

بِحَدِيثِ الْأَخِي الْحَمْرِيِّ



دانشگاه کردستان
دانشکده علوم انسانی
گروه علوم تربیتی

عنوان:

ارزیابی مدیران دبیرستان‌ها از بسترهای نهادینه سازی نوآوری سازمانی در
مدارس شهر کرمانشاه

پژوهشگر:

بیبا رفیعی زاد

استاد راهنما:

دکتر ناصر شیربگی

استاد مشاور:

دکتر مصطفی قادری

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم تربیتی گرایش مدیریت آموزشی

آبان ماه ۱۳۹۲

کلیه حقوق مادی و معنوی مترتب بر نتایج مطالعات،
ابتکارات و نوآوری‌های ناشی از تحقیق موضوع
این پایان‌نامه (رساله) متعلق به دانشگاه کردستان است.

*** تعهد نامه ***

اینجانب بیتا رفیعی زاد دانشجوی کارشناسی ارشد رشته علوم تربیتی گرایش مدیریت آموزشی دانشگاه کردستان، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی گروه مدیریت آموزشی تعهد می‌نمایم که محتوای این پایان نامه نتیجه تلاش و تحقیقات خود بوده و از جایی کپی برداری نشده و به پایان رسانیدن آن نتیجه تلاش و مطالعات مستمر اینجانب و راهنمایی و مشاوره اساتید بوده است.

با تقدیم احترام

بیتا رفیعی زاد

۱۳۹۲/۸/۶



دانشگاه کردستان
دانشکده ادبیات و علوم انسانی
گروه علوم تربیتی

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم تربیتی گرایش مدیریت آموزشی

عنوان:

ارزیابی مدیران دبیرستان‌ها از بسترهای نهادینه سازی نوآوری سازمانی در
مدارس شهر کرمانشاه

پژوهشگر:

بیبا رفیعی زاد

در تاریخ ۱۳۹۲/۷/ توسط کمیته تخصصی و هیات داوران زیر مورد بررسی قرار گرفت و با نمره
و درجه به تصویب رسید

| <u>امضاء</u> | <u>مرتبه علمی</u> | <u>نام و نام خانوادگی</u> | <u>هیات داوران</u> |
|--------------|-------------------|---------------------------|---------------------|
| | دانشیار | دکتر ناصر شیربگی | ۱- استاد راهنما |
| | استادیار | دکتر مصطفی قادری | ۲- استاد مشاور |
| | استادیار | دکتر کیوان بلندهمتان | ۳- استاد داور خارجی |
| | استادیار | دکتر محمد امجد زبردست | ۴- استاد داور داخلی |

مهر و امضاء معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی

مهر و امضاء گروه

دانشکده دکتر مصطفی قادری

تقدیم به

پدر و مادر

به پاس زحمتی که برایم کشیده‌اند.

تقدیم به

استاد گرامی دکتر ناصر شیرینی

که تلذذ نزد ایشان خاطره‌ای ماندگار است و پاس فراوان بخاطر دیدگاهی که به این کمترین عنایت فرموده‌اند.

تقدیر و شکر

سپاس بی‌کران بجانۀ خاتمم را که مرا به رفیع‌ترین روشنائی هدایت کرد و راهم را به نور همیشه فروزان دانش روشن ساخت. پس، از دلبندگی خاضعانه ستایش می‌کنم و در ادامه این راه معرفت، نفس خویش را از او طلب می‌کنم. در این کار پژوهشی بر خود لازم می‌بینم از زحمات استاد گرامی و دلسوز دکتر ناصر شیرینی شکر کنم که نه تنها در این پژوهش، بلکه در تمام طول این دوره تحصیلی، از بیچ‌گلی فروگذاری نکردند و این کار پژوهشی هم اگر چاک‌های ایشان نبود، بچگاه به پایان نمی‌رسید. همچنین از استاد مشاور گرامی دکتر مصطفی قادی نیز به خاطر زحماتشان قدردانی می‌نمایم.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف ارزیابی مدیران از بسترهای نهادینه سازی نوآوری سازمانی در مدارس انجام گرفت. رویکرد انجام تحقیق، کمی بود و روش مورد استفاده توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق کلیه مدیران مدارس دوره متوسطه شهر کرمانشاه بود که طبق آمار اعلام شده توسط سازمان آموزش و پرورش در مدیران ۱۰۳ نفر بودند. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه استاندارد شده بود. روایی محتوایی پرسشنامه با استفاده از با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی مورد بررسی قرار گرفت. پایایی پرسش نامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرانباخ مقدار ۰/۸۸ بدست آمد.

