



شناسایی ابعاد مدیریت نوآوری با رویکرد روانشناختی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران

سمانه شیرزاد: دکتری تخصصی مدیریت آموزش عالی، مدرس دانشگاه فرهنگیان واحد خواران فاطمه الزهرا ساری (س). (* نویسنده مسئول)
Samaneh.shirzad65@gmail.com

چکیده

کلیدواژه‌ها

مدیریت نوآوری،
رویکرد روانشناختی،
مدیریت آموزشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۱۲

تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۰۲/۲۰

زمینه و هدف: نوآوری به عنوان یکی از عوامل کلیدی توسعه سازمان‌ها، نیازمند مدیریت مؤثر با توجه به جنبه‌های روانشناختی است. در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران، شناسایی ابعاد مدیریت نوآوری با رویکرد روانشناختی می‌تواند به بهبود عملکرد و ارتقای کیفیت آموزش کمک کند. این پژوهش به بررسی و تحلیل این ابعاد می‌پردازد.

روش کار: این پژوهش کاربردی، با رویکرد آمیخته و طرح اکتشافی انجام شد. در بخش کیفی از روش دلفی با ۱۰ نفر از اعضای هیأت علمی منتخب استفاده شد و در بخش کمی، ۳۰۸ نفر از اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای مورد بررسی قرار گرفتند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند و پرسشنامه ۶۶ سوالی طراحی شده توسط پژوهشگر جمع‌آوری شد. تحلیل داده‌ها شامل آمار توصیفی و تحلیل عاملی اکتشافی با نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ و سطح معناداری ۰/۰۵ بود.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان دادند که عوامل روانشناختی نظیر سبک مدیریت آموزش، توسعه منابع انسانی، مشوق‌های سازمانی و فرهنگ سازمانی نقش کلیدی در تقویت مدیریت نوآوری دارند. ظرفیت جذب سازمانی و ساختار سازمانی نیز به عنوان عوامل مهمی در تسهیل فرآیند نوآوری شناخته شدند. علاوه بر این، روش‌های تدریس با رویکرد روانشناختی و فراهم بودن منابع و امکانات، زمینه‌ساز افزایش خلاقیت و نوآوری در دانشگاه‌ها محسوب می‌شوند.

نتیجه‌گیری: پژوهش حاضر نشان داد که مدیریت نوآوری در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران، دارای ابعاد چندگانه و پیچیده‌ای است که هر یک با رویکرد روانشناختی قابل شناسایی و تحلیل می‌باشند. این ابعاد شامل سبک مدیریت آموزش، توسعه منابع انسانی، مشوق‌های سازمانی، فرهنگ سازمانی، ظرفیت جذب، ساختار سازمانی، روش‌های تدریس و منابع و امکانات است که همگی نقش مهمی در تسهیل یا موانع نوآوری ایفا می‌کنند. نتایج این مطالعه بیانگر آن است که موفقیت مدیریت نوآوری تنها وابسته به فراهم آوردن منابع و ساختارهای فیزیکی نیست، بلکه توجه به جنبه‌های روانشناختی کارکنان و اعضای دانشگاه، ایجاد فضای حمایتی و انگیزشی، و بهبود روش‌های تدریس و آموزش از طریق رویکردهای روانشناختی، می‌تواند به طور قابل ملاحظه‌ای اثربخشی نوآوری را افزایش دهد. بدین ترتیب، رویکرد روانشناختی در مدیریت نوآوری به عنوان یک چارچوب کارآمد، به دانشگاه‌ها کمک می‌کند تا ضمن ارتقاء ظرفیت‌های خود، زمینه رشد و پایداری نوآوری‌های سازمانی را فراهم سازند.

تعارض منافع: گزارش نشده است.

منبع حمایت‌کننده: حامی مالی ندارد.

شیوه استناد به این مقاله:

Shirzad S. Identifying the Dimensions of Innovation Management with a Psychological Approach in the Islamic Azad Universities of Mazandaran Province. Razi J Med Sci. 2023;30(2): 314-322.

*انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با 3.0 CC BY-NC-SA صورت گرفته است.



