

پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش

دوره ۱۰، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۷

ص ص: ۱۲۱-۱۱۱

رابطه بین انگیزه‌های شغلی کارکنان و نوآوری سازمانی ادارات ورزش و جوانان استان همدان

غلامرضا شعبانی بهار^۱ - نعیم شربتی‌اینی علیا^{۲*}

۱. استاد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران ۲. کارشناس ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه

بوعلی سینا، همدان، ایران

(تاریخ دریافت: ۲۰ / ۰۲ / ۱۳۹۴، تاریخ تصویب: ۲۵ / ۰۹ / ۱۳۹۴)

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، بررسی رابطه انگیزه‌های شغلی کارکنان و نوآوری سازمانی ادارات ورزش و جوانان استان همدان است. ۱۰۸ نفر از کارمندان و مدیران ادارات ورزش و جوانان استان همدان به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری شامل پرسشنامه انگیزش شغلی دانت و همکاران (۱۹۹۶) و پرسشنامه نوآوری سازمانی میرکمالی و چوپانی (۱۳۹۰) بود. نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین انگیزه‌های شغلی و نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($P \leq 0/05$). نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی نشان داد که انگیزه شغلی توان پیش‌بینی نوآوری سازمانی را دارد ($R=0/415$; $P=0/000$). علاوه بر این، نتایج آزمون تی مستقل نشان داد که بین دیدگاه‌های زنان و مردان به میزان نوآوری سازمانی تفاوت معناداری وجود ندارد ($t=-0/105$); و در نهایت نتایج آزمون تحلیل واریانس یکطرفه نشان داد بین افراد با سطوح تحصیلی مختلف در میزان نوآوری سازمانی تفاوت معناداری وجود ندارد ($F=0/78$).

واژه‌های کلیدی

ادارات ورزش و جوانان، انگیزه شغلی، بهبود نوآوری، کارمندان و مدیران، نوآوری سازمانی.

مقدمه

عصر حاضر عصری برای ظهور ایده‌های نو و ایجاد تغییرات و تحولات شگرف در تمامی زمینه‌هاست و سازمان‌ها^۱ و ادارات از جمله ادارات ورزش و جوانان هم از این موضوع مستثنا نیستند (۱). امروزه، عمده‌ترین سرمایه سازمان‌ها، دانشی است که به آن دسترسی دارند و سازمان‌هایی که قادر به استفاده از بهترین و جدیدترین دانش بشری در حوزه کسب‌وکار خود هستند، پیشرفت خواهند کرد (۲). در این عصر سازمان‌هایی موفق‌اند که با بهره‌گیری از فضایل، هنرها، ارزش‌ها و توانایی‌های نیروی انسانی خود، به‌طور مستمر تغییر کنند. سازمان‌ها برای ادامه حیات، باید وضعیت خود را با وضعیت‌های جدید تطبیق دهند و برای رسیدن به این هدف نوآور^۲ باشند. در سازمان‌های پیشرو برنامه‌های نوآوری، جزئی از برنامه‌های عملیاتی اصلی محسوب می‌شوند و مدیران باید محیط‌های کاری جدید را به‌گونه‌ای طراحی کنند که محرک نوآوری و جریان مستمر ارائه فکری جدید باشند. برخی سازمان‌ها با وجود حضور در محیط‌هایی که پیوسته در حال تغییرند، نمی‌توانند فراگردهای نوآوری را اداره کنند. مدیران در این‌گونه سازمان‌ها باید از طریق تشویق و حمایت کارکنان، اقدام به بهبود وضعیت مذکور کنند (۳).

امروزه نوآوری به‌طور فزاینده‌ای از عوامل اصلی موفقیت در درازمدت سازمان‌ها و شرکت‌ها در بازارهای رقابتی محسوب می‌شود. در واقع آنچه در سطوح مختلف یک نظام جمعی موجب ایجاد تحول در نظم و ساماندهی ساختار جدید می‌شود، نوآوری و تغییرات مرتب با آن است، زیرا نوآوری اساساً نیازمند تغییرات اساسی در تفکر است (۴).

با توجه به اینکه تاکنون محققان تعاریف متعددی از نوآوری ارائه کرده‌اند، تعریف نوآوری در طول سالیان با بیان پژوهشگران از نوآوری به‌عنوان «ایده یا رفتاری جدید برای سازمان‌ها» ثابت مانده است، خواه یک محصول یا خدمت جدید، فناوری، فعالیت مدیریتی یا یافته‌های پژوهشی جدید باشد (۵).