در این پژوهش از آمار توصیفی و آمار استنباطی (آزمون تی مستقل، تحلیل واریانس و هم چنین آزمون ناپارامتریک فریدمن) استفاده شد. یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که مدیران بر این باور بودند که، مدارس از لحاظ سه مؤلفه منابع، زیرساخت و رویه های رسمی در وضعیت مطلوبی قرار دارند. لیکن در زمینه فرهنگ نوآوری این موضوع محقق نشده است، به عبارت دیگر، هنوز فرهنگ نوآوری در مدارس نهادینه نشده است. هم چنین، بین نحوه ارزیابی مدیران از بسترهای نهادینه سازی نوآوری با متغیرهای جمعیت شناختی آنان از لحاظ آماری تفاوت معناداری وجود نداشت.

واژگان کلیدی: نوآوری، مدیران دبیرستان‌ها، کرمانشاه، نوآوری سازمانی.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات تحقیق

| | | |
|---------|-----------------------|---|
| ۲-۱-۱ | مقدمه | ۲ |
| ۲-۱-۲ | بیان مسأله | ۲ |
| ۲-۱-۳ | اهمیت و ضرورت پژوهش | ۴ |
| ۲-۱-۴ | هدف‌ها | ۶ |
| ۲-۱-۴-۱ | هدف کلی پژوهش | ۶ |
| ۲-۱-۴-۲ | اهداف جزئی پژوهش | ۶ |
| ۲-۱-۵ | سؤالات پژوهش | ۶ |
| ۲-۱-۶ | تعاریف اصطلاحات پژوهش | ۷ |
| ۲-۱-۶-۱ | تعریف نظری | ۷ |
| ۲-۱-۶-۲ | تعاریف عملیاتی | ۷ |

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق

| | | |
|-------|---|----|
| ۲-۱ | مقدمه | ۱۰ |
| ۲-۲ | تعریف نوآوری | ۱۱ |
| ۲-۳ | تفاوت نوآوری با خلاقیت | ۱۲ |
| ۲-۴ | فرایند نوآوری | ۱۳ |
| ۲-۴-۱ | چهار روند مهم در فرایند نوآوری | ۱۴ |
| ۲-۴-۲ | ویژگی‌های فرایند نوآوری | ۱۴ |
| ۲-۵ | مدل‌های نوآوری | ۱۵ |
| ۲-۶ | انواع نوآوری | ۱۷ |
| ۲-۷ | شاخص‌های سنجش نوآوری | ۱۸ |
| ۲-۸ | گرایش به نوآوری | ۱۹ |
| ۲-۹ | تقسیم‌بندی سازمان‌ها بر اساس میزان نوآوری و توجه آن‌ها به توسعه و تغییر | ۱۹ |
| ۲-۱۰ | سازمان‌های خلاق و نوآوری دارای چه ویژگی‌هایی هستند؟ | ۲۰ |
| ۲-۱۱ | دیدگاه‌های صاحب‌نظران پیرامون نوآوری در سازمان | ۲۱ |
| ۲-۱۲ | بسترهای نهادینه سازی نوآوری در سازمان | ۲۲ |
| ۲-۱۳ | موانع نوآوری در سازمان | ۲۹ |
| ۲-۱۴ | راهکارهای پیشنهادی جهت بهبود نوآوری در سازمان | ۳۴ |
| ۲-۱۵ | نوآوری در آموزش و پرورش | ۳۵ |
| ۲-۱۶ | شرایط اجرای طرح‌های نو در آموزش و پرورش | ۳۷ |
| ۲-۱۷ | نوآوری در آموزش و پرورش را از کجا و چگونه باید آغاز کرد؟ | ۳۸ |
| ۲-۱۸ | نقش توسعه انسانی در تغییر و نوآوری سازمان‌های آموزشی | ۳۹ |

فهرست مطالب

| صفحه | عنوان |
|------|---|
| ۴۰ | ۱۹-۲ وضعیت اشاعه نوآوری در نظام آموزش و پرورش ایران |
| ۴۱ | ۲۰-۲ پیشینه پژوهشی |
| ۴۱ | ۱-۲۰-۲ پیشینه داخلی |
| ۴۳ | ۲-۲۰-۲ پیشینه خارجی |
| ۴۴ | ۲۱-۲ نتیجه‌گیری |

فصل سوم: روش‌شناسی

| | |
|----|--|
| ۵۳ | ۱-۳ مقدمه |
| ۵۳ | ۲-۳ رویکرد و استراتژی تحقیق |
| ۵۴ | ۳-۳ طرح و فرآیند تحقیق |
| ۵۴ | ۴-۳ جامعه آماری و نمونه آماری |
| ۵۵ | ۱-۴-۳ روش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات |
| ۵۵ | ۵-۳ بررسی شاخص‌های روان‌سنجی ابزار اندازه‌گیری اطلاعات |
| ۵۵ | ۱-۵-۳ روایی |
| ۵۶ | ۱-۱-۵-۳ تحلیل عاملی پرسشنامه اکتشافی نوآوری سازمانی |
| ۵۹ | ۲-۱-۵-۳ نامگذاری عامل‌ها |
| ۵۹ | ۲-۵-۳ پایایی |
| ۶۰ | ۱-۲-۵-۳ تحلیل پایایی عامل‌های بدست آمده |
| ۶۹ | ۶-۳ روش تجزیه و تحلیل اطلاعات |

