

تاثیر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی مهارت های ارتباطی (مورد مطالعه : کافه بازار)

صونا عمراهی کادیجانی^۱، مهدی آقاعباسی^۲

^۱ گروه مدیریت کسب و کار واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ گروه مدیریت کسب و کار واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

ارتباطات یک مهارت بسیار مهم در مدیریت و مبنای لازم و ضروری برای مدیریت کارآمد است. یک وجه مهم ارتباط در سازمان و مدیریت ارتباط میان مدیر و کارکنان است. مدیران می توانند بادر نظر گرفتن شبکه های ارتباطی مؤثر و بهبود مهارت های انسانی از جمله توسعه ی مهارت های ارتباطی، زمینه ی مدیریت مؤثر بر بهبود عملکرد کارکنان و تحقق اهداف سازمانی را تسهیل نمایند. همچنین در دنیای رقابتی امروز، تنها مزیت رقابتی پایدار هر سازمان، نیروی انسانی آن و نقش تمامی آن ها در موفقیت سازمان است که این امر از رفتار نوآورانه کارکنان میسر است. هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی مهارت های ارتباطی است. جامعه آماری این تحقیق دربردارنده کارکنان شرکت کافه بازار می باشد. حجم نمونه با روش نمونه گیری تصادفی ۴۲ نفر بر اساس فرمول کوکران بدست آمده و داده ها با پرسشنامه های استاندارد جمع آوری شده که روایی آن از طریق روایی واگرا و پایایی آن با پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده است. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده ها توصیفی – پیمایشی است. داده ها با مدل سازی معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شده است. یافته نشان می دهد که تاثیرات متغیر مستقل پژوهش بر وابسته (رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی) معنی دار بوده و متغیر مهارت های ارتباطی نقش میانجی بین آنها ایفا می کند.

واژه های کلیدی: رفتار نوآورانه، عملکرد سازمانی، مهارت های ارتباطی، کافه بازار

مقدمه

با پیچیده تر شدن روزافزون جوامع امروزی، به طور حتم رسالت سازمانها به منظور برآورده شدن انتظارات جوامع، حساستر و با اهمیت تر می شود. همه سازمانها برای ماندگاری نیازمند اندیشه های نو و نظرهای بدیع و تازه اند. افکار و نظرهای جدید، مانند روحی در کالبد سازمان دمیده می شود و آن را از نیستی نجات می دهد. امروزه با پیچیدگی رقابت، نوآوری به عنوان یکی از مزیت های اصلی برای حیات سازمانها محسوب می شود. ظهور نوآوری نه تنها سازمانها را قادر می سازد نسبت به رقبا مزیت رقابتی به دست آورند بلکه ابزار سودمندی را برای ارتقای عملکرد سازمانی ارائه می کند (رضایی نسب و دهقان دهنوی، ۱۳۹۵). با این حال، علیرغم قصد ایران برای حمایت از توسعه بنگاه های کوچک و متوسط (SMEs)، عوامل متعددی از جمله آموزش، ویژگی های جمعیتی، فناوری و مسائل اقتصادی و سیاسی، دستیابی به این هدف را محدود می کند. (سعادت و همکاران، ۲۰۲۱) واضح است که مجموعه تلاش های صورت گرفته در یک سازمان در عملکرد سازمانی منعکس می شود و بهبود عملکرد، از جمله مهمترین اهداف هر سازمانی محسوب می شود. به همین خاطر، اغلب سازمانها با استفاده از ابزارها و سازوکارهای گوناگون؛ سعی در بهبود عملکرد خود دارند. به طور کلی عملکرد سازمانی به عنوان شاخصی است که میزان دستیابی یک شرکت به اهداف خود را مورد سنجش قرار می دهد. در سازمان های انتفاعی، مفهوم عملکرد عمدتاً به مفاهیمی نظیر سودآوری و درآمد اشاره دارد در حالی که در سازمانهای دولتی و غیرانتفاعی؛ عمدتاً به رضایت مراجعین و کیفیت خدمات ارائه شده اشاره دارد. عملکرد به عنوان یکی از مهمترین شاخص های سازمانی محسوب می شود که تمام تلاش های مدیران و کارکنان، معطوف به بهبود آن شده است. به طور کلی، عملکرد سازمانی به نتایجی اشاره دارد که سازمان با توجه به اهداف از پیش تعیین شده، در جهت نیل به اهداف به آنها می رسد و شامل سه فاکتور اصلی است: الف) نتایج مالی (اعم از سودآوری و میزان فروش) ب) رضایت و بهره وری کارکنان و ج) رضایت مشتریان از خدمات و محصولات ارائه شده است. (کمال زاده و همکاران، ۱۴۰۰).

سرعت تحولات از ویژگی های قرن بیست و یکم می باشد و گاه سرعت این تغییرات به قدری فزاینده است که بیشتر جوامع از درک آن غافل می شوند. فضای حاکم بر اقتصاد امروز، ریسک توأم با عدم اطمینان است و با حرکات اصلاحی نمی توان به مقابله و این تغییرات و همچنین ایجاد مزیت رقابتی پایدار پرداخت. (عیزاده مجدو همکاران، ۱۳۹۷) امروزه با توجه به شرایط رقابتی، سازمانها در معرض تحول و دگرگونی بوده و موفقیت نهایی و حتی گاهی بقای سازمانها به میزان توانایی برنامه ریزان آن سازمان در ایجاد نوآوری و زمینه های اجرای آن و بکارگیری افکار و ایده های نو بستگی دارد. نوآوری عمری به درازای عمر بشر دارد زیرا بشر همواره به دنبال یافتن راههای جدید برای انجام کارهای خود بوده است. بدون نوآوری، دنیایی که در آن زندگی می کنیم چهره ای کاملاً متفاوت خواهد داشت. برای سازمانی که در محیط متغیر و بدون قطعیت به رقابت می پردازد، نوآوری (ایجاد، انتقال، واکنش و تغییر ایده ها) برای رشد، موفقیت و بقای سازمان عامل حیاتی به شمار می رود (طوطیانی و اصفهانی، ۱۳۹۸). با توجه به فضای کسب و کار پرتلاطم کنونی، طی طریق به روش های مرسوم سهم مناسبی از بازار را در اختیار صاحبان کسب و کار نخواهد گذاشت و نیاز به روش های نوآورانه و کارآفرینانه در بازار به شدت احساس می شود. (ناظم و همکاران، ۱۴۰۰) با وجود این، مشاهدات و مطالعات نشان می دهد که بسیاری از سازمانها نه تنها نوآور و خلاق نیستند بلکه حتی در هماهنگی با تحولات و پیشرفت تغییرات نیز ناتوان مانده و اغلب با شیوه های ناکارآمد سنتی اداره می شوند از اینرو

در عصر حاضر با وجود رقابت در تمامی صحنه های فنی، سازمانی و ... مدیران سعی دارند تا با شناخت و ایجاد جوی حاکی از درک مناسب به تولید نوآوری که طی آن امکان بروز خلاقیتها و افزایش بهره وری را میسر می سازد، اهتمام ورزند. همه سازمانها برای بقا، نیازمند اندیشه های نو و نظرات بدیع و تازه هستند. خلق ایده و فرایندهای جدید، مسیری است که به واسطه آن، سازمانها می توانند خود را با محیط منطبق کرده و به مزیتی رقابتی دست یابند (اکرم و همکاران، ۲۰۲۰) با توجه به اهمیت و ضرورت ارتقای مهارت های منابع انسانی در صنعت ۴،۰، شرکت ها باید استراتژی مناسبی برای افزایش رقابت پذیری منابع انسانی خود اتخاذ کنند. با تمرکز بر اتوماسیون فرآیند، شرکت ها تنها به پس انداز مالی دست می یابند، در حالی که با اتخاذ استراتژی هایی مبتنی بر ظرفیت ها و استعدادهای منابع انسانی و فناوری، یک شرکت می تواند چشم انداز بزرگ تری را برای دستیابی به رشد و اهداف کسب و کار متصور شود. (بالویی و همکاران، ۲۰۲۲) ^۳