نوآوری سازمانی منبع اساسی ایجاد ارزش برای سازمان و کلید بقای طولانی‌مدت آن است. رهبران می‌توانند نوآوری سازمانی را با ایجاد محیط باز در سازمان ترویج دهند. مطالعات انجام‌گرفته در زمینه نوآوری نشان می‌دهد که پیشرفت و توسعه نوآوری، بر رشد و توسعه اقتصادی، افزایش بهره‌وری و شکوفایی کشورها تأثیرگذار است (۶-۹).

از چالش‌های اصلی در حوزه نوآوری سازمانی این است که چه عواملی بر نوآوری سازمانی تأثیر دارند و چگونه می‌توان آن را به‌وجود آورد و بهبود بخشید. مشخصاً در بسیاری از تئوری‌ها و پژوهش‌های انجام‌گرفته توسط صاحب‌نظران، بر ویژگی‌ها و صفات افراد نوآور و خلاق تأکید شده است. براساس پژوهش‌های صورت‌گرفته به‌طور ضمنی نشان داده شده است که انگیزه^۳ و عوامل انگیزشی از جمله عناصری هستند که بر نوآوری سازمانی تأثیر بسزایی دارند (۳). انگیزه دادن به افراد به‌عنوان یکی از راهبردهای تجاری مطرح شده است که سازمان را به سود بیشتر می‌رساند و آن را به محیطی شادتر با بهره‌وری بالاتر تبدیل می‌کند (۱۰). همچنین عوامل انگیزشی کارمندان از جمله عواملی است که در جهت ایجاد و توسعه نوآوری افراد در سازمان نقش بسزایی دارد (۱۱).

نیروی انسانی ارزشمندترین سرمایه هر سازمان است که عوامل زیادی بر عملکرد آن تأثیر می‌گذارند. یکی از

1. Organizations

2. Innovative

3. Motivation

این عوامل، انگیزش کارمندان است که در موفقیت یا شکست افراد در شغلشان نقش بسزایی دارد (۱۲).

مدیریت اجرایی می‌تواند از طریق رهبری تحول‌گرا و دادن پاداش به کارکنان نوآور و تحمل اشتباهات آنها، نوآوری سازمانی را پرورش دهد. سازمان‌ها باید برای ایجاد یک فرهنگ سازمانی که نوآوری را در بین کارکنان پرورش می‌دهد، سرمایه‌گذاری کنند، زیرا به‌طور مستقیم می‌تواند به رشد و به بقای آنها کمک کند.

انگیزه حالتی درونی است که انسان را برای انجام کار خاصی ترغیب می‌کند. افراد با انگیزه زیاد، با میل و علاقه و تلاش خستگی‌ناپذیر خود سعی می‌کنند کار و فعالیت شرکت یا سازمان را پیش ببرند و دیرتر از افراد دیگر از انجام دادن کارهای سخت و دشوار خسته می‌شوند (۳).

در برخی سازمان‌ها و شرکت‌ها وجود مدیران ناکارآمد و ضعیف، عامل اصلی فقدان انگیزه کارکنان برای نوآوری است. مدیران سازمان‌ها باید به‌جای ایجاد توانایی نوآوری در کارمندان از توانایی‌هایی بالقوه‌ای که در آنها وجود دارد به‌نحو احسن استفاده کنند؛ و سازمان‌ها و شرکت‌ها را به سمتی هدایت کنند که کارکنان آنها توانایی‌ها و استعدادهای خود را باور کنند. این مهم‌ترین و اصلی‌ترین وظیفه مدیران در جهت خودشکوفایی سازمان‌هاست. برای ایجاد رفتاری نوآورانه و خلاق در کارکنان باید مدیران این توانایی را داشته باشند که نوآوری را به‌عنوان فرایندی که قادر به کنترل آن‌اند، مشاهده کنند و در اجرای این مسئولیت چند وظیفه مهم بر عهده مدیر یا رهبر است. از جمله این وظایف می‌توان به انگیزه بخشی به کارکنان، الگوسازی و حمایت از افراد و گروه‌ها اشاره کرد (۱۳).