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل آماری

| | |
|----|-----------------------------------|
| ۶۷ | ۱-۴ مقدمه |
| ۶۷ | ۲-۴ توصیف کمی داده‌ها |
| ۶۸ | ۳-۴ تحلیل استنباطی داده‌های پژوهش |

فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها

| | |
|-----|---------------------------------|
| ۸۹ | ۱-۵ مقدمه |
| ۹۰ | ۲-۵ نتیجه‌گیری |
| ۹۴ | ۳-۵ پیشنهادها اجرایی پژوهش |
| ۹۵ | ۴-۵ پیشنهادها جهت پژوهش‌های آتی |
| ۹۵ | ۵-۵ مشکلات و محدودیت‌های پژوهش |
| ۹۷ | منابع |
| ۱۰۵ | پیوست |

جدول

| | | |
|-----------|--|----|
| جدول ۱-۳ | مؤلفه‌های فرعی سؤالات نوآوری سازمانی | ۵۵ |
| جدول ۲-۳ | نتایج آزمون KMO و آزمون بارتلت | ۵۶ |
| جدول ۳-۳ | نتایج تحلیل عاملی اکتشافی پرسشنامه نوآوری سازمانی | ۵۷ |
| جدول ۴-۳ | میزان پایایی عامل‌های مستخرج شده نوآوری سازمانی از دیدگاه مدیران | ۶۰ |
| جدول ۵-۳ | آزمون کولموگروف اسمیرنف برای بررسی توزیع داده‌های مؤلفه‌های اصلی تحقی | ۶۱ |
| جدول ۴-۱ | توزیع فراوانی مشارکت کنندگان بر حسب جنسیت | ۶۸ |
| جدول ۴-۲ | توزیع فراوانی مشارکت کنندگان بر حسب ناحیه محل خدمت | ۶۸ |
| جدول ۴-۳ | توزیع فراوانی مشارکت کنندگان بر حسب سابقه مدیریت | ۶۹ |
| جدول ۴-۴ | توزیع فراوانی مشارکت کنندگان بر حسب سطح تحصیلی | ۶۹ |
| جدول ۴-۵ | توزیع فراوانی مشارکت کنندگان بر حسب رشته تحصیلی | ۷۰ |
| جدول ۴-۶ | مقایسه میانگین نمره مدیران با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای | ۷۱ |
| جدول ۴-۷ | مقایسه میانگین‌های نمرات مدیران در مؤلفه‌های اصلی پرسشنامه بر حسب جنسیت | ۷۲ |
| جدول ۴-۸ | نتایج اجرایی تحلیل واریانس برای مقایسه میانگین نمرات ارزیابی مدیران از مؤلفه‌های اصلی پرسشنامه بر حسب ناحیه محل خدمت | ۷۳ |
| جدول ۴-۹ | نتایج اجرایی تحلیل واریانس برای مقایسه میانگین نمرات ارزیابی مدیران از مؤلفه‌های اصلی پرسشنامه بر حسب سابقه مدیریت | ۷۴ |
| جدول ۴-۱۰ | نتایج اجرایی تحلیل واریانس برای مقایسه میانگین نمرات ارزیابی مدیران از مؤلفه‌های اصلی پرسشنامه بر حسب سطح تحصیلی | ۷۵ |
| جدول ۴-۱۱ | نتایج اجرایی تحلیل واریانس برای مقایسه میانگین نمرات ارزیابی مدیران از مؤلفه‌های اصلی پرسشنامه بر حسب رشته تحصیلی | ۷۶ |
| جدول ۴-۱۲ | نتایج رتبه‌بندی ارزیابی مدیران در خصوص چهار مؤلفه اصلی پژوهش | ۷۷ |

اشکال

| | | |
|---------|---|----|
| شکل (۱) | مدل خطی نوآوری | ۱۶ |
| شکل (۲) | مدل غیر خطی نوآوری | ۱۶ |
| شکل (۳) | ساختار سازمانی دو منظوره | ۲۸ |
| شکل (۴) | موانع و چالش‌های نوآوری در سازمان | ۳۳ |
| شکل (۵) | راهکارهای پیشنهادی جهت بهبود نوآوری در سازمان | ۳۵ |

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱ مقدمه

نوآوری، محرک رشد و پیشرفت و در عین حال کلید توسعه پایدار در جهت رسیدن به جامعه‌ی مبتکر و نوآوری است که همواره حامی آموزش پیوسته و مدام می‌باشد. اگر ایده نو وارد سازمان نشود، رو به زوال می‌روند و اگر خودمان خلق نکنیم باید برده آنچه دیگران خلق کرده‌اند باشیم و اگر از بلندترین مکان کنونی به گذشته نگاهی بیاندازیم، در خواهیم یافت که زندگی کنونی چقدر از نظر امکانات با گذشته فرق کرده است. در هر حال نوآوری مستلزم هماهنگ کردن افراد با جامعه‌ایست که به سرعت در حال تغییر است.