Original Article

Identifying the Dimensions of Innovation Management with a Psychological Approach in the Islamic Azad Universities of Mazandaran Province

Samaneh Shirzad: Ph.D. in Higher Education Management, Lecturer at Farhangian University, Fatemeh Zahra Women's Campus, Sari. (* Corresponding author) Samaneh.shirzad65@gmail.com

Abstract

Background & Aims: The Islamic Azad Universities of Mazandaran Province, with their diverse academic disciplines, wide geographic coverage, and significant population of students and faculty members, possess a high capacity for innovation development. However, experience shows that many innovative projects within these universities are halted at early stages or fail to reach operational phases due to managerial, structural, cultural, and psychological challenges. Among the most important of these challenges are the lack of proper identification of motivational and psychological factors influencing innovation, the weakness in creating a psychologically safe environment for expressing new ideas, the lack of alignment between management policies and the psychological needs of innovators, and the absence of support systems for managing failures and risks associated with innovation. These factors prevent the potential innovation capacity of the universities in Mazandaran Province from being realized and cause opportunities for scientific and technological growth and development to be lost. To address these challenges, it is essential to identify the dimensions of innovation management from a psychological perspective so that, relying on scientific findings and localizing them within the cultural and structural context of the Islamic Azad Universities of Mazandaran Province, development and management programs for innovation can be designed and implemented with a human-centered and psychological approach. Such an approach, while enhancing the psychological capital of university members, fosters intrinsic motivation and commitment to innovative processes, increases tolerance for failure and positive risk-taking, and ultimately facilitates the innovation process. Moreover, identifying the psychological dimensions of innovation management can lead to the design of human resource policies aligned with strengthening innovation, the development of training courses to enhance soft skills related to innovation, the establishment of reward systems compatible with psychological motivations, the creation of an organizational culture that supports innovation, and the formation of collaborative networks among faculty members and students. These measures, combined with structured innovation management, can transform the Islamic Azad Universities of Mazandaran Province into entrepreneurial, innovative, and socially responsive institutions. Given the importance and necessity of this subject, the present study was conducted with the aim of identifying the dimensions of innovation management from a psychological perspective in the Islamic Azad Universities of Mazandaran Province. By scientifically explaining the dimensions and indicators of this topic, the study seeks to lay the groundwork for developing localized models to enhance innovation in the province's universities. The outcomes of this research can assist university managers, policymakers, and planners in better understanding the psychological components related to innovation management, adopting effective approaches to achieve scientific, research, and entrepreneurial goals, and leveraging the capacities of university members for societal development and problem-solving.

Methods: This applied research was conducted using a mixed-methods approach with an exploratory design. In the qualitative phase, the Delphi method was employed with 10 selected faculty members. In the quantitative phase, 308 faculty members from the Islamic Azad Universities of Mazandaran Province were surveyed using stratified random sampling. Data were collected through semi-structured interviews and a 66-item questionnaire designed by

Keywords

Innovation Management,
Psychological Approach,
Educational Management

Received: 01/02/2023

Published: 10/05/2023

the researcher. Data analysis included descriptive statistics and exploratory factor analysis using SPSS version 26, with a significance level set at 0.05.

Results: The findings indicated that psychological factors such as the style of educational management, human resource development, organizational incentives, and organizational culture play a key role in strengthening innovation management. Organizational absorption capacity and organizational structure were also identified as important factors facilitating the innovation process. Furthermore, teaching methods based on psychological approaches and the availability of resources and facilities were found to foster increased creativity and innovation within universities.

Conclusion: This study demonstrated that emphasizing a psychological approach in each dimension of innovation management at the Islamic Azad Universities of Mazandaran Province highlights the importance of human factors, attitudes, motivations, and psychological interactions in the innovation process. The results suggest that the success of innovation management depends not only on providing resources and physical structures but also on addressing the psychological aspects of university staff and members, creating supportive and motivational environments, and improving teaching and training methods through psychological approaches, which can significantly enhance innovation effectiveness.

Conflicts of interest: None

Funding: None

Cite this article as:

Shirzad S. Identifying the Dimensions of Innovation Management with a Psychological Approach in the Islamic Azad Universities of Mazandaran Province. Razi J Med Sci. 2023;30(2): 314-322.

***This work is published under CC BY-NC-SA 3.0 licence.**

مقدمه

دانشگاه‌ها به‌عنوان نهادهای تولید و انتقال دانش، نقشی حیاتی در توسعه علمی، اقتصادی و اجتماعی جوامع ایفا می‌کنند و در این میان، دانشگاه‌های آزاد اسلامی به دلیل گستردگی جغرافیایی و جمعیتی، سهم قابل توجهی در ارتقاء سرمایه انسانی و توسعه علمی کشور دارند (۱). با توجه به تحولات سریع در عرصه‌های علمی و فناوری و تغییرات مداوم نیازهای جامعه، توجه به مقوله مدیریت نوآوری در دانشگاه‌ها به‌عنوان یکی از راهبردهای کلیدی جهت حفظ و ارتقاء کیفیت آموزشی، پژوهشی و کارآفرینی ضروری است. مدیریت نوآوری، فرایندی هدفمند جهت خلق، توسعه و به‌کارگیری ایده‌های نوآورانه در سطح فردی و سازمانی برای ارتقاء عملکرد و پاسخگویی به نیازهای جدید محیطی است و دانشگاه‌ها به‌عنوان بستر اصلی پرورش نوآوری نیازمند سازوکارهای کارآمد در این حوزه می‌باشند (۲).

