



Shahid Sattari Aeronautical University
of Science and Technology

Model of Innovative Work Behaviors of Employees in Knowledge-Based Companies

Mohammad Shaker Ardakani¹, Mojtaba Farrokhi², Neda Fallah Tafti³

Abstract

Background & Purpose: In the competitive and dynamic conditions of the knowledge-based economy, innovation is recognized as the engine that drives growth and competitive advantage of organizations. Knowledge-based companies, due to their technology-based nature and reliance on expert human capital, need to strengthen the innovative work behaviors of their employees more than other organizations. Accordingly, this study was conducted with the aim of presenting a model of innovative work behaviors of employees in knowledge-based companies in Yazd province.

Methodology: The present study is applied in terms of purpose, exploratory in terms of methodology, and qualitative in terms of data. The tool used was a semi-structured interview. The statistical population included managers of knowledge-based companies in Yazd. Based on the snowball sampling method, 14 interviews were conducted until theoretical saturation. To examine the validity in the qualitative part, three triangulation methods, member survey methods, and paired survey methods were used. The data were analyzed using Atlas TI software and using open, axial, and selective coding and a systematic grounded theory method.

Findings: Based on data analysis, 135 initial codes were extracted and categorized into 52 open codes. During axial coding, the categories extracted from open coding and secondary coding were placed under 6 categories including axial category (idea-oriented, need-oriented, and transformation-oriented), causal conditions (individual-personality, managerial, and structural factors), intervening conditions (lack of support from employees and managers), enabling conditions (learning organization and external support), strategies (development-oriented and participation-oriented strategies), and consequences (positive trans-organizational, organizational, and individual consequences).

Conclusion: The findings of this study indicate the complexity and multidimensionality of innovative work behaviors of employees in knowledge-based companies. To promote innovative work behaviors, it is essential to pay attention to increasing learning in the organization, paying attention to the organizational structure, and increasing agility. Knowledge-based companies should focus on strengthening the culture of innovation, improving management processes, and promoting individual and organizational capacities, thereby providing the basis for the emergence of idea-centered, need-centered, and transformation-centered thinking, and thereby achieving increased productivity and sustainable competitive advantage.

Keywords: *Innovation, Innovative Work Behavior, Knowledge-Based Company.*

Citation: Ardakani, Mohammad Shaker; Farrokhi, Mojtaba and Fallah Tafti, Neda.(2025). Model of Innovative Work Behaviors of Employees in Knowledge-Based Companies. *Journal of Innovation Management in Defensive Organizations*, 8(28), 57-86.

1. Assistant Prof., Management Department, Faculty of Humanities and Social Sciences, Ardakan University, Ardakan, Iran. E-mail: M.shaker@ardakan.ac.ir

2. Assistant Prof., Management Department, Faculty of Humanities and Social Sciences, Ardakan University, Ardakan, Iran. E-mail: Farrokhi@ardakan.ac.ir

3. MSc., Human Resource Management, Faculty of Humanities and Social Sciences, Ardakan University, Ardakan, Iran E-mail: Falah.n2001@gmail.com



دانشکده مدیریت

فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی
شاپای انتشار: ۷۱۱۲-۲۶۷۶
دوره ۸، شماره ۲۸
تابستان ۱۴۰۴
صص ۵۷-۸۶

الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان در شرکت‌های دانش‌بنیان

محمد شاکر اردکانی^۱، مجتبی فرخی^۲، ندا فلاح نفتی^۳

چکیده

زمینه و هدف: در شرایط رقابتی و پویای اقتصاد دانش‌بنیان، نوآوری به‌عنوان موتور محرک رشد و مزیت رقابتی سازمان‌ها شناخته می‌شود. شرکت‌های دانش‌بنیان، به دلیل ماهیت مبتنی بر فناوری و اتکا به سرمایه انسانی متخصص، بیش از سایر سازمان‌ها نیازمند تقویت رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان خود هستند. بر این اساس، این پژوهش با هدف ارائه الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان در شرکت‌های دانش‌بنیان استان یزد انجام شد.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی، از لحاظ روش‌شناسی در دسته پژوهش‌های اکتشافی و بر حسب داده‌ها، پژوهشی کیفی است. ابزار مورد استفاده، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. جامعه آماری شامل مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان یزد بودند. بر اساس روش نمونه‌گیری گلوله برفی، ۱۴ مصاحبه تا اشباع نظری انجام شد. برای بررسی روایی در بخش کیفی از سه روش مثلثی، روش بررسی‌های اعضا و بررسی زوجی استفاده شد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اطلس تی‌آی و با بهره‌گیری از کدگذاری باز، محوری و انتخابی و روش داده‌بنیاد نظام‌مند تحلیل شد.

یافته‌ها: براساس تحلیل داده‌ها، تعداد ۱۳۵ کد اولیه استخراج شد که در قالب ۵۲ کد باز دسته‌بندی شدند. طی کدگذاری محوری، مقوله‌های مستخرج از کدگذاری باز و کدگذاری ثانویه تحت ۶ دسته شامل مقوله محوری (ایده‌محوری، نیازمحوری و تحول‌محوری)، شرایط علی (عوامل فردی-شخصیتی، مدیریتی و ساختاری)، شرایط مداخله‌گر (عدم همراهی کارکنان و مدیران)، شرایط بسترساز (سازمان‌یادگیرنده و حمایت‌های بیرونی)، راهبردها (راهبردهای توسعه‌محور و مشارکت‌محور) و پیامدها (پیامدهای مثبت فراسازمانی، سازمانی و فردی) قرار گرفتند. **نتیجه‌گیری:** یافته‌های این پژوهش بیانگر پیچیدگی و چندبعدی بودن رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان در شرکت‌های دانش‌بنیان است. برای ترویج رفتارهای کاری نوآورانه توجه به افزایش یادگیری در سازمان و توجه به ساختار سازمانی و افزایش چابکی ضروری است. شرکت‌های دانش‌بنیان باید با تمرکز بر تقویت فرهنگ نوآوری، بهبود فرایندهای مدیریتی و ارتقای ظرفیت‌های فردی و سازمانی، زمینه را برای بروز ایده‌محوری، نیازمحوری و تحول‌محوری فراهم ساخته و از این طریق به افزایش بهره‌وری و ایجاد مزیت رقابتی پایدار دست یابند.

کلیدواژه‌ها: نوآوری، رفتار کاری نوآورانه، شرکت دانش‌بنیان.

استناد: اردکانی، محمد شاکر؛ فرخی، مجتبی و فلاح نفتی، ندا. (۱۴۰۴). الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان در شرکت‌های دانش‌بنیان. فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۸(۲۸)، ۵۷-۸۶.

۱. استادیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران. M.shaker@ardakan.ac.ir

۲. استادیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران. Farokhi@ardakan.ac.ir

۳. کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران. Falah.n2001@gmail.com

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۹/۱۲

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۳/۱۱/۲۱

نویسنده مسئول مقاله: محمد شاکر اردکانی

نوع مقاله: پژوهشی

DOI:10.22034/qjimdo.2025.491923.1722

مقدمه

امروزه رقابت اقتصادی به سرعت در حال افزایش است، در این محیط برای موفقیت، داشتن مزیت رقابتی مهم است (کیم و همکاران^۱، ۲۰۲۱: ۱۱). نوآوری در دنیای امروزی به عنوان یک عامل تعیین کننده رقابت‌پذیری محسوب می‌شود (قربانی زاده، ۱۴۰۰: ۱۲۶). نوآوری، عامل راهبردی برای کسب مزیت رقابتی و موفق شدن کسب‌وکارها است (یوسف و پالازو^۲، ۲۰۲۳: ۱۲۴۰). ایجاد نوآوری متمایز و مستمر از طریق تشویق کارکنان به ایده و پیاده‌سازی ایده‌ها و نوآوری‌ها، گامی مهم در کسب مزیت رقابتی در هر سازمان است (فولر و همکاران^۳، ۲۰۲۲: ۱۲۲). به طور کلی، نوآوری را می‌توان اجرای عملی ایده‌هایی دانست که به ساخت کالاها یا خدمات جدید یا بهبود در ارائه کالا یا خدمات موجود منجر می‌شود (ریزان و همکاران^۴، ۲۰۲۳: ۲۸۱). رفتار کاری نوآورانه کارکنان یکی از مهمترین روش‌ها برای توسعه نوآوری در سازمان است (هافتر و همکاران^۵، ۲۰۲۱: ۱). رفتارهای کاری نوآورانه به‌عنوان مجموعه رفتارهای فردی با هدف معرفی ایده‌های مفید و جدید، فرایندها و محصولات در محیط کاری تعریف می‌گردد (مورا و همکاران^۶، ۲۰۱۶: ۱۲۲۳). رفتار نوآورانه به معنی ایجاد، ترویج، اجرا و تحقق ایده‌های خلاقانه است. رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان می‌تواند زمینه را برای نوآوری و بهبود عملکرد سازمان فراهم کند (آلسا و دورگبو^۷، ۲۰۲۲: ۶۲۸). بعضی از افراد این توانایی را دارند که ایده‌های اثربخشی را ایجاد کنند، اما بعد از آن، زحمت پیگیری آن ایده‌ها را تقبل نمی‌کنند تا آن‌ها را به واقعیت تبدیل کنند (مورا و همکاران^۸، ۲۰۱۶: ۱۲۲۳). یک کارمند زمانی می‌تواند رفتار نوآورانه کاری را به نمایش بگذارد که خلق ایده با اجرای ایده همراه گردد. بنابراین رفتار نوآورانه عملی و کاربردی ساختن افکار و اندیشه‌های نو و تازه ناشی از خلاقیت است. رفتارهای نوآورانه در محیط کار رفتارهای پیچیده‌ای هستند که شامل سه زمینه تولید ایده، ترویج ایده و پیاده‌سازی ایده می‌شوند (لی^۸، ۲۰۱۸: ۱۶۴۲).

پژوهش‌های متعددی در سال‌های اخیر پیرامون رفتارهای کاری نوآورانه در سازمان‌های مختلف دولتی و خصوصی انجام شده است، اما توجه به این رفتارها در

¹ Kim et al

² Yousaf & Palazzo

³ Fuller et al

⁴ Rizana et al

⁵ Haefner et al

⁶ Mura et al

⁷ AlEsa & Durugbo

⁸ Lee

شرکت‌های دانش‌بنیان که ماهیت، ساختار و ویژگی‌های خاصی دارند و نوآوری جز جدایی‌ناپذیر وجود آن‌ها محسوب می‌شود، کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. از این رو، ضروری است که رفتارهای نوآورانه و عوامل مؤثر بر آن‌ها در این شرکت‌ها به‌طور دقیق شناسایی و تحلیل شوند (آلسا و دورگبو، ۲۰۲۲: ۶۲۹). با توجه به فضای کاری دانش‌محور و مستعد بروز نوآوری در کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان، بررسی زمینه‌های رفتارهای نوآورانه در چنین محیط‌هایی در شرایط رقابتی کنونی امری حیاتی است (سریگار^۱ و همکاران، ۲۰۱۹: ۳۲۷).

مطالعات انجام شده در کشورهایی که به منابع طبیعی وابسته‌اند، نشان می‌دهد که اقتصاد مبتنی بر منابع طبیعی قادر نیست رشد اقتصادی پایدار و مستمری را ایجاد کند. از این منظر، تمرکز بر اقتصاد دانش‌بنیان در ایران و بسیاری از کشورهای دیگر به عنوان یک راهبرد مهم و کلیدی مورد توجه قرار گرفته است. شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند نقش مهمی در رشد اقتصادی و توسعه پایدار ایفا کنند. در ایران، به دلیل اهمیت حیاتی اقتصاد دانش‌بنیان، ارتقای فعالیت این شرکت‌ها مورد حمایت ویژه مسئولان و سیاست‌گذاران قرار گرفته است. استقبال فعالان علمی، اقتصادی و کارآفرینان موجب شده است که بیش از هفت هزار شرکت دانش‌بنیان در اقتصاد کشور فعالیت داشته باشند و توانسته‌اند علاوه بر کمک به رفع مشکلات اقتصادی، نقش مؤثری در خنثی‌سازی تحریم‌های اقتصادی ایفا کنند. از این تعداد، حدود پنج هزار شرکت تولیدی و بقیه عمدتاً در حوزه خدمات فعال هستند و تنها در سال گذشته نزدیک به چهار هزار فرصت شغلی مستقیم ایجاد کرده‌اند (آقابابایی و رحیمی، ۱۴۰۲: ۲۴۵).