تمام خلاقیت‌ها و نوآوری‌های امروز متأثر از آموزش و پرورش و نیروی پنهان آن است. آنچه امروز دیده می‌شود، حاصل کار دست اندرکاران دیروز است و تولید فردا نتیجه خلاقیت‌های امروز خواهد بود. در جوامع امروزی داشتن افرادی نوآور امری حیاتی است. زندگی پیچیده امروزی ما هر لحظه در حال نو شدن است و نوآوری، ضرورت استمرار زندگی فعال است (جعفری، ۱۳۸۳).

در جوامع مبتکر، سیستم آموزش و پرورش باید زمینه‌ایی را برای ابتکار افراد در جهت پاسخ به نیازهای مهارت‌های جدید فراهم سازد. رو به رو شدن با این چالش‌ها نیاز به سیاست‌ها و خط مشی‌هایی دارد که به خودی خود ترغیب کننده‌ی خلاقیت، نوآوری و پیشرفت در سیستم آموزش می‌باشد.

۱-۲ بیان مسأله

نوآوری اساس پیشرفت انسان در سازمان‌هاست. تحولات پرشتاب در عرصه علم، فناوری و اطلاعات، سازمان‌ها را برآن داشته که مسیر هدف، علایق و گرایش‌های خود را به سمت به کارگیری نوآوری هدایت کنند. نوآوری امری اتفاقی نیست، بلکه از جنس تحول و روش‌های نوینی است که به صورت سازمان یافته، هدایت و مدیریت می‌شود. آنچه که در فرآیند نوآوری به خصوص در سازمان‌ها مهم

است بومی ساختن و نشر آن در سطوح مختلف و متقاعد ساختن افراد به آن می‌باشد، که این امر همواره از مشکلات عمده در راه عمومی ساختن نوآوری در سطح ساختارهای مختلف سازمان‌هاست. گینور^۱ (۲۰۰۲) بر این باور است که نوآوری کاربرد ایده‌های جدید در عمل می‌باشد، از این رو، خلق یک سازمان نوآور اسرار آمیز و پیچیده نیست و هیچ فرمولی برای ایجاد یک سازمان نوآور وجود ندارد. نوآوری موفق ناشی از یک مجموعه منسجم از اصول و سپس استفاده از آن‌ها در یک زمینه خاص سازمانی است.

نوآوری ذاتاً یک فعالیت متقابل کارکردی است که، هنگامی آن را به خوبی بکار بریم، کنش سازنده بین اهداف، هزینه‌های توسعه، ارزش محصول، عملکرد، کیفیت و زمان برای سازمان ایجاد می‌کند، از این رو، منبع اساسی برای ایجاد ارزش در سازمان و نیز مهم‌ترین مزیت آن توانا ساختن سازمان در زمینه رقابت می‌باشد (بورديا، کرونبرگ و نیلی^۲، ۲۰۰۵). در میان تمام خروجی‌های سازمان، نوآوری اساسی است نه تنها به خاطر تأثیر مستقیم بر بقای سازمان‌ها بلکه به دلیل تأثیرات عمیقی که در مسیر تغییر اقتصادی و اجتماعی دارد (سورنسن و استوارت^۳، ۱۹۹۹). به عقیده تولایی (۱۳۸۸) افزایش نوآوری در سازمان می‌تواند به ارتقای کیفیت خدمات، کاهش هزینه‌ها، جلوگیری از اتلاف منابع، افزایش رقابت، افزایش کارایی، ایجاد انگیزش و رضایت شغلی در کارکنان منجر شود.