از سوی دیگر، روانشناسی به‌عنوان علمی که به مطالعه رفتار، شناخت و احساسات انسان می‌پردازد، می‌تواند در تحلیل و بهبود ابعاد مدیریت نوآوری نقش مؤثری ایفا کند؛ چرا که نوآوری، پدیده‌ای صرفاً فناورانه و ابزاری نیست، بلکه متأثر از نگرش‌ها، انگیزش‌ها، باورها، هیجانات و توانمندی‌های روانشناختی اعضای سازمان است. رویکرد روانشناختی در مدیریت نوآوری تأکید دارد که پیش‌نیاز تحقق نوآوری، ایجاد بسترهایی است که در آن مؤلفه‌هایی مانند انگیزه درونی، خودکارآمدی، تحمل ابهام، تمایل به ریسک‌پذیری، انعطاف‌پذیری شناختی، ذهنیت رشد، امید و تاب‌آوری روانی در اعضا شکل گیرد و توسعه یابد. این مؤلفه‌ها موجب ارتقاء ظرفیت نوآوری در سطح فردی و گروهی شده و در نهایت عملکرد سازمانی را در جهت نوآوری هدایت می‌کند (۳). روانشناختی مدیریت نوآوری به مطالعه و بررسی عوامل و فرایندهای روانشناختی می‌پردازد که بر خلق، توسعه و به‌کارگیری نوآوری در سازمان‌ها اثرگذارند. این حوزه فراتر از جنبه‌های فنی و ساختاری نوآوری است و تأکید ویژه‌ای بر نقش افراد، رفتارها، نگرش‌ها و فرایندهای ذهنی آنها دارد. در واقع، نوآوری یک فرایند انسان‌محور است و تحقق آن به‌طور مستقیم تحت تأثیر متغیرهای روانشناختی مانند انگیزه، باور به خود، تاب‌آوری در برابر ناکامی، خلاقیت، ذهنیت رشد،

و توانایی مدیریت هیجان‌ها قرار دارد (۴). یکی از مهم‌ترین ابعاد روانشناختی مدیریت نوآوری، انگیزش درونی است. انگیزش درونی به معنای اشتیاق و تمایل فرد برای انجام کارها به دلیل لذت و ارزش شخصی است و به‌طور چشمگیری با ایجاد نوآوری مرتبط است. افرادی که انگیزه درونی بالایی دارند، بیشتر تمایل دارند ایده‌های جدید را خلق کنند، ریسک پذیر باشند و در مواجهه با شکست‌ها مقاومت کنند. این نوع انگیزش برخلاف انگیزش بیرونی که بیشتر وابسته به پاداش‌ها و تنبیه‌های خارجی است، باعث پایداری و تعهد بلندمدت نسبت به فعالیت‌های نوآورانه می‌شود. خودکارآمدی نیز یکی از مولفه‌های کلیدی روانشناختی مدیریت نوآوری است که به باور فرد نسبت به توانایی‌های خود در انجام وظایف نوآورانه اشاره دارد. افراد با خودکارآمدی بالا، چالش‌ها را فرصت‌هایی برای یادگیری می‌بینند و توانایی بیشتری در مدیریت مشکلات و موانع نوآوری دارند (۵). این باور به توانایی‌های فردی نقش مؤثری در افزایش تلاش، استقامت و خلاقیت ایفا می‌کند. علاوه بر این، تحمل ابهام و عدم قطعیت یکی دیگر از ویژگی‌های روانشناختی مهم در فرایند نوآوری است. نوآوری معمولاً با شرایط نامطمئن، پیچیده و متغیر همراه است و افرادی که می‌توانند با ابهام و عدم قطعیت کنار بیایند و از آن به‌عنوان محرکی برای تفکر خلاق و تصمیم‌گیری‌های نوآورانه بهره ببرند، در ایجاد و توسعه نوآوری موفق‌تر عمل می‌کنند. انعطاف‌پذیری شناختی، که به توانایی تغییر دیدگاه‌ها و راهبردهای فکری برای تطبیق با شرایط جدید و مسائل پیچیده گفته می‌شود، نقش مهمی در فرایند نوآوری دارد. افرادی با انعطاف‌پذیری شناختی بالا، قادرند از چارچوب‌های فکری محدود فراتر رفته و راه‌حل‌های بدیع ارائه دهند (۶). از سوی دیگر، ایجاد فضای روانی امن و حمایتگر در سازمان، به افراد این امکان را می‌دهد که بدون ترس از انتقاد یا شکست، ایده‌های نو خود را مطرح کنند و ریسک‌های معقول را بپذیرند. این فضا باعث می‌شود که افراد انگیزه و جسارت بیشتری برای مشارکت در فرایند نوآوری داشته باشند و توانمندی‌های خود را بهتر بروز دهند. در نهایت، مدیریت نوآوری با رویکرد روانشناختی، فراتر از مدیریت صرف منابع و فرایندها است و به شناخت عمیق‌تر ویژگی‌ها و نیازهای روانی افراد

می‌پردازد تا بتواند ضمن تقویت سرمایه انسانی و روانی، فرهنگ سازمانی نوآورانه را به وجود آورد که در آن نوآوری به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از رفتار و نگرش روزمره همه اعضا نهادینه شود (۷).

دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران، با دارا بودن تنوع رشته‌ای، گستره جغرافیایی و جمعیت قابل توجه دانشجویان و اعضای هیئت علمی، ظرفیت بالایی برای توسعه نوآوری دارند. با این حال، تجربه نشان می‌دهد که بسیاری از طرح‌های نوآورانه در این دانشگاه‌ها به دلیل چالش‌های مدیریتی، ساختاری، فرهنگی و روانشناختی، در مراحل اولیه متوقف شده یا به مرحله عملیاتی نمی‌رسند (۸). از مهم‌ترین این چالش‌ها می‌توان به عدم شناسایی صحیح عوامل انگیزشی و روانشناختی مؤثر بر نوآوری، ضعف در ایجاد فضای روانی ایمن برای ابراز ایده‌های نو، عدم هماهنگی بین سیاست‌های مدیریتی و نیازهای روانی نوآوران و فقدان نظام‌های حمایتی برای مدیریت شکست‌ها و ریسک‌های نوآوری اشاره کرد. این عوامل باعث می‌شوند ظرفیت بالقوه نوآوری در دانشگاه‌های استان مازندران به بالفعل تبدیل نشود و فرصت‌های رشد و توسعه علمی و فناوریانه به هدر رود. برای رفع این چالش‌ها، شناسایی ابعاد مدیریت نوآوری با رویکرد روانشناختی ضروری است تا بتوان با تکیه بر یافته‌های علمی و بومی‌سازی آنها در بافت فرهنگی و ساختاری دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران، برنامه‌های توسعه و مدیریت نوآوری را با رویکردی انسان‌محور و روانشناختی طراحی و اجرا کرد (۹). چنین رویکردی ضمن ارتقاء سرمایه روانشناختی اعضای دانشگاه، موجب ایجاد انگیزه درونی و تعهد نسبت به فرآیندهای نوآورانه، افزایش تحمل شکست و ریسک‌پذیری مثبت و در نهایت تسهیل فرایند نوآوری می‌شود (۱۰).

از سوی دیگر، شناسایی ابعاد روانشناختی مدیریت نوآوری می‌تواند منجر به طراحی سیاست‌های منابع انسانی همسو با تقویت نوآوری، طراحی دوره‌های آموزشی برای توسعه مهارت‌های نرم مرتبط با نوآوری، ایجاد نظام‌های پاداش‌دهی متناسب با انگیزش‌های روانشناختی، ایجاد فرهنگ سازمانی حامی نوآوری و

ایجاد شبکه‌های همکارانه میان اعضای هیئت علمی و دانشجویان گردد (۱۱). این اقدامات در کنار یک مدیریت نوآوری ساختارمند می‌تواند دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران را به دانشگاه‌هایی کارآفرین، نوآور و پاسخگو به نیازهای جامعه تبدیل کند (۱۲). با توجه به اهمیت و ضرورت موضوع، پژوهش حاضر با هدف شناسایی ابعاد مدیریت نوآوری با رویکرد روانشناختی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران انجام شده است تا بتوان با تبیین علمی ابعاد و شاخص‌های این موضوع، زمینه‌ساز تدوین مدل‌های بومی برای ارتقاء نوآوری در دانشگاه‌های استان گردید. دستاوردهای این پژوهش می‌تواند به مدیران، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان دانشگاهی کمک کند تا با شناخت دقیق‌تر مولفه‌های روانشناختی مرتبط با مدیریت نوآوری، رویکردهای اثربخشی را در راستای تحقق اهداف علمی، پژوهشی و کارآفرینی دانشگاه اتخاذ کنند و از ظرفیت‌های اعضای دانشگاه در مسیر توسعه و حل مسائل جامعه بهره‌مند گردند.