این تحقیق در راستای پاسخ به این پرسش انجام یافته است که آیا بین انگیزه‌های شغلی کارکنان و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد یا نه؟ تحقیقات مشابهی در این زمینه در داخل و خارج از کشور صورت

پذیرفته است، که نتایج برخی از آنها به این نکته اشاره می‌کند که نبود سرمایه مخاطره‌ای^۱ در بخش دولتی موجب بی‌انگیزگی افراد در سازمان‌ها برای نوآوری می‌شود (۱۴) و انگیزه کارکنان به‌عنوان یکی از عوامل فردی، با نوآوری و ابتکار افراد در سازمان رابطه مثبت و معناداری دارد (۱۵، ۱۶). همچنین نتیجه برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که عوامل انگیزشی، عامل اصلی تولیدات نوآورانه و ارائه ایده‌های جدید و نو در سازمان‌هاست؛ و فرهنگی که سرپرستان را تشویق کند تا آزادی بیشتری را در اختیار کارکنان قرار دهد، سبب می‌شود که کارکنان به‌راحتی و بدون ترس از تنبیه، مجازات و اشتباه و با آسودگی خاطر بیشتری به طرح و ارائه ایده‌های نوآورانه بپردازند و اعمال مبتکرانه از خود بروز دهند (۲۱-۱۷).

در این پژوهش، محقق در راستای پاسخ به پرسش اصلی پژوهش، در پی یافتن پاسخ چند پرسش فرعی نیز است. از جمله اینکه آیا رابطه معناداری بین سوابق کاری گوناگون و میزان نوآوری سازمانی وجود دارد؟ آیا تفاوت معناداری بین زنان و مردان و بین افراد با سطوح تحصیلی مختلف در میزان نوآوری سازمانی وجود دارد؟ و اینکه آیا انگیزش شغلی توان پیش‌بینی نوآوری سازمانی را دارد یا نه؟

در این زمینه نیز در داخل و خارج از کشور تحقیقات مشابهی صورت پذیرفته است. محققان در این تحقیقات نشان دادند که میزان تحصیلات کارکنان رابطه معناداری با نوآوری در سازمان دارد، اما بین جنسیت و سابقه کاری رابطه معناداری در میزان نوآوری سازمانی وجود ندارد (۲۲، ۲۳). همچنین انگیزش شغلی از جمله انگیزه درونی توان پیش‌بینی خلاقیت و نوآوری سازمانی را دارد (۲۴، ۲۵).

1. Venture capital

در این پژوهش از پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد؛ از پرسشنامه انگیزش شغلی دانت و همکاران (۱۹۹۶) برای سنجش انگیزش شغلی استفاده شد. این پرسشنامه در مقیاس لیکرت و پنج‌گزینه‌ای بوده و دارای ۳۶ گویه و دو قسمت است. عوامل انگیزشی (انگیزه درونی) قسمت اول این پرسشنامه را در برمی‌گیرد که دارای ۱۷ سؤال است و عوامل بهداشتی (بیرونی) قسمت دوم این پرسشنامه را شامل می‌شود که دارای ۱۹ سؤال است. نتایج محاسبه آلفای کرونباخ نشان داد که این پرسشنامه از پایایی لازم برخوردار است ($\alpha=0/93$). دومین ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه نوآوری سازمانی میرکمالی و چوپانی (۱۳۹۰) است که در قالب مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت طراحی شده و دارای ۱۷ سؤال است. نتایج محاسبه آلفای کرونباخ نشان داد که این پرسشنامه نیز از پایایی لازم برخوردار است ($\alpha=0/94$). همچنین برای تعیین روایی، پرسشنامه‌های مذکور در اختیار چند تن از استادان و افراد صاحب‌نظر در مدیریت ورزشی و مدیریت دولتی قرار داده شد، تا در این زمینه نظرهای اصلاحی خود را بیان کنند و از نظرهای آنان برای رفع نواقص پرسشنامه استفاده شد.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. ابتدا برای سازماندهی و توصیف از آمار توصیفی استفاده شد؛ و در بخش دوم از آزمون کولموگروف اسمیرنوف جهت آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها، از آزمون همبستگی پیرسون با سطح معناداری $\alpha \leq 0/01$ برای بررسی ارتباط بین انگیزش شغلی و نوآوری سازمانی و نیز به منظور بررسی رابطه بین افراد دارای سابقه کاری گوناگون در میزان نوآوری سازمانی، از آزمون تی مستقل جهت تعیین تفاوت میزان نوآوری سازمانی در میان زنان و مردان، از آزمون تحلیل واریانس یکطرفه به منظور سنجش تفاوت میزان نوآوری در افراد با سطوح