بمنظور داشتن چنین مزیت رقابتی سازمان همواره علاوه داشتن کارکنان خلاق، می بایست توجه ویژه ای به مقوله ارتباطات در سازمان داشته باشند. همانطور که بدن انسان برای انتقال پیام های مغز که کی بخورد، کی بخوابد، کی بایستد و ... به سیستم عصبی تکیه دارد؛ یک سازمان هم به ارتباطات سازمانی برای رسیدن به اهداف خود نیازمند است. اگر در بدن انسان، اختلال فیزیکی یا عصبی به وجود بیاید یعنی مانعی در راه جریان آزاد پیام ها ایجاد شود، عواقب منفی به دنبال خواهد داشت به همین صورت اگر مشکلی در ارتباطات سازمانی ایجاد شود، باید به صورت سریع و کامل برطرف شود. درک مفهوم ارتباطات سازمانی، اثربخشی کارکنان سازمان را افزایش می دهد و کمبود اصول ارتباطات سازمانی باعث ایجاد مشکل در سازمان می شود (صنّعی، ۱۳۹۸).

جامعه ی آمار مورد بررسی در تحقیق ما شرکت کافه بازار است. برنامه ی «بازار» یک بستر ارائه ی برنامه ها، بازی های اندرویدی و ویدیو در ایران است که از سوی شرکت آوای همراه هوشمند هزارستان توسعه یافته و در مالکیت «گروه توسعه فناوری اطلاعات هزارستان» قرار دارد. کافه بازار در بهمن ۱۳۸۹ به همت جمعی از فارغ التحصیلان و دانشجویان دانشگاه های ایرانی شکل گرفت و از آن زمان تاکنون، با بهره مندی از همکاری متخصصان و توسعه دهندگان مشتاق و مستعد ایرانی، کوشیده است بستر جامعی از خدمات، محتوا و محصولات دیجیتال را برای کاربران اندرویدی فراهم کند. کافه بازار در این سالها کوشیده میزبانی برای توسعه دهنده های بازی، برنامه و تأمین کنندگان رسمی ویدیو باشد تا محصول و محتوای خود را به مخاطبان ایرانی برسانند. کافه بازار همواره می کوشد خدمات بومی و بهینه سازی شده ای را به کاربران ایرانی ارائه کند. بخشی از خدمات گسترده ی بازار به شرح زیر است:

انتشار برنامه ها و بازی ها به زبان فارسی

فراهم کردن خدمات پرداخت آسان برای کاربران داخلی

ارائه ی محتوای گلچین شده از سوی تیم سردبیران کافه بازار

پشتیبانی ۲۴ ساعته در تمام روزهای هفته، برای کاربران و توسعه دهندگان

«بازار» علاوه بر میزبانی برنامه ها و بازی ها به زبان فارسی، به زبان انگلیسی نیز در دسترس است.

^۲Akram et al.

^۳Balouei&etal

بر اساس گزارش سالانه کافه بازار در سال ۱۳۹۶ و داده های به روز شده در شهریور سال ۹۷، برنامه ی «بازار» بیش از ۳۸ میلیون نصب فعال دارد که ۹۸ درصد این نصب ها در ایران است. اکنون ۱۳۲۰۰۰ برنامه، ۳۱ هزار بازی در «بازار» منتشر شده است. که از سوی ۲۲۰۰۰ توسعه دهنده ی فعال- با دست کم یک عنوان محصول منتشر شده- توسعه یافته است. طی سال های گذشته، توسعه دهندگان و ناشران غیر ایرانی نیز به همکاری با کافه بازار اشتیاق نشان داده اند و حدود ۱۲۰ تیم غیر ایرانی ۸۰۰ برنامه و بازی با کیفیت را به صورت رسمی برای کاربران ایرانی منتشر کرده اند. علیرغم پژوهش های پیشین که در حوزه رفتار نوآورانه و عملکرد سازمان صورت گرفته اند، با توجه به جستجوهای محقق، پژوهشی به مطالعه تاثیر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی مهارت های ارتباطی مورد مطالعه بازار نپرداخته است. بدین منظور در این پژوهش می خواهیم با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی به تبیین میزان تاثیر این متغیرها بر روی همدیگر پردازیم و سوالی که در اینجا مطرح می شود این است که آیا رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی مهارت های ارتباطی در بین کارکنان کافه بازار تاثیر دارد؟

ادبیات پژوهش

عملکرد سازمانی

عملکرد در لغت یعنی حالت با کیفیت کار کرد. بنابراین، عملکرد سازمانی یک سازه کلی است که بر چگونگی انجام عملیات سازمانی اشاره دارد. معروف ترین تعریف عملکرد توسط نیلی و همکاران (۲۰۰۲) ارائه شده است. وی بیان داشت که عملکرد سازمانی فرایند تبیین کیفیت اثربخشی و کارایی اقدامات گذشته است. مطابق این تعریف، عملکرد به دو جزء تقسیم می شود (رجبی فرجاد و مطیعیان نجار، ۱۳۹۷).

- کارایی: که توصیف کننده چگونگی استفاده سازمان از منابع برای تولید خدمات یا محصولات است.
- اثربخشی که توصیف کننده درجه نیل به اهداف سازمانی است.

عملکرد عبارت است از مجموعه رفتارهایی که افراد در ارتباط با شغل از خود نشان می دهند. بهسازی عملکرد، عبارت است از فرایند شناسایی شکاف ها، درک علل آن ها و سرانجام، تدوین راهبردهایی برای از میان بردن آن ها (فتاحی و کاشف، ۱۳۹۵). عملکرد سازمانی به عنوان فعالیتی ارزشمند در سطح اجتماع تعریف می شود. با وجود اهمیت آن، این تعریف صریحاً در ادبیات اقتصادی به رسمیت شناخته نشده است. از طرف دیگر، چند بعدی بودن مسایل موجود در سازمانی سبب می شود که این تعریف را بهبود داد. بنابراین عملکرد سازمانی از چهار عنصر به هم پیوسته تشکیل شده است:

- نتایج مالی.
- کارایی عملیاتی.
- رضایت ذینفعان.

۴-Nili et al.

• توانایی رقابت.

از این رو اندازه گیری چهار عنصر در عملکرد سازمانی به طور گسترده مورد مطالعه قرار گرفته است. بررسی تاثیر همه این موارد در بهبود عملکرد سازمانی می تواند موثر باشد. (شاهمرادی، ۱۴۰۰). عملکرد سازمانی کارکنان به عنوان یکی از مهم ترین مؤلفه های اندازه گیری میزان بهره وری در سازمان ها شناخته می شود. این عنصر یکی از مفاهیم بنیادین در مدیریت به شمار می رود. چرا که بسیاری از وظایف مدیریت بر اساس آن شکل می گیرد. همچنین موفقیت سازمان ها را می توان در آیین عملکردشان مشاهده کرد. عملکرد سازمانی پدیده ای پیچیده است که شاید ساده ترین تعبیر برای آن را بتوان مجموعه فعالیت های معطوف به دستیابی سازمانی دانست. عملکرد سازمانی به چگونگی مأموریت ها و وظایف و فعالیت های سازمانی و نتایج آنها اطلاق می شود. این مفهوم ارزش مورد انتظار سازمان تعریف می شود که یک فرد در یک دوره از زمان انجام می دهد. هر سازمانی برای نیل به عملکرد سازمانی مطلوب در جستجوی راه هایی است تا محیط را برای کارکنان مساعد سازد. تا به درجه ای از توانایی برسند که تأثیر گذاری بیش تری بر روی کارشان داشته باشند (بریمانی و عزیزاده باچی، ۱۳۹۸). رویکرد انسان بر بهبود مدیریت منابع انسانی از جمله انتخاب، استخدام، آموزش و ارتقاء متمرکز است. اجرای نسبتاً ارزان و تأثیر نسبتاً سریع برخی از مزایای این رویکرد است، اما تأثیر آن به دلیل این واقعیت محدود است که تمرکز بر انتخاب کارکنان و آموزش، تنظیم ساختار اداری و پشتیبانی رویه ای برای فرآیندها را تضمین نمی کند. (بالویی و همکاران، ۲۰۲۱)

