

نوآوری های مدیریت آموزشی، سال یازدهم، شماره دوم (مسلسل ۴۲)، بهار ۱۳۹۵

بررسی و ارزیابی رابطه بین یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی کارشناسان دانشگاه اصفهان

محمد تقی محمودی^۱
فروزان افضل کوهی^۲
اعظم فروزنده^۳

تاریخ پذیرش: ۹۵/۲/۲۲

تاریخ وصول: ۹۴/۱۲/۲۰

چکیده

تحقیق حاضر با هدف «بررسی رابطه یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی کارشناسان دانشگاه اصفهان» به روش توصیفی - تحلیلی صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق ۲۷۳ نفر از کارشناسان دانشگاه که تعداد ۱۳۰ نفر از آنها به روش نمونه گیری تصادفی ساده و بر اساس فرمول سرایی و همکاران (۱۳۷۲) انتخاب شدند. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش شامل پرسشنامه یادگیری سازمانی نیف (۲۰۰۱) و پرسشنامه محقق ساخته نوآوری سازمانی می باشد که پایایی آنها از طریق ضریب آلفای کرباخ به ترتیب ۰/۹۰ و ۰/۸۹. به دست آمد. جهت تحلیل داده ها از آزمون های همبستگی پیرسون، رگرسیون گام به گام استفاده گردید. نتایج آزمون همبستگی پیرسون حاکی از آن بود که بین یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج آزمون همبستگی نشان داد که تمامی مؤلفه های یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج آزمون همبستگی نشان داد که بین یادگیری سازمانی با ابعاد نوآوری سازمانی (نوآوری تولیدی، نوآوری فرایندی و نوآوری اداری) رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نیز حاکی از آن بود که از بین مولفه های یادگیری سازمانی، چهار بعد تسهیم دانش، فرهنگ یادگیری سازمانی، رهبری و کار و یادگیری تیمی به عنوان متغیرهای پیش بین، معیار ورود به معادله نهایی رگرسیون برای توضیح تغییرات نوآوری سازمانی (متغیر ملاک)، را دارا هستند و مؤلفه های تفکر سیستمی، چشم انداز مشترک و شایستگی ها و مهارت های کارکنان به دلیل نداشتن سهم معنادار در پیش بینی نوآوری سازمانی از معادله حذف گردید.

واژگان کلیدی: یادگیری سازمانی، نوآوری سازمانی، کارشناسان، دانشگاه.

۱. استادیار گروه مدیریت و برنامه ریزی، دانشکده علوم انسانی، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران.

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران.

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران.

مقدمه

با ورود سازمان ها به عصر اطلاعات و رویارویی آن ها با تغییرات و تحولات شگرفی که در محیط آن ها روی داده و همچنین به دلیل بی ثباتی و تغییر پذیری و غیرقابل پیش بینی بودن این تغییرات، حفظ مزیت رقابتی، افزایش بهره وری و رشد و توسعه آن ها منوط به استفاده از فرصت ها در رقابت با سایر سازمان هاست. استفاده از این فرصت ها نیز تنها در سایه تحلیل و بررسی دقیق محیط و شناخت کلی نسبت به آن امکان پذیر است. بنابراین سازمان ها با تحلیل و بررسی محیط و شناخت نسبت به آن، واکنش های متفاوتی نسبت به این شرایط از خود بروز می دهند. به بیان دیگر سازمان ها در این شرایط ناهمگون و غیرقابل پیش بینی یا می توانند مطیع محض شرایط محیطی و بیرونی باشند و فقط نسبت به تغییرات آن ها واکنش نشان دهند یا این که سازمان ها، خود باعث ایجاد تغییرات در محیط شده و آن را در راستای اهداف و رسالت خود هدایت کنند. تحقق این شرایط و همگام کردن محیط با خود نیز تنها در سازمان هایی به وقوع خواهد پیوست که در آنها فرهنگ پیشرفت و نوآوری نهادینه شده و به افکار و ایده های نو و ابتکاری اعضای سازمان اهمیت داده می شود. «در واقع با توجه به سرعت شتابنده تغییرات و تحولات علمی، تکنولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و ... ، سازمان هایی موفق و کارآمد محسوب می شوند که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعه امروزی، بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونی ها را نیز در آینده پیش بینی کرده و قادر باشند که این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده ای بهتر هدایت کنند» (اخوان و ابوعلی، ۱۳۸۹). و سازمان ها برای ادامه حیات و گریز از مرگ و ایستایی و انطباق با محیط ناپایدار و متغیر بیرون به تحول و نوآوری نیاز دارند. شعار «نابودی در انتظار شماست مگر اینکه نوآور باشید» در پیش روی مدیران همه سازمان ها قرار دارد.

مسائل امروز سازمان ها با راه حل های دیروز حل شدنی نیست و شرایط محیطی به حدی پیچیده، پویا و نامطمئن گردیده که سازمان ها دیگر نمی توانند بدون نوآوری حیات بلندمدت خود را تضمین نمایند. مهم ترین ابزاری که می تواند سازمان ها را در انجام این امر یاری نماید، عامل یادگیری است، زیرا نه تنها موجب در دست گرفتن رهبری تغییر خواهد شد، بلکه شاید یگانه مزیت رقابتی برای تداوم و توسعه سازمان ها باشد. در واقع می توان گفت که در زمانی نه چندان دور، سازمان ها در محیطی پایدار و با ثبات به سر می بردند و پیش بینی وقایع آینده تقریباً برایشان ممکن بود، به طوری که مدیران می توانستند در شرایط مطمئن سازمان را مدیریت و برنامه ریزی کنند. اما به تدریج تغییرات مربوط به علم و فناوری، اقتصاد، فرهنگ و سیاست سرعت سازمان ها را تحت تأثیر قرار داد. رهبران سازمانی دریافته اند که باید به «یادگیری» به عنوان پدیده ای ارزشمند بنگرند و برای موفقیت در ایجاد آینده ای بهتر، سازمانی را پرورش دهند که به طور مستمر و اثربخش در پی فراگیری باشد و برای حفظ بقای خود با دگرگونی ها هماهنگ شده و در مقابل چالش ها منفعل و اثر پذیر عمل نکند (گاهه^۱، ۲۰۰۳).

در واقع سرعت روزافزون رشد و نوآوری در تمامی زمینه های علمی و فنی و تأثیرات آن ها بر تمام فرایندهای سازمانی، هم چنین تسلط شرایط رقابتی بر محیط متغیر کسب و کار، فرایند یادگیری در سازمان را به اساسی ترین عامل حفظ مزیت رقابتی سازمان ها در قرن حاضر بدل کرده است، تا جایی که عدم توجه به فرایند یادگیری در سازمان ها و

چشم پوشی از مزیت های آن، چالش های متعدد در سایه آینده ای مبهم را پیش روی آن ها قرار می دهد. امروزه می توان گفت که ساختن محیطی یادگیرنده و افزایش شایستگی و قابلیت منابع انسانی لازمه ایجاد هر سازمانی است که هر عضو آن هر لحظه به دنبال یافتن اطلاع از نیاز به تغییر و کسب اطلاعات و دانش لازم، برآورده کردن این نیازها و بکارگیری دانش فراگرفته در عمل برای تطبیق دادن خود و سازمان با تغییرات ایجاد شده در محیط خارجی می باشد چرا که یادگیری، سازمان ها را قادر می سازد سریع تر و موثرتر در مقابل محیط پویا و پیچیده عکس العمل نشان دهد.

عملکرد نوآوری در شرکت های کوچک و متوسط، توجه بسیاری را به خود جذب کرده است. چنین به نظر می رسد که یکی از تفاوت های موجود بین سازمان ها در زمینه بهره گیری از مزیت های حاصل از نوآوری، در توان و فرهنگ یادگیری سازمانی نهفته است. با توسعه دانش و فناوری و گسترش حیطه های کسب و کار از جمله سازمان های مجازی یا تحت شبکه، بنگاه های اقتصادی گسترش یافته، و محیط کسب و کار به محیطی رقابتی و پر از چالش تبدیل گردیده و پارادایم های جدیدی ظاهر شده که بقاء را برای بسیاری از بنگاه ها مشکل ساخته است. در چنین محیطی طبیعی است که امتیازهای رقابتی تغییر شکل دهند. بزرگترین امتیاز رقابتی در پارادایم های جدید کسب و کار، یادگیری بیان شده است (احمدی و پیشدار، ۱۳۸۹).