البته همه شرکت‌های دانش‌بنیان موفق به گذر از مرحله تولد و دستیابی به تجاری‌سازی محصول و بلوغ سازمانی نمی‌شوند و بسیاری با چالش‌هایی از جمله، چالش‌های مالی، کمبود سرمایه و حمایت‌های مالی ناکافی مواجه هستند. علاوه بر این، کمبود نیروی انسانی متخصص و ماهر، ضعف در همکاری و تعامل با صنعت، نارسایی‌های فناورانه به دلیل عدم بلوغ کامل فناوری‌ها و ضعف در شبکه‌سازی با مشتریان و بازار، از دیگر عوامل مهم هستند که فرایند تبدیل ایده‌های علمی به محصولات تجاری را دشوار می‌کنند. این عوامل باعث می‌شوند که شرکت‌های دانش‌بنیان نتوانند به‌خوبی وارد بازار شده و از ظرفیت‌های خود بهره‌برداری کنند. در این میان، ترویج رفتارهای کاری نوآورانه می‌تواند راهکاری مؤثر

1. Siregar

برای غلبه بر این چالش‌ها باشد (هافنر و همکاران، ۲۰۲۱: ۱). رمز موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان، مانند بسیاری از سازمان‌های دیگر، تمرکز بر توانمندی‌ها و رفتارهای نوآورانه کارکنان است. اقتصاد نوآورانه مستلزم شرکت‌هایی است که نوآوری را محور فعالیت خود قرار داده‌اند و موفقیت آن‌ها به رفتارهای نوآورانه کارکنان، از خلق ایده تا اجرای آن، وابسته است. شناسایی رفتارهای کاری نوآورانه در شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند به بهبود کارایی و افزایش سودآوری آن‌ها کمک کند (مورا و همکاران، ۲۰۱۶: ۱۲۲۴). با شناخت این رفتارها، شرکت‌ها قادر خواهند بود فرایندهای کسب‌وکار خود را بهبود بخشیده و راه‌حل‌های نوآورانه‌ای برای چالش‌های خود پیاده‌سازی کنند. در این راستا، شناسایی رفتارهای نوآورانه به عنوان ابزاری کلیدی برای توسعه کسب‌وکار مطرح است. همچنین، این شناسایی می‌تواند به کاهش هزینه‌ها و ارتقای سیستم‌های سازمانی از طریق اجرای راهکارهای نوآورانه کمک نماید (تید و بسنت^۱، ۲۰۱۸: ۲۵). افزون بر این، رفتارهای کاری نوآورانه به شرکت‌ها امکان می‌دهد رقابت‌پذیری خود را در بازار افزایش داده و جایگاه مناسبی در برابر رقبای داخلی و خارجی به دست آورند.

در استان یزد، با وجود توسعه صنعتی قابل توجه در سال‌های اخیر که عمدتاً بر صنایع غیر دانش‌بنیان و مبتنی بر نیروی کار غیر تخصصی متمرکز بوده، تلاش‌های زیادی برای ورود به اقتصاد دانش‌بنیان صورت گرفته است. راه‌اندازی پارک‌های علم و فناوری و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در این استان، نشان از عزم جدی برای توسعه این حوزه دارد. شرکت‌های مستقر در این پارک‌ها و مجموعه‌های فناورانه، به منظور رقابت با سایر شرکت‌های کشور، نیازمند توسعه و تقویت رفتارهای نوآورانه در میان کارکنان خود هستند. به طور کلی، مسئله اصلی این پژوهش تمرکز بر ارائه مدلی جامع از رفتارهای کاری نوآورانه در شرکت‌های دانش‌بنیان است که از طریق آن بتوان عوامل مؤثر، زمینه‌ها، بسترسازها و مداخله‌گرها را در شکل‌گیری این رفتارها شناسایی کرد و پیامدهای آن‌ها را تحلیل نمود.

پیشینه پژوهش

نوآوری به‌عنوان یک پدیده چندوجهی، همواره در کانون توجه پژوهشگران قرار داشته است. در دنیای رقابتی و پیچیده امروزی، شرکت‌ها برای بقا و رشد پایدار، ناگزیر به نوآوری مداوم هستند (ریزان و همکاران، ۲۰۲۳: ۲۸۲). طبق تعریف سازمان همکاری اقتصادی و توسعه نوآوری را در چهار نوع نوآوری در محصول، فرآیند، سازمانی و نوآوری در بازاریابی طبقه‌بندی

^۱. Tidd & Bessant

می‌شود (لوپز و همکاران^۱، ۲۰۱۸). رفتار کاری نوآورانه به توانایی و تمایل فرد یا سازمان برای تفکر خلاقانه، ایجاد ایده‌های نو، و انجام کارهایی است که بهبود و نوآوری در فرآیندها، محصولات، یا خدمات موجود را ترویج می‌کند. این نوع رفتار ممکن است با شکست‌ها همراه باشد، اما شامل ارتقاء رویکردها، تغییر در نگرش‌ها و ارائه راه‌حل‌هایی خارق‌العاده است که به بهبود و پیشرفت کمک می‌کند (آلسا و دورگبو، ۲۰۲۲: ۶۲۸).

رفتار نوآورانه کارکنان را می‌توان به عنوان مجموعه‌ای از اقدامات هدفمند و مبتکرانه تعریف کرد که به معرفی ایده‌های جدید، روش‌های کارآمدتر، محصولات یا خدمات نوآورانه و یا بهبود فرآیندهای موجود در سازمان منجر می‌شود. این رفتار فراتر از تولید ساده ایده است و شامل مراحل مختلفی از جمله شناسایی فرصت‌ها، توسعه ایده‌ها، جلب حمایت دیگران و اجرای موفق آنها می‌شود (سریگار و همکاران، ۲۰۱۹: ۳۲۶). رفتار کاری نوآورانه شامل عوامل مختلف زیر می‌شود. خلاقیت؛ خلاقیت به عنوان توانایی تفکر خارج از الگوهای رایج و پیدا کردن راه‌حل‌های جدید به مسائل مطرح، اساس این نوع رفتار است (استوفر و همکاران^۲، ۲۰۲۰: ۱۲۱). استفاده از منابع مختلف نوآورانه‌ترین سازمان‌ها و افراد از منابع متنوع مانند ایده‌ها، دانش، تجربیات گذشته و تکنولوژی‌های جدید استفاده می‌کنند (پالازچی و همکاران^۳، ۲۰۱۸: ۳۰) پذیرش ریسک رفتار کاری نوآورانه نیازمند پذیرش ریسک و تجربه از شکست‌ها نیز است، زیرا همیشه ایده‌ها موفق نمی‌شوند. همکاری و تعامل؛ اشتراک ایده‌ها و همکاری بین افراد باعث ترکیب دیدگاه‌ها و افزایش امکان پیدا کردن راه‌حل‌های نوآورانه می‌شود (لین و همکاران^۴، ۲۰۲۰: ۵۴). تغییر و تحول؛ رفتار کاری نوآورانه به دلیل تغییر و تحول در سازمان‌ها، فرآیندها و محصولات ایجاد می‌شود. پیشرفت تکنولوژی؛ استفاده از تکنولوژی‌های جدید و پیشرفته در تولید محصولات و ارائه خدمات جدید از جمله عوامل مهم در رفتار کاری نوآورانه است. توجه به نیازهای بازار و مشتریان؛ تمرکز بر نیازها و ترجیحات مشتریان و بازار، به ایجاد محصولات و خدمات با ارزش بالا و نوآورانه منجر می‌شود (رحمان و همکاران^۵، ۲۰۱۹: ۵۲۶). ادراک فرصت‌ها؛ تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید در بازار یا حوزه‌های مختلف، جزء ویژگی‌های اساسی رفتار کاری نوآورانه است (نانوگی و همکاران^۶، ۲۰۱۹: ۳۱۶).

¹ Lopes et al

² Stoffers et al

³ Palazzeschi et al

⁴ Linh et al.

⁵ Rehman et al

⁶ Nangoy et al

در خصوص نظریه‌های مطرح در بروز رفتارهای کاری نوآورانه، دیدگاه‌های مختلفی به شرح زیر بیان شده‌است: ۱- نظریه یادگیری اجتماعی^۱: این نظریه بیان می‌کند که افراد با مشاهده رفتارهای دیگران، به‌ویژه افرادی که برایشان الگو هستند (مانند رهبران یا همکاران موفق)، یاد می‌گیرند و رفتارهای نوآورانه را می‌آموزند و در خود پرورش می‌دهند. در شرکت‌های دانش‌بنیان، ترویج فرهنگ اشتراک گذاری دانش و تجارب و ایجاد فرصت برای مشاهده و یادگیری از یکدیگر می‌تواند نوآوری را افزایش دهد. ۲- نظریه خودکارآمدی^۲: این نظریه بر باور فرد به توانایی خود در انجام یک کار خاص تأکید دارد. افرادی که خودکارآمدی بالایی در زمینه نوآوری دارند، بیشتر تمایل به انجام کارهای نوآورانه و پذیرش ریسک دارند. شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند با ارائه آموزش، پشتیبانی و فرصت‌های چالش‌برانگیز، خودکارآمدی کارکنان خود را افزایش دهند (کیم و همکاران، ۲۰۲۱: ۱۳). نظریه انگیزه ذاتی^۳: این نظریه بیان می‌کند که انجام کارهایی که از نظر فرد لذت‌بخش و چالش‌برانگیز هستند، می‌تواند به نوآوری منجر شود. در شرکت‌های دانش‌بنیان، ایجاد فضایی که به کارکنان اجازه می‌دهد تا در کارهای خود خلاقیت و ابتکار به خرج دهند و احساس مالکیت و مسئولیت داشته باشند، می‌تواند انگیزه ذاتی آنها را برای نوآوری افزایش دهد (ریزان و همکاران، ۲۰۲۳: ۲۸۴). ۴- نظریه منابع مبتنی بر منابع^۴: طبق این نظریه نوآوری در شرکت‌ها نتیجه دسترسی به منابع مناسب و توانایی ترکیب این منابع به شیوه‌های نوآورانه است. در شرکت‌های دانش‌بنیان، منابع مهم شامل دانش، مهارت، فناوری و سرمایه انسانی است. مدیریت صحیح و ترکیب خلاقانه این منابع می‌تواند به افزایش نوآوری منجر شود. ۵- مدل‌های مبتنی بر فرهنگ سازمانی^۵: این مدل‌ها تأکید می‌کنند که فرهنگ سازمانی نقش مهمی در ترویج یا عدم ترویج نوآوری دارد. یک فرهنگ سازمانی که از ریسک‌پذیری، یادگیری از اشتباهات و تفکر انتقادی پشتیبانی می‌کند، می‌تواند محیطی را برای نوآوری فراهم کند (هافتر و همکاران، ۲۰۲۱: ۱).