۵

رفتار نوآورانه

فار و فورد (۱۹۹۰) رفتار نوآورانه کارکنان را بعنوان یک رفتار شخصی تعریف می کنند که هدفش رسیدن به راه اندازی و معرفی ایده ها، فرآیندها، محصولات یا رویه های جدید و مفید در یک نقش کاری، گروه یا سازمان می باشد. رفتار کاری نوآورانه از خلاقیت کارمندان و تولید ایده های جدید و مفید مرتبط با محصولات، خدمات، فرآیندها و رویه ها متفاوت است زیرا همچنین شامل اجرای ایده ها نیز می باشد (خلیلی پور و خنیفر، ۱۳۹۷). بر خلاف خلاقیت، رفتار کاری نوآورانه به وضوح تمایزش به ارائه منفعت می باشد. آن یک جزء کاربردی واضح تر است که انتظار می رود به خروجی نوآوری منجر شود. خلاقیت می تواند بعنوان یک جز اساسی و اصلی از رفتار کاری نوآورانه دیده شود، که بیشتر در آغاز فرآیند نوآوری مشهود است زمانی که مسائل یا شکاف های عملکردی تشخیص داده می شوند و ایده ها در پاسخ به نیاز درک شده برای نوآوری تولید می گردند (زبردست و همکاران، ۲۰۱۷، مورا، ۲۰۱۳). رفتار نوآورانه کارکنان^۶ در محیط کار، رفتار پیچیده ای است که شامل سه زمینه تولید ایده، ترویج ایده و پیاده سازی ایده است. تولید و معرفی ایده، به ایده پردازی و ارائه ی ایده های نو می پردازد و نشان دهنده میزانی است که یک فرد ایده های جدید را تولید می کند. ترویج ایده به تلاش افراد برای جلب پشتیبانی و تعهد دیگران در پیاده سازی ایده های جدید اشاره دارد. پیاده سازی ایده به تلاش های عملی تر برای تبدیل ایده های نو به راه کارهای عملی و پیاده سازی آن ها در فعالیت کاری سازمانی اش اشاره دارد. اغلب کارهای تئوری انجام شده در خصوص رفتار نوآورانه

^۵ Balouei & et al^۶ Zabardast et al.^۷ Mura

کارکنان بین ابعاد متفاوت تمایز قائل شده اند که اغلب به مراحل متفاوت فرآیند نوآوری مربوط هستند. بعنوان مثال اسکات و بروس (۱۹۹۴) رفتار کاری نوآورانه را^۱ بعنوان یک فرآیند چندمرحله ای عملیاتی کرده اند. محققان سه مرحله مرتبط با رفتار کاری نوآورانه یعنی تولید ایده و ائتلاف و اجرای ایده خلاصه کرده اند. با این حال، می بینیم که تولید ایده نسبتاً گسترده است بگونه ای که پیشنهاد شده است که شامل رفتارهایی هم مرتبط با جستجو و هم تولید ایده ها باشد. بهرحال، تحقیقات خلاقیت نشان دادند که این دو نوع رفتار بر قابلیت های متمایز شناختی تکیه دارند (دهقانی سلطانی و همکاران، ۱۳۹۷).

مهارت های ارتباطی

ارتباط، یکی از قدیمی ترین و درعین حال عالی ترین دستاوردهای بشری است. ارتباط زمینه ساز زندگی اجتماعی ماست. (علیزاده مجد و همکاران، ۱۳۹۹) این مهارت به عنوان مجموعه مهارت های اجتماعی در یک الگوی سه مرحله ای شامل؛ مهارتهای دریافت، مهارتهای پردازش و مهارتهای پیامرسانی یا پاسخ است. مهارتهای معمولاً به توجه و درک دقیق پیامها و محرکهای اجتماعی در موقعیتهای گوناگون مربوط است. ارزیابی و تجزیه و تحلیل پیام دریافت شده و یافتن پاسخ مناسب برای دادن بازخورد مناسب، به مرحله پردازش برمی گردد و بالاخره انتخاب ابزار، حالات، کلمات و چگونگی ارائه بازخورد و پاسخ پیام دریافت شده به مرحله پیامرسانی یا پاسخ مربوط می شود. (مصطفوی کهننگی و قادیان، ۱۳۹۹).

برای برقراری ارتباط به تعبیری حداقل باید دو انسان وجود داشته باشند تا موضوع خاصی را به کمک ابزار یا وسایل ویژه ای به اطلاع یکدیگر برسانند. از این قضیه به عنوان فرایند ارتباطات نام می برند. اگر چرخه ارتباط را محدود و مختصر کنیم و به رابطه بین فردی برسیم، دو فرد با یکدیگر در حال گفتگو هستند، آن که حرف می زند فرستنده، و آن که گوش می دهد گیرنده و آنچه بین آن دو رد و بدل می شود پیام نامیده می شود. در این رابطه بین فردی، از آنجا که نوع ارتباط افقی است جایگاه گیرنده و فرستنده قابل تغییر است. به سخن دیگر منبع می تواند به مخاطب یا به عکس، مخاطب می تواند به منبع تبدیل شود. (گیوتاج و همکاران، ۱۳۹۸). ارتباط عبارت است از انتقال اطلاعات با وسایل ارتباطی گوناگون از یک نقطه، یک شخص با یک دستگاه به دیگری. چنانچه ارتباط به صورت صحیح انجام نشود، باعث ایجاد نابسامانی در سازمان خواهد شد. بنابراین ریشه مشکلات فردی، سازمانی و اجتماعی را می توان در کمبود ارتباطات موثر و سوء تعبیرها و تفسیرهای ارتباط جستجو کرد. پس می توان گفت که برقراری ارتباط صحیح به دلایل متعددی برای مدیران ضروری است که از آن جمله: هماهنگ کردن و تنظیم وقت خود، انجام وظایف برنامه ریزی، سازماندهی، هدایت، رهبری و کنترل سازمان به نحوه ی موثر (حسینی نسب و عظیمی کهن، ۱۳۹۲).