یادگیری سازمانی از مفاهیم نوینی است که در سال های اخیر به طور وسیع مورد توجه جدی صاحبانظران مختلف قرار گرفته است. فرایندی که امکان بهره گیری از تجربیات گذشته را برای انطباق سازمان با محیط متغیر و بی ثبات پیرامونی فراهم می کند و سازمان را یاری می رساند تا به فعالیت های خود تداوم ببخشد. در چنین محیطی، طبیعی است که امتیازهای رقابتی در جریان یادگیری و آموزش در سطح کارکنان و سازمان مطرح شود. به عبارتی، محوریت پارادایم های جدید، یادگیری است و بنابراین سازمان هایی موفق تر هستند که زودتر، سریعتر و بهتر از رقبای یاد بگیرند و این یادگیری و آموخته ها را در فرایندهای کاری خود نشان دهند. دقیقاً به همین دلیل است که مفهوم یادگیری سازمانی در سال های اخیر مطرح و رشد قابل توجهی داشته است (علوی، ۱۳۸۹). البته همزمان با اهمیت و توسعه مفهوم یادگیری سازمانی، صاحبانظران متعددی نیز به بررسی و تحلیل این مفهوم پرداخته اند و تعاریف مختلفی از یادگیری سازمانی ارائه داده اند که در ادامه به مرور تعدادی از آن ها خواهیم پرداخت.

به زعم تمپلتون^۱ و همکاران (۲۰۰۲) یادگیری سازمانی مجموعه ای از اقدام های سازمانی مانند کسب دانش، توزیع اطلاعات، تفسیر اطلاعات و حافظه که به صورت آگاهانه و یا ناآگاهانه بر تحول مثبت سازمانی اثر می گذارد، می باشد. رودریگز^۲ و همکاران (۲۰۰۳) نیز با توجه به نقش یادگیری در تغییر رفتار، یادگیری سازمانی را فرایند جمعی برای پشتیبانی و حمایت از تغییر رفتار سازمانی می دانند. الگرا و چوا^۳ (۲۰۰۸) یادگیری سازمانی را بعنوان فرایندی تعریف می کنند که سازمان از طریق آن یاد می گیرد و این یادگیری به معنی هر گونه تغییر در مدل های سازمانی است که منجر به بهبود یا حفظ عملکرد سازمان شود. داجسون (۱۹۹۳) یادگیری سازمانی را به عنوان روشی که سازمان ها ایجاد، تکمیل و سازماندهی می کنند تا دانش و جریانهای عادی کار در رابطه با

1 . Tempelton
2 . Rodriguez
3 . Alegra.& Chiva

فعالیت ها و همچنین بهبود کارایی سازمان از طریق به کارگیری مهارت های گسترده نیروی کار توسعه یابد، تعریف می کند (لماسا^۱، ۲۰۰۸: ۱۲).

به طور کلی گفته می شود که یادگیری سازمانی فرایندی پویا است که سازمان را قادر می سازد تا به سرعت با تغییرات سازگاری یابد. این فرایند شامل تولید دانش جدید، مهارت ها و رفتارها می شود. یادگیری سازمانی راه اصلی ایجاد کار دانشی و بهبود کارآیی سازمان است. پس یک سازمان موفق باید در یادگیری پویا باشد (ژانگ^۲ و همکاران، ۲۰۰۹).

البته اگرچه به نظر می رسد که هر تعریفی در این گروه از زاویه ی خاصی موضوع یادگیری سازمانی را مورد بحث قرار داده است، لکن تمرکز همگی آن ها بر تغییر شناختی است و همه ی آن ها یادگیری سازمانی را نوعی فرایند تعریف کرده اند که شامل چند مرحله است. بنابراین یادگیری سازمانی مفهومی است که برای تشریح انواع فرایند ها و فعالیت هایی به کار می رود که در سازمان انجام می شود (علامه و مقدمی، ۱۳۸۸). به بیان دیگر یادگیری سازمانی را می توان یک فرایند پویا از خلق، کسب و جمع آوری دانش به منظور توسعه ی منابع و ظرفیت، که به عملکرد بهتر سازمان منجر می شود محسوب کرد (پیرز لویز^۳ و دیگران، ۲۰۰۵). هابر (۱۹۹۱) معتقد است که فرایند یادگیری سازمانی دارای مراحل به شرح زیر می باشد:

۱- کسب دانش: یادگیری زمانی افاق می افتد که سازمانی دانش لازم را کسب کند. کسب دانش یا حقایق و اطلاعات از طریق کنترل محیط، استفاده از سیستم های اطلاعاتی برای ذخیره کردن اطلاعات، بازیافت اطلاعات، انجام تحقیقات، اجرا، آموزش و مانند این ها صورت می گیرد (حیدری تفرشی و همکاران، ۱۳۸۱).

۲- توزیع اطلاعات: در این فرایند، سازمان در اطلاعات بین واحدها و افراد سهام می شود (همان). به بیان دیگر توزیع اطلاعات به فرایندی اشاره دارد که از طریق آن سازمان مشترکاً با واحدها و اعضای خود در اطلاعات کسب شده شریک می شود و از این طریق یادگیری ارتقا می یابد و دانش و آگاهی جدید ایجاد می شود (علامه و مقدمی، ۱۳۸۸).

۳- تفسیر اطلاعات: برای اینکه اطلاعات به صورت مشترک مورد استفاده قرار گیرند باید تحلیل و تفسیر شوند و فرایندی است که از طریق آن اطلاعات، معانی قابل فهم و مشترکی پیدا می کند (حیدری تفرشی و همکاران، ۱۳۸۱).

۴- حافظه سازمانی: حافظه ی سازمانی به مخزنی اشاره می کند که در آن دانش برای استفاده در آینده ذخیره می شود. بخشی از حافظه ی سازمانی در ذهن افرادی است که بر اساس تجربه ی خود به کسب دانش نائل شده اند. بخشی از این دانش در فرهنگ سازمانی قرار دارد؛ زیرا فرهنگ سازمانی شامل تجربیات گذشته است که افراد را تحت تأثیر قرار می دهد. تکنولوژی های اطلاعاتی که برای ذخیره ی اطلاعات به کار می رود نیز بخشی از حافظه ی سازمانی را تشکیل می دهند (علامه و مقدمی، ۱۳۸۸).

در خصوص ابعاد یادگیری سازمانی مدل های مختلفی از جمله مدل یادگیری سازمانی کرایتر و همکاران (۲۰۰۱)، مدل یادگیری سازمانی هیت (۱۹۹۵)، مدل یادگیری سازمانی توماس (۱۹۹۶)، مدل یادگیری سازمانی دنتون (۱۹۹۸)، مدل

1 . Lamsa
2 . Zhang
3 . Pérez López

یادگیری سازمانی مارکوارت (۲۰۰۲)، مدل یادگیری سازمانی سنگه (۱۹۹۰)، مدل یادگیری سازمانی گروین (۱۹۹۳)، مدل یادگیری سازمانی بنت و اوبراین (۱۹۹۴) مدل یادگیری سازمانی گاهه (۱۹۹۸) و مدل یادگیری سازمانی یونگ و همکاران (۱۹۹۹) وجود دارند که هر کدام جداگانه قابل بررسی هستند (به نقل از الله یاری، ۱۳۸۹) مورد بررسی قرار گرفت، اما در نهایت با توجه به جامعیت و به روزتر بودن ابعاد یادگیری سازمانی که نیف (۲۰۰۱) مطرح می نماید، این الگو را به عنوان مولفه های یادگیری سازمانی انتخاب گردید. ابعاد یادگیری سازمانی از نظر نیف (۲۰۰۱) شامل: چشم انداز مشترک، فرهنگ سازمانی، کار و یادگیری تیمی، اشتراک دانش، تفکر سیستمی، رهبری مشارکتی و توسعه شایستگی های کارکنان می باشند (مشبکی و همکاران، ۱۳۸۹).

۱- چشم انداز مشترک: توانایی ایجاد یک تصویر و آرمان مشترک از آینده ای که در پی آن هستیم (سنگه، ۱۹۹۰، ترجمه هدایت و روشن، ۱۳۸۶، ص ۱۶). چشم انداز مشترک به کارکنان کمک می کند تا حول یک هویت و حس مشترک حرکت کنند، زیرا کارکنان را با دلیل قاطع و مجاب کننده برای یادگیری آماده می کند (شریفی و اسلامیه، ۱۳۸۷).
۲- فرهنگ یادگیری سازمانی: هنگامی که اعضای هر جامعه، سازمان یا گروه برای انطباق با محیط خارجی و حل مشکلات یکپارچگی داخلی تلاش می کنند، ناخودآگاه به یادگیری اقدام کرده اند. به این دلیل که از جهت نظریه پردازی، یادگیری و حل مسائل نه تنها متفاوت نیستند بلکه باید گفت که دیدگاه های متفاوت، فرایند اساسی یکسانی دارند (خانعلیزاده و همکاران، ۱۳۸۹).

۳- کار و یادگیری گروهی: در کار و یادگیری گروهی تأکید بر اهمیت هم راستایی نیروها و کارکنان سازمان است تا از به هدر رفتن انرژی جلوگیری شود. یادگیری جمعی عبارت است از فرایندی که طی آن ظرفیت اعضای گروه توسعه داده شده و به گونه ای همسو شود که نتایج حاصله از آن چیزی باشد که همگان واقعاً طالب آن بوده اند (سنگه، ۱۹۹۰، ترجمه هدایت و روشن، ۱۳۸۶).