پیشینه تجربی

حیدری و همکاران (۱۴۰۳) پژوهشی با هدف بررسی نقش میانجی خلاقیت کارکنان در رابطه بین جو سازمانی و رفتار نوآورانه انجام دادند. نتایج نشان داد که جو سازمانی و خلاقیت

1. Social Learning Theory

2. Self-Efficacy Theory

3. Intrinsic Motivation Theory

4. Resource-Based View

5. Organizational Culture Models

ارتباط مثبت و معناداری با رفتار نوآورانه دارند و خلاقیت به عنوان یک میانجی در این رابطه عمل می‌کند. آقابابایی و رحیمی (۱۴۰۲) پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر جو نوآورانه بر رفتارهای نوآورانه معلمان و نقش واسطه‌ای تسهیم دانش انجام دادند. نتایج نشان داد که جو نوآورانه، تسهیم دانش و رفتار نوآورانه هر سه دارای میانگین‌های بالاتر یا نزدیک به حد متوسط هستند و جو نوآورانه به‌طور مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه و تسهیم دانش تأثیر دارد. بختیاری و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی بر روی کتابداران کتابخانه‌های عمومی شهر یزد به بررسی تأثیر متقابل عوامل مختلف بر رفتار کاری نوآورانه پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که تناسب فرد با سازمان به عنوان یک عامل کلیدی، بر تمایل افراد به اشتراک‌گذاری دانش و در نهایت بر رفتار نوآورانه آن‌ها تأثیرگذار است. همچنین، نتایج تأیید کردند که اشتراک دانش به عنوان یک واسطه، رابطه مستقیمی بین تناسب فرد با سازمان و رفتار نوآورانه برقرار می‌سازد.

بین و همکاران^۱ (۲۰۲۴) پژوهشی را با عنوان آیا هوش مصنوعی واقعا می‌تواند کمک کند؟ اثر شمشیر دولبه دستیار هوش مصنوعی بر رفتار نوآورانه کارکنان، انجام دادند، نتایج نشان داد که یک دستیار هوش مصنوعی که به عنوان هوش بالا مشخص می‌شود، از طریق خودکارآمدی خلاقانه، تأثیر غیرمستقیم مثبتی بر رفتار نوآورانه کارکنان با هوش مصنوعی دارد، همچنین مشخص گردید که تأثیر غیرمستقیم زمانی قوی‌تر است که آمادگی سازمانی برای هوش مصنوعی بالاتر باشد. لئو^۲ (۲۰۲۳)، پژوهشی با عنوان تحلیل اثر انگیزه مشارکتی هوش مصنوعی بر مدیریت نوآوری دانش ارائه نمودند. نتایج نشان داد که هوش مصنوعی بر عناصر پویا، عناصر ظرفیت، عناصر محیطی جریان دانش و مدیریت سهام تأثیر معناداری دارد. هوش مصنوعی تأثیرات درون‌زا بر ارتقای توانایی جریان دانش و انتشار شبکه گذاشت. یوسف و پالازو (۲۰۲۳)، پژوهشی با عنوان نقش تأثیرگذار هوموفیلی بر رفتار کاری نوآورانه: شواهدی از مدیریت نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط انجام دادند. یافته‌ها نشان داد که نقش واسطه‌ای هیجان شغلی و نقش تعدیل‌کننده انعطاف‌پذیری عملکردی کارکنان بر رابطه بین هم‌دوستی و رفتار نوآورانه تأثیر می‌گذارد. شاه و همکاران در پژوهشی (۲۰۲۲) به بررسی تأثیر یادگیری در محیط کار بر رفتار نوآورانه کارکنان دانش در بنگاه‌های کوچک و متوسط پرداخته‌اند نتایج این پژوهش نشان‌دهنده نقش کلیدی یادگیری در محل کار در تسهیل رفتار نوآورانه در میان کارکنان این بنگاه‌ها است. فولر و همکاران (۲۰۲۲)، پژوهشی

1. Yin et al

2. Leo

با عنوان چگونه هوش مصنوعی مدیریت نوآوری را متحول می‌کند - ادراکات و ترجیحات پیاده‌سازی مبتکران مبتنی بر هوش مصنوعی ارائه نمودند. نتایج نشان داد که کاربرد هوش مصنوعی فرصت‌های جدیدی را برای مدیریت نوآوری و تغییر شکل عملکرد نوآوری در سازمان‌ها ایجاد کند.

پورناما و همکاران (۲۰۲۱)، پژوهشی با عنوان رفتار کاری نوآورانه: نقش خودکارآمدی و جو سازمانی ارائه نمودند. نتایج نشان دهنده نقش خودکارآمدی در رابطه بین جو خلاق و جو عدالت بر رفتار کاری نوآورانه بود. بر اساس این مطالعه، خودکارآمدی نقش مهمی در رابطه بین جو خلاق و جو عدالت بر رفتار کاری نوآورانه دارد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند رفتار کاری نوآورانه به سازمان‌ها راهکاری برای دستیابی به مزیت رقابتی در محیط‌های پویا است. تقاضا برای نوآوری باعث ایجاد فشارهای مداوم برای سازمان‌ها برای تحریک رفتار کاری نوآورانه می‌شود. پژوهشی که به ارائه الگوی یک رفتار کاری نوآورانه در میان پژوهش‌ها داخلی و خارجی وجود نداشت. بنابراین براساس بررسی‌های انجام شده رفتار کاری نوآورانه یک رفتار چند بعدی است که از طریق آن افراد ایده‌های نوآورانه را تولید، معرفی و اعمال می‌کنند. تفکر انتقادی به این افراد کمک می‌کند تا مشکلات و شکاف‌های عملکردی را شناسایی کنند. با توجه به این فرآیندهای مبتنی بر خلاقیت، رفتار کاری نوآورانه به سازمان‌ها کمک می‌کند تا از طریق کشف راه‌حل‌ها و فرصت‌ها، مزیت رقابتی و پایداری را ایجاد کنند. لیکن بروز و تقویت اینگونه رفتارها در سازمان نیازمند بررسی همه جانبه این پدیده در محیط سازمان است که عوامل موثر، نتایج و پیامدها، عوامل تسهیل‌گر و موانع موجود و همچنین راهبردهای بروز آن را شناسایی نماید. از اینرو، این پژوهش به دنبال ارائه مدل جامعی از رفتارهای کاری نوآورانه در بستر شرکت‌های دانش بنیان است. بنابراین این پژوهش به دنبال پرکردن شکاف موجود در مطالعات داخلی در زمینه رفتارهای کاری نوآورانه در بستر محیط‌های دانش بنیان است که با توجه به فضا و بستر کاری دانش محور مستعد بروز اینگونه رفتارها در بین کارکنان خود هستند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر روش پژوهش، کیفی؛ از نظر راهبرد پژوهش، داده بنیاد و از نظر افق زمانی، تک مقطعی است. مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر شامل کلیه مدیران شرکت‌های دانش بنیان در استان یزد است که تا سال ۱۴۰۲ بالغ بر ۱۴۴ شرکت

دانش‌بنیان در استان یزد فعال بودند. روش انتخاب مشارکت‌کنندگان (نمونه) نیز در این مطالعه به صورت نمونه‌گیری هدفمند بود. معیار انتخاب افراد برای مصاحبه، شرکت‌هایی بودند که بیش از سه سال سابقه فعالیت دانش‌بنیان داشته و دارای حداقل سه نفر پرسنل بوده و خود مشارکت‌کنندگان سابقه حداقل ۱۲ ساله فعالیت دانش‌بنیان را داشته باشند. با توجه به اینکه این مطالعه کیفی و با ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد مطابق مطالعات کیفی حجم نمونه تابع اصل اشباع نظری است و مصاحبه با نمونه و مشارکت‌کنندگان پژوهش تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. با ۱۲ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد، اما جهت اطمینان مصاحبه‌ها تا ۱۴ مورد ادامه یافت.

برای بررسی روایی در بخش کیفی، از سه روش مثلث‌سازی، بررسی اعضا و بررسی زوجی استفاده شد. یکی از مهم‌ترین رویکردهای پژوهش کیفی، نظریه‌پردازی داده‌بنیاد است. این روش، علیرغم برخی محدودیت‌ها، به‌ویژه برای مطالعه پدیده‌هایی که تاکنون به‌طور جامع و مفصل بررسی نشده‌اند، روشی توصیه‌شده محسوب می‌شود (خنیفر و مسلمی، ۱۴۰۲: ۲۲۱). با توجه به اینکه موضوع رفتارهای کاری نوآورانه در شرکت‌های دانش‌بنیان تاکنون به‌عنوان یک فرایند کلی و جامع مورد مطالعه قرار نگرفته و هدف این پژوهش ارائه مدلی جامع در این حوزه است، از این روش استفاده شد.

از دیگر مزیت‌های روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، فراهم‌سازی امکان مفهوم‌سازی روشمند و ساختاریافته در یک حوزه پژوهشی است؛ به گونه‌ای که نتایج به‌دست‌آمده معمولاً در قالب چارچوبی نظام‌مند و قابل ارزیابی ارائه می‌شوند. در این میان، روش استراوس و کوربین به دلیل ویژگی جامع‌نگری و توانایی ارائه مدلی همه‌جانبه، مورد توجه قرار گرفت. استراوس و کوربین (۲۰۰۷) سه فن کدگذاری را در این زمینه پیشنهاد کرده‌اند: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی. داده‌های این پژوهش از طریق فرایند کدگذاری مبتنی بر طرح نظام‌مند نظریه برآمده از داده‌های استراوس و کوربین (۱۹۹۸) تحلیل گردید.

یافته‌های پژوهش

بر اساس روش استراوس و کوربین ابتدا کدگذاری باز انجام شد. به منظور کدگذاری باز، تمامی مصاحبه‌ها در نرم افزار اطلس تی‌آی وارد شده‌اند. نمونه‌ای از کدگذاری‌ها در جدول ۱ نشان داده است.

جدول ۱. نمونه‌ای از استخراج کدهای باز از مصاحبه‌ها

کد باز	گزاره‌هایی از مصاحبه‌ها
تغییر نوآورانه فرآیند سنتی	دلیل اصلی کسب عنوان دانش‌بنیانی برای این شرکت، تغییر نوآورانه فرآیند سنتی تولید