^۱- Scott, S.G. and Bruce

جدول (۱) خلاصه ی پیشینه داخلی و خارجی

مطالعات انجام شده در خارج از کشور			
ردیف	پژوهشگران	عنوان پژوهش	یافته های پژوهش
۱	اکرم وهمکاران (۲۰۲۰)	یافتن تاثیر عدالت سازمانی بر رفتار کاری نوآورانه کارکنان در حال کار در بخش مخابرات چین	آنالیز نقش واسطه ای به اشتراک گذاری دانش بین متغیرهای مستقل و وابسته در این مطالعه نیز می پردازد. به منظور تست فرضیات مطالعه، داده هایی از ۳۴۵ پاسخ دهنده در حال کار در صنعت مخابرات چین جمع آوری شد. آنالیز فاکتور اکتشافی بیانگر تناسب خوب مدل است، در حالی که مدل معادلات ساختاری تاثیر مثبت و معنی دار عدالت سازمانی بر رفتار کاری نوآورانه سازمان و به اشتراک گذاری دانش را نشان می دهد. به اشتراک گذاری دانش دارای ارتباط واسطه ای بین عدالت سازمانی و رفتار کاری نوآورانه سازمانی برقرار می کند. پیامدهای مدیریتی و عملی این مطالعه نیز ذکر شد.
۲	باقری و همکاران (۲۰۲۰)	آیا خودکارآمدی خلاق و اشتیاق به اختراع فرآیندی بر رفتار نوآورانه کارکنان در سرمایه گذاری های جدید با فناوری پیشرفته تاثیر می گذارد	با استفاده از داده های ۳۱۰ کارمند شاغل در ۳۲ شرکت جدید با فناوری پیشرفته ایرانی و مدیران عامل مربوطه، رهبری کارآفرینانه رفتار نوآورانه کارکنان را از طریق مکانیسم های میانجی خودکارآمدی خلاق و اشتیاق به اختراع پرورش می دهد.
۳	اکبری و همکاران (۲۰۲۰)	تأثیر رهبری کارآفرینانه بر رفتار کاری نوآورانه کارکنان پرداختند و خودکارآمدی خلاق و حمایت از نوآوری	یافته ها نشان می دهد که رهبری کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار کاری نوآورانه کارکنان در SMEs ICT دارد. علاوه بر این، خودکارآمدی خلاق کارکنان و حمایت رهبران از نوآوری، رابطه بین رهبری کارآفرینانه و رفتار کاری نوآورانه را واسطه می کند. پیامدهای نتایج و پیشنهادات برای توسعه رفتار کاری نوآورانه در میان کارکنان شرکت های کوچک و متوسط با فناوری پیشرفته پیشنهاد می شود.
۴	نومن و همکاران (۲۰۱۸)	بررسی تاثیر منحصر به فرد رهبری کارآفرینانه بر رابطه بین خودکارآمدی خلاقانه کارمندان	نتایج نشان می دهد رهبرانی با مدل سازی- نقش رفتارهای کارآفرینانه در برابر کارمندان و در سوق آنها به سمت شناسایی و بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه، به احتمال

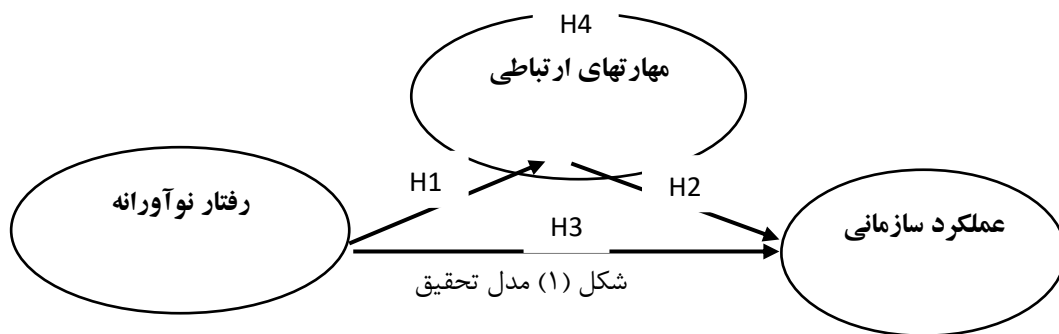
^۹-Akram et al.3^{۱۰}- Bagheri et al.4.^{۱۱}-Akbari et al.^{۱۲}-Newman et al.

		و رفتار نوآورانه	زیاد رفتار نوآورانه را در میان کارکنانی با سطح بالاتری از خودکارآمدی خلاقانه ترویج دهند، تا اینکه از طریق شیوه ای تحول گرا عمل کنند و یا اجازه دهند کارکنان در تصمیم گیری شرکت کنند.
۵	انلر و همکاران (۲۰۱۸)	ارزیابی مهارت های ارتباطی کارکنان اتاق عمل	نتایج: نمره مهارت های ارتباطی کارکنانی که سن بالای ۵۱ سال داشتند، ۲۱ سال یا بیشتر تجربه کاری داشتند و سال های بیشتری در بخش فعلی خود کار کردند از پرستاران بالا تر است. نمره مهارت های ارتباطی پرستاران از جراحان و متخصصان هوشبری بالاتر بود. این نمره با افزایش سن، تجربه کاری و افزایش سال های کاری در یک بخش افزایش می یابد. نتیجه: این نتایج به رهبران کمک می نماید تا ارتباطات بین کارکنان اتاق عمل را بهبود دهند. پیشنهاد می شود که به منظور ارزیابی عینی تر مهارت های ارتباطی کارکنان اتاق عمل، نتایج بدست آمده از مطالعات انجام شده در زمینه این موضوع در بیمارستان های مختلف افزایش یابد.
مطالعات انجام شده در داخل کشور			
۶	پروازی (۱۳۹۹)	تاثیر نگرش مثبت، ادراک رفتار، هنجارها، مقاصد و رفتارهای نوآورانه محیطی بر عملکرد محیطی	نتایج حاکی از این بود که نگرش مثبت در قبال رفتار های محیطی بر مقاصد نوآوری محیطی، تاثیر مثبت دارد. هنجارهای محیطی بر مقاصد نوآوری محیطی، تاثیر مثبت دارد. درک از کنترل رفتار محیطی بر مقاصد نوآوری محیطی، تاثیر مثبت دارند. مدیریت محیط زیست بر مقاصد نوآوری محیطی، تاثیر مثبت دارد. مقاصد نوآوری در محیط زیست بر رفتار نوآورانه محیطی، تاثیر مثبت دارد. رفتارهای نوآورانه محیطی بر عملکرد محیطی، تاثیر مثبت دارد.
۷	مصطفوی کهنگی و قادیان (۱۳۹۹)	بررسی رابطه بین مهارت های ارتباطی مدیران و عملکرد آنها در دانشگاه پیام نور	تجزیه و تحلیل یافته های حاصل از پرسشنامه در سطح استنباطی با استفاده از نرم افزار SPSS پرداخته شده است. در سطح استنباطی با توجه به فرضیات تحقیق آزمون های رگرسیون و همبستگی و همچنین در بخش یافته های جانبی از آزمون های t مستقل و تحلیل واریانسیک راهه استفاده شده است. طبق نتایج به دست آمده تأیید شده که بین مهارت های ارتباطی مدیران و عملکرد آنها رابطه وجود دارد. یعنی با بالا رفتن مهارت های ارتباطی عملکرد مدیران نیز بیشتر می شود.
	گیوتاج و همکاران (۱۳۹۸)	بررسی رابطه ی بین مهارت های ارتباطی مدیران	یافته ها نشان می دهد که بین ابعاد مهارتهای ارتباطی مدیران و عملکرد کارکنان رابطه ی معناداری وجود دارد و