در اغلب موارد تأثیری که زیرساخت‌های یک راهبرد کلان بر عملکرد می‌گذارد نادیده گرفته می‌شود (گینور، ۲۰۰۲). پیراسته فرد (۱۳۸۰) اظهار می‌دارد اگرچه، جوامع بیش از هر زمان دیگر در عصر تغییر و نوآوری زندگی می‌کنند اما ساختارهای اجتماعی حاکم به خصوص در برخی از کشورهای جهان سوم غالباً مانع جاری شدن نوآوری‌ها می‌گردد. بنابراین، آنچه کشورهای در حال توسعه را در جهت افزایش بهره‌وری، پیشرفت و ترقی مدد می‌رساند استفاده از فرصت‌ها در رقابت با سایر کشورهاست. به باور موغلی و مالکی طبس (۱۳۸۸) شرایط موجود در ادارات ما به صورت عدم بهره‌وری و کارایی، بوروکراسی متورم و نارضایتی مردم، نمود آشکار عدم سازگاری با محیط خارج است. یکی از دلایل آشکار آن عدم وجود نوآوری اداری به معنای عام در سازمان‌های دولتی می‌باشد.

نیاز بشر به رشد و توسعه به ویژه در دهه‌های اخیر و حاکم شدن فرهنگ رقابت بر فضای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی روابط ملل باعث اهتمام خاص به نوآوری شده، به شکلی که جزء لاینفک بستر حرکت جوامع و در سطوح پایین‌تر در محیط‌های سازمانی گردیده است، از این روست که دانشمندان علوم اجتماعی بر خلاف اندیشه‌های اقتصاددانان علت پایین بودن رشد اقتصادی را نه تنها در کمبود سرمایه و منابع مالی بلکه عمدتاً در ضعف نوآوری در برخی از جوامع که دامن سازمان‌های آن‌ها را نیز گرفته است می‌دانند.

1 - Gaynor

2-Bordia, Kronenberg & Neely

3- Sorensen & Stuart

اطلاعاتی دقیقی در زمینه‌ی عوامل مؤثر در نهادینه کردن نوآوری در کشور ما در دسترس نیست به همین دلیل سازمان‌های ما نتوانسته‌اند خودشان را با تغییرات جهانی تطبیق دهند (پیراسته فرد، ۱۳۸۰). بررسی نوآوری هم چنان که گینور (۲۰۰۲) بیان می‌دارد فرصتی را برای مدیران فراهم می‌کند که تعیین کنند آیا سازمان منابع لازم، زیر ساخت‌ها، فرهنگ و فرایندهای رسمی را دارا است؟ یا این که صرفاً لازم است بر روی بهبود فرایند فعلی نوآوری تمرکز کنند. بررسی نوآوری نباید به عنوان نظرسنجی مورد استفاده قرار بگیرد، هدف نشان دادن واکنش‌های خام یا انجام مطالعات آماری نیست بلکه هدف، بحث در مورد هر موضوع، رسیدن به یک درک بهتر، کسب برخی بینش‌های کلی نسبت به چگونگی عملکرد سازمان و توسعه برنامه‌ای واقع‌بینانه که مقاصد و اهداف سازمان را برآورده سازد. سازمان‌های آموزشی نیز در این قضیه خارج از گود نیستند، این که آن‌ها نتوانسته‌اند خودشان را با جهان واقعی و محیط خارج از خود تطبیق دهند نیز مورد پرسش و تردید است؟ با توجه به چنین واقعیت‌هایی و همچنین اهمیت حیاتی بحث نوآوری برای سازمان‌های آموزشی، مسأله اصلی حاضر پژوهش نامشخص بودن و عدم آگاهی از زیر ساخت‌های مؤثر بر ایجاد نوآوری در بطن سازمان‌های آموزشی است. انتظار می‌رود بازخورد این پژوهش، اطلاعات با ارزشی را در زمینه بهبود نوآوری سازمان‌های آموزشی از جمله مدارس از دیدگاه دست اندرکاران آن فراهم سازد.

۳-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش

زندگی پیچیده امروزی، هر لحظه در حال نو شدن است و نوآوری، ضرورت استمرار زندگی فعال می‌باشد. انسان برای خلق نشاط و پویایی در زندگی نیازمند نوآوری و ابتکار است تا انگیزه تنوع طلبی خود را ارضاع کند. جامعه انسانی برای زنده ماندن و گریز از مرگ و ایستایی به تحول و نوآوری نیاز دارد.

نوآوری دارای اهمیت بسیاری برای شرکت‌ها و سازمان‌ها است زیرا می‌تواند مزیت رقابتی پایدار را برای آن‌ها فراهم کند (ویراواردنا^۱ و همکاران، ۲۰۰۶). بسیاری از سازمان‌ها در محیط خود با مشکلات زیادی از نظر رقابتی مواجه هستند و این مشکلات به علت سرعت بالای تغییرات در محیط، به خصوص تغییرات تکنولوژیکی می‌باشد. در همین راستا مدیران و کارکنان باید از قدرت خلاقیت و نوآوری در جهت تطبیق و هماهنگ شدن با تغییرات سریع، خطوط تولید، شیوه‌های مدیریتی و فرایندهای تولید و... استفاده کنند (دامنیپور^۲، ۱۹۹۱).

