

شناسایی مولفه های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی (یک مطالعه فراترکیب)

علیرضا نصیری فیروز^۱، خدایار ابیلی^{۲*}، جواد پور کریمی^۳، محمد رضا کرامتی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۱۸

چکیده

زمینه و هدف: علایق دانشگاهیان و کنشگران بر نوآوری به عنوان یک مزیت رقابتی افتراقی و راه ایجاد ارزش برای مشتری تمرکز کرده است. با این وجود، توجه کمی به فرهنگ نوآوری شده است. هدف این مقاله شناسایی توصیف کننده های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی است.

روش بررسی: روش پژوهش حاضر کیفی و از نوع فراترکیب بوده است. جامعه پژوهش را کلیه منابع مرتبط با فرهنگ نوآوری در دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی طی سال های ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۰ به تعداد ۶۰۰ منبع بود که ابتدا تعداد ۲۴۶ منبع بر اساس چکیده انتخاب شدند. سپس ۱۰۲ منبع بر اساس محتوا گزینش شد که در نهایت ۶۰ منبع به عنوان منابع مرتبط، به روش تحلیل تم مورد بررسی قرار گرفتند. به منظور بررسی کیفی داده‌ها، اعتبار و اعتماد یافته‌ها تأمین شده است.

یافته ها: یافته‌ها پیشنهاد می‌کند که فرهنگ نوآوری بایستی از طریق ساختاری معرفی شود که شامل هفت عامل گرایش به نوآوری، سازگاری سازمانی، یادگیری سازمانی، خلاقیت و توانمند سازی، بازار محوری، ارزش محوری و زمینه اجرایی است.

نتیجه گیری: بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان به یک جمع‌بندی مفهومی در مورد مؤلفه‌های تشکیل دهنده فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی رسید که از طریق تدوین مدل آن می‌توان به صورت توصیفی و تشخیصی وضعیت موجود دانشگاهها و موسسات آموزش عالی را از نظر فرهنگ نوآوری ارزیابی و نقاط ضعف و قوت را شناسایی کرد.

کلمات کلیدی: فرهنگ نوآوری، فراترکیب، آموزش عالی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی، دانشگاه تهران، ایران.

۲. نویسنده مسئول، استاد تمام گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. abili@ut.ac.ir

۳. دانشیار گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۴. دانشیار گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

مقدمه

در سراسر جهان دانشگاهها و موسسات آموزش عالی به شکل های مختلفی گسترش یافته اند. ریشه های این تفاوت از یک سو در اهدافی است که جوامع برای دانشگاهها تعیین نموده اند و از سوی دیگر در سازمان آموزش حرفه ای بیرون از دانشگاه نهفته است. علاوه بر این ظهور جامعه شبکه ای و سازمان های مجازی، دگرگونی های عمیق ساختاری و تغییر شرایط اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی، دانشگاهها و موسسات آموزش عالی را با چالش های نحوه مواجهه با محیط به شدت متحول، متنوع، رقابتی در مقیاس وسیع جهانی روبرو ساخته است (محمد داودی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲). توان و موفقیت دانشگاههای جدید تا اندازه ای به این نکته بستگی دارد که تا چه حد می تواند از فرهنگ مناسب مشارکت و تصمیم گیری مشترک از تمام اعضایش بهره گیرد که داشتن برنامه ریزی بلند مدت نوآورانه و رهبران دوراندیش برای انجام تغییرات لازم است (ثمری، ۱۳۹۴). لذا در دنیای امروز نوآوری، راهبردی ترین امر برای حفظ و تقویت مزیت رقابتی به شمار می رود و مدیریت فرهنگ نوآوری یکی از جدی ترین چالشها در نظام آموزش عالی است. همچنین به منظور عملکرد موفق، درک ارزش هایی که محرک و حمایت کننده فرهنگ آن محیط هستند بسیار ضروری است. از نظر رابینو (۲۰۱۲) نوآوری معرفی یک چیز جدید یا تغییر در انجام یا نگاه به پیرامون است. از نظر محمد داودی و همکاران (۲۰۱۳: ۲) فرهنگ نوآوری یکی از عوامل سازمانی است که اجرای موفقیت آمیز آن نیازمند درک صحیح تمام ابعاد آن است و راهبردی ترین راه برای حفظ و تقویت مزیت رقابتی و یکی از جدی ترین چالش های مدیریتی است. فرهنگ نوآوری چیزی بیشتر از رفتارها و فعالیتها و خیلی وابسته به زمینه است. فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی از شرکتها و موسسات تجاری به

Rubio. ۱

عاریت گرفته شده است. فرهنگ نوآوری از نگاه علی احمدی و همکاران (۲۵: ۱۳۹۷) حامی نوآوری است و مشروعیت آنرا تقویت می کند. در عرصه فرهنگ نوآوری، زمینه اجرایی شامل توانایی سازمان برای اجرای ایده ایی است که می تواند ارزش افزوده ایجاد کنند.

میرکمالی و همکاران (۱۳۹۰) به طراحی مدلی برای اندازه گیری سازگاری سازمانی دانشگاه به عنوان یکی از مولفه های فرهنگ نوآوری دانشگاه با محیط بیرونی پرداختند. یافته های پژوهش نشان داد که ۹ عامل مدیریت محیط، یادگیری، فرهنگ سازمانی، روابط سازمانی، مشارکت جمعی، استراتژی محوری، مسئولیت پذیری، خودسازماندهی و هدفمندی تبیین کننده سازگاری سازمانی دانشگاه با محیط هستند. مرادی و همکاران (۱۳۹۱) به تبیین و ارائه الگوی جامع فرهنگ نوآوری پرداختند. چارچوب به دست آمده شامل عوامل رهبری، چشم انداز، فرهنگ ملی، ساختار راهبردی و عوامل تعیین کننده فرهنگ محور است که همواره در همه حال پویا و محتوایی می باشند. رجیبی (۱۳۹۳) به فرهنگ نوآوری و کارآفرینی در سازمانها پرداخته است. او ویژگی هایی چون پذیرش ابهام، شکیبایی در امور غیر عملی، کنترل بیرونی کم، بردباری در مخاطره، شکیبایی در برخوردها، تاکید بر نتایج تا وسایل و تاکید بر نظام باز را برای یک فرهنگ نوآوری پیش بینی کرده است. محمد داودی و همکاران (۱۳۹۵) به مولفه های تاثیر گذار بر فرهنگ نوآوری در مدیریت آموزش عالی پرداختند. یافته های پژوهشی آنها نشان داد که فرهنگ نوآوری که کلیدی برای پرورش مهارت حل مسئله در کارکنان سازمان است موجب بروز پیامدهای مثبت در سطح سازمان می شود. همچنین سلامت مالی، سودآوری سازمان، دستیابی به محصولات و بازارهای جدید، مشارکت کارکنان در تصمیم گیری های سازمانی، تقدیر از مشارکت کارکنان در کارها، توسعه کارکنان، یادگیری مستمر، ارتباط موثر با مشتریان سازمان، اهداف روشن، مدیریت