سازمان ورزش و جوانان از جمله سازمان‌هایی است که از نظر نیروی انسانی از پتانسیل لازم برای بهبود و توسعه زیرساخت‌های ورزش کشور برخوردار است و نوآوری، مسیر را برای رسیدن به این هدف مهم کوتاه‌تر می‌کند. براساس آنچه گفته شد، مشهود و نمایان است که هر سازمانی برای رسیدن به اهداف خود و همچنین برای کسب موفقیت و ماندگاری در عرصه فعالیت و تلاش نیازمند کارکنانی خلاق و نوآور است. از دیگر سو، بسیار مهم به می‌رسد که سازمان‌ها بتوانند با بهره‌گیری از برخی عوامل آشکار افراد نوآور را شناسایی کنند و به کار گیرند. انگیزش شغلی از جمله این عوامل آشکار است که در صورت مشخص شدن ارتباط آن با نوآوری سازمانی، می‌توان به وسیله آن افراد نوآور را شناسایی کرد و این به سازمان‌ها برای ماندن در عرصه فعالیت و رقابت کمک شایانی می‌کند. با توجه به این ضرورت، محقق در این پژوهش در پی بررسی ارتباط انگیزش شغلی و نوآوری سازمانی در کارمندان و مدیران ادارات ورزش و جوانان است.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف، تحقیقی کاربردی و براساس نحوه گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی (غیرآزمایشی) و روش همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش را تمامی مدیران و کارمندان ادارات ورزش و جوانان استان همدان (به تعداد ۱۴۲ نفر) تشکیل می‌دهند؛ که با بهره‌گیری از جدول مورگان ۱۰۸ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین شدند. در این تحقیق به دلیل پراکندگی ناهمسان کارمندان ابتدا از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای- فضایی و سپس از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده برای انتخاب نمونه پژوهش استفاده شد.

استاندارد آنها $8/307$ است ($M \pm SD = 37 \pm 8/307$). ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (جنسیت، تأهل، میزان تحصیلات و سابقه کاری)، فراوانی و درصد فراوانی کارمندان و مدیران مورد مطالعه در جدول ۱ نشان داده شده است.

تحصیلی مختلف و در نهایت از رگرسیون خطی به منظور پیش‌بینی سهم هر یک از عوامل انگیزشی در نوآوری سازمانی استفاده شد. تجزیه و تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزارهای Spss و Excel صورت گرفت.

نتایج و یافته‌های پژوهش

دامنه سنی گروه نمونه بین ۲۴ تا ۶۲ سال است. میانگین سنی افراد پاسخ‌دهنده ۳۷ سال و انحراف

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارمندان و مدیران

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۵۴/۲
	زن	۴۵/۸
تأهل	متأهل	۸۰/۲
	مجرد	۱۹/۸
میزان تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۸/۵
	فوق‌دیپلم	۱۶/۰
	لیسانس	۵۴/۷
	فوق‌لیسانس و بالاتر	۲۰/۸
سابقه کار	بین ۱ تا ۱۰ سال	۴۸/۵
	بین ۱۱ تا ۲۰ سال	۳۳/۷
	بیشتر از ۲۰ سال	۱۷/۸

به‌دست‌آمده از جدول ماتریس همبستگی، می‌توان گفت که با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ بین انگیزش شغلی و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۴۱۵ است، به‌صورت مستقیم (مثبت) و در حد متوسط است، بدین‌معنا که با بالا رفتن انگیزش شغلی، میزان نوآوری سازمانی نیز در حد متوسط بالا خواهد بود. از طرفی با توجه به مقدار این رابطه می‌توان پیش‌بینی‌های ساده گروهی را نیز انجام داد. در نتیجه در مورد فرضیه شماره ۱، فرضیه تحقیق تأیید و فرض صفر رد شده می‌شود؛ اما نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون که در جدول ۲ ارائه شده است، نشان می‌دهد که بین سابقه کاری افراد و

به‌منظور بررسی طبیعی بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف^۱ استفاده شد. نتایج این آزمون نشان داد که برای هر دو متغیر انگیزه شغلی و نوآوری سازمانی و مؤلفه‌های آنها مقدار معناداری از ۰/۰۵ بیشتر است، در نتیجه توزیع مشاهده‌شده با توزیع نظری یکسان است و تفاوتی بین آن دو وجود ندارد، پس توزیع داده‌ها نرمال است.

به‌منظور بررسی ارتباط انگیزه شغلی و سابقه کاری افراد با میزان نوآوری سازمانی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. با توجه به جدول ۲ و نتایج

1. Kolmogorov-Smirnov

نوآوری سازمانی در سطح $P \leq 0/01$ رابطه معناداری وجود ندارد. در نتیجه در مورد فرضیه شماره ۲، فرض صفر تأیید و فرضیه تحقیق رد می‌شود.