امروزه شعار «نابودی در انتظار شماست مگر اینکه خلاق و نوآور باشید» در پیش روی مدیران همه سازمان‌ها قرار دارد (عبدالهی، ۱۳۸۷). در خصوص ضرورت و اهمیت نوآوری در سازمان، دلایل

1 Weerawardena

2_ Damanpour

متعددی ارائه گردیده است، بدین معنی که نوآوری موجب خواهد شد مواردی از قبیل: رشد و شکوفایی استعدادها و سوق یافتن آنها به سوی خودشکوفایی؛ رسیدن به موفقیت‌های فردی، شغلی و اجتماعی؛ پیدایش تحرک در سازمان؛ افزایش در کمیّت، کیفیت و تنوع تولیدات و خدمات؛ کاهش هزینه‌ها، ضایعات و اتلاف منابع؛ افزایش انگیزش کاری کارکنان سازمان؛ ارتقای سطح بهداشت روانی و رضایت شغلی کارکنان؛ ارتقای بهره‌وری سازمان؛ موفقیت مجموعه مدیریت و کارکنان سازمان؛ رشد و بالندگی سازمان؛ تحریک و تشویق حس رقابت؛ کاهش بروکراسی اداری؛ تحریک و مهیا کردن عوامل تولید را تحقق بخشد (محمدی، ۱۳۸۴).

امروزه جامعه و سازمان‌ها همه در حال تغییر و تحول هستند ولی نوآوری و ایجاد تغییر و دگرگونی در سازمان‌های آموزشی و تعلیم و تربیت به مراتب حساس و با اهمیت‌تر و بیش از سایر سازمان‌ها در زمینه پرورش خلاقیت و نوآوری مسئولیت دارند، چرا که زیربنای اصلی و عمده شخصیت و دیدگاه‌های مردمی و رشد ابعاد وجود آدمی را تشکیل می‌دهد. بنابراین نیاز به افراد خلاق و نوآور در آموزش و پرورش و دیگر مراکز علمی آموزشی، اهمیتی دوچندان خواهد یافت، چرا که این مراکز نقش بسیار مهمی را از لحاظ تعلیم و تربیت نیروی انسانی متعهد و متخصص برای کلیه سازمان‌ها و ادارات به عهده دارند (غفوری، اشرف گنجویی، دهقان و حسینی، ۱۳۸۸).

اما در حال حاضر ما شاهدیم که فقدان نوآوری و خلاقیت در مدیریت نظام آموزشی ما به گونه‌ای است که امروزه نظام آموزشی ما را در معرض مشکلات جدی قرار داده است. ادامه این روند می‌تواند صدمات جبران ناپذیری را در آینده بر پیکره نظام آموزشی وارد نماید. عدم رواج خلاقیت و نوآوری موجب تأثیراتی در وضعیت فعلی نظام آموزشی ما شده است که از جمله این موارد می‌توان به: عدم به کارگیری ایده‌های نوین، عدم استقبال از پتانسیل‌های خلاقانه افراد در اداره نظام آموزشی و به روز نبودن تصمیمات نظام آموزشی اشاره کرد. منشاء پیدایش این آسیب می‌تواند مواردی مثل: فقدان اعتماد به نفس، ترس از انتقاد و شکست، تمایل به هم‌رنگی با دیگران و فقدان تمرکز ذهنی باشد (تری^۱، ۱۹۷۷)

لانگمن^۲ (۱۹۸۵) در آموزش و پرورش، مدیریت مدرسه را مهم‌ترین عامل تغییر و نوآوری در امر آموزش و پرورش می‌داند؛ زیرا امر تدریس و یادگیری که محور تمامی فعالیت‌های آموزش و پرورش است، به طور عمده در مدرسه صورت می‌گیرد. هرگز نمی‌توان با طرز تلقی گذشته و سوگیری‌های کهنه به دانش‌آموزان و تربیت آنها نگرست. نظام‌های آموزشی امروزی، باید نیروهایی را تربیت و استخدام نمایند، که در درک دنیای پیچیده موجود و پرورش قوه خلاقیت و نوآوری دانش‌آموزان،

1- Terry

2- Longman

توانمند و مبتکر باشند، به همین دلیل آموزش و پرورش اهداف، گرایش‌ها و علایق خود را در جهت به کارگیری خلاقیت و نوآوری هدایت می‌کند.

۴-۱ اهداف تحقیق

۴-۱-۱ هدف کلی:

هدف اصلی تحقیق حاضر ارزیابی بسترهای نهادینه‌سازی نوآوری سازمانی در مدارس دوره متوسطه شهر کرمانشاه از دیدگاه مدیران آن می‌باشد.