روش کار

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش آمیخته (کیفی و کمی) با طرح اکتشافی بود که با کد اخلاق IR.IAU.SARI.REC.1398.052 در کمیته کد اخلاق دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری به تصویب رسید. در رویکرد کیفی، از روش دلفی و در رویکرد کمی چون به بررسی وضعیت موجود پرداخته، از روش توصیفی از نوع پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری مورد مطالعه از دو گروه تشکیل شده است: بخش کیفی: اساتید دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران که دارای مدرک تحصیلی دکتری، سابقه تدریس بالای ۱۰ سال و مرتبه علمی دانشیار و بالاتر بودند، به تعداد ۲۰ نفر مورد شناسایی قرار گرفته و در بخش کیفی از نظرات آنان استفاده شد. بخش کمی: اعضای هیات علمی دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران به تعداد ۱۵۳۷ نفر که در بخش کمی از نظرات آنان استفاده شده است. در بخش کیفی با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و با در نظر گرفتن قانون اشباع به تعداد

فراوانی و نمودارهای توزیعی به منظور توصیف ویژگی‌های نمونه آماری و متغیرهای مورد بررسی به کار گرفته شد. در بخش آمار استنباطی و برای شناسایی ابعاد مدیریت نوآوری، از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده گردید. تمامی تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ انجام شد و سطح معنی‌داری آزمون‌ها ۰/۰۵ تعیین گردید.

یافته‌ها

در این بخش نتایج تحلیل داده‌های پرسشنامه مدیریت نوآوری با رویکرد روانشناختی که شامل ۶۶ سوال و ۸ بعد اصلی است ارائه می‌شود. این ابعاد شامل «سبک مدیریت آموزش با رویکرد روانشناختی»، «توسعه منابع انسانی با رویکرد روانشناختی»، «مشوق‌های سازمانی»، «فرهنگ سازمانی»، «ظرفیت جذب با رویکرد روانشناختی»، «ساختار سازمان»، «روش‌های تدریس با رویکرد روانشناختی» و «منابع و امکانات» می‌باشد. داده‌های جمع‌آوری شده از نمونه مورد مطالعه دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران توسط پرسشنامه بررسی و تحلیل شدند. جدول ۱ میانگین و انحراف معیار ابعاد مدیریت نوآوری مورد بررسی را نشان می‌دهد.

جدول ۱- میانگین و انحراف معیار ابعاد مدیریت نوآوری

ابعاد مدیریت نوآوری	تعداد سوالات	میانگین	انحراف معیار
سبک مدیریت آموزش با رویکرد روانشناختی	۱۰	۴/۱۲	۰/۵۴
توسعه منابع انسانی با رویکرد روانشناختی	۸	۳/۹۵	۰/۶۱
مشوق‌های سازمانی	۸	۳/۷۸	۰/۶۷
فرهنگ سازمانی	۸	۳/۸۸	۰/۵۹
ظرفیت جذب با رویکرد روانشناختی	۸	۳/۶۵	۰/۷۲
ساختار سازمان	۸	۳/۷۰	۰/۶۹
روش‌های تدریس با رویکرد روانشناختی	۸	۴/۰۵	۰/۵۳
منابع و امکانات	۸	۳/۸۳	۰/۶۰

جدول ۲ ضریب آلفای کرونباخ هر یک از ابعاد را جهت سنجش پایایی پرسشنامه ارائه می‌دهد. با توجه به نتایج جدول شماره ۲ ضرایب آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ نشان‌دهنده پایایی مناسب هر یک از ابعاد پرسشنامه است که بیانگر ثبات و همبستگی داخلی مطلوب

۱۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. پژوهشگر بعد از مصاحبه نهم با اشباع داده‌ها مواجه شد، ولی جهت اطمینان از کفایت داده‌ها، فرایند مصاحبه تا نفر دهم ادامه یافت، لذا نمونه آماری در این بخش ۱۰ نفر می‌باشد. در بخش کمی بر اساس فرمول کوکران، تعداد ۳۰۸ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای براساس مرتبه علمی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. گردآوری داده‌ها به روش میدانی در این پژوهش در دو مرحله انجام شد. برای جمع‌آوری داده‌های کیفی از مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته استفاده شد. در بخش کمی براساس معیارهای استخراج شده از مرحله کیفی به طراحی پرسش‌نامه محقق ساخته مدیریت نوآوری با رویکرد روانشناختی جهت جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز استفاده شد. این پرسش‌نامه دارای ۶۶ سوال و ۸ بعد «سبک مدیریت آموزش با رویکرد روانشناختی»، توسعه منابع انسانی با رویکرد روانشناختی، مشوق‌های سازمانی، فرهنگ سازمانی، ظرفیت جذب با رویکرد روانشناختی، ساختار سازمان، روش‌های تدریس با رویکرد روانشناختی و منابع و امکانات» می‌باشد که در طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) طراحی و تنظیم شده و به ترتیب از ۱ تا ۵ نمره‌گذاری می‌شود.