جدول ۲. آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای مورد بررسی

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد (SD)	همبستگی پیرسون (r)	سطح معناداری (Sig)
انگیزش شغلی	۱۲۸/۶۱	۱۹/۱۲	۰/۴۱۵*	۰/۰۰۰**
نوآوری سازمانی	۵۹/۲۷	۱۱/۷۷		
سابقه کاری	۱۲/۸۲	۸/۶۵	۰/۱۴۴	۰/۱۴
نوآوری سازمانی	۵۹/۲۷	۱۱/۷۸		

** در سطح $P \leq 0/01$ معنادار است.

نوآوری سازمانی تفاوت معناداری وجود ندارد، در نتیجه در مورد فرضیه شماره ۳، فرضیه تحقیق رد و فرض صفر تأیید می‌شود.

به‌منظور بررسی تفاوت بین زنان و مردان در میزان نوآوری سازمانی از آزمون تی مستقل استفاده شد. نتایج به‌دست‌آمده از آزمون تی مستقل که در جدول ۳ ارائه شده است، نشان داد که بین کارمندان زن و مرد در میزان

جدول ۳. آزمون تی مستقل برای نوآوری سازمانی

متغیر	میانگین (M)	انحراف استاندارد (S.D)	مقدار t	df	سطح معناداری (Sig)	آزمون لون F	Sig
نوآوری زن	۵۹/۲۳	۱۲/۶۰	-۰/۱۰۵	۱۰۳	۰/۹۱۶	۱/۳۹	۰/۲۴
سازمانی مرد	۵۹/۴۷	۱۱/۲۱					

** در سطح $P \leq 0/01$ معنادار است.

در نهایت از رگرسیون خطی به‌منظور پیش‌بینی سهم هر یک از عوامل انگیزشی در نوآوری سازمانی استفاده شد. یافته‌های به‌دست‌آمده از آزمون رگرسیون خطی که در جدول ۵ ارائه شده، حاکی از آن است که رگرسیون معنادار است $(P = 0/000, F = 21/8)$ و میانگین متغیر مستقل (انگیزه شغلی) می‌تواند به‌طور معناداری متغیر وابسته (نوآوری سازمانی) را پیش‌بینی کند. همان‌طور که در جدول ۵ ملاحظه می‌شود، مدل

از آزمون تحلیل واریانس یکطرفه برای بررسی تفاوت بین سطوح تحصیلی مختلف در میزان نوآوری سازمانی استفاده شد. با توجه به جدول ۴ نتایج تحلیل رگرسیون خطی حاکی از آن است میان سطوح تحصیلی افراد و میزان نوآوری آنها در سازمان تفاوت معناداری وجود ندارد؛ بنابراین در مورد فرضیه شماره ۴، فرضیه تحقیق رد و فرض صفر تأیید می‌شود.

مورد فرضیه شماره ۵، فرض صفر تحقیق رد شده و فرضیه تحقیق تأیید می‌شود.

پیش‌بینی تقریباً ۱۷ درصد واریانس نوآوری سازمانی را پیش‌بینی می‌کند که این میزان برای پیش‌بینی نوآوری سازمانی معنادار است؛ در نتیجه متغیر انگیزه شغلی اثر معناداری در پیش‌بینی نوآوری سازمانی دارد، بنابراین در

جدول ۴. تحلیل واریانس برای نوآوری سازمانی

سطح معناداری (Sig)	F	Df		انحراف استاندارد (S.D)	میانگین	تحصیلات
		درون گروهی	بین گروهی			
۰/۵۴	۰/۷۸	۱۰۲	۴	۷/۱۰	۵۷/۶۶	دیپلم و پایین‌تر
				۹/۳۸	۶۳/۲۹	فوق‌دیپلم
				۱۳/۷۶	۵۷/۹۸	لیسانس
				۸/۸۷	۵۷/۹۵	فوق‌لیسانس و بالاتر

** در سطح $P \leq 0.01$ معنادار است.

جدول ۵. ضریب رگرسیون و آزمون آنوا برای پیش‌بینی نوآوری سازمانی به وسیله انگیزش شغلی