۸	و عملکرد کارکنان در فرماندهی انتظامی شهرستان بندرعباس	بالاترین میزان همبستگی مربوط به رابطه ی بین درک پیام و عملکرد کارکنان ۰/۵۵۹ می باشد. بین پنج مولفه ی مربوط به مهارت های ارتباطی (که شامل: درک پیام، قاطعیت، بینش، گوش دادن، کنترل عواطف می باشد) با عملکرد کارکنان رابطه ی معناداری وجود دارد و این معناداری مثبت و مستقیم است. لذا می توان نتیجه گرفت که با افزایش مهارت های ارتباطی مدیران، عملکرد کارکنان افزایش می یابد.
۹	صنعتی (۱۳۹۸) مهارت های ارتباطی در سازمان و عملکرد شغلی مدیران و کارکنان	درک مفهوم ارتباطات سازمانی، اثربخشی کارکنان سازمان را افزایش میدهد و کمبود اصول ارتباطات سازمانی باعث ایجاد مشکل در سازمان میشود. مقاله پیش رو تلاشی است برای ارائه بحثی راجع به نقش مهارت های ارتباطی در سازمان، ارتباطات سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان و مدیران با بررسی موانع و مشکلات آن و راه های بهبود ارتباطات سازمانی، قوانین در این رابطه و راهکار هایی برای حمایت از ارتباطات سازمان.
۱۰	احمدی و همکاران (۱۳۹۶) بررسی مدل ساختاری تاثیر فرهنگ کار بر رفتار نوآورانه و عملکرد سازمانی معلمان ابتدایی شهر اردبیل	یافته های بدست آمده از تحلیل های آماری نشان داد که تاثیر فرهنگ کار بر رفتار نوآورانه و عملکرد سازمانی معلمان مثبت و معنادار است. هم چنین مدل علی طراحی شده در پژوهش بر اساس الگوی معادلات ساختاری برازش گردید. شاخص نیکویی برازش (GFI) ۰/۹۰ و ریشه میانگین مجذور باقی مانده ها در مدل متغیر های مکنون $RMSEA = ۰/۰۶۵$ بود. بنابراین مدل دارای برازش نسبتاً خوبی بوده است و به این ترتیب مدل معادلات ساختاری فرهنگ کار بر رفتار نوآورانه و عملکرد سازمانی معلمان موثر بوده است.
۱۱	رضایی نسب و دهقانی دهنوی (۱۳۹۵) بررسی رابطه رفتار نوآورانه و عملکرد سازمانی	داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS18 تجزیه و تحلیل گردیده و تایید روابط بین متغیرها و عوامل از طریق تحلیل عاملی تاییدی و تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار LISREL انجام شده است.
۱۲	احمدی و همکاران (۱۳۹۱) بررسی رابطه میان مهارت های خود رهبری و رفتار نوآورانه در شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی	در این تحقیق با استفاده از پرسشنامه استاندارد هافتون و نک به سنجش مهارت های خود رهبری و استراتژی های سه گانه آن شامل رفتار، پاداش طبیعی و الگوهای فکری سازنده پرداخته و رابطه آنان را با نوآوری از طریق پرسشنامه مقیمی (۱۳۹۰) بررسی نمودیم. نتایج این تحقیق نشان می دهد که بین مهارت های خود رهبری و استراتژی های سه گانه آن با رفتار نوآورانه رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

روش تحقیق

از آنجایی که هدف تحقیق شناسایی و تعیین تاثیر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی مهارتهای ارتباطی می باشد، لذا تحقیق از نظر هدف کاربردی می باشد، زیرا تحقیق در پی یافتن پاسخ برای مشکلاتی که مطرح است می باشد. از نظر نحوه گردآوری داده ها، توصیفی و از نوع همبستگی است، زیرا پس از برخورد با موقعیت مساله ای و بیان موضوع اطلاعات مورد نیاز گردآوری شده است (خلیلی شورینی، ۱۳۸۸). سوالات پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق حاصل گردآوری شاخص های استاندارد از پرسشنامه های استاندارد برای سه متغیر پژوهش می باشد. جامعه آماری در این تحقیق کارکنان بخش بازاریابی شرکت کافه بازار می باشند. از بین کارکنان کافه بازار تعداد آن ها به ۴۷ نفر می رسد. ۴۲ نفر طبق فرمول کوکران برای نمونه گیری انتخاب و به صورت تصادفی ساده پرسشنامه بین آنها توزیع گردید و در نهایت تعداد ۴۲ پرسشنامه تکمیل شده دریافت و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. پس از توزیع و گردآوری پرسشنامه در میان نمونه مورد بررسی، برای تبیین میزان تاثیر متغیرهای پژوهش بر روی هم از رویکرد معادلات ساختاری استفاده گردیده است. هر پژوهش میدانی به مدل تحقیق نیاز دارد که در قالب ابزار تحلیلی مناسب، متغیرها و روابط بین آنها را نشان می دهد.



در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های مختلف آمار توصیفی، استنباطی و روش حداقل مربعات جزئی، به وسیله نرم افزارهای SPSS ۲۲ و SmartPLS ۲ (بدلیل نرمال نبودن توزیع داده ها) استفاده شده است. در آمار تحلیلی این تحقیق به منظور آزمون فرضیه های تحقیق از مدل معادلات ساختاری استفاده شده است.

جدول (۲). آزمون نرمال بودن در خصوص متغیرهای پژوهش

متغیر	آماره K-S	سطح معناداری
رفتار نوآورانه	۱/۷۳۹	۰/۰۰۶
مهارتهای ارتباطی	۱/۶۷۵	۰/۰۱۳
عملکرد سازمانی	۱/۳۶۹	۰/۰۱۲

نتیجه ها و بحث

برازش مدل اندازه گیری

مدل اندازه گیری مدلی است که در آن روابط بین متغیرهای مشاهده پذیر و مکنون مورد توجه قرار گرفته و اندازه گیری می شود. برای بررسی برازش مدل های اندازه گیری معیارهای زیر استفاده شده است:

- (۱) معناداری بار عاملی بین گویه ها و متغیرهای مکنون مربوط به خود
- (۲) پایایی که توسط ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی سنجیده می شود.
- (۳) روایی همگرا که با معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بررسی می شود.
- (۴) روایی واگرا که با روش فورنل و لارکر سنجیده می شود.

جدول (۳). مقادیر آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE برای مولفه های تحقیق

شاخص	AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
رفتار نوآورانه	۰/۵۷۸	۰/۹۱۶	۰/۸۹۵
مهارت های ارتباطی	۰/۵۸۷	۰/۸۴۷	۰/۸۰۹
عملکرد سازمانی	۰/۶۷۹	۰/۸۳۳	۰/۸۰۳

همانطور که از جدول (۳) مشخص است، مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی در تمامی مولفه ها بزرگتر از مقدار ۰/۷ است. بنابراین پایایی پرسشنامه پژوهش مورد تایید است. همچنین مقدار AVE تمامی متغیرهای پژوهش بالاتر از مقدار ۰/۵ است. بنابراین روایی همگرای سوالات پرسشنامه مورد قبول می باشد.

برای بررسی روایی همگرا شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) محاسبه شده است. روایی همگرا زمانی وجود دارد که پایایی ترکیبی از ۰/۷ و AVE از ۰/۵ بزرگتر باشند. همچنین پایایی ترکیبی باید از AVE بزرگتر باشد. در این صورت شرط روایی همگرا وجود خواهد داشت. با توجه به جدول (۲) هر ۳ شرط فوق برای تمامی متغیرها برقرار می باشد. بنابراین تمامی متغیرها از روایی همگرا برخوردار هستند. چنانچه جذر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای یک متغیر بزرگتر از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها باشد، روایی واگرا برای آن متغیر وجود دارد. در جدول زیر اعداد روی قطر اصلی جذر میانگین واریانس استخراج شده می باشند.

جدول (۴). AVE و همبستگی بین شاخص های تحقیق

ردیف	متغیر	۱	۲	۳
۱	مهارت های ارتباطی	۰,۴۹۳		
۲	عملکرد سازمانی	۰,۵۴۵	۰,۷۱۰	
۳	رفتار نوآورانه	۰,۴۵۳	۰,۴۸۹	۰,۸۰۶

همانطور که از داده های جدول (۴) مشخص است، جذر میانگین واریانس استخراج شده برای هر متغیر بیشتر از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها است. بنابراین روایی تشخیصی متغیرهای پژوهش مورد تایید است.

برازش مدل ساختاری

- برازش بخش ساختاری مدل از طریق بررسی مقادیر R^2 (واریانس تبیین شده) و مقادیر Q^2 (قدرت پیش بینی مدل) و معیار f^2 صورت می پذیرد.

الف) معیار R^2

معیار R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درون زای (وابسته) مدل است. R^2 معیاری است که نشان از تاثیر یک متغیر برونزا بر یک متغیر درونزا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می شود. با توجه به جدول (۴) مقدار R^2 محاسبه شده برای سازه های مهارت های ارتباطی ۰/۴۳۴ و عملکرد سازمانی ۰/۲۱۸، مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید می سازد.