در این پژوهش جهت شناسایی ابعاد مدیریت نوآوری با رویکرد روانشناختی، ابتدا پس از جمع‌آوری داده‌ها، مراحل تحلیل آماری به صورت دو بخش توصیفی و استنباطی انجام شد. در بخش آمار توصیفی، شاخص‌هایی مانند میانگین، انحراف معیار، درصد

جدول ۲- ضریب آلفای کرونباخ ابعاد مدیریت نوآوری

ابعاد مدیریت نوآوری	تعداد سوالات	آلفای کرونباخ
سبک مدیریت آموزش با رویکرد روانشناختی	۱۰	۰/۸۷
توسعه منابع انسانی با رویکرد روانشناختی	۸	۰/۸۵
مشوق‌های سازمانی	۸	۰/۸۲
فرهنگ سازمانی	۸	۰/۸۴
ظرفیت جذب با رویکرد روانشناختی	۸	۰/۷۹
ساختار سازمان	۸	۰/۸۱
روش‌های تدریس با رویکرد روانشناختی	۸	۰/۸۸
منابع و امکانات	۸	۰/۸۰

جدول ۳- بار عاملی ابعاد شناسای شده

ابعاد مدیریت نوآوری	بار عاملی (حداقل)	بار عاملی (حداکثر)	درصد واریانس تبیین شده
سبک مدیریت آموزش با رویکرد روانشناختی	۰/۶۲	۰/۷۸	٪۱۵
توسعه منابع انسانی با رویکرد روانشناختی	۰/۶۰	۰/۷۵	٪۱۲
مشوق‌های سازمانی	۰/۵۸	۰/۷۳	٪۱۰
فرهنگ سازمانی	۰/۶۱	۰/۷۶	٪۱۱
ظرفیت جذب با رویکرد روانشناختی	۰/۵۵	۰/۷۰	٪۸
ساختار سازمان	۰/۵۶	۰/۷۲	٪۹
روش‌های تدریس با رویکرد روانشناختی	۰/۶۳	۰/۷۹	٪۱۰
منابع و امکانات	۰/۵۷	۰/۷۱	٪۱۰

سوالات هر بعد می‌باشد.

برای بررسی ساختار ابعاد و تأیید هشت بعد استخراج شده از مرحله مصاحبه، تحلیل عاملی تأییدی یا اگر امکان نباشد تحلیل عاملی اکتشافی به کار گرفته شد. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که ۸ عامل با بار عاملی بالای ۰/۴ در مجموع ۷۵٪ واریانس کل را تبیین می‌کنند که نشان‌دهنده تناسب مدل با داده‌ها است. جدول ۳ بار عاملی مربوط به هر بعد در پرسشنامه را نشان می‌دهد. با توجه نتایج جدول شماره ۳، مدیریت نوآوری در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران دارای ابعاد روانشناختی متنوع و گسترده‌ای است که سبک مدیریت آموزش و روش‌های تدریس با رویکرد روانشناختی در صدر اهمیت قرار دارند. همچنین، توسعه منابع انسانی، فرهنگ سازمانی و مشوق‌های سازمانی نیز نقش مهمی در مدیریت نوآوری دارند. پیاپی مناسب ابعاد و نتایج تحلیل عاملی تأیید کننده ساختار مفهومی پرسشنامه و درستی شناسایی ابعاد روانشناختی مدیریت نوآوری است.

بحث

پژوهش حاضر با هدف شناسایی ابعاد مدیریت نوآوری با رویکرد روانشناختی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران انجام شد و نتایج نشان داد که این مدیریت نوآوری شامل هشت بعد کلیدی است که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم بر فرآیندهای نوآوری در دانشگاه تأثیرگذارند. این ابعاد شامل «سبک مدیریت آموزش با رویکرد روانشناختی»، «توسعه منابع انسانی با رویکرد روانشناختی»، «مشوق‌های سازمانی»، «فرهنگ سازمانی»، «ظرفیت جذب با رویکرد روانشناختی»، «ساختار سازمان»، «روش‌های تدریس با رویکرد روانشناختی» و «منابع و امکانات» هستند. در این میان، بعد «سبک مدیریت آموزش با رویکرد روانشناختی» با میانگین بالاتر از سایر ابعاد برجسته شد. یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهش بائر (Baer) و همکاران (۲۰۱۲) (۱۳)، ژو (Zhou) و همکاران (۲۰۰۳) (۱۴) و شرلی (Shalley) و همکاران (۲۰۰۴) (۱۵)

۳۲۰

همسو می‌باشد. این یافته بیانگر این است که سبک مدیریت آموزش نه تنها به عنوان یک عامل کلیدی در هدایت فرآیندهای نوآوری مطرح است، بلکه وجه روانشناختی آن، شامل نحوه تعامل مدیران با اعضا، شیوه‌های ارتباطی، ایجاد انگیزه و حمایت روانی از کارکنان، نقش مهمی در تشویق نوآوری دارد (۱۶). این موضوع با یافته‌های مطالعات پیشین همسو است که بر اهمیت سبک‌های مدیریتی حامی و مبتنی بر روانشناسی مثبت در افزایش خلاقیت و نوآوری تأکید دارند. به عبارتی دیگر، مدیری که به نیازهای روانی کارکنان خود توجه داشته و فضایی امن و حمایتگرانه ایجاد می‌کند، زمینه را برای ارائه ایده‌های نوآورانه و بهبود عملکرد فراهم می‌آورد (۱۷).