آموزش عالی نیازمند این است که متناسب سازی‌های رفتاری و فیزیکی است و اعضای هیات علمی و موسسات لازم است برای بازآفرینی این فضا فعالیت بیشتری داشته باشند. این^۴ و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه خود به فرهنگ برای پویایی نوآوری باز پرداختند. فرهنگ به عنوان پیشران اصلی نوآوری از طریق کنترل پیچیدگی و تعامل میان کارآفرینی شرکت های نوپا، کارکنان و سازمان به پویایی نوآوری باز کمک می‌کند. فرهنگ نوآوری دارای چهار ویژگی چشم‌انداز، شبکه دانش، الهام بخشی، رهبری و فضای پذیرش ایده‌های جدید است.

بنابراین، پژوهش حاضر به دنبال این است که در ابتدا سیمای پژوهش‌های مربوط به مولفه‌های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی را از نظر شکل و روش شناختی و محتوایی مشخص کند و سپس با بررسی نظام‌مند ادبیات موجود در ارتباط با فرهنگ نوآوری به مولفه و ابعاد آن دست یابد و در نهایت الگویی در زمینه فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه دهد.

هدف پژوهش

هدف پژوهش شناسایی مولفه‌های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی است. در این خصوص سوالات زیر مطرح می‌گردد.

۱. توصیف کننده‌های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی کدامند؟
۲. الگوی فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی چگونه است؟

روش بررسی

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت داده ها و سبک تحلیل در گروه پژوهش های کیفی قرار می گیرد.

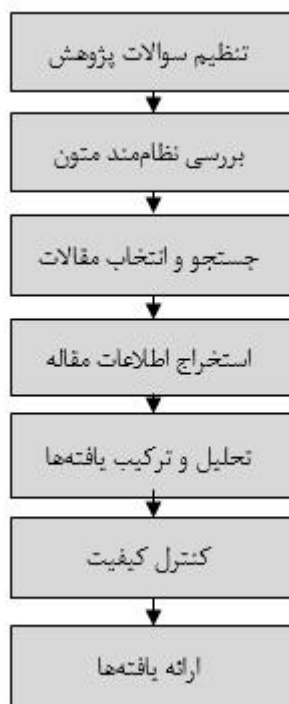
عملکرد و ترفیع کارکنان از جلوه ها و نتایج فرهنگ نوآوری در سازمان می‌باشند. خسروی صوفی و همکاران (۱۳۹۸) به تاثیر فناوری اطلاعات و فرهنگ نوآوری بر عملکرد سازمانی پرداختند. نتایج نشان داد که فناوری اطلاعات تاثیر معناداری بر عملکرد به طور مستقیم ندارد ولی به طور غیر مستقیم موثر است. همچنین فناوری اطلاعات بر فرهنگ نوآوری و فرهنگ نوآوری بر عملکرد سازمانی تاثیر معناداری دارند. مولایی و همکاران (۱۳۹۹) به سنجش فرهنگ اداری ایران با رویکرد نهادی پرداخته اند و نگرش حاکمیت به نحوه اداره و مدیریت سازمان ها را بیان می‌کند. یافته ها نشانگر آن است که فاصله قدرت و جمع گرایی گروهی در سطح بالایی ادراک می شود و مولفه‌های جمع گرایی نهادی، آینده گرایی، عملکرد گرایی، ابهام زدایی و قاطعیت که بر عملکرد موثر هستند در سطح پایین قرار دارند و نیازمند توسعه و تقویت هستند.

موریس^۱ (۲۰۱۵) برای فرهنگ نوآوری ۷ عامل شناسایی نموده که برای تسریع، فعال کردن و حفظ فرهنگ موثر در طول زمان مورد نیاز هستند. این عوامل عبارتند از: رهبری، ارتباط، تخصیص منابع، ظرفیت، ساختار و فرایند، محیط یادگیری و برنامه کاری. از نظر روملو^۲ (۲۰۱۷)، فرهنگ نوآورانه در قلب نوآوری قرار دارد که منجر به مزیت رقابتی سازمان نسبت به رقبا می‌شود و بهترین راه برای نوآور شدن ایجاد محیط سازمانی نوآور و خلاق است. وینکس^۳ و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعات خود به این یافته رسیدند که در نظام آموزش عالی در حالی که تمرکز بر فرایندهای نوآوری آموزش است، با این حال به فرایندها و فرهنگ‌هایی که به خلاقیت در آموزش عالی و روش هایی که به توسعه هیات علمی کمک می‌کنند توجه کمی شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که هنجار سازی فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات

۱. Morris

۲. Rumulo

۳. Winks



شکل ۱. گام‌های روش فراترکیب

بارسو (۲۰۰۷)، مانند شکل (۱) استفاده شده است. طرح سوال: در اولین گام مرور نظام‌مند، سوالات پژوهش تدوین گردید تا بتوان با این روش به سوالات پاسخ داد. ۱. توصیف‌کننده‌های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی کدامند؟ ۲. الگوی فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی چگونه است؟ روش تحقیق کیفی مرور نظام‌مند، به دلیل وجود اسناد زیاد و جدید در زمینه فرهنگ ناب در آموزش عالی با هدف تحلیل ترکیبی آنها صورت گرفت. بررسی و جستجوی نظام‌مند متون و مقالات: بیش از ۶۰۰ سند علمی و مطالعه منتشر شده در پایگاههای اطلاعاتی علمی معتبر داخلی و خارجی در سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۰، به مدت ۱۸ سال بر اساس کلید واژه‌های (فرهنگ^۲، نوآوری^۳، آموزش عالی^۴) و ارجاعات مرتبط در زمینه دانشگاهها و موسسات

۲. culture

۳. innovation

۴. higher education

اطلاعات اسنادی مبنای روش جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش است. شیوه انجام پژوهش، مرور مطالعات گذشته است که یک فراترکیب با شیوه کدگذاری متداول در پژوهش‌های کیفی است. ابزار گردآوری داده ۶۰ مقاله است که از مجموع ۶۰۰ مقاله جستجو شده در پایگاههای اطلاعاتی علمی معتبر داخلی و خارجی با استفاده از رویکرد هدفمند در بازه زمانی ۲۰۰۳ الی ۲۰۲۰ انتخاب شدند. مبنای روایی این پژوهش نظر متخصصان، استاد راهنما و مشاورین بوده است. شیوه انجام این پژوهش فراترکیب به عنوان یکی از روش‌های فرامطالعه است. روش فراترکیب، ترکیبی تفسیری از یافته‌های کیفی ارائه می‌نماید، به گونه‌ای که نتیجه ترکیب، بیش از مجموع یافته‌های مورد استفاده است (خاصیت گشتالتی) (سندلوسکی و بارسو^۱، ۲۰۰۷ به نقل از پورکریمی و همکاران، ۱۳۹۹: ۵). در این پژوهش از روش هفت مرحله‌ای فراترکیب سندلوسکی و