سطح معناداری (Sig)	متغیر	R	میزان استاندارد نشده (B)	ضرایب استاندارد شده (β)	مجذور (R) تنظیم شده	t
۰/۰۰۰ **	انگیزش شغلی	۰/۴۱۵	۰/۲۵۵	۰/۴۱۵	۰/۱۶۴	۴/۶۷
۰/۰۰۰	ثابت	-----	۲۶/۴۳	-----	-----	۳/۷۲

$$R^2 = 0.172, F = 21.8, P = 0.000$$

** در سطح $P \leq 0.01$ معنادار است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه انگیزه شغلی و نوآوری سازمانی در کارمندان و مدیران ادارات ورزش و جوانان استان همدان بود. در زمینه فرضیه اول این تحقیق، یافته‌ها بیانگر آن است که انگیزه شغلی رابطه مثبت و معناداری با نوآوری سازمانی دارد. در نتیجه می‌توان گفت میزان نوآوری سازمانی در کارمندانی که از انگیزش شغلی مناسبی برخوردارند، بیشتر است. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات برینز (۲۰۰۱)، وانگ (۲۰۰۳)،

والنسیا و همکاران (۲۰۱۰)، حسینی و صادقی (۲۰۱۰)، سجادی (۱۳۸۴)، رشیدی و شهرآرای (۱۳۸۷)، تقی‌پور و همکاران (۱۳۹۰) و زرغامی و همکاران (۱۳۹۲) همخوانی دارد. هر کدام از این محققان به‌نحوی در مطالعات خود وجود ارتباط مثبت بین عوامل انگیزشی و نوآوری را تأیید کرده‌اند. براساس نتایج پژوهش‌های قبلی، مشخص می‌شود که نوآوری امری اکتسابی است و قابلیت بهبود توانمندی نوآوری افراد از طریق یادگیری و آموزش وجود دارد. همچنین با توجه تحقیقات انجام‌گرفته قبلی

مشخص شده است که فرهنگ و ساختار سازمانی تأثیر بسیاری در انگیزه نوآوری کارکنان دارد (۱۵). در نتیجه با توجه به نتایج پژوهش‌های صورت گرفته در گذشته و همچنین با تکیه بر نتایج این تحقیق به جرات می‌توان گفت که برای بهبود وضع نوآوری در سازمان باید از انگیزه شغلی لازم برای ایجاد نوآوری برخوردار باشند. در نهایت با مقایسه نتیجه این تحقیق و نتایج تحقیقات قبلی به نظر می‌رسد که انگیزه شغلی عامل مهمی در بهبود و توسعه نوآوری در سازمان‌هاست و با توجه به اینکه تأثیرپذیری نوآوری سازمانی از انگیزه کارمندان در ادارات و سازمان‌های مختلف تأیید شده است، می‌توان نتیجه این تحقیق را به تمام ادارات و سازمان‌ها بسط داد و انگیزه شغلی کارمندان را به عنوان یکی از تأثیرگذارترین عوامل مربوط به نیروی انسانی، در ایجاد و بهبود نوآوری در سازمان‌ها در نظر گرفت.

فرضیه دوم پژوهش حاضر، بیانگر آن بود که رابطه معناداری بین سوابق کاری گوناگون و میزان نوآوری سازمانی وجود دارد. نتایج این تحقیق نشان داد که سوابق کاری افراد بر میزان نوآوری سازمانی تأثیرگذار نیست. وجود کارمندان با سوابق کاری بالا در میزان نوآوری سازمانی تأثیر چندانی ندارد و نمی‌توان گفت سازمان‌هایی که کارمندانی با سابقه کاری بالا دارند، نسبت به سایر سازمان‌ها نوآورترند. نتایج تحقیق ما با نتایج تحقیق اسمیت (۲۰۰۵) و صفری و همکاران (۱۳۸۸) همخوانی دارد. بر این اساس، با توجه به نتایج این تحقیق و تحقیقات قبلی نمی‌توان بین افراد با سوابق کاری متفاوت در ایجاد و بهبود فعالیت‌های نوآورانه در سازمان تفاوت قائل شد. در نتیجه ادارات ورزش و جوانان باید بدون هیچ‌گونه تبعیض بین افراد با سوابق کاری متفاوت زمینه را برای بهره‌مندی از توانایی‌های کلیه کارمندان خود فراهم سازند و تمامی کارمندان را به مشارکت در طراحی

روش‌ها و ایده‌های نوآورانه تشویق کنند.