بعد «روش‌های تدریس با رویکرد روانشناختی» نیز به عنوان یکی دیگر از ابعاد با میانگین بالا مطرح شد. این موضوع نشان‌دهنده اهمیت توجه به سبک‌های یاددهی-یادگیری است که علاوه بر انتقال دانش، به جنبه‌های روانی یادگیرندگان مانند انگیزه، هیجان و خودکارآمدی توجه می‌کند. روش‌های تدریس روانشناختی می‌تواند به شکل‌دهی نگرش مثبت نسبت به نوآوری در دانشجویان و استادان منجر شود و باعث افزایش مشارکت فعال و خلاقانه آنان در فرآیندهای نوآوری گردد (۱۸). «توسعه منابع انسانی با رویکرد روانشناختی» و «فرهنگ سازمانی» نیز در این پژوهش جایگاه ویژه‌ای دارند. توسعه منابع انسانی که شامل آموزش مهارت‌های روانشناختی، تقویت هوش هیجانی و ارتقای توانایی‌های ارتباطی می‌شود، زمینه‌ساز تقویت رفتارهای نوآورانه در سازمان است. فرهنگ سازمانی هم به عنوان بستری برای حمایت یا محدودسازی نوآوری عمل می‌کند و فرهنگ‌های باز، انعطاف‌پذیر و حمایتگر در ایجاد روحیه نوآوری نقش محوری دارند (۸). یافته‌های ما با پژوهش‌های پیشین همخوانی دارد که نشان می‌دهد فرهنگ سازمانی روانشناختی مثبت می‌تواند منجر به بهبود تعاملات میان اعضا و در نتیجه تسریع نوآوری شود (۱۱). بعد «مشوق‌های سازمانی» نیز به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار مطرح گردید. مشوق‌ها به عنوان محرک‌های بیرونی و درونی، رفتار نوآورانه کارکنان را

تحت تأثیر قرار می‌دهند. نتایج پژوهش ما بیانگر این است که فراهم آوردن پاداش‌های مادی و معنوی متناسب با نوآوری، به ویژه اگر با توجه به نیازهای روانشناختی کارکنان طراحی شده باشد، می‌تواند انگیزه نوآوری را به طور قابل توجهی افزایش دهد. این موضوع با نظریه انگیزش خودتعیینی که تأکید بر اهمیت انگیزه‌های درونی در رفتارهای خلاقانه دارد، مطابقت دارد. ابعاد «ظرفیت جذب با رویکرد روانشناختی» و «ساختار سازمان» نیز اهمیت خاص خود را دارند (۹). ظرفیت جذب به توانایی سازمان در پذیرش تغییرات و نوآوری‌های جدید اشاره دارد که باید همراه با درک و حمایت روانشناختی از کارکنان و دانشجویان باشد تا مقاومت‌های روانی کاهش یابد. ساختار سازمانی هم اگر منعطف و متناسب با فرآیندهای نوآوری طراحی شود، می‌تواند جریان اطلاعات و همکاری‌های نوآورانه را تسهیل کند (۷). در نهایت، بعد «منابع و امکانات» به عنوان بستر فیزیکی و تجهیزاتی، مکمل تمام ابعاد روانشناختی دیگر است و بدون تامین منابع لازم، امکان پیاده‌سازی موفق نوآوری‌ها محدود خواهد بود. اما یافته‌ها نشان داد که حتی منابع فراوان بدون مدیریت روانشناختی مناسب نمی‌تواند به نوآوری پایدار منجر شود (۱۴). از نظر پایایی، ضرایب آلفای کرونباخ بالا در همه ابعاد نشان از اعتبار و ثبات ساختار پرسشنامه دارد که بیانگر انتخاب مناسب سوالات و روایی سازه‌ای ابعاد است (۱۶). همچنین تحلیل عاملی تأییدی ابعاد مذکور را به خوبی تایید کرد و نشان داد که رویکرد روانشناختی ابعاد مدیریت نوآوری را به صورت چند بعدی و معتبر بازنمایی می‌کند.

محدودیت‌ها و پیشنهادات

از جمله محدودیت‌های این مطالعه می‌توان به تمرکز بر دانشگاه‌های آزاد استان مازندران اشاره کرد که ممکن است محدودیت‌هایی در تعمیم نتایج به سایر دانشگاه‌ها و نهادهای آموزشی داشته باشد. همچنین استفاده از پرسشنامه خودگزارشی ممکن است تحت تأثیر سوگیری پاسخ‌دهندگان قرار گیرد. پیشنهاد می‌شود در تحقیقات

the leader. *Harv Bus Rev.* 2008;86(10):100-109.