۱. Sandelowski & Barroso



شکل ۲. جستجو و انتخاب مقالات مناسب

دسته مقوله‌ای شناسایی شد و در نهایت مورد واری و بازیابی پژوهشگر قرار گرفت. همچنین یافته‌ها به صورت ساختار یافته ثبت، سپس نوشتن و تفسیر صورت گرفت. پژوهشگر کنترل کیفیت لازم را به صورت زیر (جدول ۱) دنبال کرد. همچنین واری و بازیابی توسط اساتید راهنما و مشاور در جهت تامین اعتبار مطالعه دنبال شد. برای بالا بردن اعتبار پژوهش، آنچه که انجام شد، به صورت شفاف ارائه شد. تمام قسمت‌ها، یعنی شیوه گردآوری مقالات، عناوین مقالات ورودی و نحوه تلفیق اطلاعات به صورتی گویا بیان شده است.

جدول ۱. معیارهای اعتبار پذیری تحقیق کیفی لینکلن و گوبا

(۵۸۹۱) به نقل از گرجی پور و همکاران (۸۵:۸۹۳۱)

معیارها	اقدامات پژوهشگر
قابل قبول بودن	مطالعه مقالات و اسناد طی ۳ ماه
انتقال پذیری	انتخاب مقاله خوب با اطلاعات کافی
قابلیت اطمینان	ثبت و ضبط جزئیات
تایید پذیری	رسیدگی و بازیابی مداوم

پژوهشگران طی سه ماه به مطالعه اسناد منتخب پرداختند. طی پژوهش تعامل رفت و برگشتی بین داده‌ها و تحلیل از

آموزش عالی مورد جستجو قرار گرفتند. بررسی‌ها بر اساس عنوان، چکیده و محتوی مانند شکل (۲) صورت گرفت. در مجموع ۶۰ منبع (مقاله) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و برای بررسی و پیدا کردن مولفه‌های اصلی و مقوله‌ها و در نهایت استخراج الگوی فرهنگ ناب در آموزش عالی مناسب تشخیص داده شدند.

استخراج اطلاعات اسناد: اطلاعات با استفاده از چک لیست اقتباس شده از جوانک لیاولی و همکاران (۱۳۹۶) به نقل از پورکریمی و همکاران (۶:۱۳۹۹) استخراج گردید. ترکیب یافته‌ها: اطلاعات به صورت نویسندگان، نوع سند و مولفه‌ها استخراج و در نهایت برای هر دسته ابعاد شناسایی شدند. همچنین چون اسناد مورد بررسی به صورت مقاله بودند، از ذکر نوع سند در جدول خودداری شد. برای تجزیه و تحلیل یافته‌های کیفی از تحلیل تم^۱ استفاده گردید. کنترل کیفیت و ارائه نتایج: پژوهشگر در تمام مراحل به دقت منابع را مطالعه و مولفه‌های هر سند را مشخص و دسته بندی کرد و برای هر

نیت نوآوری، نفوذ و اثر نوآوری، فراساختارهای نوآوری و اجرای نوآوری تشکیل شده است. این الگو در شکل (۳) آمده است.

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی و ارائه الگویی برای فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی انجام شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که فرهنگ نوآوری از چهار مولفه اصلی و هفت مولفه فرعی تشکیل شده است و مولفه‌های فرعی آنها در جدول (۴) آمده است. در اینجا هر یک از مولفه‌ها مورد بحث و بررسی قرار گرفته است:

قصد و نیت نوآوری : براساس یافته های پژوهش، دانشگاهها و موسسات آموزش عالی در جهت تقویت فرهنگ نوآوری باید به مولفه اصلی قصد و نیت نوآوری با دو مولفه فرعی گرایش به نوآوری و سازگاری سازمانی(جدول ۴) توجه نمایند. برای دستیابی به فرهنگ نوآوری باید شاخص‌هایی چون ماموریت نوآورانه، روحیه مخاطره‌جویی، آمادگی برای تغییر، فراکنشی عمل کردن، کنجکاوی، تعلق سازمانی، اعتماد دوجانبه، پذیرش ابهام، چشم‌انداز مشترک، پاداش درونی و(جدول ۴) توجه داشته باشند. این شاخص ها کمک می‌کنند تا مدیران دریابند که سازمانشان تا چه میزان در جهت فرهنگ نوآوری گام برداشته است. همچنین به مدیران در جهت معرفی سازمانشان به عنوان یک سازمان نوآور کمک می‌کنند.

نفوذ و اثر نوآوری : براساس یافته‌های پژوهش، دانشگاهها و موسسات آموزش عالی برای دستیابی و نزدیک شدن به فرهنگ نوآوری بایستی شاخص‌های دو زیر مولفه بازار محوری و ارزش محوری را در سازمان خود تقویت کنند. این شاخص‌ها عبارتند از: فهم زنجیره ارزش، تجاری‌سازی ایده‌ها، خلق ارزش، بازار رقابتی، پذیرش مشتری، استقلال و پاسخگویی، تعالی

سوی پژوهشگر و گروه خبرگان که دانش کافی درباره ابعاد و جنبه‌های مختلف موضوع پژوهش برخوردار بودند، صورت پذیرفت. اسناد مطالعه شده در پژوهش دارای بهترین دانش و داده در حوزه فرهنگ نوآوری بودند. درباره یافته‌های پژوهش با چندین فعال فرهنگی در بخش‌های گوناگون دانشگاه مشورت شد.

یافته‌های تحقیق

با بررسی عنوان، چکیده و محتوای مقالات، کتب و رساله‌ها در پایگاه‌های اطلاعاتی، ۶۰ مقاله(جدول ۲) برای ورود به مرور نظام‌مند در زمینه فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی انتخاب شدند. فراوانی مقالات منتشره نشان می‌دهد که پژوهش‌ها در زمینه فرهنگ نوآوری با توجه به تلاش دانشگاهها و موسسات آموزش عالی برای کسب مزیت رقابتی رو به افزایش است.