کد باز	گزاره‌هایی از مصاحبه‌ها
تولید به فرآیندی مدرن	به فرآیندی مدرن، بهینه و مکانیزه بوده است.
در یک سطح بودن همه، رابطه نزدیک مدیر و کارمند	در این شرکت تمام فرآیند تولید توسط خودمان انجام می‌شود؛ از صفر تا صد، بنابراین همه در یک سطح هستند و رابطه مدیر و کارمندی معنا ندارد و همه به کار اشراف داریم و اینگونه است که انگیزه کار برای همه بالا می‌رود.
آگاهی از نیاز	جواب این سوال کلمه‌ای جز "نیاز" نیست. وقتی به نیازی آگاه باشیم و راه‌حل پاسخ به آن نیاز را بیابیم ناخودآگاه رفتار نوآورانه شکل می‌گیرد و در کار بروز پیدا می‌کند.
عدم توجه به ارزش انسان‌ها، عدم انگیزه، تشویق نکردن	اگر ارزش‌های انسان‌ها دیده شود. درواقع اگر می‌بینیم فردی در مجموعه تلاش بیشتری می‌کند و پشتکار دارد و دنبال ایده‌های ناب و اجرای آن‌ها است، حتما مورد تشویق قرار گیرد که بی‌شک این نوع رفتار انگیزه‌ای خواهد شد برایش تا پرقدتر قدم بردارد و رفتارهای نوآورانه بیشتری از خود بروز دهد.
استقلال شرکت، برنامه ریزی پیشرفت	شرکت‌های دانش‌بنیان معمولا از همان ابتدا روی پای خود می‌ایستند و از هیچ حمایت خاصی برخوردار نیستند و همین هم باعث می‌شود برای انجام تمام فعالیت‌هایش روی خودش حساب باز کند و خودش را بالا بکشد و برنامه‌ی پیشرفت‌اش را بچیند.
مقایسه محصولات با نمونه‌های خارجی، مهندسی معکوس، استفاده از نمونه‌های خارجی	اولین قدم مقایسه محصولاتمان با نمونه‌های خارجی است و تلاش می‌کنیم با مهندسی معکوس حتی از نمونه خارجی محصولمان کیفیت بالاتری داشته باشد که همین امر باعث پیشرفت‌مان می‌شود.
خودجوش بودن نیروها، درگیر بودن تمام نیروها، اتاق فکر	وجه تمایز شرکت‌های دانش‌بنیان با سایر شرکت‌ها، خودجوش بودن نیروهای این شرکت‌ها نسبت به سایر شرکت‌ها است. به طور مثال اگر مسئله‌ای در این شرکت‌ها رخ دهد تمام نیروها درگیر حل آن می‌شوند و اتاق فکری برای حل آن مسئله تشکیل می‌شود.
تعهد کاری، حس مالکیت کارکنان در شرکت، تقویت یا دلسردی نیروها، مدیرعامل یا نفرات تاثیرگذار	تعهد کاری و اینکه دوستان کار و فعالیت‌شان را برای خود می‌دانند تا برای غیر. عوامل تاثیرگذار برای ادامه این روند، مدیرعامل یا نفرات تاثیرگذار در سیستم شرکت است که می‌تواند این حس را تقویت یا نیروها را دلسرد کند.
تشریح و تفهیم مسائل به اعضا	در یک جمله باید گفت که باز شدن مسئله و تشریح و تفهیم آن به اعضای شرکت بسیار مهم است.
بی نتیجه ماندن راهکار نیروها، بی توجهی به راهکارها، عدم بررسی راهکارها در اتاق‌های فکر	معمولا نتیجه نگرفتن راهکارهای نیروها و توجه نکردن به راهکارهایشان و عدم بررسی در اتاق‌های فکر از رفتارهایی است که باعث می‌شود افراد از درگیر شدن در کارها پرهیز کنند و خود را عقب بکشند. درواقع این‌ها موجب رفتارهای بازدارنده می‌شود.
ارتقاء رتبه شغلی، افزایش کارانه و حقوق، سهامدار شدن نیروها	معمولا شرکت برای ایده‌ها و راهکارهای جدید برای حل مسئله، سیاست‌های تشویقی به کار می‌گیرد. برای مثال سبب ارتقاء رتبه شغلی، افزایش کارانه و حقوق و در سطح بالاتر سبب سهامدار شدن نیروها می‌شود.
فعالیت متناسب با رشته تحصیلی (تخصصی گرایی)	در این شرکت حرفه‌ها دسته‌بندی شده‌اند. تیم‌ها با توجه به رشته تحصیلی و تجربه هر کدام روی موضوعی کار می‌کنند؛ برای مثال یک تیم روی معادن، یک تیم روی صنایع و کارخانجات که بدون تردید فعالیت متناسب با رشته تحصیلی بسیار در پیشرفت کار تاثیر دارد.
مدیریت شرکت (سبک)، حس دوستی بین نیروها، ایجاد انگیزه در نیروها، رقابت مفید و مؤثر	علت اصلی مدیریت شرکت است که طوری مجموعه را پیش می‌برد که بین نیروها حس دوستی آفریده شده است و این موضوع نه تنها از تنش جلوگیری می‌کند بلکه سبب پیشبرد بهتر اهداف و تلاش بیشتر نیروها و ایجاد انگیزه در آن‌ها می‌شود. درواقع ایجاد رقابت مفید و مؤثر بسیار در پیشرفت شرکت تاثیرگذار است.

کد باز	گزاره‌هایی از مصاحبه‌ها
حمایت‌های مالی، حمایت‌های ضعیف دولت	حمایت‌های مالی یکی از عواملی است که همواره در تمام شرکت‌ها به‌عنوان یک چالش از آن‌ها یاد می‌شود به‌خصوص اینکه حمایت‌های دولت در مورد شرکت‌های دانش‌بنیان بسیار ضعیف است.
عدم فرهنگ‌سازی رفتار نوآورانه در صنایع، نگرش سنتی صاحبان صنایع، فعالیت سنتی صاحبان صنایع، مقاومت در برابر تغییرات توسط مدیران صنایع	عدم فرهنگ‌سازی و فعالیت و نگاه سنتی بسیاری از صاحبان صنایع یکی از چالش‌های مهم و اصلی است که شرکت‌های دانش‌بنیان با آن روبرو هستند، مهم اینکه آن‌ها در مقابل تغییر بسیار سرسخت هستند.
کاهش هزینه، افزایش بهره‌وری، استفاده از تکنولوژی روز	سبب کاهش هزینه‌ها، بهره‌وری بالاتر به سبب استفاده از تکنولوژی روز دنیا می‌شود.
استفاده از هوش مصنوعی، یادگیری ماشین	ما صرفاً روی هوش مصنوعی و ماشین لرنینگ کار می‌کنیم.
استفاده از سیاست‌های نوآورانه، استخدام و جذب نیروهای خلاق	ما رفتارهای نوآورانه نداریم بلکه سیاست‌های نوآورانه داریم، سیاست‌هایی که منجر به استخدام و جذب نیروهای خلاق می‌شود و طبیعتاً ثمره استفاده از نیروهای خلاق، نوآوری است.
ایده‌های خلاق مدیران، خط مشی سازمان، سیاست مدیران، حمایت مدیران	مهم‌ترین عامل خط مشی و سیاست‌های مدیران شرکت است. طبیعتاً شرکت‌های خلاق از ایده‌های خلاقانه مدیریتی ایجاد شده‌اند و هرچه قدر نظر مدیران شرکت در جهت نوآوری و خلاقیت باشد طبیعتاً شاهد اتفاقات و رفتارهای نوآورانه بیشتری هستیم.
سیاست کلان کشور، ایجاد اکوسیستم مناسب	ایجاد یک اکوسیستم مناسب با فضای کسب‌وکار بهترین تسهیل‌کننده است و سیاست‌های کلان کشور نیز در این زمینه بسیار موثر است.
سیاست‌های کلان کشور، عدم وجود اکوسیستم مناسب	طبیعتاً اگر تمام مواردی که می‌تواند به‌عنوان تسهیل‌گر مطرح هستند مانعی سر راهشان ایجاد شود، از بروز رفتارهای نوآورانه جلوگیری می‌شود.
تکنولوژی‌های نوین، علوم نوین، پیشرفت کشور	تکنولوژی‌ها و علوم نوین در عرصه صنعت و تولید طبیعتاً یکی از مهم‌ترین عوامل پیشرفت هر کشوری است که می‌تواند یکی از مهم‌ترین سیاست‌های یک کشور باشد.
خلاقیت و نوآوری بالا، بهبود فرآیند تولید محصولات، روحیه پژوهشی	ما با چهارچوب اسکرام و تفکر اجایل کار می‌کنیم که خلاقیت و نوآوری را در کارمندان بسیار بالا می‌برد. در بسیاری از بخش‌ها آن‌ها مقالات متعددی را در حوزه نوآوری برای بهبود فرآیند تولید محصولات و افزایش بهره‌وری ارائه می‌کنند.
تفکر و سیاست مدیریت، تفکر انتقادی، شنیدن نقدها	رفتارهای نوآورانه کارمندان ارتباط مستقیم با سیاست‌ها و تفکر مدیریت شرکت دارد. اگر در شرکت تفکر نقادانه رواج داشته باشد، نقدها را می‌شنویم و بعد از تحلیل بالاترین عملکرد را ارائه خواهیم داد.
داشتن یک مدل و چهارچوب، ایجاد مخزن استعداد	باید بتوانیم یک چهارچوبی را به‌عنوان مدل انتخاب کنیم و در سازمان پیاده کنیم و به واسطه مخزن استعدادی که در اختیار داریم، خلاقیت و نوآوری را در سازمان جاری و ساری نگه داریم.
عدم ایده‌پردازی کارکنان، ابلاغی و دستوری عمل کردن، شریک ندانستن کارمندان در موفقیت و شکست‌ها	اگر تمام موارد را از قبل تدوین و به پرسنل انتقال دهیم سبب می‌شود که آن‌ها نقش خودشان را در تصمیم‌گیری‌های اصلی سازمان فراموش کند و فقط کاری که به گفته شده را انجام دهد و هیچ ایده‌ای نداشته باشد. برعکس سازمان هرچه کارمندان را در موفقیت‌ها و شکست‌ها شریک کند، آن‌ها نیز مشارکت بیشتری داشته باشند.
مشارکت بیشتر کارمندان، ایجاد انگیزه	سبب مشارکت بیشتر کارمندان و ایجاد انگیزه در آن‌ها برای بروز ایده‌های خلاقانه و نوآوری می‌شود.
استفاده از فناوری و هوش مصنوعی، شنونده طرح‌ها و ایده‌ها بودن، درگیر کردن همه	بهتر است با یک مثال توضیح دهم. برای مثال در قسمت پشتیبانی سعی کرده‌ایم کارمندان قائل به تیکت نباشند و حتی در بخش اتوماسیون، هوش مصنوعی را وارد حوزه پشتیبانی کنند و در مورد آن مطالعه و تحقیق کنند و پیشنهاد دهند. ما هم شنونده طرح‌های ارائه شده از سوی کارمندان هستیم.

کد باز	گزاره‌هایی از مصاحبه‌ها
کارکنان، تقویت حس نوآوری	در حوزه نرم‌افزار نیز سعی کرده‌ایم تمام بچه‌ها درگیر شوند تا حس نوآوری در آن‌ها کشته نشود.
محیط شرکت و جو سازمانی، ایجاد تکنولوژی، ایده‌گیری از نمونه خارجی، برگزاری جلسات مستمر و سریع، ارائه راهکار توسط همه اعضا، نظردهی آزادانه، بیان ایده‌ها	محیط شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند سبب ایجاد رفتارهای خلاقانه شود. ما در شرکت‌مان تولیدکننده هستیم اما هیچ تکنولوژی را وارد نکرده‌ایم و باید این تکنولوژی را ایجاد کنیم در این راستا از نمونه‌های خارجی ایده می‌گیریم و وقتی مشکلی برابمان پیش می‌آید در کم‌ترین زمان جلسه برگزار می‌کنیم و با حضور تمام اعضا به ارائه راهکار و حل مسئله می‌پردازیم، افراد آزادانه نظر می‌دهند و ایده‌هایشان را بیان می‌کنند و در نهایت در میان همین هم‌فکری‌ها، به یک راهکار می‌رسیم.
سیستماتیک و بروکراتیک عمل نکردن، جلسات غیر رسمی، ایده‌گیری از همه، ترویج رفتارهای خلاقانه	درواقع نباید سیستماتیک و رتبه‌بندی عمل کرد باید همه در کنار هم و در یک سطح حق ارائه نظر داشته باشند تا به نتیجه دلخواه رسید. نکته دیگر اینکه نظرخواهی‌ها حتما در جلسات صورت نمی‌گیرد بلکه برای مثال در زمان صرف صبحانه طی صحبت‌های روزمره می‌توان به ایده‌هایی دست یافت که شاید در جلسات رسمی آن‌ها را نشنویم. در این شرکت وقتی تیم تحقیق و توسعه به مشکلی برمی‌خورد همه از تمام قسمت‌ها جمع می‌شوند و ایده می‌دهند و همیشه به نتیجه دلخواه دست می‌یابیم و این یعنی ترویج رفتارهای خلاقانه.
استفاده از نظر، درگیری همه افراد، ایده‌های دم دستی و ساده	جالب اینکه برخی ایده‌های دم دستی و ساده گاهی بهترین راهکار به حساب می‌آیند. گاهی ما حتی برای ساخت برخی قطعات که به صرفه نیست اما باید حتما تامین شود، تمام کارمندان از تمام بخش‌ها را دور هم جمع می‌کنیم و از آن‌ها می‌پرسیم این قطعه را شما جایی دیده‌اید و گاهی پیش می‌آید یک نفر می‌گوید بله من در جلوبندی ماشینم این قطعه را دیده‌ام و این یعنی رفتار فناورانه که بهترین نتیجه را برای کسب و کار ما دارد.
عدم سرکوب انگیزه‌ها، لذت بردن از کار، حال خوب، دیده شدن، حس ارزشمند و مفید بودن	هر رفتاری که انگیزه را سرکوب نکند باعث بروز ایده از سمت انسان‌ها می‌شود زیرا از این کار لذت می‌برند و باعث حال خوب‌شان می‌شود زیرا دیده می‌شوند و حتی بابت این ایده تشویق می‌شوند انسان‌ها حس ارزشمند و مفید بودن را بسیار دوست دارند و این یک واقعیت است که ما در مجموعه‌مان به چشم دیده‌ایم.
احترام و رفتار محبت‌آمیز، یک شکل بودن اعضا، شادابی محیط، نور و میز شخصی (محیط فیزیکی کار)	احترام و رفتار محبت‌آمیزی که میان اعضای یک شکل از مدیر تا کارمند شکل می‌گیرد یکی دیگر از عوامل بروز رفتارهای نوآورانه است، البته شادابی محیط نیز بسیار دارای اهمیت است، شاید خنده‌دار باشد اما نور و حتی میز شخصی می‌تواند بسیار در ایجاد این رفتارها مفید باشد.
به سخره گرفتن ایده‌ها، گوش دادن، کنار گذاشتن تعصبات، دادن حس خوب، شنیدن همه ایده‌ها حتی ناکارآمد، فضا دادن به افراد و ایده‌ها (بسترسازی)	به سخره گرفتن ایده‌ها از سمت هر کسی بسیار عامل مخربی است، باید گوش داد، تعصبات را کنار گذاشت و تمام ایده‌ها را حتی ناکارآمد شنید. در کتاب مدیریت یک دقیقه‌ای و مشاوره با میمون‌ها بسیار روی ایده گرفتن از آدم‌های مختلف و حتی بی‌ربط با کار ما تاکید دارد. در این کتاب آمده وقتی یک کارمند مشککش را با مدیرش مطرح می‌کند مدیر باید از کارمند بپرسد که ایده‌ی خودت درباره این مسئله چیست زیرا از یک سو حس خوبی به کارمند می‌دهد و از سوی دیگر کوله‌باری از مشکل کارمندان روی دوش مدیر نمی‌نشیند و سبب نارضایتی شود.