ب) معیار Q^2

معیار Q^2 قدرت پیش بینی مدل را مشخص می کند و در صورتی که مقدار آن در مورد یک سازه درونزا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه یا سازه های برون زای مربوط به آن را دارد. با توجه به جدول (۴) مقدار معیار Q^2 محاسبه شده، نشان از قدرت پیش بینی مناسب مدل در خصوص سازه های درون زای مهارت های ارتباطی ۰/۳۳ و عملکرد سازمانی ۰/۳۵۵ دارد و برازش مناسب مدل ساختاری را تأیید می سازد.

ج) معیار f^2

مقادیر شاخص f^2 موجود در جدول زیر مناسب بودن این شاخص را نشان می دهد.

جدول (۵). شاخص های بررسی کفایت مدل تحقیق

متغیر	R^2	Q^2	f^2
رفتار نوآورانه	--	--	۰/۸۵۹
مهارت های ارتباطی	۰/۴۳۴	۰/۳۳۰	۰/۵۲۱
عملکرد سازمانی	۰/۲۱۸	۰/۳۵۵	--
سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ برای R^2 به ترتیب به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی			
سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ برای Q^2 به ترتیب قدرت پیش بینی کم، متوسط و قوی			
سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ برای f^2 به ترتیب نشان از اندازه تاثیر کوچک، متوسط و بزرگ			

برازش مدل کلی

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه گیری و مدل ساختاری می شود و با تایید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل خواهد شد. برای بررسی برازش مدل کلی تنها یک معیار به نام GOF^1 وجود دارد. معیار GOF توسط تننهاوس و همکاران (۲۰۰۴) ابداع گردید و طبق فرمول موجود در جدول محاسبه می گردد.

جدول (۶). نتایج برازش کلی مدل با معیار GOF

Goodness Of Fit

¹Tenenhaus et al.

$\overline{R^2}$	$\overline{Communalities}$	$GOF = \sqrt{\overline{Communalities} \times \overline{R^2}}$
۰/۳۷۱	۰/۴۷۷	۰/۴۲۰

همانطور که در جدول (۶) مشاهده می‌شود، مقدار میانگین مقادیر اشتراکی ($\overline{Communalities}$) مقدار ۰/۴۷۷ و میانگین مقادیر R^2 برابر ۰/۳۷۱ بدست آمده است و با توجه به فرمول مقدار معیار GOF معادل ۰/۴۲۰ بدست آمد که بزرگتر از مقدار ملاک ۰/۳ بوده و نشان از برازش قوی مدل کلی تحقیق است. معیار بالای GOF مدل کلی را با قدرت تایید کرده و اجازه ورود به بخش بررسی فرضیات صادر می‌گردد.

آزمون فرضیه های پژوهشی

آزمون فرضیه‌های پژوهش بر اساس روش حداقل مربعات جزئی انجام شده است. اندازه ضریب مسیر نشان دهنده قدرت و قوت رابطه بین دو متغیر بوده و برای معنادار بودن ضریب مسیر لازم است مقدار آماره تی هر مسیر از عدد ۱/۹۶ بیشتر باشد. برای بررسی فرضیه میانجی از روش سوبل استفاده میکنیم. اما مهمترین شاخصی که باید بیاموزد variance accounted for (VAF) یا همان شمول واریانس است.

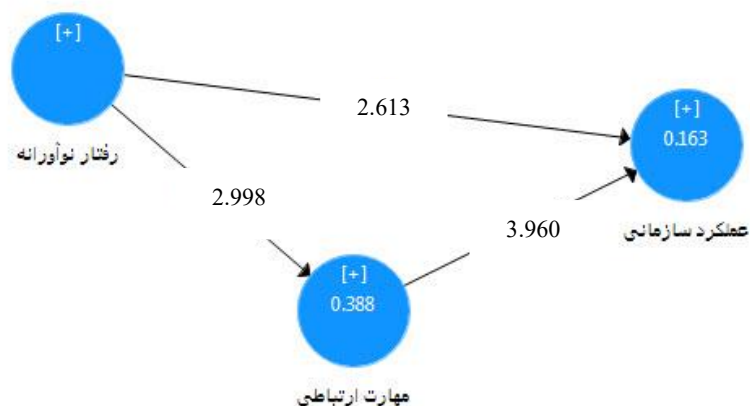
جدول (۷) نتایج حاصل از ارزیابی مدل ساختاری برای بررسی فرضیه های تحقیق

ردیف	مسیر	ضریب مسیر (β)	عدد معنی‌داری (t-value)	نتیجه آزمون
۱	رفتار نوآورانه \leftarrow مهارت‌های ارتباطی	۰/۶۲۳	۲/۹۹۸	تایید
۲	مهارت‌های ارتباطی \leftarrow عملکرد سازمانی	۰/۳۶۸	۳/۹۶۰	تایید
۳	رفتار نوآورانه \leftarrow عملکرد سازمانی	۰/۰۵۳	۲/۶۱۳	تایید

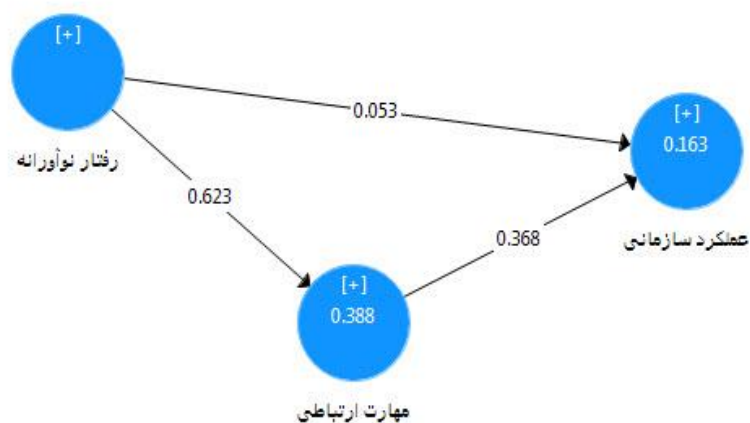
جدول (۸) بررسی فرضیه چهارم پژوهش (دوره های آموزش ضمن خدمت)

فرضیه	ضریب مسیر استاندارد	آماره t	P (sig)	تائید یا عدم تائید	نتیجه
رفتار نوآورانه ← مهارتهای ارتباطی	۰/۶۲۳	۲/۹۹۸	P<0.05	تائید	مهارتهای ارتباطی نقش میانجی در رابطه بین رفتار نوآورانه و عملکرد سازمانی دارد.
مهارتهای ارتباطی ← عملکرد سازمانی	۰/۳۶۸	۳/۹۶۰	P<0.05	تائید	
رفتار نوآورانه ←عملکرد سازمانی	۰/۰۵۳	۲/۶۱۳	P<0.05	تائید	
ضریب مسیر مستقیم = ۰/۲۱۶		ضریب مسیر غیر مستقیم = ۰/۱۹۵			
t مستقیم = ۲/۹۶۰		t غیر مستقیم = ۴/۵۶۰			
ضریب مسیر کل = ۰/۳۷۱					

مطابق شکل های ۳ و ۲، مقدار ضریب مسیر برای متغیر و مقدار آماره تی به دست آمده که بیشتر از مقدار ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین فرضیات مورد تأیید هستند.