جدول ۲. بازه زمانی اسناد

سال انتشار	درصد	تعداد
۲۰۰۳ - ۲۰۰۸	۸٪	۵
۲۰۰۹ - ۲۰۱۴	۳۰٪	۱۸
۲۰۱۵ - ۲۰۲۰	۶۲٪	۳۷

به دلیل اینکه همه اسناد مطالعه شده، مقاله بود، بنابراین از ذکر نوع سند در جدول خودداری شد. مولفه‌های اصلی و زیر مولفه‌های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی از طریق چک لیستی شناسایی شدند. جدول (۳) جزئیات مطالعات حاضر شامل نام پژوهشگر، سال انتشار آثار، نوع سند و مؤلفه‌های مربوط به خانه فرهنگ ناب در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی را در پژوهش‌ها نشان می‌دهد.

در پاسخ به سوال دوم که الگوی فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی کدام است؟ نتایج مرور نظام‌مند یافته‌های پژوهش‌ها نشان داد که الگوی فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی از مولفه‌های اصلی قصد و

جدول ۳. فرا ترکیب توصیف کننده های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی

کد	نویسندگان	سال	توصیف کننده های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی
۱	مارتینز و همکاران	۲۰۰۳	ساختار، راهبرد، مکانیزم های حمایتی، الگوهای رفتاری، ارتباطات
۲	دامبروسکی و همکاران	۲۰۰۷	نوآوری پایدار، بیانیه ارزشها، ارتباطات دو جانبه، انعطاف پذیری، همکاری، رهبری، ماهیت رقابت، ماموریت نوآورانه، فضای های امن
۳	ون و همکاران	۲۰۰۷	فرایند یادگیری، فرهنگ موقعیت، فرهنگ افتخار، ساختار انعطاف پذیر، کارکنان توانمند، خطر پذیری، شفافیت، اعتماد دو جانبه، ساختار حمایتی، ارتباط با محیط
۴	دابی	۲۰۰۸	اختصاص منابع جدید، تبدیل ایده به محصول، استقلال مدیران پروژه، تغییر سریع فرایندها و سیستم ها؛ مشارکت در نوآوری، اعتماد و احترام متقابل، ارتباطات باز، به چالش کشیدن اقدامات، پاداش درونی؛ همه درگیر یادگیری، توسعه مهارت های جدید، مربیگری و حمایت، موقعیت های یادگیری منحصر به فرد، درک تغییرات؛ فهم زنجیره ارزش، محیط رقابتی، تولید دانش، فرایند معتبر و قابل اعتماد؛ ارزش از نگاه مشتری، تعامل فراکنشی، جستجوی ایده ها، استقلال و پاسخگویی؛ منحصر به فرد بودن، عدم اطمینان به عنوان فرصت
۵	مک لافلین و همکاران	۲۰۰۸	ارزشها(رشد و توسعه، اطمینان بیرونی، آزادی، ریسک پذیری، اطمینان درونی)؛ ابزارها(اهداف شفاف، فراساختارهای پیشرفت، دیدگاه بیرونی، ساختار تیمی)
۶	تید و همکاران	۲۰۰۹	آزادی، خطر پذیری، رشد، توسعه، اطمینان درونی و بیرونی، فراساختارهای کار تیمی
۷	خسرویان و همکاران	۱۳۸۸	ایده های جدید، جامعه پذیری، پذیرش ابهام، بردباری در مخاطره، شکیبایی، تاکید بر نتایج تا فرایندها، تاکید بر نظام باز، تصمیم به نوآور بودن، سرمایه گذاری در بعد عملیاتی، بازار محوری
۸	دوگان و همکاران	۲۰۱۰	ادھوکرایی، بازار محوری، پذیرش جمعی، ارزش های مشترک، تعالی سازمانی، انعطاف پذیری، پایداری، تغییر، ارزش های رقابتی، تمرکز بر تعاملات، نتیجه محوری، مطالعات با کیفیت، مشارکت
۹	صادقی و همکاران	۱۳۸۹	رسیدن به ایده های جدید، توانایی حل مسائل به روش نو، ایجاد نتایج ناب و با ارزش، توانایی تولید ایده ها، تفکر خلاق، مشارکت و همکاری با دیگران، عادت کردن به تفکر دقیق، قابلیت سازگاری
۱۰	همسلی براون و همکاران	۲۰۱۰	محیط رقابتی، مشتری محوری، همکاری بین بخشی، رضایت مشتری، نیازهای دانشجویی، توجه به نگرانی های دانشجویی، پیشرفت مستمر، تسهیم دانش، بحث کردن درباره اطلاعات
۱۱	برتل و همکاران	۲۰۱۱	محوریت فناوری، دانش فناوری، خطر پذیری، بازار محوری
۱۲	میرکمالی و همکاران	۱۳۹۰	مدیریت محیط، فرهنگ سازمانی، روابط سازمانی، مشارکت جمعی، استراتژی محوری، مسئولیت پذیری، خودسازماندهی، تغییر خود یا محیط به منظور بقا، یافتن ساختار مناسب، رهبری متعهد
۱۳	اسماوی و همکاران	۲۰۱۱	مبادله دانش و کار تیمی، شناخت، رشد و توسعه، خطر پذیری، مشتری محوری، ساختار شبکه ای اجتماعی، ارزشها، رفتارها، منابع، فرایندها، درک از موفقیت
۱۴	خوارزمی و همکاران	۱۳۹۱	تبدیل ایده های خلاقانه به خدمات نو، آمادگی تکنولوژیکی، تجاری سازی ایده ها، تبادل دانش و اطلاعات، زیر ساخت های قانونی، محل کار مناسب، سرمایه گذاران ریسک پذیر، ارتباط
۱۵	مرادی و همکاران	۱۳۹۱	فرهنگ قوی، سازشکار، انعطاف پذیر، ارزشی، تجاری سازی یک ایده، پذیرش ابهام، تحمل، کنترل بیرونی کم، تمرکز بر نتایج، سیستم باز، روحیه مخاطره جویی، حمایت از افراد حرفه ای و تخصصی، وجود استقلال حرفه ای، تسهیلگری، ماموریت گرا
۱۶	فلیزولا و همکاران	۲۰۱۳	آمادگی برای تغییر، تمرکززدایی، مکانیزم های حمایتی، ارتباطات، شفافیت، کار مشارکتی، خلاقیت، فرهنگ سازمانی، فرهنگ سازمانی محافظه کارانه، خلاقیت
۱۷	بوسجنز	۲۰۱۳	ارزش های رقابتی و مشترک، مکانیزم های کنترل درونی، انعطاف پذیری، یادگیری سازمانی، تحمل ریسک، توسعه منابع انسانی، رضایت کارکنان، جو سازمانی، تولید ایده، کنترل مدیریتی
۱۸	وجلز و همکاران	۲۰۱۴	رشد درونزا، انتظارات اجتماعی، مدیریت فناوری، اختراع، سرمایه گذاری در پژوهش و توسعه، سرمایه انسانی، اثر تخریب خلاق، انتقال فناوری، ساختار سازمانی
۱۹	جانسون و همکاران	۲۰۱۴	خلق ارزش، تبیین ایده های جدید، توسعه راهبرد، نوآوری محصول، نوآوری مدیریتی، نوآوری بازاریابی، منابع فراوان، الگوهای ذهنی مشترک، مصنوعات قابل مشاهده، مشارکت، تمرکز بر مشتری، ارزش های محوری، توانمندسازی، تیم محوری، توسعه قابلیت ها، یادگیری سازمانی