کدگذاری محوری مرحله دوم تجزیه و تحلیل داده‌ها در نظریه‌پردازی زمینه‌ای در این پژوهش است. هدف این مرحله برقراری رابطه بین مقوله‌های تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. این کدگذاری، به این دلیل محوری نامیده شده که کدگذاری حول محور مقوله محوری تحقیق یعنی «رفتارهای کاری نوآورانه» است. این مقوله در مصاحبه‌ها به صورت مؤلفه‌های زیر مشخص شده است: ۱. ایده محوری: این شامل ایده‌یابی، پایش ایده‌ها است. ۲. نیاز محوری: شامل کشف نیازهای مشتری، پاسخ به نیاز مشتری است. ۳. تحول محوری: این مؤلفه شامل تغییرات اداری، تغییرات فرایندی، نوآوری در محصول است. بعد از استخراج کدهای اولیه به دسته‌بندی و مفهوم‌سازی پس از هر مصاحبه پرداخته شده است و مفاهیم به

صورت پیوسته و با مقایسه مستمر بازنگری شدند و مفاهیم نهایی و مقولات تشکیل شدند. شرح کامل چگونگی شکل‌گیری مفاهیم و مقوله‌ها در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. کدگذاری ثانویه

مقوله محوری	کد باز	کدهای اولیه
ایده محوری	ایده‌یابی	ایده‌گیری از نمونه خارجی
		بیان ایده‌ها
		ایده‌گیری از همه
		استفاده از نظر
		استفاده از نظرات دیگران
		ایده‌های دم دستی و ساده
		بیان ایده‌ها توسط تمام اعضا
	پایش ایده‌ها	روحیه پژوهشی
		ایده‌ی برای خلق فناوری‌های جدید
		بررسی ایده‌ها در قالب چالش‌های هفتگی
		بررسی نقاط قوت و ضعف
		همفکری
		سرمایه‌گذاری خطرپذیر
		ترویج رفتارهای خلاقانه
نیاز محوری	کشف نیازهای مشتری	ارتباط با صنایع
		بررسی دغدغه‌های صنایع
		نیازسنجی
		استفاده از بازخورد و نظرات مشتریان
		بازخورد گرفتن از مشتری
	پاسخ به نیازهای مشتری	یادگیری نحوه مرآوده و رفتار با مشتری
		توانایی حل مساله در لحظه
		اقتناسازی مشتری
		یادگیری مهارت‌های جدید
		تغییر در قالب‌های گزارشات و نحوه تدوین گزارشات
تحول محوری	تغییرات اداری	تغییر در نحوه چیدمان عناصر گزارش
		تغییر در قالب‌های ارسال پروپوزال
		تغییر در رنگ فضای کاری یا رنگ فرم‌ها
		تغییر نوآورانه فرآیند سنتی تولید به فرآیندی مدرن
	تغییرات فرآیندی	سیستماتیک و بروکراتیک عمل نکردن
		بهبود فرآیند تولید محصولات
		طراحی مدل‌های جدید
	نوآوری در محصول	طراحی محصول و برند جدید

مفوله محوری	کد باز	کدهای اولیه	
عوامل فردی- شخصیتی کارکنان		ارائه محصولات باکیفیت تر	
		ارائه محصولات ارزان تر	
		تکمیل زنجیره تولید	
		برنامه‌ریزی در جهت تولید و تامین	
	ویژگی‌های شخصیتی		خودجوش بودن نیروها
			جدیت
			پشتکار
			نظم در کارها
			اهل زمانبندی بودن
			انتقادپذیری
			هنر خوب گوش دادن
			عقاید و اندیشه و افکار کارکنان
			روحیه و ویژگی‌های فردی کارکنان
ویژگی‌های شخصیتی			
عجین شدن		حس متعهد بودن	
		حس مالکیت کارکنان در شرکت	
		حس وفاداری	
		درگیر بودن تمام نیروها	
انگیزه‌ها		حس ارزشمند و مفید بودن	
		لذت بردن از کار	
		حال خوب	
		دیده شدن	
		انگیزه‌های بیرونی (مادی و معنوی)	
روحیه جمعی		انگیزه‌های درونی	
		حس دوستی بین نیروها	
		در یک سطح بودن همه	
		ارائه راهکار توسط همه اعضا	
		رابطه نزدیک مدیر و کارمند	
نگرش و دیدگاه مدیران		مدیرعامل یا نقرات تاثیرگذار	
		آرمان‌گرایی مدیران	
		نگرش و انگیزه‌های توسعه‌ای مدیران	
		ایده‌های خلاق مدیران	
		طرز فکر مدیر عامل	
		عدم تک روی مدیران	
		حمایت مدیران	
سبک مدیریتی مدیران		مدیریت شرکت (سبک)	
		سیاست مدیران	

مفوله محوری	کد باز	کدهای اولیه
عوامل ساختاری و سازمانی	جو سازمانی پویا و انتقادی	خط‌مشی و رویه‌ها
		سیاست‌گذاری مدیر عامل
		رفتار مدیرعامل
		تقویت یا دلسردی نیروها
		تفکر و سیاست مدیریت
	چابکی و به روز بودن سازمان	پویایی محیط کار
		رواج تفکر انتقادی
		عدم تفرقه بین اعضا
		رقابت مفید و مؤثر
		نظردهی آزادانه
	مدیریت منابع انسانی	شنیدن نقدها
		آشنایی با علم روز و رفتارهای نوین
		استفاده از متخصصین بیرونی
		استفاده از قابلیت‌های آنلاین و آفلاین
		آگاهی از نیاز
سازمان یادگیرنده	مدیریت منابع انسانی	نیاز به پاسخگویی
		نیاز به متمایزسازی
		نیازها
		الزامات یا اجبارها
		تعریف پروژه خلاقانه
	محیط صمیمانه و دوستانه	استخدام و جذب نیروهای خلاق
		استفاده از نیروهای خلاق و پویا
		عدم سرکوب انگیزه‌ها
		ایجاد انگیزه در نیروها
		ایجاد انگیزه در کارکنان
محیط صمیمانه و دوستانه	کاهش دغدغه‌های مالی کارمندان	
	حمایت پرداختی	
	تأمین مالی	
	ارائه مجموعه پاداش	
	پاداش‌دهی صحیح	
محیط صمیمانه و دوستانه	آموزش	
	احترام مدیر به کارمند	
	اعتماد	
	احترام و رفتار محبت‌آمیز	
	یک شکل بودن اعضا	
محیط صمیمانه و دوستانه	شادابی محیط	
	جلسات غیر رسمی صمیمانه	

مقوله محوری	کد باز	کدهای اولیه
محیط گروهی و حمایتی		گوش دادن
		کنار گذاشتن تعصبات
		دادن حس خوب
		نور و میز شخصی (محیط فیزیکی کار)
		برگزاری جلسات مستمر و سریع
		کار گروهی سازمانی
		حمایت از ایده‌پردازی
		شنیدن همه ایده‌ها حتی ناکارآمد
		فضا دادن به افراد و ایده‌ها (بسترسازی)
		حامی کار گروهی
		شنیدن نقاط قوت و ضعف شرکت
		محیط داخلی شرکت و جو سازمانی
توسعه ساختار دانشی		نظام‌های مدیریتی
		ایجاد تیم مشاور
		دانش فنی شرکت
		فعالیت متناسب با رشته تحصیلی (تخصص گرایی)
		داشتن یک مدل و چهارچوب
توسعه سرمایه انسانی		نظام‌های انگیزشی
		وجود افراد پژوهشگر و شخصیت‌های علمی
		ایجاد مخزن استعداد
		ارزش‌گذاری
		ارتقا جایگاه
حمایت‌های بیرونی	منابع حمایتی بیرونی	انجمن‌های تحقیق و توسعه بیرونی
		حمایت‌های مالی از شرکت‌ها
		منابع و انگیزه‌های مالی (کمک‌های مالی بلاعوض)
		استفاده بهینه از منابع موجود در کشور
		حمایت و اعتماد کارفرما
	ساختارهای حمایتی بیرونی	سیاست کلان کشور
		ایجاد اکوسیستم مناسب
		فرصت‌های بیرونی
		محیط بیرونی
		حقوق ناکافی
عدم همراهی کارکنان	بی‌انگیزگی کارکنان	استقلال نداشتن افراد
		عدم انگیزه
		دلگرم نبودن کارکنان
		روزمرگی

مفوله محوری	کد باز	کدهای اولیه
	خودخواهی کارکنان	پرهیز از ایده‌پردازی کارکنان
		منفعت طلبی
		غرور
عدم توجهی و نگاه منفی مدیران		تک روی
		عدم توجه به ارزش انسان‌ها
		بی توجهی به راهکارها
		بها ندادن به ایده‌ها
		عدم نگرش مساعد مدیران ارشد شرکت
		عدم توجه مدیران به ایده‌ها
		عدم ارزش‌گذاری ایده‌ها توسط مدیران
		عدم ریسک‌پذیری مدیران شرکت
		عدم درک نسبت به رفتارهای نوآوران در شرکت
		به سخره گرفتن ایده‌ها
عدم همراهی مدیران	رویگرد غیرمشارکتی مدیران	گوش ندادن به کارکنان
		ابلاغی و دستوری عمل کردن
		شریک ندانستن کارمندان در موفقیت و شکست‌ها
		مشورت نگرفتن از اعضای شرکت
		عدم هم‌افزایی
		تبعیض میان کارکنان
		تشویق نکردن
عدم پیگیری و حمایت مدیران		عدم بررسی راهکارها در اتاق‌های فکر
		عدم تعریف و فعال‌سازی نظام‌های انگیزشی توسط مدیران
		عدم پشتیبان مؤثر مدیران شرکت
		بی نتیجه ماندن راهکار نیروها
		عدم اقدام عملی مدیران شرکت
صاحبان صنایع غیر نوآور		مقاومت در برابر تغییرات توسط مدیران صنایع
		عدم فرهنگ‌سازی رفتار نوآوران در صنایع
		نگرش سنتی صاحبان صنایع
		فعالیت سنتی صاحبان صنایع
عدم همراهی و تحول خواهی نهادهای بیرونی	دولتمردان غیر نوآور منفعت محور	نظام‌های مدیریت استانی
		نگرش مدیران استانی
		عدم ریسک‌پذیری نمایندگان دولت
		حب و بغض نمایندگان دولت
		عدم میهن پرستی نمایندگان و دولتمردان
دولت غیر حمایتی غیر نوآور		نظام بانکی کشور
		نظام‌های تامین مالی خارج از شبکه بانکی
		ساختارهای سنتی در کشور