۴- به اشتراک گذاشتن دانش: انتقال و توزیع دانش، انتقال سازمانی و فنآورانته داده ها، اطلاعات و دانش را در بر می گیرد. ظرفیت سازمان برای جابه جایی دانش، بیانگر قابلیت انتقال و به اشتراک گذاشتن قدرت است که لازمه موفقیت شرکت نیز هست. دانش باید به دقت و به سرعت در سراسر سازمان یا حوزه های شرکت توزیع شود (مارکوارت، ۲۰۰۲ ترجمه ی زالی، ۱۳۸۵: ۳۰۳).

۵- تفکر سیستمی: تفکر سیستمی یعنی استفاده از روش سیستمی در تحلیل و اداره امور سازمان و توجه به تأثیر عوامل سازمانی بر یکدیگر. با تفکری کلی نگرانه، فعالیت های تجاری و به طور کلی سایر تلاش های انسان همگی سیستم هستند. آن ها توسط ساخته های فعالیت های مرتبط با یکدیگر محدود شده اند، فعالیت هایی که معمولاً نیاز به سال ها زمان دارند تا به طور کامل بر یکدیگر اثر گذارند. از آنجا که ما خود نیز جزئی از این مجموعه هستیم، برای پی بردن به الگوی تغییر با دشواری مضاعفی مواجه هستیم (سنگه، ۱۹۹۰، ترجمه هدایت و روشن، ۱۳۸۶).

۶- رهبری مشارکتی: پیامد رهبری مشارکتی، داشتن احساس شراکت کارکنان است. نتیجه چنین کوششی آن است که کارکنان احساس می کنند به آنان نیاز است و وجودشان سودمند است. تحقیقات ثابت کرده است که مشارکت،

مقاومت در مقابل تغییر را کاهش، تعهد به سازمان را افزایش داده و سطح فشار روانی را پایین می آورد (خانعلیزاده و همکاران، ۱۳۸۹).

۷- توسعه شایستگی های کارکنان: شایستگی در ادبیات منابع انسانی، مجموعه ای است از دانش، مهارت ها و رفتارهای قابل سنجش و قابل مشا هده که در موفقیت یک شغل یا پست سهیم هستند. برای مدیریت مناسب منابع انسانی باید سطح دانش، اطلاعات، مهارت ها و قابلیت های کارکنان را ارتقا داد و در آنان شایستگی ایجاد کرد. توسعه منابع انسانی با آموزش های زیاد حاصل نمی شود، بلکه باید منابع انسانی به صورت برنامه ریزی شده و نظام مند عمل کند (همان منبع).

به هر حال امروزه نیاز سازمانها به یادگیری و تغییر، فزونی یافته است. اگر یک سازمان آهسته تر از محیط پیرامون خویش میل به یادگیری داشته باشد، محکوم به فناست. از این رو، تمامی سازمان های موجود بایستی یادگیرنده باشند (آگستام^۱، ۲۰۰۶). سازمان ها برای اینکه بتوانند به بقای خود ادامه دهند سرعت یادگیریشان باید بیشتر از درجه تغییرات محیطی باشد و این امر اهمیت یادگیری سازمانی را بیشتر نمایان می سازد. باید دانست که سازمانها به عنوان مجموعه ای از افراد و گروه های انسانی در معرض تحولات سریع و پرشتاب محیطی قرار دارند و به مرور زمان در زمینه اقدامات و فعالیتهای خود آموخته هایی را کسب می کنند به عبارت دیگر، سازمان ها نیز باید همچون افراد دارای توان یادگیری باشند. در واقع می توان گفت که یادگیری مهمترین راه بهبود عملکرد در دراز مدت است و در آینده نزدیک تنها سازمانی می تواند ادعای برتری کند که قادر باشد از قابلیتها، تعهد و ظرفیت یادگیری افراد در تمامی سطوح سازمان به نحو احسن بهره برداری کند (اخوان و جعفری، ۱۳۸۵).

امروزه موضوع نوآوری توجه بسیاری از دانشمندان و محققان از رشته های مختلف را به خود جلب کرده است. و از اهمیت بسیار زیادی در سازمانهای پر از تغییر و تحول امروزی برای رقابت با سازمانهای رقیب و ماندن در چرخه تحولات پیدا کرده است. چرا که نوآوری به عنوان عامل مهم و حیاتی سازمان ها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در محیط پیچیده و متغیر امروزی می باشد. سازمان ها با نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط های متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت های جدیدی که به آنها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند موفق خواهند بود (برومند و رنجبری، ۱۳۸۸). در واقع در دنیای امروزی، توان سازگاری و اداره کردن تغییرات، عنصر اصلی موفقیت و بقای هر سازمان است و کسب این توانایی ها خود، مستلزم توجه سازمان به خلاقیت و نوآوری افراد است. سازمان های موفق، سازمان هایی هستند که نوآوری، نوک پیکان حرکت آنان را تشکیل می دهد (احمد^۲، ۱۹۹۹) به عبارتی سازمان های امروزی برای ادامه حیات، بایستی پویا بوده و مدیران و کارکنان آنها، افرادی خلاق و نوآور باشند تا بتوانند سازمان را با این تحولات منطبق ساخته و جواب گوی نیازهای جامعه باشند. می توان گفت در سیستم اقتصاد جهانی و رقابت روزافزون موجود، خلاقیت و نوآوری در حکم بقا و کلید موفقیت سازمان است (صمدآقایی، ۱۳۸۰).

مفهوم نوآوری توجه تعداد زیادی از محققان را به خود جلب کرده است. مطابق نظردی جونگ (۲۰۰۶) این مفهوم برای اولین بار توسط شومپتر (۱۹۳۴) در نظر گرفته شده که آن با توصیف نوآوری به رسمیت شناخته شده است و به عنوان فرایند ایجاد نام تجاری جدید، محصولات، خدمات و فرآیندها و تاثیر آن بر توسعه اقتصادی بوده است. از آن به

1 - Aggestam

2 . ahmad

بعد دانشمندان مختلفی به تشریح متفاوتی از این مفهوم برای بقای طولانی مدت سازمانها پرداخته اند. لذا نوآوری به عنوان عامل بسیار مهمی در سازمان ها در نظر گرفته شده است. به طور کلی پیشینه مباحث نظری مرتبط با نوآوری شکل هایی از دو رویکرد مهم: هدف محور؛ که تمرکز بر روی نوآوری به خودی خود و موضوع محور؛ تمرکز بر روی موضوعانی مانند کشور، صنعت، سازمان ها و گروه ها که ابداع و اجرای نوآوری داشته است. پس از آن صاحب نظران مختلفی به تشریح متفاوتی از این مفهوم برای بقای طولانی مدت سازمان ها پرداخته اند. لذا نوآوری به عنوان عامل بسیار مهمی در سازمان ها در نظر گرفته شده است (به نقل از خان^۱ و همکاران، ۲۰۰۹).

بعضی از محققان مانند وان دی ون (۱۹۸۶) نوآوری را به عنوان فعالیتی برای توسعه ایده، اجرا، واکنش و تغییر آن در صورت لزوم تعریف کرده اند (خان و همکاران، ۲۰۰۹). از نظر ون دی ون (۱۹۸۶) فرایند نوآوری بیش از ایجاد و یا ابداع ایده جدید است که شامل فعالیت های درگیر در توسعه و اجرا است در واقع، فرایند نوآوری به عنوان توسعه و اجرا ایده های جدید توسط افرادی که در طول زمان در تبادل با دیگران تغییر زمینه های نهادی و سازمانی مشارکت می کنند می باشد (ونگ^۲، ۲۰۰۴). افاه (۱۹۹۸) نوآوری استفاده از دانش فنی و اجرایی جدید برای ارائه محصول جدید و یا خدمت به مشتریان می باشد. بنابراین می توان نتیجه گرفت که نوآوری هرگونه روش جدید در سازمان هاست که شامل تجهیزات، محصولات، خدمات، فرآیندها، سیاست ها و پروژه ها می شود (یو لین^۳، ۲۰۰۷). نوآوری به عنوان خلق دانش جدید و ایده های کسب و کار برای تسهیل محصولات جدید، با هدف بهبود فرآیندهای کسب و کار داخلی، ساختار و ایجاد بازار به سوی محصولات و خدمات است. نوآوری شامل هر دو نوآوری بنیادی و توسعه ای است (باریقه^۴ و همکاران، ۲۰۰۹).

محققان و صاحب نظران برای نوآوری نیز ابعاد مختلفی را بر شمرده اند. در این باره دفت (۱۹۹۴) یک مدل دو هسته ای برای نوآوری پیشنهاد می کند. این دو هسته شامل: نوآوری تکنولوژیکی و اداری هستند. کوپر (۱۹۹۴) برای نوآوری یک مدل چند بعدی ذکر کرده است که این ابعاد شامل: نوآوری رادیکال در مقابل نوآوری تدریجی، نوآوری تکنولوژیکی در مقابل نوآوری اداری، و نوآوری تولیدی در مقابل نوآوری فرآیندی است. به هر حال اگرچه در زمینه ابعاد نوآوری تقسیم بندی های متفاوتی وجود دارد اما در مجموع می توان ابعاد رادیکالی، تدریجی، تولیدی، فرآیندی، اداری و تکنولوژیکی را برای نوآوری بر شمرد (یوتریک^۵، ۱۹۹۴).