جدول ۲. ادامه

کد	نویسندگان	سال	توصیف کننده های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی
۲۰	باربوسا	۲۰۱۴	ارزش های فرهنگی، مزیت رقابتی، کیفیت بالا، قابلیت های متمایز، نوآوری فردی، ارتباطات قوی، پذیرش فرهنگی، محیط پویا، تغییر سازمانی، سبک رهبری، استقلال دانشگاه، حمایت مدیر ارشد، تحمل عدم اطمینان، انعطاف پذیری، شناخت مشتری
۲۱	بادر و همکاران	۲۰۱۴	بازار محوری، یادگیری سازمانی، راه حل جدید، فناوری، خطر پذیری، تحمل قصور
۲۲	لویت و همکاران	۲۰۱۴	دیدگاه فراگیران، تغییر در ادراکات، تغییر دانش و مهارت، رویکردهای نوآورانه، تغییر در فعالیت سازمانی، فنآور محور بودن، فراساختارها، فرهنگ یادگیری، حل مسئله، توجه به نیازهای ذینفعان
۲۳	عبودی و همکاران	۱۳۹۳	نوآوری، هویت سازمانی، حمایت مدیریت، سیستم پاداش، عملکرد و رضایت مندی، پاسخگویی و کارایی، توانمند سازی به عنوان عنصر ارتباطی، حل مسئله به وسیله مدیران و کارکنان
۲۴	دوگولا و همکاران	۲۰۱۵	مبادله دانش، ارتباطات باز، توسعه یادگیری اجتماعی، همکاری بیرونی شبکه ای، اختصاص وقت آزاد، تحمل خطاها، نظام جایزه و پاداش، مدیریت تفاوت ها، کار تیمی
۲۵	گومز و همکاران	۲۰۱۵	راهبرد، ساختار، مکانیزم حمایت، محرک نوآوری، انعطاف پذیری، آزادی، همکاری گروهی، دسترسی به منابع، مدیریت اشتباهات، مدیریت ایده ها، تسهیم اطلاعات
۲۶	پور عزت و همکاران	۱۳۹۴	آمادگی سازمانی، یادگیری سازمانی، جهت گیری بازار محور، گرایش به نوآوری، جهت گیری ارزشی، خلاقیت کارکنان، توانمند سازی، خلاقیت، مکانیسم های پشتیبانی، یادگیری و کارآفرینی
۲۷	حیدری و همکاران	۱۳۹۴	پژوهش محوری، حامی نوآوری، جو گشودگی و اعتماد متقابل، جو خلاق و حامی نوآوری، فرهنگ نقد و نقد پذیری، شکوفایی استعداد، پرورش تفکر خلاق، ایجاد قدرت حل مسئله
۲۸	داودی و همکاران	۱۳۹۵/۲۰۱۶	پذیرش ابهام، شکیبایی در برخورد ها، رهبری بصیر، تصمیم به نوآور بودن، رقابتی بودن محیط کار، توسعه فرهنگ کار تیمی، انعطاف پذیری، پذیرش ایده ها، ریسک پذیری، ارتباطات، تخصیص منابع، استراتژی بر اساس دانش، نوآوری بر اساس توسعه و استعداد
۲۹	خوارزمی و همکاران	۱۳۹۵	روحیه ریسک پذیری، اعتماد، مشارکت، نوآوری خلق یک محصول، تفکر سیستمی، خلق و انتشار دانش، کاهش عدم اطمینان به آینده، تشویق به نوآوری، روحیات مردانگی، تمایل به پیشرفت =
۳۰	محمد اسماعیلی	۱۳۹۵	نوآوری و خلاقیت، مفروضات اساسی مشترک، آزادی عمل، کار تیمی، نتیجه مداری، اجرای ایده برای محصول جدید، زیرساخت ها، فلسفه روشن، نیاز به نوآوری توسط مدیران، پذیرش ابهام، ریسک پذیری، توانمندسازی، خلاقیت بالا، سلاست فکری، ایده های بدیع
۳۱	میرکمالی و همکاران	۱۳۹۵/۲۰۱۶	خلاقیت، اصلاح و جایگزینی، یادگیری یک و دو حلقه ای، تفکر سیستمی، یادگیری سازمانی، کارآفرینی، دید کواتومی، پاسخگویی، مشارکت جمعی، ارتباطات سازمانی، هدفمندی، دانشگری، دانایی محوری، فناوری های ارتباطی، الگوی فکری مدیران
۳۲	مهد رافعی و همکاران	۲۰۱۵/۲۰۱۶	به کارگیری ایده های جدید، چشم انداز مشترک، موفقیت های ارزشی، استاندارد بالای عملکرد، توسعه دانش مرزی، رفتار نوآورانه، فراساختارها، خطر پذیری، استقلال
۳۳	مهد رافعی و همکاران	۲۰۱۶	خلق ایده های جدید، امکانات محوری، اعضای هیات علمی ارزشی، کنجکاو، خلاقیت، انعطاف پذیری، استقلال، فراکنشی، توانمندسازی، خطرپذیری، مدیریت تعارض، ارتباطات درونی، فراساختارها، کار تیمی، ارتباطات بین شخصی
۳۴	کرات و همکاران	۲۰۱۶	به کارگیری ایده های جدید، موقعیت های نانوشته، ارزش های محوری، خلاقیت، توانمندسازی، خطر پذیری، آزادی و استقلال، قصد نوآوری، خدمات مشتری، بازار محوری، فراساختارهای نوآوری
۳۵	کومان	۲۰۱۶	دانش محوری، انعطاف پذیری، نوآوری، ارزش های ناخودآگاه، ارزش های مشترک، تعهد به اعضا، جامعه پذیری، آزادی، تیم های مشارکتی، صداقت، دوگانگی منحصر به فرد در ساختار سازمانی، تمرکز زدایی، مسئولیت پذیری، مربیگری، مکانیزم حمایتی
۳۶	باکوویک و همکاران	۲۰۱۶	استقلال، آزادی، فراکنشی عمل کردن، خطر پذیری
۳۷	بنیادی نائینی و همکاران	۱۳۹۵	پیاپی سازی ایده های نو، رفتارهای نوآورانه، تبدیل کلمات به عمل، احترام به نظرات و ایده ها، نوآوری اجرایی، نوآوری فنی، اکتساب دانش، تغییرات ساختی و رفتاری، انعطاف پذیری
۳۸	روملو و همکاران	۲۰۱۷	بازار رقابتی، قصد نوآوری، فراساختارهای حمایت نوآوری، بازار محوری، ارزش محوری، تحمل مخاطره، استقلال کارکنان، حمایت تیمی، فرایند، منابع انسانی، فناوری اطلاعات
۳۹	اسکونیناس و همکاران	۲۰۱۷	رسمیت پایین، فرهنگ کارآفرینی، انعطاف پذیری، پذیرش تغییر، فناوری های جدید، توسعه درونزا، ارزش محوری، ذخایر شناختی، تکثر فرهنگی، تصمیم گیری غیر متمرکز، ابزار راهبردی
۴۰	جادرا و همکاران	۲۰۱۷	یادگیری واکنشی، پیدا کردن روش های جایگزین، یادگیری موارد جدید، لذت بردن از چالش، صلاحیت های حرفه ای، صلاحیت فردی و اجتماعی، دستیابی به اهداف واقعی

