شود. از این رو پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آینده موضوع پژوهش در شرکت‌های خصوصی نیز انجام گیرد و نتایج با این پژوهش که در ادارات دولتی انجام شده، مقایسه شود. همچنین نقش متغیرهای تعدیل‌گر از جمله اندازه ادارات، جنسیت و ... بر روی متغیرهای پژوهش مورد بررسی قرار گیرد.

## منابع و مأخذ

ابارشی، احمد و حسینی، سید یعقوب. (۱۳۹۱). مدل‌سازی معادلات ساختاری. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

الوانی، سیدمهدی، کهن‌هوش‌نژاد، رضا، صفری، سعید و خدامرادی، سعید. (۱۳۹۲). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل سازمانی مؤثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی با تبیین نقش نهادینه‌سازی کارآفرینی. *مطالعات مدیریت بهبود و تحول*. ۲۲ (۷۰) ۱-۲۴.

آینه، معصومه، حسین‌پور، مهدی، مختاری، محمدعلی و اعظمی، محسن. (۱۴۰۱). ارائه مدل کارآفرینی سازمانی براساس قابلیت‌های فناورانه اینترنت اشیا با رویکرد داده بنیاد در نظام آموزش عالی. *ترویج علم*، ۱۳(۲۳)، ۲۴۳-۲۵۷.

ترکیان تبار، منصور و آسایش، فرزاد. (۱۴۰۱). بررسی رابطه خلاقیت کارکنان با نوآوری سازمانی در شرکت‌های دانش بنیان (مورد مطالعه: استان تهران). *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۱۲ (۲)، ۱۹۰-۱۷۳.

تیموری، هادی، شائمی، علی و زارعی، مریم. (۱۳۹۶). رابطه ابعاد هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی. *مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، ۲۵ (۸۳)، ۱۱۵-۱۳۴.

خواجویی نسب کرانی، محمدرضا. (۱۳۹۶). بررسی اهمیت نقش مدیران کارآفرین در ایجاد خلاقیت و نوآوری در کارکنان سازمان‌ها. چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی. تاکستان.

ریحانی‌نیا، جلیل و زردشتیان، شیرین. (۱۴۰۰). اثر فرهنگ سازمانی بر بهره‌وری با نقش میانجی خلاقیت و نوآوری در وزارت ورزش و جوانان ایران. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۳ (۶۷)، ۳۱۶-۲۸۸.

زارع مهرجردی، محلا، رضایی، محسن، عربیون، ابوالقاسم و اکبری، سیدمحمدرضا. (۱۳۸۹). کارآفرینی سازمانی (مدیران نسل سوم)، مفاهیم، راهبردها و مدل‌ها. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۱ (۱)، ۷۵-۸۴.

سپهوند، رضا، عارف‌نژاد، محسن و فتحی چگنی، فریرز. (۱۴۰۰). نقش میانجی خستگی عاطفی در رابطه بین رهبری ماکیاولیستی و خلاقیت کارکنان. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۱۱ (۳)، ۵۴-۲۵.

شاهنازیان، ناصر، صلاحی‌راد، کاظم، بذلی، محمدرضا و صالحی‌پورمهر، فرشته. (۱۳۹۴). نقش تیم مدیریت در ایجاد خلاقیت و کارآفرینی سازمانی، دومین همایش علمی پژوهشی یافته‌های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران، تهران.

شرافت، ابوالفضل، کریمی، فرحناز و داودی، سید محمدرضا. (۱۴۰۱). طراحی مدل چهارسطحی خلاقیت سازمانی در صنعت برق. *کیفیت و بهره‌وری در صنعت برق ایران*، ۱۱ (۲۶)، ۲۹-۱۰.

صادقی، احمد، رستگاری‌مهر، بابک، محمدی، مسعود، قربانی کلخواجه، ساسان، منصوریان، مرتضی و حسینی، سیدحمید. (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر خلاقیت و نوآوری کارکنان از دیدگاه پرسنل



شاغل در بیمارستان شهید هاشمی نژاد تهران. مجله دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی. ۷(۱). ۸۱-۹۱

طاهری، عبدالمحمد، جهرمی‌امین، شایان و ترابی، سهیلا. (۱۳۸۹). بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی با خلاقیت در سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان گچساران. *رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*. ۱(۴). ۴۵-۶۱

عربشاهی، سمانه و فیض‌بخش، سیدعلیرضا. (۱۳۹۷). بررسی ابعاد کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های بزرگ خصوصی ایرانی. دومین کنفرانس ملی کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف. تهران. عزیزی‌زاده، سهیلا. (۱۳۸۶). بررسی اثربخشی آموزش خلاقیت بر افزایش نگرش کارآفرینانه بیکاران شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته مشاوره شغلی، دانشگاه علامه طباطبائی. دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی.

کاظم‌پور، نسرین، پاغر، مرجان و ناصری، مینا. (۱۳۹۲). نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها ابزاری مناسب جهت رشد نوآوری و خلاقیت در سازمان. یازدهمین همایش و پنجمین جشنواره ملی نظام پیشنهادها. تهران.