در این پژوهش پس از مطالعه تحقیقات و دیدگاه های علمی در زمینه مدل های نوآوری، مولفه هایی که در بین محققین و صاحب نظران نقطه اشتراک بیشتری داشته اند، به عنوان مولفه های تحقیق برگزیده شده و در این میان مولفه های زیر بیشترین تاکید را به خود اختصاص داده اند که در ادامه مورد بررسی اجمالی قرار می گیرند.

۱- نوآوری تولیدی: نوآوری تولیدی فراهم کننده ابزاری برای تولید است (اوجاسالو، ۲۰۰۸). که به توسعه و ارائه تولیدات و خدمات جدید و بهبود یافته اشاره دارد. در واقع می توان گفت که منظور از نوآوری تولیدی این است که تا چه حد سازمان در ارائه خدمات جدید، اختصاص منابع مالی به تحقیق و توسعه و مواردی از این قبیل پیشتاز است.

1. Khan
4. Baregheh
7. Process Innovation

2. Wong
5. Utterback

3. Yu Lin
6. Product Innovation

۲- نوآوری فرایندی^۷: نوآوری فرایندی ابزاری را در جهت حفظ و بهبود کیفیت و صرفه جویی هزینه ها فراهم می کند (جیمز-جیمز، ۲۰۰۸) و در برگیرنده اتخاذ روش های جدید یا بهبود یافته تولید، توزیع یا تحویل خدمت است. در واقع منظور از نوآوری فرایندی این است که تا چه میزان سازمان تکنولوژی های جدید را بکار می گیرد و روش های جدید انجام کار را به بوته آزمایش می گذارد. نوآوری فرایندی عبارتند از تغییر دادن روش های انجام کسب و کار یا تولید محصولات و خدمات. در واقع این نوآوری اشاره به هر چیزی که روش های انجام کار، روش های طراحی مشاغل را تغییر می دهد (سیگیو^۱، ۲۰۰۶).

۳- نوآوری اداری^۲: نوآوری اداری به رویه ها، سیاست ها، اشکال سازمانی جدید (جیمز-جیمز، ۲۰۰۸) و فرایندهای ساختاری و اداری جدید (سیگیو، ۲۰۰۶) اشاره دارد و شامل تغییراتی است که سیاست ها، تخصیص منابع و دیگر فاکتورهای مرتبط با ساختار اجتماعی سازمان را تحت تاثیر قرار می دهد (دفت، ۱۹۷۸). در واقع منظور از نوآوری اداری این است که تا چه میزان مدیران سازمان از سیستم های نوین مدیریتی و ... در اداره کردن استفاده می کنند تجزیه و تحلیل مطالعات متعدد، اثرات پایدار نوآوری های سازمانی را بر عملکرد کسب و کار با توجه به بهره وری، هدایت سازمانها با خلاقیت، کیفیت، اصالت و انعطاف پذیری را نشان می دهد (موگولان و همکاران، ۲۰۱۰). یکی از دلایلی که یادگیری برای موفقیت سازمان ها نیز حیاتی و مهم محسوب، این است که یادگیری، بهبود و توسعه فرایندها و محصولات جدید را تسهیل می کند (باکر و سینکولا^۳، ۲۰۰۲). یادگیری سازمانی پیامد های آن، اغلب به عنوان یکی از پیشایندهای نوآوری در نظر گرفته می شود (کارنیرو^۴، ۲۰۰۰؛ داروچ و مک ناتون^۵، ۲۰۰۲؛ کراسان و آپایدین^۶، ۲۰۱۰). فرض اساسی رابطه یادگیر سازمانی و نوآوری سازمانی این است که شرکت ها و سازمان ها بی که قادر به، به روز کردن دانش خود هستند، شانس بیشتری برای درک عواقب ناشی از تغییرات محیطی و همچنین پاسخ مناسب و سریع به این تغییرات نسبت به رقبایشان هستند (تیپاین و ساهی^۷، ۲۰۰۳). به طور خلاصه، یادگیری سازمانی با توسعه، کسب، انتقال و کاربرد دانش، نوآوری سازمانی را افزایش می دهد. به عبارت دیگر، مطالعات و تحقیقات تجربی، یادگیری سازمانی را به عنوان یکی از پیشایندهای نوآوری سازمانی در نظر می گیرند (داروچ و مک ناتون، ۲۰۰۲).

پترا^۸ و همکاران (۲۰۰۲) در مقاله ای تحت عنوان "ابزارهایی برای بهبود فرایند های یادگیری در سازمان" (به نقل از سابان)، یادگیری سازمانی را یک جزء مهم و حیاتی برای نوآوری می داند که از طریق آن محصول جدید توسعه می یابد. او پیشنهاد می کند، قبل از اینکه سازمان بتواند رفتار نوآورانه را بهبود بخشند، مدیریت باید یادگیری رایج در سازمان را تحلیل و بررسی کند. چانگک و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهشی تحت عنوان "قابلیت های یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی: نقش واسطه ای دانش" به بررسی و تحلیل رابطه بین یادگیری سازمانی و نوآوری پرداختند. نتایج نشان داد که قابلیت های یادگیری سازمانی به طور مثبت و معنا داری با نوآوری سازمانی ارتباط دارند. به بیان دیگر قابلیت یادگیری سازمانی یکی از عوامل اساسی و حیاتی و همچنین تسهیل گر برای سازمان ها محسوب می شود که منجر به رشد و

1. Siguaw
4. Carneiro
7. Tippins & Sohi

2. Administration Innovation
5. Darroch & Mc Naughton
8. Petra

3. Bakerand Sinkula
6. Crossan & Apaydin
9. Aragón-Correa

نوآوری می شود. بنابراین گسترش فرهنگ یادگیری در بین اعضای سازمان منجر به تولید و حفظ سیستم های دانشی و همچنین ایده های نو و خلاق در سازمان می شود که نوآوری سازمانی را در پی دارد.

آراگون کوریا^۱ و همکاران (۲۰۰۷) معتقدند که یادگیری های بازار محور و همچنین یادگیری های درونی (یادگیری سازمانی) از عوامل اساسی هستند که بر روی نوآوری سازمانی اثر می گذارند. البته به اعتقاد آن ها نوآوری حاصل شده از یادگیر سازمانی بر روی عملکرد سازمانی نیز اثر گذاشته و آن را افزایش می دهد. البته آن ها در این پژوهش علاوه بر بررسی رابطه بین یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی به تحلیل و واکاوی رابطه بین رهبری تحول آفرین و یادگیری سازمانی پرداختند که نتایج حاصل از آن حاکی از ارتباط مثبت و معنادار بین رهبری تحول آفرین و یادگیری سازمانی بود. بدین ترتیب که رهبری تحول آفرین به طور مستقیم بر یادگیری سازمانی اثر می گذارد. یو یانگ^۱ و همکاران (۲۰۱۰) نیز به بررسی اثرات یادگیری سازمانی بر روی نوآوری پرداخته اند. آن ها در پژوهش خود تحت عنوان "اثرات یادگیری سازمانی بر روی عملکرد نوآوری در صنایع بزرگ" به این نتیجه رسیدند که یادگیری سازمانی دارای اثرات مثبت و مستقیمی بر روی عملکرد نوآوری در سازمان می باشد. بدین ترتیب که یادگیری سازمانی با توسعه قابلیت های و دانش جدید، عملکرد سازمانی را افزایش می دهد. به بیان دیگر یادگیری سازمانی با توسعه دانش در سازمان، کارایی، توانایی و عملکرد نوآوری در سازمان را بهبود می بخشد (تسای^۲، ۲۰۰۶). همچنین نتایج حاصله از این پژوهش به نوعی نتایج پژوهش های قبلی که توسط هانگ^۳ (۲۰۰۹) و باکر و سینکالا (۱۹۹۹) انجام شده بود را تایید می کرد.

جیمنز و سانز وال^۴ (۲۰۱۰) در پژوهش خود تحت عنوان "نوآوری، یادگیری سازمانی و عملکرد" به بررسی اثرات یادگیری سازمانی بر نوآوری و همچنین عملکرد سازمانی پرداختند. یافته های پژوهش آنها نشان داد که یادگیری سازمانی و نوآوری به طور مستقیم در افزایش عملکرد سازمان ها سهیم هستند. همچنین یادگیری سازمانی بر روی نوآوری سازمانی اثر گذار می باشد. البته یافته ها نشان دادند که اثرات یادگیری سازمانی بر روی نوآوری از عملکرد سازمانی بیشتر است.