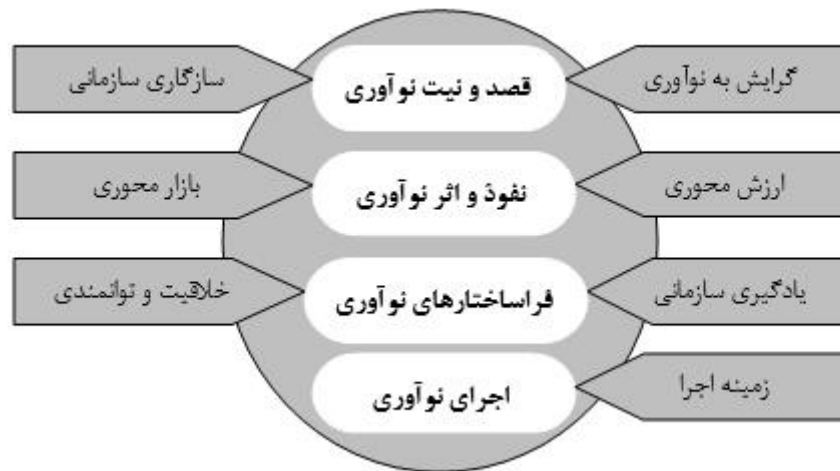
جدول ۲. ادامه

کد	نویسندگان	سال	توصیف کننده های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی
۴۱	یمینی دوزی سرخابی	۱۳۹۷	ارتباط دانشگاه و محیط با توجه به تغییرات قصد شده، نقش تغییر در توان سازگار شوندگی، انگیزش فرد برای تغییر، سازگار شوندگی به مثابه کارایی، سازگار شوندگی به مثابه تغییر و انتخاب استراتژی، سازگار شوندگی به معنای واکنش به تغییر سازمانی
۴۲	سبک رو و همکاران	۱۳۹۷	شناسایی مشتریان، دستیابی به ایده‌های جدید، تلاش‌های مشترک داخلی، قابلیت برون سپاری، آمادگی سازمانی، توانمندی‌های مشارکتی، ظرفیت جذب
۴۳	طوطیان اصفهانی و همکاران	۱۳۹۷	نوآوری و تغییر، خلاقیت و نوآوری، عملکرد نوآورانه، حفظ مزیت رقابتی، جستجوی فرصت‌های جدید، واکنش به ایده‌های جدید، نوآوری‌های فنی و اجرایی، فرایندهای اجرایی و قوانین سازمانی، نوآوری اداری و فنی، کیفیت ایده‌ها، استراتژی تکنولوژی
۴۴	میر کمالی و همکاران	۱۳۹۷	اشتراک هدفمند، اشتراک دانش، باورهای کنترلی، یکپارچه سازی سرمایه‌های دانشی، چشم انداز مشترک، استفاده از دانش و فناوری‌های جدید
۴۵	علی احمدی و همکاران	۱۳۹۷	اشتراک گذاری قدرت، حمایت و همکاری، یادگیری و توسعه، جهت‌گیری بازار، جهت‌گیری ارزش، ارزش‌گذاری برای افراد، ستایش اشتباهات، چیره دستی سازمانی، اشتراک گذاری دانش، یادگیری سازمانی، توسعه فرهنگ، اشتراک قدرت، توسعه، حمایت
۴۶	پاندیا	۲۰۱۸	ظرفیت یادگیری، فاصله قدرت، مشارکت، سازش‌پذیری، شفافیت، صداقت، استقلال، تجربه‌کردن، ویژگی‌های غالب، رهبری سازمانی، تاکید راهبردی، چسب سازمانی، مشارکت، عمل فراکنشی
۴۷	مهد رافعی	۲۰۱۸	خودکفایتی، ارتباطات موثر، جو نوآوری، پذیرش ایده جدید، رفتار نوآورانه، ارتباطات بین شخصی، حس اطمینان، توانمند سازی، حمایت از ایده‌های جدید، بیان ارزش‌ها
۴۸	مک جیم	۲۰۱۸	تعقیب نوآوری، ارتقای خلاقیت، رویکردهای یادگیری نوآورانه، حمایت از خلاقیت، آزادی، چالش، پویایی و سرزندگی، خطر پذیری، حمایت از نوآوری، تشویق و نظارت
۴۹	شریفی نژاد و همکاران	۲۰۱۸	نوآوری به عنوان فرهنگ، خلق دانش جدید، پذیرش ایده برای سازمان، نوآوری مستمر، اقدامات ملموس، قصد نوآوری، اجرای نوآوری، فراساختار نوآوری، بازار محوری، مشارکت، انعطاف‌پذیری
۵۰	والنسیا و همکاران	۲۰۱۸	ارزش‌ها، مفروضات مشترک، بازار محوری، یادگیری سازمانی، منبع راهبردی ناملموس، مکانیزم‌های حمایتی، توانمندسازی، ارتباطات، شفافیت، انعطاف‌پذیری، آزادی، کار مشارکتی
۵۱	جاندر و همکاران	۲۰۱۹	تنوع در بازار، مشارکت، ثبات، دستیابی به اطلاعات، تغییر اطلاعات، مشتری محوری، رقابت محوری، قصد نوآوری، نفوذ نوآوری، اجرای نوآوری، فراساختارهای نوآوری
۵۲	زواره و همکاران	۱۳۹۸	چشم انداز مشترک، فرهنگ سازمانی، کار و یادگیری تیمی، استراتژی، رهبری مشارکتی، توسعه شایستگی کارکنان، ساختار سازمانی، برون سپاری دانش
۵۳	حاجی علی اکبری و همکاران	۱۳۹۸	نوآور و خلاق، ایده‌سازی، ارتباطات موثر، انگیزه درونی، توانمند سازی، اعتماد، مدیران خلاق، انگیزش الهام بخش، ملاحظه فردی، کنجکاو و میل به تحقیق برای رفع ابهام، توانمند شدن
۵۴	وحيونى و همکاران	۲۰۲۰	محیط بازاری پویا، عملکرد نوآورانه مدیریت دانش، تعقیب مزیت رقابتی، انتشار دانش، مشارکت مشتری، ارتباطات فشرده، اعتماد سازی، گفتار غیر رسمی، منحصر به فرد بودن محصول
۵۵	بنداک و همکاران	۲۰۲۰	حمایت از نوآوری، پاسخ نوآورانه به تغییر، خلاقیت، فاصله گرفتن از دانش موجود، پیشرفت‌های فناورانه، آزادی، کار تیمی، خطر پذیری، پویایی و کارآفرینی، مربیگری، وفاداری، اعتماد متقابل
۵۶	فتوحی و همکاران	۱۳۹۹	تعلق سازمانی، مسئولیت‌پذیری، استقلال، ارتباطات سازمانی، تعهد سازمانی، ارزیابی عملکرد دانشجوی، فرصت مطالعاتی، مدیریت کیفیت، مدیریت تحول، دسترسی به فناوری، نظام پیشنهادات
۵۷	نجفی و همکاران	۱۳۹۹	باز مهندسی مسئولیت‌ها، موانع پذیرش و اجرای نوآوری (فرهنگی)، قدرت اجتماعی، فردی، اجرایی، سازمانی و فراسازمانی، رهبری تحول آفرین، محافظه‌کاری، فراهم بودن بستر لازم، ریسک‌پذیری
۵۸	پارولین و همکاران	۲۰۲۰	ارزش افزوده، فرایند تصمیم‌گیری، بازار محوری، ساختار سازمانی، فعالیت‌های حمایتی، مشارکت در نوآوری، تشویق خلاقیت، انعطاف‌پذیری برای سازگاری، نتیجه محوری
۵۹	وینکس و همکاران	۲۰۲۰	فرهنگ جمعی، فضای همکاری، خدمات حرفه‌ای، نوآوری در فرضیاتی اتفاق می‌افتد، تعاملات اعضا، یادگیری دو نفره و گروهی، کارکردهای اجتماعی، جوامع یادگیری
۶۰	میکولکا و همکاران	۲۰۲۰	شفافیت، ثبات و پایداری، صحت و درستی، قدرت، دستاورد، نیکوکاری، خودمحوری، امنیت، احترام، وفاداری، پذیرش مشتری