۴-۱-۲ اهداف جزئی

- ۱- تعیین روایی و پایایی پرسش‌نامه ارزیابی اجرای نوآوری سازمانی گینور (۲۰۰۲) در محیط‌های آموزشی.
- ۲- تعیین نحوه ارزیابی مدیران آموزشی از بسترهای نوآوری سازمانی در زمینه منابع مورد نیاز اجرای نوآوری.
- ۳- تعیین نحوه ارزیابی مدیران آموزشی از بسترهای نوآوری سازمانی در زمینه زیرساخت‌های مورد نیاز اجرای نوآوری.
- ۴- تعیین ارزیابی مدیران آموزشی از بسترهای نوآوری سازمانی در زمینه فرهنگ سازمانی اجرای نوآوری.
- ۵- شناسایی نحوه ارزیابی مدیران آموزشی از بسترهای نوآوری سازمانی در زمینه فرایندهای رسمی اجرای نوآوری.
- ۶- تعیین رابطه متغیرهای جمعیت‌شناختی مدیران با دیدگاه آن‌ها در خصوص نهادینه‌سازی نوآوری در محیط‌های آموزشی.

۵-۱ سؤالات پژوهش

- ۱- آیا نسخه کوتاه شده پرسش‌نامه ارزیابی بسترهای نهادینه سازی نوآوری سازمانی در محیط‌های آموزشی از روایی و پایایی برخوردار است؟
- ۲- ارزیابی مدیران دبیرستانی در زمینه منابع مورد نیاز اجرای نوآوری سازمانی در محیط‌های آموزشی چیست؟
- ۳- ارزیابی مدیران دبیرستانی در زمینه زیرساخت‌های مورد نیاز اجرای نوآوری سازمانی در محیط‌های آموزشی چیست؟

۴- ارزیابی مدیران دبیرستانی در فرهنگ سازمانی اجرای نوآوری سازمانی در محیط‌های آموزشی چیست؟

۵- ارزیابی مدیران دبیرستانی در زمینه فرایندهای رسمی اجرای نوآوری سازمانی در محیط‌های آموزشی چیست؟

۶- چه ارتباطی بین متغیرهای جمعیت شناختی مدیران مدارس با دیدگاه‌های آن‌ها در خصوص نهادینه سازی نوآوری در محیط‌های آموزشی وجود دارد؟

۱-۶-۱ تعریف اصطلاحات پژوهش

۱-۶-۱-۱ تعریف نظری

نوآوری: نوآوری یعنی پذیرش و کاربرد روش‌ها و دانش جدید، شامل توانایی یک سازمان برای پذیرش یا خلق عقیده‌های جدید و کاربرد این عقاید در توسعه و اصلاح محصولات، خدمات، رویه‌ها و فرایندهای جدید می‌باشد، همچنین نوآوری به عنوان یک منبع غیر قابل لمس که غیر قابل تقلید می‌باشد (بیتز و خاساونه^۱، ۲۰۰۵، ص ۹۶).

۱-۶-۱-۲ تعاریف عملیاتی

نوآوری: نوآوری‌های آموزشی، موارد ابتکاری و خلاقیتی هستند که سبب تحول در نظام آموزشی سنتی، بهینه‌سازی و ارتقای کیفی آن می‌باشد. برای نهادینه کردن نوآوری در سازمان‌های آموزشی، نیازمند مؤلفه‌هایی هستیم که می‌توان آن‌ها را در چهار دسته کلی ذیل بررسی کرد الف- منابع؛ ب- زیرساخت؛ ج- فرهنگ؛ د- فرایندهای رسمی.

سازمان: سازمان پدیده‌ای اجتماعی به شمار می‌آید که به طور آگاهانه هماهنگ شده و دارای حدود و ثغور نسبتاً مشخص بوده و برای تحقق هدف یا اهدافی بر اساس یک سلسله مبانی دائمی فعالیت می‌کند

مدیران دبیرستان‌ها: منظور از مدیران در این پژوهش کلیه مدیران اعم از زن و مرد است که در مدارس متوسطه شهر کرمانشاه در سال ۹۲ مشغول به کارند.

فصل دوم

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

فصل دوم

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۱-۲ مقدمه

در دنیای رقابتی کنونی، بقای شرکت‌ها مستلزم توجه ویژه به مقوله نوآوری است. اورت و دوین^۱ (۲۰۰۸) محیط کسب و کار امروز را بسیار پویا می‌دانند؛ به طوری که کوتاهی در برنامه‌ریزی و اجرای نوآوری موجب کاهش رقابت‌پذیری خواهد شد. آلگر، لاپیدرا و چیوا^۲ (۲۰۰۶) اذعان می‌کنند که رقابت شدید بین المللی، بازارهای گسسته و فناوری در حال تغییر، روندهای تأثیرگذار در مطرح شدن بیش از پیش نوآوری در فضای کسب و کار امروزند.