شکل (۲) آماره تی



شکل (۳) ضریب مسیر

نتیجه گیری

با توجه به بررسیهای فراوان از ادبیات گذشته تحقیقی در ارتباط با متغیرهای رفتار نوآورانه و عملکرد سازمانی و همچنین مهارتهای ارتباطی یافت نشد که این سه متغیر را مورد بررسی قرار داده باشد. در ادامه با توجه به اینکه پژوهش حاضر از نوع کاربردی و روابط بین متغیرها به صورت هم خطی میباشد از روش مدلیابی معادله های ساختاری با استفاده از نرم افزار PLS Smart استفاده شد. روش PLS Smart برای برازش و ارزیابی رویی مدلهای معادله های ساختاری، سه بخش را تحت پوشش قرار میدهد: بخش مدلهای اندازه گیری، مدل ساختاری و بخش کلی مدل همچنین از نرم افزار SPSS برای به دست آوردن نتیجه کمک گرفته شد.

مطابق با جدول (۷)؛ آماره معنی داری بین متغیر رفتار نوآورانه و مهارت های ارتباطی برابر (۲/۹۹۸) می باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان دهنده این است که ارتباط میان رفتار نوآورانه و مهارت های ارتباطی در سطح اطمینان (۰/۹۵) معنی دار است. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر ۰/۶۲۳ است و میزان تاثیر مثبت رفتار نوآورانه بر مهارت های ارتباطی را نشان می دهد. به عبارتی دیگر یک واحد تغییر در رفتار نوآورانه، موجب افزایش ۰/۶۲۳ واحدی در مهارت های ارتباطی خواهد شد. این بدان معناست که رفتار نوآورانه بر مهارت های ارتباطی تاثیر مثبت و مستقیم دارد. بنابراین فرضیه اول پژوهش تایید می شود.

مطابق با جدول (۷)؛ آماره معنی داری بین متغیر مهارت های ارتباطی و عملکرد سازمانی برابر (۳/۹۶۰) می باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان دهنده این است که ارتباط میان مهارت های ارتباطی و عملکرد سازمانی در سطح اطمینان (۰/۹۵) معنی دار است. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۳۶۸) است و میزان تاثیر مثبت مهارت های ارتباطی بر عملکرد سازمانی را نشان می دهد. به عبارتی دیگر یک واحد تغییر در مهارت های ارتباطی، موجب افزایش ۰/۳۶۸ واحدی در عملکرد سازمانی خواهد شد. این بدان معناست که مهارت های ارتباطی بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبت و مستقیم دارد. بنابراین فرضیه دوم پژوهش تایید می شود.

مطابق با جدول (۷)؛ آماره معنی داری بین متغیر رفتار نوآورانه و عملکرد سازمانی برابر (۲/۶۱۳) می باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان دهنده این است که ارتباط میان رفتار نوآورانه و عملکرد سازمانی در سطح اطمینان (۰/۹۵) معنی دار است. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۰۵۳) است و میزان تاثیر مثبت رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی را نشان می دهد. به عبارتی دیگر یک واحد تغییر در رفتار نوآورانه، موجب افزایش ۰/۰۵۳ واحدی در عملکرد سازمانی خواهد شد. این بدان معناست که رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبت و مستقیم دارد. بنابراین فرضیه سوم پژوهش تایید می شود. در نهایت همانطور که در جدول (۸) مشاهده می شود متغیر رفتار نوآورانه با ضریب استاندارد شده ۰/۶۲۳ دارای رابطه معنی دار با مهارت های ارتباطی می باشد ($t > 1.96$).

همچنین متغیر مهارت های ارتباطی با ضریب استاندارد شده ۰/۳۶۸ دارای رابطه معنی دار با عملکرد سازمانی می باشد ($t > 1.96$). بر این اساس می توان پذیرفت که مهارت های ارتباطی در تاثیر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی نقش میانجی دارد. در پایان با توجه به مدل و نتایجی که از فرضیات پژوهش به دست آمد پیشنهادات ذیل ارائه شده است:

- شرکت می بایست سهم بازار خود را در جهت بهبود جریان نقدینگی و سودآوری افزایش داده و همچنین قیمت ها را در راستای افزایش سهم بازار کاهش دهد و نیازهای پنهان مشتریان کشف شود و همچنین در ارائه محصولات و خدمات جدید راه حل هایی را برای رفع نیازهای مشتری در نظر گرفته شود.
- شرکت در تلاش باشد تا از چگونگی استفاده مشتریان از محصولات و خدمات خود آگاه باشد و سعی شود تا از فرصت ها جهت کسب مزیت رقابتی شرکت استفاده شود و نیز کارکنان فروش می بایست به جمع آوری اطلاعات رقیب بپردازند.
- خدمات جدیدی به مراجعان و بازار توسط شرکت عرضه شود تا به این نحو بتوانند در عرضه خدمات جدید پیشتاز بمانند و کارکنان برای نوآور شدن آموزش داده شوند و همچنین منابع مالی جهت انجام تحقیق و پروژه های جدید در اختیار کارکنان قرار گیرد.
- شرکت در مقایسه با سایر شرکت ها، در عرضه تولیدات و خدمات جدید، پیشرو باشد و نیز در ارائه خدمات جدید محتاطانه (محافظه کار) عمل شود، همچنین تمایل شرکت به انجام پروژه های پر ریسک وجود داشته باشد و همچنین محصولات و خدمات جدید توسط شرکت به بازار معرفی شوند.

- در راستای پشتیبانی از تصمیم‌گیری های سازمانی از فناوری اطلاعات استفاده گردد و همچنین توجه لازم اعمال شود تا در تصمیم‌گیری های مهم، تحلیل های کاملی صورت گیرد و شرکت دائما از فرصت های جدید مربوط به فعالیت های جاری استفاده نماید در ان راستا می توان از تکنیک های برنامه ریزی، کنترل و مدیریت اطلاعات استفاده شود.
- توجه شود تا در خصوص محصولات پر ریسک نیز از نوآوری استفاده گردد و با بررسی و مطالعه به روی بازار در ماه های گذشته، در رفع نیاز مشتریان تلاش شود و همواره خدمات به روش های جدیدی به مشتریان ارائه گردد و همچنین نسبت به تغییر فرایند ارائه خدمات همواره توجه لازم را داشته باشند.
- سعی شود تا تکنولوژی جدید را زودتر از سایر شرکت های مشابه به کار گرفته شود تا در ارائه خدمات روش های جدیدی جستجو شود و از روش ها و فرایند های نوین خدماتی، استفاده گردد و تعهد جدی به تحقیق و توسعه، رهبری فن آوری و نوآوری در شرکت وجود داشته باشد.
- شرکت به استراتژی هایی که امکان استفاده از فرصت های بیرونی را برایش فراهم می‌آورد توجه بیشتری نشان دهد تا به سرعت به اقدامات رقابتی پاسخ داده شود و همچنین مدیریت ارشد استراتژی های رقیب را مورد بحث و بررسی قرار دهد.
- همواره تلاش شود تا سود سهم بازار شرکت، سود خالص شرکت و میزان نقدینگی مالی شرکت بسیار بهتر از رقبای اصلی باشد و همواره تلاش شود تا تغییرات چشمگیری در ترکیب محصولات و خدمات شرکت نسبت به گذشته در نظر گرفته شود و نیز نوآوری های اساسی در محصولات و خدمات شرکت در نظر گرفته شود.