مفوله محوری	کد باز	کدهای اولیه
راهبرد توسعه محور	توسعه کیفیت	سیاست‌های کلان کشور
		عدم وجود اکوسیستم مناسب
		حمایت‌های ضعیف دولت
		دولت‌ها
	توسعه ارتباطات علمی	مقایسه محصولات با نمونه‌های خارجی
		استفاده از نمونه‌های خارجی
		استفاده از سیاست‌های نوآورانه
		مهندسی معکوس
		خط‌مشی کیفیت
		خط‌مشی رضایت مشتری
		ارتباط نزدیک با مشتری
		اخذ اطلاعات مشتری
آموزش و توسعه	استفاده از هوش مصنوعی	
	یادگیری ماشین	
	استفاده از فناوری و هوش مصنوعی	
	ارتباط با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی	
	ارتباط با پارک‌های علم و فناوری	
	ارتباط با سایر شرکت‌های مربوط به حوزه خودمان	
مشارکت همگانی	تقویت آیین‌نامه ارتقا	
	آموزش رفتارهای نوین	
	شنود مؤثر (آموزش هنر شنیدن)	
	شرکت کارکنان در دوره‌های تخصصی آموزشی	
راهبرد مشارکت محور	مشارکت همگانی	درگیر کردن همه کارکنان
		درگیری همه افراد
		درگیر کردن نیروهای فنی در فروش
		ارتباط قوی با افراد
	جلسات گروهی	باز بودن درب اتاق به روی همه
		بیان آزادانه نظرات و انتقادات
		جلسات هفتگی و مستمر
		جلسات هفتگی
		دور هم جمع شدن
		دوره‌می
پیامدهای توسعه کشور	شنونده طرح‌ها و ایده‌ها بودن	
	کار تیمی و گروهی	
	اتاق فکر	
	فرهنگ‌سازی	
توسعه متوازن	توسعه کشور	

مفوله محوری	کد باز	کدهای اولیه
فراسازمانی		پیشرفت کشور
		رونق اقتصادی کشور
توسعه و ماندگاری شرکت		استقلال شرکت
		پایداری و رشد مستمر شرکت
		رهبر شدن شرکت
		برنامه‌ریزی پیشرفت شرکت
		پیشرفت شرکت
		افزایش اعتبار و سابقه شرکت
		پاسخ مناسب به نیازهای محیط
		انعطاف پذیری
		عدم شکست سازمان
		نجات کسب و کار از خشکی
		بقای شرکت
		بقای شرکت
		کاهش هزینه
		ارتقاء بهره‌وری شرکت
عدم پرداخت هزینه مازاد		
برتری هزینه‌ای نسبت به رقبا		
بهبود و تقویت عملکرد شرکت در میان رقبا		
افزایش بهره‌وری		
ارتقاء مشتری محوری		رضایت مشتری و بازخورد مثبت در نتایج
		جذب و رضایت مشتری
		ارتباط نزدیک با مشتری
		شنیدن نیازهای مشتری
		برتری کیفیت نسبت به رقبا
		افزایش کیفیت در نتایج
		آگاهی نسبت به وضعیت صنایع
		آگاهی نسبت به نیازهای صنایع
دستیابی به برتری فناورانه		استفاده از تکنولوژی روز
		بهره‌مندی از تکنولوژی‌های نوین
		بهره‌مندی از علوم نوین
		دستیابی به دانش فنی
		دستیابی تکنولوژی نوین
		تولید محصولات فناورانه
		ارائه خدمات خاص‌تر
		انتقال رفتارهای نوآورانه به تازه واردها
پیامدهای فردی	ارتقاء مشارکت و نوآوری کارکنان	خلاقیت و نوآوری بالا

مفوله محوری	کد باز	کدهای اولیه
ارتقاء جبران خدمات کارکنان		تقویت حس نوآوری
		مشارکت بیشتر کارمندان
		افزایش انگیزه
		ارتقاء رتبه شغلی
		افزایش کارانه و حقوق
		سهامدار شدن نیروها
		پاداش به کارمند

مدل نهایی پژوهش بر اساس نظریه داده بنیاد در شکل ۱، نشان داده شده است.



شکل ۱. الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان در شرکتهای دانش بنیان

بحث و نتیجه‌گیری

رفتارهای کاری نوآورانه، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محرک‌های رشد و مزیت رقابتی در شرکتهای دانش بنیان، نقشی اساسی در موفقیت و پایداری این سازمان‌ها ایفا می‌کند. هدف از این پژوهش، ارائه الگویی جامع برای شناسایی و تبیین ابعاد، عوامل و پیامدهای این رفتارها در بستر شرکتهای دانش بنیان بود. یافته‌های به‌دست آمده، تصویری چندبعدی از

تعامل میان مقوله‌های محوری، شرایط علی، عوامل مداخله‌گر و بستر ساز، راهبردها و پیامدها ارائه می‌کند که مبنایی علمی برای تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و سیاست‌گذاری است. در این پژوهش شش سوال مطرح شد که در ادامه، نتایج آنها مطرح می‌شود.

علل بروز رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان چیست؟ براساس نظرات مشارکت‌کنندگان مقوله‌های عوامل فردی- شخصیتی کارکنان، عوامل مدیریتی، عوامل ساختاری و سازمانی شناسایی شده و آن را به مقوله وسیع‌تر دیگری به نام شرایط علی ارتباط داده شده است. عوامل فردی- شخصیتی کارکنان شامل کدهای ویژگی‌های شخصیتی، عجین شدن، انگیزه‌ها، روحیه جمعی است. عوامل فردی- شخصیتی کارکنان یکی از مؤلفه‌های اساسی در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان است. این مؤلفه بیان‌گر این است که اگر سازمان‌ها به خصوص شرکت‌های دانش‌بنیان بخواهند رفتارهای کاری نوآورانه را توسعه دهند از لحاظ کارکنان، ویژگی‌های شخصیتی مهم است باید افرادی را استخدام کنند که جوایب تغییر و تحول باشند و آدم‌هایی جذب شوند که شخصیت واگرایی داشته باشند و بتوانند به فکر توسعه باشند. یکی از عوامل شخصیتی مؤثر بحث عجین شدن است همانگونه که پارک و همکاران (۲۰۱۳) مطرح کردند هنگامی که عجین شدن در سازمان وجود داشته باشد فرد مشوق بیشتری برای خلاقیت، تفکر باز و به کارگیری آن صورت خواهد گرفت. در مطالعه خوراکیان و همکاران (۱۴۰۰) نیز عجین شدن و عجین بودن افراد در کار و شغل مؤلفه‌ای است که بر بروز رفتارهای کاری نوآورانه تاثیر دارد. یکی دیگر از عوامل فردی-شخصیتی کارکنان بحث انگیزه‌ها است که کیم و همکاران (۲۰۲۱) انگیزه‌های رفتاری نوآورانه در میان کارکنان را مورد پژوهش قرار داد که این مطالعه با انطباق و در نظر گرفتن نوآوری بر اساس سه جنبه انگیزشی جهانی، زمینه‌ای و موقعیتی به ادبیات انگیزش در مدیریت منابع انسانی کمک می‌کند. عوامل مدیریتی دارای کدهای نگرش و دیدگاه مدیران، رفتار و سبک مدیران است. عوامل مدیریتی یکی از مؤلفه‌های اساسی در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان است. این مؤلفه بیان‌گر سبک و رویه مدیریتی است که در سازمان برای ایجاد و پشتیبانی از فرایند نوآوری به کار می‌رود. مدیریت باید به‌طور فعال از کارکنان تشویق شود تا ایده‌های نوآورانه داشته و به اشتراک بگذارند. برای مدیران موفق، ارتقاء فرهنگ اعتماد و تشویق به پذیرش ریسک و خلق فضایی آزاد و پویا برای بحث و تبادل ایده‌ها بسیار مهم است. سربلند (۱۴۰۰)، نشان داد رویه مدیریتی باید قادر باشد که به نوآوری فرهنگی در سازمان اعتماد کند و از سوی دیگر، زمینه‌هایی مانند ایجاد تیم‌های کاری متنوع، ارائه فرصت‌های آموزشی و

رشد شغلی، و ایجاد امکانات لازم برای اجرای پروژه‌های نوآورانه را فراهم کند. علاوه بر این، رویه مدیریتی در شرکت‌های دانش‌بنیان باید توانایی ایجاد یک فرهنگ سازمانی مثبت را داشته باشد که از همکاری، انعطاف‌پذیری، و اشتراک دانش و تجربیات بین اعضای سازمان پایه‌گذاری شده باشد. عوامل ساختاری و سازمانی دارای کدهای جو سازمانی پویا و انتقادی، چابکی و به روز بودن سازمان، مدیریت منابع انسانی است.

عوامل ساختاری و سازمانی یکی از مؤلفه‌های کلیدی در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان است. این مؤلفه به معنای داشتن یک دیدگاه گسترده و سیستماتیک نسبت به فرآیندها، ساختارها و روابط درونی و بیرونی سازمان است. در شرکت‌های دانش‌بنیان، این عوامل ساختاری و سازمانی باید برای ایجاد محیطی پویا و چابک که ایده‌ها و نوآوری‌ها به راحتی می‌توانند ظهور کنند، مورد توجه قرار گیرد. عوامل ساختاری و سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان به منظور استخدام و استفاده نیروهای خلاق، ایجاد انگیزه در کارکنان، آموزش، پاداش‌دهی صحیح و کاهش دغدغه‌های مالی کارمندان بسیار حیاتی است. این مؤلفه باعث می‌شود که سازمان به‌طور جدی با مواردی همچون توانمندسازی کارکنان، تسهیل ارتباطات داخلی و خارجی، ارتقاء انعطاف‌پذیری و توانایی سازمانی و تعریف پروژه خلاقانه سر و کار داشته باشد. به این ترتیب، عوامل ساختاری و سازمانی به عنوان یکی از پایه‌های اساسی الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان، به تسهیل نوآوری و پیشرفت در سازمان‌های دانش‌بنیان کمک می‌کند.