فرضیه سوم ما بیانگر این بود که تفاوت معناداری بین زنان و مردان در میزان نوآوری سازمانی وجود دارد. نتایج این تحقیق نشان داد که جنسیت در میزان نوآوری سازمانی تأثیرگذار نیست. نتایج تحقیق ما یافته‌های تحقیق اسمیت (۲۰۰۵)، صفری و همکاران (۱۳۸۸) و شیخ‌الاسلامی و رضویه (۱۳۸۴) را تأیید می‌کند. نتایج پژوهش آنها حاکی از آن است که جنسیت رابطه معناداری با خلاقیت و نوآوری افراد در سازمان‌ها و ادارات ندارد، بدان معنا که نمی‌توان جنسیت را محدودکننده نوآوری در سازمان‌ها تلقی کرد. در نتیجه زن یا مرد بودن در توانایی بروز ایده‌های جدید و نو در سازمان تفاوتی را ایجاد نمی‌کند. در هر صورت، با توجه به اینکه میزان مشارکت فعالانه زنان و مردان در تمامی فعالیت‌های سازمان و تصمیم‌گیری‌های مختلف در سازمان‌های کشورمان به یک اندازه نیست، بنابراین احساس می‌شود که ادارات ورزش و جوانان باید از توان کلیه نیروهای خود استفاده کنند (۲۵) و محیط سازمان را به گونه‌ای طراحی کنند تا تمام کارمندان بتوانند در طرح و ارائه ایده‌های جدید و نوآورانه در سازمان به راحتی مشارکت داشته باشند.

فرضیه چهارم بیانگر این بود که بین سطوح تحصیلی گوناگون تفاوت معناداری در میزان نوآوری سازمانی وجود دارد. نتایج این تحقیق نشان داد که سطوح تحصیلی گوناگون در میزان نوآوری سازمانی افراد تأثیرگذار نیست. یافته‌های تحقیق ما با یافته‌های اسمیت (۲۰۰۵) و صفری و همکاران (۱۳۸۸) همخوانی ندارد. توجهی که در این زمینه می‌توان ارائه کرد این است که جامعه آماری پژوهش‌های ذکر شده را کارشناسان ستادی و افرادی تشکیل می‌دهند که نقش بیشتری در تصمیم‌گیری‌ها و فعالیت‌های سازمان دارند؛ حال آنکه جامعه آماری پژوهش

دانشجویان دانشگاه شیراز با توجه به متغیرهای انگیزش بیرونی، انگیزش درونی و جنسیت» به بررسی رابطه بین انگیزش و خلاقیت دانشجویان دانشگاه شیراز پرداختند. یافته‌های پژوهش آنها نشان داد که انگیزش درونی در مقایسه با انگیزش بیرونی و جنسیت، نقش بیشتری در پیش‌بینی خلاقیت دانشجویان ایفا کرده است. در حقیقت، درگیر شدن در فعالیت‌ها براساس علائق و تمایلات فردی، از ویژگی‌هایی است که افراد خلاق و نوآور از آن برخوردارند (۲۶). بیشتر محققان انگیزش را یکی از ویژگی‌های بدیع افراد خلاق و نوآور محسوب می‌کنند. به‌گونه‌ای که برخی از آنها انگیزش را نیروی درونی می‌دانند که افراد را به سمت کارهای خلاقانه سوق می‌دهد. با توجه به نظرهای برخی پژوهشگران و با استناد به نتایج این پژوهش، می‌توان گفت که انگیزش شغلی از توان لازم برای پیش‌بینی نوآوری سازمانی برخوردار است.

حاضر کارمندانی بودند که در تصمیم‌گیری‌های کلان سازمانی نقش چندانی ندارند. با توجه به نتیجه این تحقیق به نظر می‌رسد که میزان تحصیلات افراد نسبت به آزادی عملی که در سازمان دارند، در بروز و توسعه فعالیت‌های نوآورانه آنها در سازمان نقش کمتری دارد و این آزادی عمل و داشتن اختیار در تصمیم‌گیری‌هاست که افراد را به سوی ارائه طرح‌ها و ایده‌های نوآورانه در سازمان سوق می‌دهد.

فرضیه پنجم ما بیانگر این بود که انگیزه شغلی توان پیش‌بینی نوآوری سازمانی را دارد. براساس نتایج این تحقیق می‌توان گفت که میانگین انگیزش شغلی به‌عنوان متغیر مستقل، اثر معناداری در پیش‌بینی نوآوری سازمانی (متغیر وابسته) دارد. نتایج این تحقیق به‌نوعی با نتایج تحقیق شیخ‌الاسلامی و رضویه (۱۳۸۴) و تبریزی و همکاران (۱۳۸۴) همخوانی دارد. شیخ‌الاسلامی و رضویه (۱۳۸۴) در پژوهشی با عنوان «پیش‌بینی خلاقیت و