منابع

- ابوالقاسم بریمانی، وحید علیزاده پاچی، (۱۳۹۸). رابطه بین خلاقیت سازمانی و شادکامی با عملکرد سازمانی کارکنان اداره راه و ترابری، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۹(۳۵)، ۱-۲۴.
- احمدی، حسن، نوری، گنجیه (۱۳۹۶). ارائه مدل تاثیر فرهنگ کار بر رفتار نوآورانه و عملکرد سازمانی معلمان ابتدایی شهر اردبیل با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری. تحقیقات مدیریت آموزشی، ۹(۳۳)، ۱۰۹-۱۲۴.
- پروازی، محمد (۱۳۹۹). تاثیر نگرش مثبت، ادراک رفتار، هنجارها، مقاصد و رفتارهای نوآورانه محیطی بر عملکرد محیطی، ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت
- حسینی نسب، سیدداود، عظیمی کهن، خاطره (۱۳۹۲). بررسی وضعیت مهارت های ارتباطی کارکنان اداری و رابطه ی آن با رضایت ارباب رجوع (معلمان) آموزش پرورش ناحیه یک شهر اردبیل سال ۹۰. نشریه علمی آموزش و ارزشیابی (فصلنامه)، ۶(۲۳)، ۳۰-۱۳.
- خلیلی پور، حاتم و خنیفر، حسین (۱۳۹۶). بررسی ساختاری تأثیر عدالت رویه ای و اشتیاق شغلی در اشتراک گذاری دانش و رفتار کاری نوآورانه. فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال دوم، دوره ۶، شماره ۴، ص ۲۷ - ۵۱.
- خلیلی شورینی، سیاوش (۱۳۸۸). روش های تحقیق در علوم انسانی. انتشارات یادواره ی کتاب
- دهقانی سلطانی، م. و مصباحی، م. و طالبی، ی. (۱۳۹۷). تأثیر ارزش های سازمانی و رهبری دانش گرا بر عملکرد نوآوری با تبیین نقش تسهیم دانش. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۸(۳)، ۴۳-۷۴. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=474579>
- رجبی فرجاد حاجیه، مطیعان نجار مجید (۱۳۹۷). تاثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با ملاحظه نقش میانجی اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی.
- رضایی نسب، آزاده و دهقان دهنوی، حسن (۱۳۹۵). بررسی رابطه رفتارهای نوآورانه با عملکرد سازمان، کنفرانس بین المللی نخبگان مدیریت، تهران، <https://civilica.com/doc/528932>
- شامرادی، سیده نیلوفر، معظمی. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر مدیریت جهادی بر عملکرد سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی. رهیافتهای نوین در مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، ۱(۲)، ۱۰۳-۱۱۵.
- صنّعی، ماندانا (۱۳۹۸). مهارت های ارتباطی در سازمان و عملکرد شغلی مدیران و کارکنان، سومین همایش ملی روانشناسی، تعلیم و تربیت و سبک زندگی، قزوین، <https://civilica.com/doc/102103>
- طوطیان اصفهانی، رجبی فرجاد، حاجیه، علی نقی. (۱۳۹۸). تأثیر فرهنگ نوآوری حمایت کننده و عملکرد نوآوری سازمان بر امنیت مجموعه های اطلاعاتی. فصلنامه مطالعات حفاظت و امنیت انتظامی، ۱۳(۴۹)، ۱۰۳-۱۲۴.

علیزاده مجد، امیررضا؛ داودی، عارفه؛ سقازاده، نرگس (۱۳۹۹). مطالعه تاثیر مهارت های برقراری ارتباط، اعتماد سازمانی و رفتار کارآفرینانه در صنایع لاستیک کشور (مورد مطالعه: شرکت لاستیک یزد تایر). صنعت لاستیک ایران، ۲۴(۹۷)، ۸۳-۶۷.

علیزاده مجد، امیررضا؛ بدیع زاده، علی؛ حسینی، سیدرسول؛ سعیدنیا، حمیدرضا؛ علیرضایی، ابوتراب (۱۳۹۷). تبیین نقش فرهنگ در ایجاد دانشگاه کارآفرین، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ۱۴، شماره ۵۱، ص ۲۴۸-۲۲۷.

فتاحی، هوشیار، کاشف، میر محمد. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر سرمایه فکری بر کیفیت خدمات اماکن ورزشی براساس مدل سروکوال با نقش واسطه ای عملکرد سازمانی (مطالعه موردی کارکنان ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی). نشریه مدیریت ورزشی، ۸(۳)، ۴۲۱-۴۳۷. doi: 10.22059/jsm.2016.59308

کمال زاده ا. (۱۴۰۰). تأثیر مدیریت دانش و نوآوری در فناوری بر عملکرد کارکنان شهرداری های استان گیلان. فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۵(۷۳)، ۳۲-۳۹. Retrieved <http://www.majournal.ir/index.php/ma/article/view/947>

گیوتاج، سوغلی، جمشیدی نسب، عین ا...، شریفی (۱۳۹۸). بررسی رابطه ی بین مهارتهای ارتباطی مدیران و عملکرد کارکنان در فرماندهی انتظامی شهرستان بندرعباس. فصلنامه علمی دانش انتظامی هرمزگان، ۸(۲۷)، ۳۹-۵۱.

مصطفوی کهنکی، فرحناز و قادیان، فاطمه (۱۳۹۹)، نقش مهارت های ارتباطی در ارتقای عملکرد مدیران (مورد مطالعه: مدیران ارشد و میانی دانشگاه پیام نور)، <https://civilica.com/doc/1231141>

ناظم، میترا؛ علیزاده مجد، امیررضا؛ نارنجی، مسعود (۱۴۰۰). تأثیر بازاریابی کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط با نقش میانجی: رفتار کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت های منتخب حوزه فناوری اطلاعات)، دراسات فی العلوم الانسانیه، ۲۸(۱)، ص ۹۲-۶۷.پ

Akbari, M., Bagheri, A., Imani, S., & Asadnezhad, M. (2020). Does entrepreneurial leadership encourage innovation work behavior? The mediating role of creativity self-efficacy and support for innovation. *European Journal of Innovation Management*.

Akram, T., Lei, S., Haider, M. J., & Hussain, S. T. (2020). The impact of organizational justice on employee innovative work behavior: Mediating role of knowledge sharing. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(2), 117-129.

Bagheri, A., Newman, A., & Eva, N. (2020). Entrepreneurial leadership of CEOs and employees' innovative behavior in high-technology new ventures. *Journal of Small Business Management*, 1-۲۳.

Balouei Jamkhaneh, H., Shahin, A., Parkouhi, S.V. and Shahin, R. (2022), "The new concept of quality in the digital era: a human resource empowerment perspective", *The TQM Journal*, Vol. 34 No. 1, pp. 125-144. <https://doi.org/10.1108/TQM-01-2021-0030>

Balouei Jamkhaneh, H., Shahin, R., and Chiara Leva, M. (2021), " A new framework for optimisation and effectiveness of service operations approaches to reduce human errors in healthcare",

International Journal of Human Factors and Ergonomics 1(1):1
DOI:10.1504/IJHFE.2021.10036737

- Mura, M., Lettieri, E., Radaelli, G. & Spiller, N., 2013. Promoting professionals' innovative behaviour through knowledge sharing: the moderating role of social capital. *Journal of Knowledge Management*, Volume 17, pp. 527-544.
- Newman, A., Herman, H. M., Schwarz, G., & Nielsen, I. (2018). The effects of employees' creative self-efficacy on innovative behavior: The role of entrepreneurial leadership. *Journal of Business Research*, 89, 1-9.
- Önler, Ebru, Tülin Yildiz, Semiha Bahar (2018), Evaluation of the communication skills of operating room staff, *Journal of Interprofessional Education & Practice*, Volume 10, March 2018, Pages 44-46
- Saadat, S., Aliakbari, A., Alizadeh Majd, A. and Bell, R. (2021), "The effect of entrepreneurship education on graduate students' entrepreneurial alertness and the mediating role of entrepreneurial mindset", *Education + Training*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2021-0231>
- Scott, S.G. and Bruce, R.A. (1994) Determinants of innovative behavior: a path model of individual innovation in the workplace, *Academy of Management Journal*, Vol. 37, No. 3.
- Zabardast, M. A., Gholami, K., & Rahimi, M. (2017). The relationship between transformational leadership's principal and organizational climate: teachers' perspectives from girl elementary schools. *Journal of School Administration*, 5(1), 129-150.