ثرین (۲۰۰۲) در پژوهشی به این نتیجه رسید که یادگیری سازمانی با نوآوری در سازمان های کوچک اما با تکنولوژی بالا مرتبط می باشند. به عبارت دیگر وجود یادگیری مستمر در شرکت های کوچک با تکنولوژی بالا، موجب خلق و ایجاد دانش در سطوح مختلف سازمان، یا به طور کلی استفاده و به کارگیری دارایی های دانشی و فکری افراد و سازمان می شود، که به نوبه خود منجر به عملکرد نوآورانه در افراد و نوآوری سازمانی می گردد.

به هر حال بسیاری از نویسندگان یادگیری سازمانی را به عنوان یکی از عوامل موثر بر نوآوری سازمانی قلمداد می کنند و معتقد هستند که تنها سازمان هایی خواهند توانست به نوآوری سازمانی دست یابند که توانسته باشند یادگیری سازمانی را در سازمان نهادینه کرده باشند. امری که در پژوهش حاضر نیز مورد توجه و بررسی قرار گرفته است.

سوالات تحقیق

- ۱- آیا بین یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی کارشناسان دانشگاه رابطه معنا داری وجود دارد؟
- ۲- آیا بین مؤلفه های یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی کارشناسان دانشگاه رابطه معنا داری وجود دارد؟

1 . Yu Yuan

2 . tsai

3 . Hung

4 . Jiménez-Jiménez & Sanz-Valle

۳- آیا بین یادگیری سازمانی با مؤلفه های نوآوری سازمانی (نوآوری تولیدی، نوآوری فرایندی و نوآوری اداری) کارشناسان دانشگاه رابطه معناداری وجود دارد؟

۴- آیا مؤلفه های یادگیری سازمانی توانایی پیش بینی نوآوری سازمانی را می کنند؟

روش

روش پژوهش حاضر توصیفی از نوع تحلیلی می باشد.

جامعه، نمونه آماری و روش نمونه گیری

جامعه آماری شامل مدیران و کارکنان بخش های مختلف در حوزه ستادی دانشگاه اصفهان در کلیه سطوح می باشند و مدیران میانی شامل مدیران کل و معاونین مدیرکل، مدیران پایه شامل روسای ادارات و معاونین اداره، کارشناسان و کارکنان هستند. بر اساس آخرین آمار و اطلاعات موجود تعداد کل مدیران و کارشناسان حوزه ستادی دانشگاه ۲۷۳ نفر می باشد. که به همین منظور از آن جا که مطالعه و بررسی تمام پرسنل حوزه های ستادی دانشگاه اصفهان به علت محدودیت های زمانی، مالی و بزرگی حجم جامعه، ممکن نیست، بنابراین از این جامعه، نمونه ای به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده است که تعداد ۱۳۰ نفر از این جامعه بر اساس فرمول سرایی و همکاران (۱۳۷۲) انتخاب گردید.

ابزار پژوهش

الف) یادگیری سازمانی نیف و همکاران: اولین ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه یادگیری سازمانی نیف و همکاران (۱۹۹۰) در هفت بعد؛ چشم انداز مشترک، فرهنگ سازمانی، کار و یادگیری تیمی، تفکر سیستمی، تسهیم دانش، رهبری مشارکتی، توسعه شایستگی کارکنان می باشد. این پرسشنامه دارای ۳۱ گویه بر مبنای طیف ۵ گزینه ای تنظیم شده است. پایایی این پرسشنامه نیز بر اساس آلفای کرونباخ ۰/۹۰ می باشد که حاکی از اعتبار قابل قبول این پرسشنامه دارد.

ب) پرسشنامه نوآوری سازمانی: دومین ابزار پرسشنامه محقق ساخته ارزیابی گرایش به نوآوری سازمانی می باشد. این پرسشنامه با توجه به سه بعد تولیدی، فرآیندی و اداری در قالب مقیاس پنج گزینه ای لیکرت طراحی شده و دارای ۱۷ سوال و ترکیبی از پرسشنامه های جیمنز- جیمنز و دیگران (۲۰۰۸)، پنیادز (۲۰۰۶)، پراجگو و سوהל (۲۰۰۶) می باشد که به وسیله محقق تدوین و تنظیم شده است. پایایی این پرسشنامه نیز بر اساس آلفای کرونباخ ۰/۸۹ می باشد که حاکی از اعتبار قابل قبول آن می باشد.

یافته ها

سوال اول: آیا بین یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی رابطه معنا داری وجود دارد؟

جدول شماره ۱: همبستگی بین یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی کارشناسان دانشگاه اصفهان

| متغیر | نوآوری سازمانی | سطح معنی داری |
|-----------------|----------------|---------------|
| یادگیری سازمانی | ** ۷۳/۰ | ۰/۱/۰ |

* نشانگر این است که ضریب همبستگی در سطح ۰/۱/۰ معنی دار است.

* نشانگر این است که ضریب همبستگی در سطح ۰/۵/۰ معنی دار است.

همان طور که در جدول فوق ملاحظه می شود، بین دو متغیر یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی رابطه مستقیم و مثبتی ($r = 0/72$) وجود دارد که این رابطه در سطح آلفای ۰/۱/۰ معنی دار است. به عبارت دیگر از این منظر، وجود یادگیری سازمانی در هر سازمانی منجر به افزایش نوآوری می شود.

سوال دوم: آیا بین ابعاد یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد؟

جدول شماره ۲: همبستگی بین ابعاد یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی کارشناسان دانشگاه اصفهان

| متغیر | یادگیری تیمی | تسهیم دانش | رهبری | فرهنگ یادگیری سازمانی | چشم انداز مشترک | توسعه شایستگی های کارکنان | تفکر سیستمی |
|----------------|--------------|------------|---------|-----------------------|-----------------|---------------------------|-------------|
| نوآوری سازمانی | ** ۰/۶۳ | ** ۷۱/۰ | ** ۵۴/۰ | ** ۵۷/۰ | ** ۰/۶۰ | ** ۴۱/۰ | ** ۶۵/۰ |

* نشانگر این است که ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

* نشانگر این است که ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنی دار است.

با توجه به جدول همبستگی (شماره ۲) می توان گفت که تمامی ابعاد یادگیری سازمانی (یادگیری تیمی، تسهیم دانش، رهبری، فرهنگ یادگیری سازمانی، چشم انداز مشترک، توسعه شایستگی های کارکنان و تفکر سیستمی) رابطه مثبت و معناداری با نوآوری سازمانی دارد. میزان همبستگی هر یک از متغیرها به ترتیب برابر ۰/۶۳، ۰/۷۱، ۰/۵۴، ۰/۵۷، ۰/۶۰، ۰/۴۱، ۰/۶۵ می باشد که در سطح آلفای ۰/۰۱ معنی دار است. به عبارت دیگر می توان گفت که وجود هر کدام از ابعاد یادگیری سازمانی در سازمان منجر به افزایش نوآوری در سازمان می گردد.

سوال سوم: پژوهش که آیا بین ابعاد یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد؟

جدول شماره ۳: همبستگی بین یادگیری سازمانی با ابعاد نوآوری سازمانی کارشناسان دانشگاه اصفهان

| متغیر | نوآوری تولیدی | نوآوری فرایندی | نوآوری اداری |
|-----------------|---------------|----------------|--------------|
| یادگیری سازمانی | ۰/۶۹ | ۵۲/۰ | ۷۶/۰ |

* نشانگر این است که ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

* نشانگر این است که ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنی دار است.

با توجه به جدول همبستگی (شماره ۳) می توان گفت که یادگیری سازمانی رابطه مثبت و معناداری با ابعاد نوآوری سازمانی (نوآوری تولیدی، نوآوری فرایندی و نوآوری اداری) دارد. میزان همبستگی هر یک از متغیرها به ترتیب برابر ۰/۶۹، ۰/۵۲، ۰/۷۶ می باشد که در سطح آلفای ۰/۰۱ معنی دار است. به عبارت دیگر می توان گفت که وجود هر کدام از ابعاد یادگیری سازمانی در سازمان منجر به افزایش نوآوری در سازمان می گردد.