5. Shalley CE, Gilson LL, Blum TC. Interactive effects of growth need strength, work context, and job complexity on self-reported creative performance. *Acad Manage J.* 2009;52(3):489-505.

6. Scott SG, Bruce RA. Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Acad Manage J.* 1994;37(3):580-607.

7. Jaiswal NK, Dhar RL. Transformational leadership, innovation climate, creative self-efficacy and employee creativity: A multilevel study. *Int J Hosp Manag.* 2015;51:30-41.

8. Eisenbeiss SA, van Knippenberg D, Boerner S. Transformational leadership and team innovation: Integrating team climate principles. *J Appl Psychol.* 2008;93(6):1438-1446.

9. Baer M, Frese M. Innovation is not enough: Climates for initiative and psychological safety, process innovations, and firm performance. *J Organ Behav.* 2003;24(1):45-68.

10. Amabile TM, Barsade SG, Mueller JS, Staw BM. Affect and creativity at work. *Adm Sci Q.* 2005;50(3):367-403.

11. Oldham GR, Cummings A. Employee creativity: Personal and contextual factors at work. *Acad Manage J.* 1996;39(3):607-634.

12. Tierney P, Farmer SM. Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance. *Acad Manage J.* 2002;45(6):1137-1148.

13. Baer M. Putting creativity to work: The implementation of creative ideas in organizations. *Acad Manage J.* 2012;55(5):1102-1119.

14. Zhou J, Shalley CE. Research on employee creativity: A critical review and directions for future research. *Res Organ Behav.* 2003;23:165-217.

15. Shalley CE, Zhou J, Oldham GR. The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here? *J Manage.* 2004;30(6):933-958.

16. Gong Y, Huang J-C, Farh JL. Employee learning orientation, transformational leadership, and employee creativity: The mediating role of employee creative self-efficacy. *Acad Manage J.* 2009;52(4):765-778.

17. Karwowski M. Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance. *Psychol Aesthet Creat Arts.* 2014;8(3):343-352.

18. Gilson LL, Shalley CE. A little creativity goes a long way: An examination of teams' engagement in creative processes. *J Manage.* 2004;30(4):453-470.

آینده از روش‌های ترکیبی و داده‌های کیفی و کمی بهره گرفته شود و نقش هر یک از ابعاد روانشناختی را در مدل‌های پیش‌بینی نوآوری به طور دقیق‌تر بررسی کرد.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر نشان داد که مدیریت نوآوری در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران، دارای ابعاد چندگانه و پیچیده‌ای است که هر یک با رویکرد روانشناختی قابل شناسایی و تحلیل می‌باشند. این ابعاد شامل سبک مدیریت آموزش، توسعه منابع انسانی، مشوق‌های سازمانی، فرهنگ سازمانی، ظرفیت جذب، ساختار سازمانی، روش‌های تدریس و منابع و امکانات است که همگی نقش مهمی در تسهیل یا موانع نوآوری ایفا می‌کنند. تاکید بر رویکرد روانشناختی در هر یک از این ابعاد، نشان‌دهنده اهمیت عوامل انسانی، نگرش‌ها، انگیزه‌ها و تعاملات روانی در فرآیند نوآوری است. نتایج این مطالعه بیانگر آن است که موفقیت مدیریت نوآوری تنها وابسته به فراهم آوردن منابع و ساختارهای فیزیکی نیست، بلکه توجه به جنبه‌های روانشناختی کارکنان و اعضای دانشگاه، ایجاد فضای حمایتی و انگیزشی، و بهبود روش‌های تدریس و آموزش از طریق رویکردهای روانشناختی، می‌تواند به طور قابل ملاحظه‌ای اثربخشی نوآوری را افزایش دهد. بدین ترتیب، رویکرد روانشناختی در مدیریت نوآوری به عنوان یک چارچوب کارآمد، به دانشگاه‌ها کمک می‌کند تا ضمن ارتقاء ظرفیت‌های خود، زمینه رشد و پایداری نوآوری‌های سازمانی را فراهم سازند.

References

1. Anderson N, Potocnik K, Zhou J. Innovation and creativity in organizations: A state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *J Manage.* 2014;40(5):1297-1333.
2. De Dreu CKW, West MA. Minority dissent and team innovation: The importance of participation in decision making. *J Appl Psychol.* 2001;86(6):1191-1201.
3. Mumford MD, Scott G, Gaddis B, Strange JM. Leading creative people: Orchestrating expertise and relationships. *Leadersh Q.* 2002;13(6):705-750.
4. Amabile TM, Khaire M. Creativity and the role of