متولی جعفرآبادی، فاطمه، یزدخواستی، علی و صادقی آرانی، زهرا. (۱۴۰۰). محرک‌ها و بازدارنده‌های فردی خلاقیت در سازمان: فراتحلیل مطالعات ایرانی. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۱۱(۳)، ۱۸۹-۲۲۲.

محمودی‌فراهانی، مریم و داودی‌نصر، مجید. (۱۳۹۶). بررسی نقش میانجی اطمینان محیطی بین مدیریت دانش تیم و خلاقیت. کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در مدیریت و حسابداری. اصفهان.

Antonic, B., & Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of business venturing*, 16(5), 495-527.

Baden-Fuller, C. (1995). Strategic Innovation, Corporate Entrepreneurship and Matching Outside-in to Inside-out Approaches to Strategy Research 1. *British Journal of Management*, 6, S3-S16.

Berthold, J. (2015). Stimulating team creativity: The influence of swift-trust on the team creativity process. *Journal of Sustainability Management (JSM)*, 3(1), 19-28.

- Bharadwaj, S., & Menon, A. (2000). Making innovation happen in organizations: individual creativity mechanisms, organizational creativity mechanisms or both? *Journal of Product Innovation Management: An International Publication of the Product Development & Management Association*, 17(6), 424-434.
- Buekens, W. (2014). Fostering intrapreneurship: The challenge for a new game leadership. *Procedia Economics and Finance*, 16, 580-586.
- Byron, K., Keem, S., Darden, T., Shalley, C. E., & Zhou, J. (2023). Building blocks of idea generation and implementation in teams: A meta-analysis of team design and team creativity and innovation. *Personnel Psychology*, 76(1), 249-278.
- Covin, J. G. & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 16(1), 7-25.
- Dackert, I. (2016). Creativity in teams: The impact of team members' affective well-being and diversity. *Open Journal of Social Sciences*, 4, 19-28.
- Dalal, R. S., & Sheng, Z. (2019). When is helping behavior unhelpful? A conceptual analysis and research agenda. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 272-285.
- De Dreu, C. K. (2006). When too little or too much hurts: Evidence for a curvilinear relationship between task conflict and innovation in teams. *Journal of management*, 32(1), 83-107.
- Demir, Y. (2011). Institutionalization and corporate entrepreneurship in family firms. *African Journal of Business Management*. 5(2), 416-422.
- Derdowski, L., Øgaard, T., Marnburg, E., & Mathisen, G. E. (2018). Creative and innovative behaviours of corporate directors: An elusive role of task-related conflict. *Journal of Management and Governance*, 22(4), 1045 – 1069.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & McGee, J. E. (1999). Linking corporate entrepreneurship to strategy, structure, and process: Suggested research directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 23(3), 85-102.
- Dong, Y., Bartol, K. M., Zhang, Z. X., & Li, C. (2017). Enhancing employee creativity via individual skill development and team knowledge sharing: Influences of dual-focused transformational leadership. *Journal of Organizational Behavior*, 38(3), 439-458.
- Duan, J., Xu, Y., & Frazier, M. L. (2019). Voice climate, TMX, and task interdependence: A team-level study. *Small Group Research*, 50(2), 199-226.
- Eichbaum, Q. (2018). Collaboration and teamwork in the health professions: rethinking the role of conflict. *Academic Medicine*, 93(4), 574-580.



- Meyerson, D., Weick, K. E., & Kramer, R. M. (1996). Swift trust and temporary groups. *Trust in organizations: Frontiers of theory and research*, 166, 195.
- Moser, K. S., Dawson, J. F., & West, M. A. (2019). Antecedents of team innovation in health care teams. *Creativity and Innovation Management*, 28(1), 72-81.
- Oedzes, J. J., Rink, F. A., Walter, F., & Van Der Vegt, G. S. (2019). Informal hierarchy and team creativity: The moderating role of empowering leadership. *Applied Psychology*, 68(1), 3-25.
- Ratasuk, A., & Charoensukmongkol, P. (2019). The role of team trusts and team conflict on innovative performance of multicultural teams in the restaurant. *Thammasat Review*, 22(2), 1-18.
- Rego, A., Sousa, F., Pina e Cunha, M., Correia, A., & Saur-Amaral, I. (2007). Leader self-reported emotional intelligence and perceived employee creativity: An exploratory study. *Creativity and innovation management*, 16(3), 250-264.
- Saravanabawan, A., & Long, L. (2014). How task interdependence moderates the effect of team member collectivism on team creativity: An empirical study in Sri Lankan context. *International Journal of Current Advanced Research*, 2, 144-156.
- Schaeffer, V. (2015). Corporate entrepreneurship and creativity in large firms: the practice of start-up contests. *Journal of Innovation Economics Management*, (3), 25-51.
- Wong, S., & Pang, L. (2003). Motivators to creativity in the hotel industry—perspectives of managers and supervisors. *Tourism management*, 24(5), 551-559.
- Zahra SA, Korri JS, Yu J. (2005). Cognition and international entrepreneurship: Implications for research on international opportunity recognition and exploitation. *International Business Review* 14(3), 129-146.
- Zenovia, C. P. & Maier, V. (2011). Entrepreneurship versus Intrapreneurship. *Review of International Comparative Management*, 12(5), 971-976.