سوال چهارم: آیا ابعاد یادگیری سازمانی بر نوآوری سازمانی دارد تاثیر دارد؟

جدول شماره ۴: نتایج رگرسیون گام به گام برای پیش بینی نوآوری سازمانی از روی ابعاد یادگیری

سازمانی کارشناسان دانشگاه اصفهان

| گام ها | متغیرهای پیشین | R | R ² | B | Beta | T | P |
|---------|----------------|------|----------------|------|------|-------|----|
| گام اول | تسهیم دانش | ۰/۷۱ | ۵۰/۰ | ۴۴/۰ | ۷۱/۰ | ۶۵/۱۱ | ۰۰ |

| | | | | | | | |
|---------------|------------|------|------|------|------|------|-------|
| گام دوم | تسهیم دانش | ۷۶/۰ | ۵۹/۰ | ۳۵/۰ | ۵۷/۰ | ۸۵/۸ | ۰/۰۰۰ |
| فرهنگ یادگیری | | | | ۱۷/۰ | ۳۲/۰ | ۹۶/۴ | ۰/۰۰۰ |
| گام سوم | تسهیم دانش | ۷۸/۰ | ۶۱/۰ | ۳۱/۰ | ۵۱/۰ | ۷۷/۷ | ۰/۰۰۰ |
| فرهنگ یادگیری | | | | ۱۳/۰ | ۲۵/۰ | ۹۴/۳ | ۰/۰۰۰ |
| رهبری | | | | ۱۶/۰ | ۱۸/۰ | ۰۱/۳ | ۰/۰۰۳ |
| گام چهارم | تسهیم دانش | ۷۹/۰ | ۶۳/۰ | ۲۶/۰ | ۴۲/۰ | ۷۰/۵ | ۰/۰۰۰ |
| فرهنگ یادگیری | | | | ۱۲/۰ | ۲۲/۰ | ۴۲/۳ | ۰/۰۰۱ |
| رهبری | | | | ۱۴/۰ | ۱۷/۰ | ۶۱/۲ | ۰/۰۱۰ |
| یادگیری تیمی | | | | ۰۹/۰ | ۱۶/۰ | ۱۵/۲ | ۰/۰۳۴ |

در پاسخ به سوال چهارم پژوهش در رابطه با این که آیا ابعاد یادگیری سازمانی (تسهیم دانش، فرهنگ یادگیری سازمانی، توسعه شایستگی ها و مهارت های کارکنان، چشم انداز مشترک، رهبری، تفکر سیستمی و کار و یادگیری تیمی) توانایی پیش بینی نوآوری سازمانی کارشناسان دانشگاه اصفهان را دارند؟ و همچنین تعیین سهم هریک از متغیرهای پیش بین در پیش بینی نوآوری سازمانی مذکور از رگرسیون گام به گام استفاده شد. براساس (جدول شماره ۴) می توان نتیجه گرفت که از بین ابعاد یادگیری سازمانی، چهار بعد تسهیم دانش، فرهنگ یادگیری سازمانی، کار و یادگیری تیمی و رهبری به عنوان متغیرهای پیش بین، معیار ورود به معادله نهایی رگرسیون برای توضیح تغییرات نوآوری سازمانی (متغیر ملاک)، را دارا هستند. همانطور که در جدول فوق مشاهده می کنید در گام اول که بعد تسهیم دانش وارد معادله شده است، مقدار ضریب همبستگی برابر ۰/۷۱ است. بدین معنی که بعد تسهیم دانش توانسته ۰/۵۰ از واریانس نوآوری سازمانی را تبیین کند. در گام دوم با اضافه شدن بعد دوم یعنی فرهنگ یادگیری سازمانی به معادله میزان ضریب همبستگی به ۰/۷۶ افزایش یافته است، یعنی که دو بعد فوق روی هم رفته ۰/۵۹ از واریانس نوآوری سازمانی را تبیین نموده اند و در گام سوم با اضافه شدن بعد سوم یعنی رهبری به معادله میزان ضریب همبستگی به ۰/۷۸ افزایش یافته است؛ یعنی که سه بعد فوق جمعاً ۰/۶۱ از واریانس نوآوری سازمانی را تبیین نموده اند. و در نهایت در گام چهارم با اضافه شدن بعد سوم یعنی اعتماد به معادله، میزان ضریب همبستگی ۰/۷۹ افزایش یافته است، یعنی در نهایت چهار بعد فوق جمعاً ۰/۶۳ از واریانس نوآوری سازمانی را تبیین نموده اند. ابعاد توسعه شایستگی ها و مهارت های کارکنان، چشم انداز مشترک و تفکر سیستمی به دلیل اینکه باعث افزایش همبستگی نشده است از معادله نهایی کنار گذاشته شده اند. علاوه براین، برای تعیین سهم هریک از ابعاد یادگیری سازمانی (تسهیم دانش، فرهنگ یادگیری سازمانی، توسعه شایستگی ها و مهارت های کارکنان، چشم انداز مشترک، رهبری، تفکر سیستمی و کار و یادگیری تیمی) در پیش بینی نوآوری سازمانی بر اساس ضرایب رگرسیون (Beta) در گام چهارم می توان عنوان کرد که سهم تسهیم دانش، فرهنگ یادگیری سازمانی، رهبری و کار و یادگیری تیمی به ترتیب برابر با ۰/۴۲، ۰/۲۲، ۰/۱۷ و ۰/۱۶ می باشد. سایر ابعاد نیز به دلیل نداشتن سهم معنادار در پیش بینی نوآوری سازمانی از معادله حذف گردید.

بحث و نتیجه گیری

عملکرد نوآوری در شرکت های کوچک و متوسط، توجه بسیاری را به خود جذب کرده است. چنین بنظر می رسد که یکی از تفاوت های موجود بین سازمان ها در زمینه بهره گیری از مزیت های حاصل از نوآوری، در توان و فرهنگ یادگیری سازمانی نهفته است. با توسعه دانش و فناوری و گسترش حیطه های کسب و کار از جمله سازمانهای مجازی یا تحت شبکه، بنگاه های اقتصادی گسترش یافته، و محیط کسب و کار به محیطی رقابتی و پر از چالش تبدیل گردیده و پارادایم های جدیدی ظاهر شده که بقاء را برای بسیاری از بنگاه ها مشکل ساخته است. در چنین محیطی طبیعی است که امتیازهای رقابتی تغییر شکل دهند. بزرگترین امتیاز رقابتی در پارادایم های جدید کسب و کار، یادگیری بیان شده است (احمدی و پیشدار، ۱۳۸۹). در واقع سرعت روزافزون رشد و نوآوری در تمامی زمینه های علمی و فنی و تاثیرات آنها بر تمام فرایندهای سازمانی، همچنین تسلط شرایط رقابتی بر محیط متغیر کسب و کار، فرایند یادگیری در سازمان را به اساسی ترین عامل حفظ مزیت رقابتی سازمان ها در قرن حاضر بدل کرده است، تا جایی که عدم توجه به فرایند یادگیری در سازمان ها و چشم پوشی از مزیت های آن، چالش های متعدد در سایه آینده ای مبهم را پیش روی آنها قرار می دهد. امروزه می توان گفت که ساختن محیطی یادگیرنده و افزایش شایستگی و قابلیت منابع انسانی لازمه ایجاد هر سازمانی است که هر عضو آن هر لحظه به دنبال یافتن اطلاع از نیاز به تغییر و کسب اطلاعات و دانش لازم، برآورده کردن این نیازها و بکارگیری دانش فراگرفته در عمل برای تطبیق دادن خود و سازمان با تغییرات ایجاد شده در محیط خارجی می باشد چرا که یادگیری، سازمان ها را قادر می سازد سریع تر و موثرتر در مقابل محیط پویا و پیچیده عکس العمل نشان دهد. با توجه به اهمیت یادگیری سازمانی در افزایش نوآوری در سازمان، پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی کارشناسان دانشگاه تهران پرداخته است. در زیر به طور مفصل نتایج مربوط به بررسی رابطه این متغیرها تشریح می گردد؛

نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون حاکی از وجود رابطه معنادار بین یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی کارکنان ستادی دانشگاه اصفهان بود. این نتیجه با یافته های (کارنیرو، ۲۰۰۰؛ داروچ و مک ناتون، ۲۰۰۲؛ کراسان و آپایدین، ۲۰۱۰؛ پترا و همکاران، ۲۰۰۲؛ داروچ و مک ناتون، ۲۰۰۲؛ چانگ و همکاران، ۲۰۱۰؛ آراگون کوریا و همکاران، ۲۰۰۷؛ یانگ و همکاران، ۲۰۱۰؛ تسایی، ۲۰۰۶؛ جیمنز و سانز، ۲۰۱۰) مطابقت و همخوانی دارد.

یکی از دلایلی که یادگیری برای موفقیت سازمان ها حیاتی و مهم محسوب، این است که یادگیری، بهبود و توسعه فرایندها و محصولات جدید را تسهیل می کند (باکر و سینکولا، ۲۰۰۲). یادگیری سازمانی و پیامد آن، دانش، اغلب به عنوان یکی از پیشایندهای نوآوری در نظر گرفته می شود (کارنیرو، ۲۰۰۰؛ داروچ و مک ناتون، ۲۰۰۲؛ کراسان و آپایدین، ۲۰۱۰). فرض اساسی رابطه یادگیر سازمانی و نوآوری سازمانی این است که شرکت ها و سازمان ها بی که قادر به، به روز کردن دانش خود هستند، شانس بیشتری برای درک عواقب ناشی از تغییرات محیطی و همچنین پاسخ مناسب و سریع به این تغییرات نسبت به رقبایشان هستند (تپاین و ساهی، ۲۰۰۳). به طور خلاصه، یادگیری سازمانی با توسعه، کسب، انتقال و کاربرد دانش، نوآوری سازمانی را افزایش می دهد.