عوامل بستر ساز رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان چیست؟ براساس نتایج سازمان یادگیرنده و حمایت‌های بیرونی به عنوان شرایط زمینه‌ای مشخص شدند. سازمان یادگیرنده شامل کدهای محیط صمیمانه و دوستانه، محیط گروهی و حمایتی، توسعه ساختار دانشی، توسعه سرمایه انسانی است. سازمان یادگیرنده یکی از مؤلفه‌های حیاتی در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان است. این مؤلفه به نحوه سازماندهی و اجرای فعالیت‌ها و فرآیندهای سازمانی اشاره دارد. این شامل جلسات غیررسمی صمیمانه، شنیدن نقاط قوت و ضعف، تخصص‌گرایی، دانش فنی شرکت، نظام‌های انگیزشی و استفاده بهینه از منابع انسانی برای تسهیل فرآیند نوآوری است. در یک شرکت دانش‌بنیان، سازمان‌ها باید به گونه‌ای طراحی شوند که انگیزه و توانمندی کارکنان برای ایده‌پردازی و نوآوری را تقویت کنند. به عنوان مثال، فرآیندهای ارتباطی بین اعضای سازمان باید باز و شفاف باشند تا افراد به راحتی بتوانند ایده‌ها و نظرات خود را ارائه دهند. ریزانا و همکاران (۲۰۲۳) بیان نمودند، دوستی در محل کار برای عملکرد سازمانی ضروری است

زیرا می‌تواند حمایت عاطفی را برای عملکرد فردی افزایش دهد. حمایت‌های بیرونی شرکت‌های دانش‌بنیان شامل کدهای منابع حمایتی بیرونی، ساختارهای حمایتی بیرونی است. یکی از این حمایت‌ها، حمایت‌های مالی از این شرکت‌ها است که تأمین مالی یکی از مؤلفه‌های حیاتی در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان است. تأمین منابع مالی مناسب برای پشتیبانی از فعالیت‌های نوآورانه می‌تواند به عنوان یک انگیزه قدرتمند برای کارکنان عمل کند. این شامل ارائه بودجه‌های کافی برای انجام تحقیقات و توسعه، پشتیبانی مالی برای پیاده‌سازی ایده‌های نوآورانه، و فراهم کردن مکانیسم‌های مالی انعطاف‌پذیر برای تجربه و اجرای ایده‌های جدید است. برای موفقیت در این زمینه، شرکت‌های دانش‌بنیان باید سیاست‌های مالی مناسبی داشته باشند که شفافیت، عدالت، و ایجاد انگیزه مالی برای کارکنان را در پیش بگیرند. علاوه بر این، تأمین مالی می‌تواند از طریق جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی، همکاری با صندوق‌ها و سازمان‌های حمایتی، و استفاده از ابزارهای مالی نوین مانند سرمایه‌گذاری اشتراکی یا مشارکتی، تقویت شود.

عوامل مداخله‌گر رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان چیست؟ براساس نتایج به دست آمده مؤلفه‌های عدم همراهی کارکنان، عدم همراهی مدیران، عدم همراهی و تحول‌خواهی نهادهای بیرونی به عنوان شرایط مداخله‌گر شناسایی شدند. عدم همراهی کارکنان دارای کدهای بی‌انگیزگی کارکنان، خودخواهی کارکنان است. عدم همراهی کارکنان یکی از مؤلفه‌های حیاتی در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان است. زمانی که عدم همراهی کارکنان در قالب بی‌انگیزگی و عوامل خودخواهی در سازمان فراهم نشود این باعث می‌شود در مسیر توسعه رفتار نوآوری کارکنان مداخله ایجاد می‌شود. که بی‌انگیزگی کارکنان ناشی از عواملی مانند متناسب نبودن حقوق، استقلال نداشتن افراد، روزمرگی، عدم انگیزه و دلگرم نبودن کارکنان است که باعث عدم رضایت کارکنان می‌شود. علیمردانی و عباسی (۱۳۹۹)، نشان دادند بهبود رضایت کارکنان همچنین می‌تواند منجر به کاهش نرخ ترک کارکنان، افزایش نگهداری مهارت‌های کلیدی در سازمان، و افزایش رضایت مشتریان از محصولات و خدمات ارائه شده شود. این امر نه تنها باعث افزایش عملکرد و بهره‌وری سازمان می‌شود، بلکه به ارتقاء رقابت‌پذیری و پایداری کسب‌وکار نیز کمک می‌کند. به طور کلی، بهبود رضایت کارکنان یکی از پایه‌های اساسی در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه که منجر به ایجاد محیطی مساعد برای پیشرفت و توسعه نوآوری در سازمان می‌شود. عدم همراهی مدیران دارای کدهای بی‌توجهی و نگاه منفی مدیران، رویکرد غیرمشارکتی مدیران، عدم پیگیری و حمایت مدیران است. عدم همراهی

مدیران در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان از اهمیت بسیاری برخوردار است. زمانی که مدیران نگاه منفی داشته باشند، بی‌توجه باشند، خیلی دیدگاه و سبک آن‌ها مشارکتی نباشد و مدیران پیگیری و همراهی نکنند رفتارهای کاری نوآورانه شکل نمی‌گیرد. عدم همراهی و تحول خواهی نهادهای بیرونی دارای کدهای صاحبان صنایع غیر نوآور، دولتمردان غیرنوآور منفعت محور، دولت غیرحمایتی غیر نوآور است. عدم همراهی و تحول خواهی نهادهای بیرونی در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان بسیار اساسی هستند. همانطور که در نتایج مصاحبه کارکنان و مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان مشخص شد یکی از اصلی‌ترین عواملی که در مسیر رفتار نوآورانه مداخله ایجاد می‌کند عدم همراهی نهادهای بیرونی است زمانی که صاحبان صنایع غیرنوآور همراهی نمی‌کنند زمانی که دولت و سیاست‌ها و دیدگاه‌های دولتمردان منفعت محور است و تا زمانی که منفعت و دیدگاه شخصی در آن توسعه‌ی کسب‌وکار نداشته باشند همراهی نمی‌کنند. زمانی که دیدگاه‌های دولت خیلی موافق توسعه دانش‌بنیان‌ها نخواهد بود رفتار نوآورانه در آن شرکت‌ها هم ایجاد نمی‌کند چون انگیزه ایجاد نمی‌کند.

مؤلفه‌های رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان چیست؟ براساس نتایج به دست آمده نیازمحوری، تحول محوری است. ایده محوری یکی از مهمترین عوامل در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان است. ایده محوری شامل ایده‌یابی، پایش ایده‌ها است که این نتایج با پژوهش سربلند، آرتا. (۱۴۰۰) همخوانی دارد وی در مطالعه کیفی خود بحث تولید ایده و ارتقاء ایده‌ها را به عنوان یکی از مکانیزم‌های اصلی رفتارهای نوآورانه در نظر می‌گیرد و نتایج نشان دهنده آن است که بررسی فرصت‌ها، تولید ایده، ارتقای ایده، محقق کردن ایده و تعمق پنج ذهنیت اصلی مدیران در راستای رفتار کاری نوآورانه است. نیازمحوری یکی از مولفه‌های حیاتی در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان است که شامل کشف نیازهای مشتری، پاسخ به نیاز مشتری است. برای تحقق این مؤلفه نیاز به ارتباط با صنایع، استفاده از بازخورد و نظرات مشتریان، توانایی حل مسأله در لحظه، نیازسنجی و یادگیری مهارت‌های جدید است. تحول محوری این مولفه شامل تغییرات اداری، تغییرات فرایندی، نوآوری در محصول است. تحول محوری در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان از اهمیت بسیاری برخوردار است. به توانایی کارکنان برای استفاده از فناوری‌های نوین، روش‌های پیشرفته، و ابزارهای مدرن برای حل مسائل و ارائه راهکارهای نوآورانه، ارائه محصولات باکیفیت‌تر و ارزان‌تر اشاره دارد. از آنجایی که شرکت‌های دانش‌بنیان معمولاً در حوزه‌های پیشرفته

فناوری فعالیت می‌کنند، داشتن تغییرات پیشرفته و به‌روز امری بسیار ضروری است. به طور کلی، تحول محوری در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی مطرح می‌شود. این مؤلفه نقش بسیار مهمی در توانایی کارکنان برای ارائه راهکارهای نوآورانه و پیاده‌سازی پروژه‌های موفق دارد. هافتر و همکاران (۲۰۲۲)، نشان دادند تأمین امکانات فنی مناسب، ارائه آموزش‌های لازم برای به‌روزرسانی دانش کارکنان، و ایجاد فضاهایی برای آزمایش و ارتقاء تکنولوژی‌های جدید، می‌تواند به بهبود روند نوآوری در این شرکت‌ها کمک کند. فولر و همکاران (۲۰۲۲)، نیز تغییرات فرایندی را مورد تأیید قرار دادند.

پیامدهای رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان چیست؟ براساس نتایج به دست آمده پیامدهای شناسایی شده عبارتند از پیامدهای فراسازمانی، پیامدهای سازمانی، پیامدهای فردی. پیامدهای فراسازمانی شامل توسعه کشور است. پیامدهای فراسازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این می‌تواند باعث توسعه متوازن، پیشرفت کشور و رونق اقتصادی کشور شود. پیامدهای سازمانی شامل کدهای توسعه و ماندگاری شرکت، ارتقاء بهره‌وری شرکت، ارتقاء مشتری محوری، دستیابی به برتری فناورانه است. پیامدهای سازمانی یکی از مؤلفه‌های حیاتی در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان است. ارتقاء مشتری محوری در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان به معنای ارتقاء نگرش کارکنان نسبت به مشتریان است. که باعث جذب و رضایت مشتری، افزایش کیفیت در نتایج نسبت به رقبای آگاهی نسبت به وضعیت و نیازهای صنایع می‌شود همچنین در ادامه آن‌ها سعی می‌کنند به عنوان مشتریان داخلی و خارجی سازمان، نیازها و مشکلات آن‌ها را درک کرده و باز با رویکردهای نوآورانه و خلاق، به حل آن‌ها بپردازند. لئو (۲۰۲۳)، نتیجه گرفت ارتقاء جبران خدمات نه تنها به ارتقاء معیارهای عملکرد و نوآوری در سازمان کمک می‌کنند، بلکه ارتقاء انگیزه و تعهد کارکنان نسبت به فعالیت‌های نوآورانه را فراهم می‌سازند. همچنین، ایجاد سیاست‌های تشویقی مناسب برای کارکنان به عنوان یک ابزار مهم در جذب و نگهداری استعدادها در سازمان‌های دانش‌بنیان است. شاه و همکاران (۲۰۲۲)، بیان کردند توجه به طراحی و اجرای سیاست‌های تشویقی مناسب و تطبیق آن‌ها با فرهنگ و هدف‌های سازمان، اهمیت بسیاری در ایجاد و تقویت فرهنگ نوآوری و رشد پایدار سازمانی دارد.

راهبردهای رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان چیست؟ براساس نتایج به دست آمده راهبردهای شناسایی شده عبارتند از: راهبرد توسعه محور، راهبرد

مشارکت محور. راهبرد توسعه محور شامل کدهای توسعه کیفیت، توسعه ارتباطات علمی، آموزش و توسعه است. راهبرد توسعه محور در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان یکی از مؤلفه‌های حیاتی است. ارائه آموزش‌های مداوم و تخصصی به کارکنان، امکان به‌روزرسانی دانش و مهارت‌های آن‌ها را فراهم می‌کند و آن‌ها را در تسلط بر فناوری‌ها و روش‌های جدید کمک می‌کند. بختیاری و همکاران (۱۴۰۱) نتیجه گرفتند تسهیل دسترسی کارکنان به منابع آموزشی و تخصصی، از جمله کتب، مقالات علمی، و منابع آموزشی آنلاین نیز نقش مهمی در توسعه مهارت‌ها و دانش کارکنان دارد. ایجاد فرهنگ آموزشی در سازمان‌ها که به تشویق به یادگیری مستمر و به‌روزرسانی دانش و مهارت‌ها می‌پردازد، می‌تواند به افزایش نیروی انسانی مجهز و نوآوری مداوم در شرکت‌های دانش‌بنیان منجر شود. سربلند (۱۴۰۰) بیان نمود آموزش‌ها می‌توانند به‌صورت داخلی یا خارجی ارائه شوند، از طریق دوره‌های آموزشی، کارگاه‌ها، و حضور در کنفرانس‌ها و رویدادهای صنعتی. همچنین، ارتباط آموزش و تخصصی سازی با اهداف کسب و کار و نیازهای شرکت‌های دانش‌بنیان، باعث افزایش توانایی‌های نوآورانه کارکنان و ارتقای کیفیت محصولات و خدمات ارائه شده توسط شرکت‌ها می‌شود. راهبرد مشارکت محور شامل کدهای مشارکت همگانی، جلسات گروهی است. راهبرد مشارکت محور یکی از مؤلفه‌های حیاتی در الگوی رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان است. بر اساس یافته‌های پژوهش موارد زیر پیشنهاد می‌گردد؛

۱. از آنجا که با توجه به فضای دانشی حاکم بر شرکت‌های دانش‌بنیان و وجود جوی غیررسمی در اینگونه شرکت‌ها و همچنین از آنجا که در میان عوامل بسترساز دو عامل اصلی محیط صمیمانه و دوستانه و محیط گروهی و حمایتی شناسایی گردید و تأکید مصاحبه شوندگان بر اینکه جلسات هفتگی و چالش‌های تبادل نظر می‌تواند محیطی مناسب برای رفتارهای کاری نوآورانه ایجاد کند، به سازمان‌ها پیشنهاد می‌گردد از طریق ایجاد فضایی آزاد و محیطی انگیزشی برای کارکنان به شکلی که آن‌ها در ارائه ایده‌های جدید احساس اعتماد و امنیت کنند و تشویق به اندیشیدن خارج از ساختار ثابت و متداول شوند، بستر مناسبی را خلق کنند و هر چه محیطی گرم و حمایتی‌تر فراهم شود احتمال بروز رفتارهای نوآورانه بیشتر خواهد شد.