آرمبروستر^۳ (۲۰۰۸) در مطالعه خود نشان داد اهمیت نوآوری سازمانی برای رقابت‌پذیری به وسیله مطالعات متعددی که به تحلیل تأثیر نوآوری سازمانی بر عملکرد مؤسسات انجام گرفته، تأیید شده است.

اگرچه که این مطالعات، اهمیت نوآوری‌های سازمانی بر عملکرد مؤسسات را نشان داده‌اند، اما در مورد عوامل ایجاد کننده این نوآوری‌ها و هم‌چنین ارزیابی این نوآوری‌ها توجه نشده است؛ به گونه‌ای که در اکثر مطالعات انجام شده در زمینه نوآوری سازمانی، نوآوری سازمانی به عنوان یک عامل مستقل در نظر گرفته شده است و مطالعات اندکی در زمینه عوامل مؤثر بر ایجاد نوآوری سازمانی و نیز پیش-آیندهایی که پیش‌بینی کننده این نوع از نوآوری باشند انجام گرفته است.

با این وجود، مشاهدات و مطالعات نشان می‌دهند که بسیاری از سازمان‌ها نه تنها نوآور و خلاق نیستند بلکه در هماهنگی با تحولات و پیشرفت‌ها و تغییرات عصر حاضر نیز ناتوان مانده و اغلب با شیوه‌های ناکارآمد سنتی اداره می‌شوند (مویدنیا، ۱۳۸۵).

1- Ortt & Duin

2- Alegre, Lapiedra & Chiva

3- Armbruster

۲-۲ تعریف نوآوری

از نوآوری تعاریف متعددی بیان شده است که بیشتر آن‌ها از طرف صاحب‌نظران حوزه مدیریت بازرگانی و صنعتی ارائه شده‌اند: سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۱ (۱۹۹۱) نوآوری را یک فرایند چرخه‌ای می‌داند که به وسیله درک بازارهای جدید و فرصت‌های خدماتی جدید برای ابداعات مبتنی بر تکنولوژی راه اندازی می‌شود که این امور منجر به توسعه، تولید و تلاش برای کارهای بازاریابی که باعث موفقیت تجاری آن ابداع می‌شود.

هرکما^۲ (۲۰۰۳) نیز، نوآوری را فرآیندی تعریف می‌کند که قصد ایجاد دانش جدیدی دارد و ابزاری را مهیا می‌سازد که باعث توسعه راه‌حل‌های تجاری و بلندمدت می‌شود. از دید برخی از محققین، نوآوری به تغییر اشاره دارد و عبارت است از ایجاد و تجاری‌سازی دانش جدید. در ضمن نوآوری به معنای معرفی روش‌های جدید انجام دادن کار که در طی آن افراد و سازمان‌ها دست به تغییر خود و محیط می‌زنند نیز هست (پورتر و کتلز^۳، ۲۰۰۳).

به نظر فورست، جولی و بایور^۴ (۲۰۰۷) نوآوری عبارت است از "تغییری معنی‌دار برای بهبود خدمات و فرایندهای سازمانی و ایجاد ارزش‌های جدید ذی‌نفعان سازمان در راستای دستیابی به ابعاد جدید عملکرد که بر رهبری سازمان تمرکز دارد". پلسیس^۵ (۲۰۰۷) نوآوری را تولید دانش و ایده‌های جدید جهت تسهیل نتایج کار، بهبود فرایندها و ساختارهای درونی و همچنین تولید خدمات و محصولات متمایز و ممتاز می‌داند. نوآوری وابسته به تغییر دانش محور است. دانشی که از طریق روابط غیررسمی کسب و تسهیم می‌شود و در نهایت موجب تولید فرایند جدیدی می‌شود. این فرایند ممکن است یک محصول جدید، فناوری جدید یا بازار جدیدی باشد. نوآوری فرآیندی است که دانش را به دست آورده و آن را به اشتراک گذاشته و یا یکسان‌سازی می‌کند، به قصد این که دانشی جدید را ایجاد نماید که هر کس بتواند محصول یا خدمات خود را ارائه دهد. نوآوری با یک ایده یا رفتاری پذیرفته می‌شود که برای سازمان جدید است و می‌تواند یک محصول جدید، خدمت یا فناوری جدید باشد. لو و چن^۶ (۲۰۱۰) نوآوری سازمانی را مشتمل بر تغییرات در ساختار و فرایندهای یک سازمان در راستای به کارگیری مفاهیم جدید مدیریتی، کاری و عملیاتی مانند به کارگیری کار گروه‌های تخصصی در تولید، مدیریت زنجیره تأمین یا سیستم‌های مدیریت کیفیت در نظر گرفته‌اند.

1 - Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD)

2 - Herkema

3 - Porter & Ketels

4 - Furst, Julie & Bauer

5 - Plessis

6 - Lu & Chen