با توجه به یافته ها تعهد سازمان به یادگیری منجر به تقویت فرهنگ یادگیری در سازمان می شود. در این فرهنگ با توجه به گرایش سازمان به ایجاد دانش و استفاده از آن، فرصت های بیشتری برای یادگیری در سازمان فراهم آمده و ضمن توسعه دانش افراد و سهم شدن آن ها در دانش یکدیگر از یک سو و افزایش قابلیت اجرای ایده ها، فرایندها یا محصولات جدید از سوی دیگر، ظرفیت نوآوری در بنگاه افزایش می یابد. بنابراین سازمان متعهد به یادگیری به جهت

داشتن دانش و توانایی در فهم و پیش بینی نیاز مشتریان تعهد به نوآوری و جو یادگیری و استقبال از ایده های نو در سازمان قادر است توان و آوری خود را بالا برده و نسبت به رقبا از ظرفیت نوآوری بیشتری برخوردار باشد (معطوفی و احمدیان، ۱۳۸۹).

دیگر نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که بین ابعاد یادگیری سازمانی (تسهیم دانش، فرهنگ یادگیری سازمانی، توسعه شایستگی ها و مهارت های کارکنان، چشم انداز مشترک، رهبری، تفکر سیستمی و کار و یادگیری تیمی) با متغیر نوآوری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. که با یافته های داروچ و مک ناتون، ۲۰۰۲؛ تپاین و ساهی، ۲۰۰۳ همخوانی و مطابقت دارد. در رابطه با یادگیری سازمانی و ابعاد آن، ادبیات مدیریت بر نقش کلیدی آن به عنوان پیش شرطهای نوآوری سازمانی تاکید می کند (کارنیرو، ۲۰۰۰؛ لئونارد بارتن، ۱۹۹۵). مدل های مختلفی برای توضیح رابطه این دو متغیر پیشنهاد شده اند (لوین و لیوینتال، ۱۹۹۰؛ هد لود، ۱۹۹۴؛ کوگوت و زندر، ۱۹۹۲؛ لئونارد بارتنو سنیسر، ۱۹۹۸؛ مارچ، ۱۹۹۱؛ نوناکو و تاکی چی، ۱۹۹۵). بطور کلی می توان گفت که نوآوری به افرادی نیاز دارد تا دانش موجود را کسب کنند و سپس آن را درون سازمان تقسیم کنند (به نقل از جیمز و همکاران، ۲۰۰۸). ادبیات مربوطه نه تنها نشان دهنده اثر مثبت یادگیری سازمانی بر عملکرد است بلکه همچنین استدلال می کند که نوآوری واسطه این رابطه است. مخصوصاً، برخی مقالات نشان می دهند که یادگیری سازمانی به شرکت ها اجازه می دهد که توانایی هایشان را توسعه دهند که این امر موجب افزایش نوآوری و اینکه نوآوری آن چیزی است که اثری مثبتی بر عملکرد دارد، می شود (باور صاد و همکاران، ۱۳۸۹).

ویسبرگ (۲۰۰۶) بر این باور است که نوآوری سازمانی، نیازمند بکارگیری و ترکیب دانش از بخش های گوناگون است. دانشی که به دیگران تسهیم یا منتقل می شود، به منظور تسهیل و ایجاد نوآوری به کار گرفته می شود. سازمان ها با بکارگیری دانش در سازمان، محصولات موجود را اصلاح و محصولات جدیدی را که بر طرف کننده نیاز و خواسته مشتریان است تولید می کنند. لذا هر چه سازمان ها از دانش موجود در سازمان بیشتر در ارائه محصولات و خدمات خود بهره بگیرند، بیشتر می توانند ایده هایی را که فرصت شناخته می شوند کشف کنند (همتی و همکاران، ۱۳۸۹).

دیگر نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که بین یادگیری با مؤلفه های نوآوری سازمانی (نوآوری تولیدی، نوآوری فرایندی و نوآوری اداری) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در واقع می توان گفت که یادگیری سازمانی باعث القای دانش و ایده جدید و افزایش توانایی فهم و بکارگیری آن ها می شود. یادگیری سازمانی زمانی موجب پیشرفت سازمان که سازمان مأموریت، مشتریان، ظرفیت ها و استراتژی هایش را مشخص کند. این نوع از یادگیری موجب نوآوری های اساسی در محصولات و خدمات و فرایندهای سازمانی جدید خواهد شد (جوآنمرد و دیلمزاری، ۱۳۸۹).

نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام نیز برای پیش بینی نوآوری سازمانی از روی مولفه های یادگیری سازمانی نشان داد که مولفه های تسهیم دانش، فرهنگ یادگیری سازمانی، رهبری و کار و یادگیری تیمی به ترتیب به عنوان مهمترین مولفه های پیش بینی کننده نوآوری سازمانی در نظر گرفته می شوند و سهم قابل توجهی در پیش بینی آن دارد. اما مولفه های چشم انداز مشترک، تفکر سیستمی و توسعه شایستگی ها و مهارت های کارکنان سهم معنی داری در پیش بینی نوآوری سازمانی کارکنان ستادی دانشگاه تهران را نداشته اند.

نوآوری همچنین شامل دگرگونی و بهره گیری از دانش موجود می باشد که به کارکنانی نیاز دارد تا اطلاعات و دانش خود را تسهیم کنند. همچنان که نوناکو (۱۹۹۴) بیان می دارد که نوآوری زمانی اتفاق می افتد که کارکنان دانش خودشان را درون سازمان تسهیم کنند و هنگامی که این دانش تسهیم شد بینش های مشترک و جدیدی را در یک فرایند واگرا و همگرا (لئونارد بارتو سنیسر، ۱۹۹۸)، و قابلیت های کلیدی جدید (کوگوت و زندر، ۱۹۹۲؛ لئونارد بارتو، ۱۹۹۵) که نوآوری را در یک سازمان افزایش می دهد، به وجود می آورد (جیمز و همکاران، ۲۰۰۸). در واقع می توان گفت که تبدیل و تسهیم دانش نشان دهنده ترکیب جدیدی از دانش می باشد که می تواند منجر به کشف فرصت و نوآوری سازمانی شود (جیانگ و یانگ، ۲۰۰۹). پرورش و توسعه نوآوری سازمانی از رهبری سازمان که به نوآوری سازمانی به منظور حفظ بقاء سازمان اعتقاد دارد، نشأت می گیرد. مدیران ارشد سازمان که یک سبک رهبری اثربخش دارند، می توانند محیط پرورش دهنده و حمایت کننده نوآوری، در سازمان ایجاد کنند و الهام بخش و برانگیزاننده کارکنان در خلق ایده های نوآورانه باشند (ماکویی، ۱۳۸۹).

منابع

فارسی

- احمدی، پرویز؛ پیشدار، مهسا (۱۳۸۹). **یادگیری سازمانی و نوآوری**. سومین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی، تریز (TRIZ) و مهندسی و مدیریت نوآوری ایران. تهران: خانه معلم
- اخوان، پیمان و ابوعلی، مرتضی (۱۳۸۹). **بررسی نقش مدیریت دانش در نوآوری**. سومین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی، تریز و مهندسی و مدیریت نوآوری ایران. تهران: خانه معلم.
- باورصاد، بلقیس؛ دلاوریپور، جلال الدین و توانبخش، حسام الدین (۱۳۸۹). **بررسی رابطه نوآوری، یادگیری سازمانی و عملکرد سازمان**. اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی. شیراز: ۲۷ و ۲۸ بهمن ماه.
- برومند، مجتبی و رنجبری، مریم (۱۳۸۸). **اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری: با تاکید بر نقش مدیریت دانش**. دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس. سال ششم. شماره ۲۴.
- پیراسته فرد (۱۳۸۰) **موانع نوآوری در سازمان**. مجله توسعه مدیریت. شماره ۳۲، سال نهم. تهران: انتشارات تولید دانش.
- تورانی، حیدر (۱۳۸۵). **بررسی دلالت های نظریه ها و سبکهای مدیریت در بروز نوآوری**. فصلنامه نوآوری های آموزشی. شماره ۱۵. سال پنجم.
- جوانمرد، حبیب اله و دیلمزاری، لیلا (۱۳۸۹). **تعیین رابطه بین عوامل استراتژیک کارآفرینی با نوآوری و یادگیری سازمانی در کارکنان شرکت راه آهن استان مرکزی**. اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی. شیراز: ۲۷ و ۲۸ بهمن ماه.
- حیدری تفرشی، غلامحسین و خدیوی، اسدالله و یوسفی سعیدآبادی، رضا (۱۳۸۱). **نگرشی نوین به نظریات سازمان و مدیریت در جهان امروز**. چاپ اول. تهران: انتشارات فراشناختی اندیشه