۲. عامل بسترساز دیگری که در این مطالعه شناسایی شد توسعه سرمایه انسانی و سرمایه دانشی سازمان بود و همچنین در راهبردها هم راهبرد اساسی توسعه محور از طریق آموزش و توسعه شناسایی شد که با توجه به این نتایج پیشنهاد می‌گردد ارائه برنامه‌های

آموزشی و آموزش مداوم برای توسعه مهارت‌های نوآوری و خلاقیت کارکنان به صورت جامع و البته بر مبنای مشارکت خود کارکنان در دستور کار شرکت‌ها قرار گیرد.

۳. تشویق به همکاری بین اعضای سازمان و ایجاد فرصت‌هایی برای تبادل ایده‌ها و دانش بین افراد در قالب راهبرد مشارکت محور شناسایی شد و در نتیجه پیشنهاد می‌شود تقویت مشارکت کارکنان و ایجاد نظام پاداش بر مبنای مشارکت در ایده‌پردازی و اجرای ایده‌ها در دستور کار شرکت‌های دانش بنیان قرار گیرد که بتواند به عنوان یکی از مهمترین عوامل الگوسازی رفتارهای نوآورانه در سازمان تداوم بروز اینگونه رفتارها را تضمین نماید.

۴. ایجاد سیستم پاداشی که ارزش ایده‌های نوآورانه و تلاش‌های کارکنان را ترغیب کند و آن‌ها را تشویق به فعالیت نوآورانه کند، از جمله راهکارهای موثر است.

۵. اطمینان از دسترسی آسان به منابع مالی، تجهیزات فنی و فناوری‌های جدید برای توسعه و اجرای ایده‌های نوآورانه کارکنان، می‌تواند رفتار نوآورانه را تشویق کند که در قالب بسترهای حمایتی سازمانی و فراسازمانی شناسایی شد. پس مدیران شرکت‌های دانش بنیان باید پیگیری و ارتباط فراسازمانی لازم را با نهادهای دولتی سطح استان انجام دهند که این منابع مورد نیاز در دسترس کارکنان شرکت قرار گیرد.

۶. تقلید از رقبا: نتایج برخی پژوهش‌ها از جمله پژوهش اژدری مقدم و همکاران (۲۰۲۴) نشان داد که فعالیت‌های تقلید از رقبا می‌تواند منجر به نوآوری شود، بنابراین توصیه می‌شود که در برخی موارد شرکت‌های دانش بنیان از این استراتژی استفاده نمایند.

این پژوهش دارای محدودیتی‌هایی از جمله محدودیت در تعمیم نتایج به دلیل تنوع شرکت‌های مورد بررسی به لحاظ فعالیت و حوزه کاری، ماهیت متفاوت ساختاری و فرهنگی و همچنین تفاوت در حوزه جغرافیایی با سایر نقاط کشور ایران بود. در پایان برای پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود که به مواردی همچون شناسایی استراتژی‌های نوآوری در برابر تقلید رقبا، شناسایی سبک‌های رهبری از جمله رهبری تحول آفرین در برابر تقلید رقبا، سبک‌های مدیریت در شرکت‌های دانش بنیان، سبک‌های مدیریت کلان در کشورهای درحال توسعه و اثر آن بر شرکت‌های دانش بنیان و فرهنگ سازمانی خاص شرکت‌های دانش بنیان توجه نمایند.

تشکر و قدردانی

نویسندگان مقاله از تمامی مدیران شرکت‌های دانش بنیان استان یزد و همچنین شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری یزد که در فرایند مصاحبه و افزایش اعتبار و روایی داده‌ها و نتایج پژوهش همکاری داشته‌اند، قدردانی می‌نمایند.

تعارض منافع

ضمن اعلام عدم وجود تضاد منافع در انتشار این مقاله، نویسندگان اعلام می‌نمایند که حداکثر حساسیت لازم برای رعایت موضوعات اخلاقی شامل عدم سرقت ادبی، کسب رضایت آگاهانه از مصاحبه‌شوندگان، عدم جعل داده‌ها و عدم جهت‌دهی به تحلیل‌های کیفی، و صداقت در مراحل انتشار مقاله رعایت شده است.

دسترسی آزاد

این نشریه دارای دسترسی باز است و اجازه اشتراک (تکثیر و بازآرایی محتوا به هر شکل) و انطباق (بازترکیب، تغییر شکل و بازسازی بر اساس محتوا) را می‌دهد.

منابع

- Aghababaei, R., & Rahimi, H. (2023). The mediating role of knowledge sharing in effect of innovative climate on teachers' innovative behaviors: (study case: teachers of Kashan city). *Strategic Management of Organizational Knowledge*, 6(2), 243-269. (In Persian)
- AlEsa, H. S., & Durugbo, C. M. (2022). Systematic review of innovative work behavior concepts and contributions. *Management Review Quarterly*, 72(4), 1171-1208.
- Azhdary Moghadam, M., Akbari, M., Mahfoozi, G., & Mohaghegh Montazeri, M. (2024). How to flourish under constraints: imitation or innovation? The mediation role of innovation and absorptive capacity on firm performance. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 26(2), 303-336.
- Bakhtiari, M., & Shahriari, B. (2022). The Effect of Knowledge Sharing and the Fit of the Individual with the Organization and the Relationship between Transformational Leadership and Innovative Behavior in the Public Libraries of Yazd. *Digital and Smart Libraries Researches*, 8(32), 45-58. (In Persian)
- Di Leo, A. (2023). Technology-Driven Innovation in Cultural Heritage: A Museum Experience Perspective. *Turistica-Italian Journal of Tourism*, 32(3), 16-30.
- Ebersberger, B., Galia, F., Laursen, K., & Salter, A. (2021). Inbound open innovation and innovation performance: A robustness study. *Research Policy*, 15(3), 102-119.
- Fuller, J., Hutter, K., Wahl, J., Bilgram, V., & Tekic, Z. (2022). How AI revolutionizes innovation management: Perceptions and implementation preferences of AI-based innovators. *Technological Forecasting & Social Change*, 178, 121-143.
- Haefner, N., Wincent, J., Parida, V., & Gassmann, O. (2021). Artificial intelligence and innovation management: A review, framework, and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 1-10.

- Heydari, Marzieh, Zarei, Zahra, Najafi, Masoumeh, Hashemi, Roya. (2024). Investigating the relationship between organizational climate and innovative behavior with regard to the mediating role of creativity of employees. *Human Resources Excellence*, 5(2), 102-117. (In Persian)
- Khanifar, H., & Moslemi, N. (2022). Principles and Methods of Qualitative Research. Vol1. Tehran: Negahe Danesh Publication.
- Kim, M., Koo, D., & Han, H. (2021). Innovative behavior motivations among frontline employees: The mediating role of knowledge management. *International Journal of Hospitality Management*, 99, 10-22.
- Lee, H. L. (2018). Big data and the innovation cycle. *Production and Operations Management*, 27(9), 1642–1646.
- Li, L., Rong, S., Wang, R., & Yu, S. (2021). Recent advances in artificial intelligence and machine learning for nonlinear relationship analysis and process control in drinking water treatment: A review. *Chemical Engineering Journal*, 405, 1-10.1,
- Linh, N. T., Tran, N., Doan, X., & Nguyen, V. (2020). The impact of knowledge sharing on innovative work behavior of Vietnam telecommunications. *Management Science Letters*, 10(1), 53-56.
- Lopes, A. P., & Carvalho, M. M. (2018). Evolution of the open innovation paradigm: Towards a contingent conceptual model. *Technological Forecasting & Social Change*, 14(5), 36-49.
- Mura, M., Lettieri, E., Radaelli, G., & Spiller, N. (2016). Behavioral operations in healthcare: A knowledge sharing perspective. *International Journal of Operations & Production Management*, 36(10), 1222-1246.
- Nangoy, R., Hamsal, M., Setiadi, N. J., & Pradipto, Y. D. (2019). The roles of employee work well-being on innovative work behavior mediated by organizational commitment. *International Journal of Economics & Business Research*, 18(3), 314-327.
- Nguyen, T., Nguyen, K., Do, T., & Nguyen, T. (2019). Knowledge sharing and innovative work behavior: The case of Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, 7(4), 619-634.
- Oberg, C., & Alexander, A. T. (2018). The openness of open innovation in ecosystems –Integrating innovation and management literature on knowledge linkages. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(2), 14-29.
- Palazzeschi, L., Bucci, O., & Di Fabio, A. (2018). Re-thinking innovation in organizations in the industry 4.0 scenario: New challenges in a primary prevention perspective. *Frontiers in Psychology*, 9, 30.
- Purnama, Y. H., Tjahjono, H. K., Elqadri, Z. M., & Prajogo, W. (2021). *Innovative work behavior: The role of self-efficacy and organizational climates*. In L. Barolli, A. Poniszewska-Maranda, & T. Enokido (Eds.), *Complex, intelligent and software intensive systems* (pp. 453-464). Springer.
- Rehman, W., Ahmad, M., Allen, M., Raziq, M., & Riaz, A. (2019). High involvement HR systems and innovative work behavior: The mediating role of psychological empowerment, and the moderating role of manager and co-worker support. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 28(4), 525-535.

- Rizana, D., Muafi, M., & Helmy, I. (2023). *Workplace friendship influences innovative work behavior: The mediating role of psychological empowerment and knowledge sharing*. In A. Hamdan, A. Harraf, A. Buallay, P. Arora, & H. Alsabatin (Eds.), *From industry 4.0 to industry 5.0* (pp. 281-292). Springer.
- Shah, S. T. H., Shah, S. M. A., & El-Gohary, H. (2022). Nurturing innovative work behaviour through workplace learning among knowledge workers of small and medium businesses. *Journal of Knowledge Economy*, 6(2), 1-14.
- Siregar, Suryana, A., & Senen, S. (2019). Factors influencing innovative work behavior: An individual factors perspective. *Scientific & Technology Research*, 8(9), 324-327.
- Stoffers, J., Hendrikx, K., Habets, O., & van der Heijden, B. (2020). Employability and innovative work behaviours in SMEs in a Euroregion: A cross-national comparison between Belgium and the Netherlands. *Personnel Review*, 49(1), 167-187. *Technological Forecasting & Change*, 162, 120-130.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (5th ed.). Wiley.
- Yin, M., Jiang, S., & Niu, X. (2024). Can AI really help? The double-edged sword effect of AI assistant on employees' innovation behavior. *Computers in Human Behavior*, 150, 107987.
- Yousaf, Z. A., & Palazzo, G. (2023). Influential role of homophily on innovative work behavior: Evidence from innovation management of SMEs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(5), 1239-1256.