جدول ۴. فراترکیب زیر مولفه ها و مولفه های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی

کد پژوهشگران	زیر مولفه ها	مولفه ها	
۲-۱۵-۱۶-۲۰-۲۴-۲۸- ۲۹-۳۰-۳۳-۳۷-۴۱- ۴۳-۵۳-۵۶	ماموریت نوآورانه، روحیه مخاطره جویی، آمادگی برای تغییر، نوآوری فردی، ارتباطات باز، تصمیم به نوآور بودن، تشویق به نوآوری، ایده های بدیع، کنجکاو، فراکنشی عمل کردن، رفتارهای نوآورانه، انگیزش فرد برای تغییر، کیفیت ایده ها، ایده سازی، تعلق سازمانی	گرایش به نوآوری	قصد و نیت نوآوری
۱-۲-۳-۴-۶-۷-۸-۱۵- ۱۹-۲۰-۲۴-۲۸-۳۲- ۳۳-۳۵-۳۹-۴۱-۴۵-۵۳- ۵۴-۵۵-۵۶-۵۹-۶۰	ارتباطات، همکاری، اعتماد دو جانبه، پاداش درونی، اطمینان درونی و بیرونی، بردباری در مخاطره، انعطاف پذیری، پذیرش ابهام، مشارکت، تحمل عدم اطمینان، ارتباطات باز، شکیبایی در برخورد، چشم انداز مشترک، ارتباطات بین شخصی، انعطاف پذیری، پذیرش تغییر، نقش تغییر در توان سازگار شوندگان، تعلق سازمانی، تعاملات اعضا، احترام	سازگاری	سازگاری
۲-۳-۴-۷-۹-۱۴-۱۹- ۲۰-۲۲-۲۴-۲۶-۲۷- ۲۸-۲۹-۳۰-۳۴-۳۸-۴۲- ۵۱-۵۴-۵۵-۵۷-۶۰	ماهیت رقابت، فرهنگ افتخار، فهم زنجیره ارزش، سرمایه گذاری در بعد عملیاتی، ایجاد نتایج ناب و با ارزش، تجاری سازی ایده ها، خلق ارزش، قابلیت های متمایز، تغییر دانش و مهارت، همکاری بیرونی شبکه ای، جهت گیری بازار محور، جو گشودگی و اعتماد متقابل، استراتژی بر اساس دانش، خلق و انتشار دانش، نتیجه مداری خدمات مشتری، بازار رقابتی، شناسایی مشتریان، تنوع در بازار، مشارکت مشتری، اعتماد متقابل، رهبری تحول آفرین، پذیرش مشتری	بازار محوری	نفوذ و اثر نوآوری
۴-۵-۷-۸-۹-۱۰-۱۵- ۱۶-۱۸-۱۹-۲۲-۲۹- ۳۰-۳۱-۳۲-۳۵-۳۶-۴۰- ۴۵-۴۷-۵۳-۵۹-۶۰	استقلال و پاسخگویی، رشد و توسعه، واکنش به ایده های جدید، تعالی سازمانی، رسیدن به ایده های جدید، رضایت مشتری، فرهنگ قوی، شفافیت، رشد درونزا، خلق ارزش، پذیرش رویکردهای نوآورانه، تمایل به پیشرفت، فلسفه روشن، دانشگری، توسعه دانش مرزی، تعهد به اعضا، فراکنشی عمل کردن، دستیابی به اهداف واقعی، ارزشگذاری برای افراد، بیان ارزش ها، ایده سازی، تعاملات اعضا، صحت و درستی	ارزش محوری	ارزش محوری
۴-۸-۹-۱۰-۱۲-۱۳- ۱۴-۱۶-۱۷-۲۲-۲۴-۲۸- ۲۹-۳۱-۴۰-۴۳	الگوهای رفتاری، انتظار توسعه مهارت های جدید، مطالعات با کیفیت، عادت کردن به تفکر دقیق، تسهیم دانش، تغییر خود یا محیط به منظور بقا، مبادله دانش و کار تیمی، تبادل دانش و اطلاعات، آمادگی برای تغییر، توسعه منابع انسانی، تغییر در فعالیت سازمانی، توسعه یادگیری اجتماعی، استراتژی بر اساس دانش، خلق و انتشار دانش، یادگیری تک حلقه ای و دو حلقه ای، یادگیری واکنشی، جستجوی فرصت	یادگیری سازمانی	فرا ساختارها نوآوری
۴-۹-۱۴-۱۵-۱۶-۱۸- ۱۹-۲۰-۲۱-۲۶-۲۷-۲۸- ۳۰-۳۱-۴۰-۴۵-۵۳- ۵۴	عدم اطمینان به عنوان فرصت، توانایی حل مسائل به روش نو، تبدیل ایده خلاقانه به خدمت نو، حمایت از افراد حرفه ای و تخصصی، خلاقیت در حل مسئله، اثر تخریب خلاق، توسعه قابلیت ها، قابلیت های متمایز، راه حل های جدید، خلاقیت کارکنان، پرورش تفکر خلاق، نوآوری بر اساس توسعه و استعداد، ایده های بدیع، دید کوانتومی، صلاحیت های حرفه ای، یادگیری و توسعه، مدیران خلاق، منحصر به فرد بودن	خلاقیت و توانمندی	خلاقیت و توانمندی
۱-۴-۱۲-۱۴-۲۵-۲۸- ۳۰-۳۳-۳۷-۴۲-۴۳-۴۴- ۵۱-۵۶-۵۸-۵۹	مکانیزم های حمایتی، تبدیل ایده به محصول بازار پسند، یافتن ساختار مناسب، آمادگی تکنولوژی، دسترسی به منابع، تخصیص منابع، زیرساخت های نوآوری، مدیریت تعارض، نوآوری اجرایی و فنی، قابلیت برون سپاری، قوانین سازمانی، استفاده از دانش و فناوری های جدید، دستیابی به اطلاعات، مدیریت تحول، فرایند تصمیم گیری، خدمات حرفه ای	زمینه اجرا	اجرای نوآوری