- خانعلی زاده، رقیه و فانی، علی اصغر و مشبکی، اصغر و کردنائیچ اسدالله (۱۳۸۹). **رابطه بین توانمندسازی و یادگیری سازمانی (مورد مطالعه: دانشگاه تربیت مدرس)**. پژوهش نامه مدیریت تحول؛ سال دوم، شماره ۳
- سنگه، پیتر (۱۳۸۶). **پنجمین فرمان خلق سازمان یادگیرنده (ترجمه حافظ کمال هدایت و محمد روشن)** تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- شریفی، اصغر و اسلامی، فاطمه (۱۳۸۷). **بررسی رابطه ی میان یادگیری سازمانی و بکارگیری فناوری های ارتباطات و اطلاعات در دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار درسال تحصیلی ۸۷-۸۶**. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال اول، شماره دوم
- صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۰). **تکنیک های خلاقیت فردی و گروهی، تهران، چاپ اول، مرکز آموزش مدیریت دولتی**
- علامه، محسن و مقدم، مهدی (۱۳۸۸). **بررسی رابطه میان یادگیری سازمانی و عملکرد سازمانی؛ مطالعه ی موردی: واحد نیرو محرکه ی شرکت ایران خودرو**. پژوهشنامه ی مدیریت اجرایی. سال دهم، شماره ی ۱ (پیاپی ۳۸)
- علوی، سمیه (۱۳۸۹). **یادگیری سازمانی و عوامل مؤثر بر آن**. پیام مدیران فنی و اجرایی. شماره ۲۴
- مارکوارت، مایکل (۱۳۸۵). **ایجاد سازمان یادگیرنده**. ترجمه محمدرضا زالی. تهران: دانشگاه تهران.
- ماکویی، احمد؛ شفیعا، محمد علی و کاظمی، صدیقه (۱۳۸۹). **توسعه مدل مدیریت نوآوری سازمانی**. اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی. شیراز: ۲۷ و ۲۸ بهمن ماه.
- معطوفی، علیرضا و احمدیان، اشرف (۱۳۸۹). **بررسی تاثیر کارآفرینی بر یادگیری و نوآوری: شاهد تجربی، بنگاه های کوچک تهران**. اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی. شیراز: ۲۷ و ۲۸ بهمن ماه.
- همتی، محمد و محسن اکبرزاده و علی فهروندی و سید عبدالرحیم ساداتی ولویی و علی اکبر کرمی اول (۱۳۸۹). **تاثیر مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: شهرک صنعتی ساری)**. اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی. شیراز: ۲۷ و ۲۸ بهمن ماه

References

- Ahmad AM, Abdalla HS (1999). **The role of innovation in crafting the vision of the future**. Eng Manag J, Vol (37). Pp34-50
- Alegria, J. & Chiva, R (2008) **Assessing the Impact of Organizational Learning Capability on Product Innovation Performance: An Empirical Test**, Technovation 28: 315-326
- Aragón-Correa, J. A., García-Morales, V. J., & Córdón-Pozo, E. (2007). **Leadership and organizational learning's role on innovation and performance: Lessons from Spain**. Industrial Marketing Management, 36(3), 349-359
- Baker, W. and Sinkula, J. (2002). **"Market orientation, learning orientation and product innovation: delving into the organization's black box"**, Journal of Market - Focused Management, Vol. 5, No. 1, pp. 5-23.

- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (1999). **The synergistic effect of market orientation and learning orientation on organizational performance**. Journal of the Academy of Marketing Science, 27(4), 411–427.
- Baregheh , Anahita . Rowley, Jennifer . Sambrook . Sally , (2009) . **Towards a multidisciplinary definition of innovation** . Management Decision .Vol. 47 No. 8 , pp. 1323-1339 .
- Carneiro, A. (2000). **“How does knowledge management influence innovation and competitiveness?”**, Journal of Knowledge Management, Vol. 4, No. 2, pp. 87-98.
- Crossan, M., Apaydin, M. (2010): **“A Multidimensional Framework of organizational innovation: a systematic review of the literature”**, Journal of Management Studies, Vol. 47, No. 6, pp. 1154- 1191.
- Daft, R.L. (1978), **“A dual-core model of organizational innovation”**, Academy Of Management Journal, Vol. 20, pp. 193-211.
- Darroch, J. and McNaughton, R. (2002). **“Examining the link between knowledge management practices and types of innovation”**, Journal of Intellectual Capital, Vol. 3, No. 3, pp. 210-222
- Goh, S. C. (2003). **Improving organizational Learning capability**, The learning Organization, 10, 4. P3.
- Hung, R. Y., Lien, Bella Ya-Hui, & McLean, G. N. (2009). **Knowledge management initiatives, organizational process alignment, social capital and dynamic capabilities**. Advances in Developing Human Resources, 11(3), 320–333.
- Jiménez-Jiménez, Daniel & Sanz-Valle, Raquel (2010). **Innovation, organizational learning, and performance**. Journal of Business Research. JBR-07047; No of Pages 10
- Jimenez-Jimenez, Daniel et al(2008). **Fostering Innovation: The role of market orientation and organizational learning**. European Journal of Innovation Management, 11(3), pp. 389-412.
- Khan ,Rabia. Rehman, Abaid Ur . and Fatima ,Afsheen (2009). **Transformational leadership and organizational innovation: Moderated by organizational size**. African Journal of Business Management .Vol.3 (11), pp. 678-684,
- Lamsa,T.(2008).**Knowledge Creation and Organizational Learning in Communities of Practice : an empirical analysis of a healthcare organization**. University of Oulu Thesis,PP.10-20.
- Lien, B. Y., Hung, R. Y., Yang, B., & Li, M. (2006). **Is learning organization a valid concept in Taiwanese context** . International Journal of Manpower, 27(2), 189–203.
- Morales V.J.G. , Montes F.J.L. and Jover A.J.V. (2007) **"Influence of personal mastery on organizational performance through organizational learning and innovation in large firms and SMEs"** ,PP.547–568
- Neef Do. (2001)**Comparing levels of organizational learning maturity of colleges and universities participating in traditional and nontraditional (Academic Quality Improvement project) accreditation process[dissertation]**. University of Wisconsin stout Menomonie.
- Ojasalo, Jukka(2008). **Management of innovation networks: a case study of different approaches**. European Journal of Innovation Management, 11(1), pp. 51-86.

- Panayides, Photis(2006). **Enhancing innovation capability through relationship management and implications for performance**. European Journal of Innovation Management .Vol. 9 No. 4, pp. 466-483
- Pérez López , Susan; Montes Peón, Jahn.M; Vázquez Ordás, Coen (2005)« **Managing knowledge: The link between culture and organizational learning**», Journal of Knowledge Management, Vol.8,No.6.pp 227-245.
- Prajogo, Daniel and Sohal ,Amrik S. (2006). **The relationship between organization strategy, total quality management (TQM), and organization performance—the mediating role of TQM**. European Journal of Operational Research. 168 . 35–50.
- Rodriguez, S. Perez, J. delval, M. (2003). **An empirical study about the effect of cultural problematic on organizational learning in alliances**. Journal of The Learning Organization.Vol: 10 (3), p 140.
- Senge. Peter, (1990). **The Fifth Discipline: The art and practice of learning organization**. Doubleday Dell; New York.
- Sigauw,Judy A,. Simpson, Penny M,. & Enz, Cathy A(2006). **Conceptualizing Innovation Orientation: A Framework for Study and Integration of Innovation Research**. J Prod Innov Manag.23:556–574
- Tempelton, Cary F.,Lewis Brucer R. & Snuder Charles A. (2002).**Development of a Organization Learning construt**. Journal of Management Information Systems, 19:2, 175.
- Tippins, M. and Sohi, R. (2003).” **IT competency and firm performance: Is organizational learning a missing link**”, Strategic Management Journal, Vol. 24, No. 8, pp. 745-761.
- Tsai, W. (2001). **Knowledge transfer in intraorganizational networks: Effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance**. Academy of Management Journal, 44, 996–1004.
- Utterback, J.M. (1994), **mastering the dynamics of innovation**, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Weisberg ,R.W(2006). **Expertise and reason in creative thinking: evidence from case studies and the laboratory**. In: Kaufman JC, Baer J, editors. **Creativity and Reason in Cognitive Development**. Cambridge, Cambridge University Press,.
- Wong , C. Kym . A(2004). **Critical realist approach to organizational innovation research . 4th International Critical Management Studies Conference Critical Realism: Progress and Challenges Stream**
- Yu Lin , Chieh . (2007) . **Factors affecting innovation in logistics technologies for logistics service providers in China** . Journal of Technology Management in China . Vol. 2 No. 1. pp. 22-37.
- Yu Yuan Hung, Richard ,. Bella Ya-Hui Lien ,. Baiyin Yang c,. Chi-Min Wud, Yu-Ming Kuo(2010). **Impact of TQM and organizational learning on innovation performance in the high-tech industry**. International Business Review. IBR-786; No. of Pages 13
- Zhang. Li, Tian. Yezhuang, Zhongying Qi, A, (2009). **A conceptual model of organizational learning based on knowledge sharing**, School of Management, Harbin Institute of Technology, China.