منابع و مأخذ

1. Chaharbaghi, K. Organizations, transformability and the dynamics of strategy. *Management Decision* 2005; 43(1): 6-12.
2. Mansouri H. Taheri D. Konjkaov M. Manfard A. Evaluation of the effect of knowledge management strategy on HRM functions in university libraries and higher education institutions using the BSC approach. *Research and information processing and management*. 2011; 27(1): 278.
3. Rezaian A. Principles of organization and management. 13. Tehran. Publication samt; 2009.
4. Drucker, P. Innovation and Entrepreneurship. USA: Harper & Row Publishers Inc 2002; 1: 33.
5. Hage, J. Organizations and innovation: contributions from organizational sociology and administrative science. In S. Casper & F. Van Waarden (Eds.). *Innovation and Institutions: A Multidisciplinary Review of the Study of Innovation Systems*. 2005; 3: 71-112.
6. Rahmani T. Hayati S. The effect of information and communication technology on the growth of productivity of total production factors: an intergovernmental study. *Quarterly journal of economic research*. 2007; 33: 25-51.

7. Chen D. Dahlman, C,J. The Knowledge economy, the KAM Methodology and World Bank Operation, Washington, DC: World Bank Institute, working paper 20433; 2005. Available from: <http://papers.ssrn.com>.
8. Guellec D. Pottelsberghe B,V. From R&D to Productivity Growth: The Sources of knowledge spillovers and their interaction. Oxford Bulletin of Economics and Statistics 2004; 1.
9. Lederman D. Saenz L. Innovation and Development around the World, 1960-2000 World Bank Policy Research Working. 2005; 3774.
10. Betis S. The motivation part of the operating managers of the style. Translate Sadegh Husseini karani. Tehran; 2012.
11. Tashman M. Orielisoom C. Innovation platform win (applied leadership guidelines for management of transformation and modernization of the enterprise). Translate Abdulreza Rezainejad. Tehran. Publishing Ghazal; 2003.
12. Bevins W. An investigation of gender differences in motivation of senior administrators in Virginia Community colleges using Hertzberg's Two – Factor Theory; 2006.
13. Mirmiran S,G. Creativity and innovation (individual, group, organizational). 1. Tehran: Gahar Publishing; 2005.
14. Sandford B. Encouraging innovation in the public sector. Journal of Intellectual Capital. 2001; 2(3): 310 – 319.
15. Valencia N. Sanz R. Jimenez J. (2010). Organization culture as determinant of product innovation, *European Journal of Innovation Management*. 2010; 13(4): 466-480.
16. Wong S. Motivators to creativity in hotel industry. Tourism manag Journal. 2003; 24(5): 9-551.
17. Taghipour A. Naiami A. Nisea A . The relationship of organizational culture with Job motivation, job excitement and innovative behavior through mediation of rheonological empowerment. Journal of behavioral sciences. 2011; 5(4): 331.
18. Rashidi I. Shahriari M. Investigate the relationship between creativity and control source. Quarterly journal of educational sciences. 2008;3: 83-99.
19. Sajjadi H. The attitude of managers towards the factors affecting the creativity and innovation of hospital managers. Journal of Management and medical informatics. 2005; 8(19): 58-59.
20. Zarghami H. Jafari M. Akhavan P. Investigating the relationship between creativity and the motivation of individuals to innovate in research organizations (case study of intelligent processes research symptoms). 2012. Available at: <http://www.SYSTEM.parsiblog.com>
21. Hosseini M. Sadeghi T. Effective factors on faculty members' creativity and innovation and presenting strategy for promotion. Iranian Journal of Educational Strategies. 2010; 3(1): 4.
22. Smith, H. Influence of inter- organizational and extra- organizational factors on. 2005.

23. Safari S. Tondnevis F. Hadavi F. The relationship between organizational structure and innovation of staff of the Iranian educational institution. 2009. Available at: <http://www.SID.ir>.
24. Tabrizi G. Tondnevis F. Amirtash A. The Relationship between organizational culture and creativity of academic members of educational groups in governmental universities of the country. *Journal of motion science and sports*. 2005; 1(6): 148-149.
25. Sheikholeslami R. Razaviyeh A. The prediction of creativity of students in Shiraz University with regard to the variables of external motivation, internal motivation and gender. *Journal of social sciences and humanities university of Shiraz*. 2005; 22(4): 100-101.
26. Runco M, A. Operant Theories of Insight, Originality and Creativity. *American Behavioral Scientist*. 1993; 37(1): 54-68.