سازمانی، شفافیت، واکنش به ایده های جدید و (جدول ۴). تولید و انتشار دانش در سازمان بر انگیزانند. این شاخص ها هم به صورت توصیفی و هم به صورت تشخیصی به مدیران دانشگاهها و موسسات آموزش عالی کمک می کند تا بتوانند تا هشیاری رفتاری کارکنان را در جهت بازار محوری و تقویت



شکل ۳. الگوی مفهومی توصیف کننده‌های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی

فرهنگ نوآوری در سازمان ایفا می‌کند. این مولفه شاخص‌هایی چون مکانیزمهای حمایتی، دسترسی به منابع، زیرساخت‌های نوآوری، قوانین سازمانی، قدرت برون سپاری، خدمات حرفه‌ای و (جدول ۴) را در بر می‌گیرد. نکته کلیدی در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی در جهت تقویت نوآوری، تعریف، تثبیت و تقویت نوآوری حمایت از ویژگی‌های زمینه‌ای و مشخصه‌های کارکنان است. مدیران باید به این تشخیص برسند که نوآوری مزیت‌های بلند مدت ایجاد می‌کند و در نهایت مزیت رقابتی ایجاد می‌کند. توجه به شاخصهای برآمده از یافته‌های پژوهش به دانشگاهها و موسسات آموزش عالی کمک می‌کند تا نقاط قوت و ضعف خود را در دستیابی به یک فرهنگ نوآورانه تشخیص دهند و مدیران در جهت تقویت قوت‌ها و برداشتن نقاط ضعف گام بردارند.

پیشنهادهای کاربردی زیر براساس یافته‌های پژوهش توصیه می‌شود:

موضوعات مرتبط با فرهنگ نوآوری بایستی به صورت آشکار، موضوع پژوهش‌های عمیق بین رشته‌ای قرار گیرد که در آن رشته‌های مدیریت، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، زبان‌شناسی و دیگر رشته‌ها مورد توجه قرار گیرند. پژوهش در زمینه

بازار محوری و یا مشتری مداری را در ارتباطات و یا در تعامل با ذینفعان تقویت کنند.

فراساختارهای نوآوری: بر اساس یافته‌های پژوهش از دیگر مولفه‌های تعیین کننده و اثرگذار در فرهنگ نوآوری دانشگاهها فراساختارهای نوآوری در دو بخش یادگیری سازمانی، خلاقیت و توانمندی است. این فراساختارها از طریق شاخص‌هایی چون مطالعات با کیفیت، عادت کردن به تفکر دقیق، تغییر خود یا محیط به منظور بقا، خلق و انتشار دانش، توانایی حل مسائل به روش نو، توسعه قابلیت‌ها و خلاقیت کارکنان، دید کوانتومی و صلاحیت‌های حرفه‌ای و ... (جدول ۴) خود را نشان می‌دهند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مدیران با گام برداشتن دقیق در جهت تقویت شاخص‌های فراساختارهای نوآوری میزان فاصله و دوری سازمان خود از فرهنگ نوآوری را کاهش دهند. بنابراین قابلیت‌های کلیدی چون یادگیری سازمانی، خلاقیت و توانمندی در کارکنان با هدف تقویت فرهنگ نوآوری بایستی مد نظر قرار گیرد. این فراساختارها ارتباط قوی را در رابطه با فرهنگ نوآوری به وجود می‌آورند.

اجرای نوآوری: بر اساس یافته‌های پژوهش مولفه اجرای نوآوری با مولفه فرعی زمینه اجرا نقش مهمی را در استقرار

شناسایی مولفه های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها....

گام بردارند. از مدیران در تمام سطوح دانشگاهی به عنوان عوامل اثرگذار و مهم انتظار می رود که در مدیریت اجرایی فاصله گرفته و در جهت اجرای فرهنگ نوآوری گام بردارند.

عوامل درونی و بیرونی ایجاد فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی توصیه می شود. با تقویت مولفه های فرهنگ نوآوری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی، مدیران در جهت تغییر فرهنگ سازمانی فعلی به سمت فرهنگ نوآوری



منابع

- بنیادی نائینی، علی؛ والی، فرزانه؛ عزیزی، محمد حسن و احسنی زاده، سامان (۱۳۹۵). بررسی رابطه مولفه‌های فرهنگ یادگیری سازمانی و ایجاد اثربخشی در سازمان با متغیر میانجی نوآوری سازمانی، فصلنامه پژوهشی مدیریت منابع انسانی دانشگاه امام حسین (ع)، سال هشتم، شماره ۳، صص. ۲۱۱-۱۸۷.
- پور عزت، علی اصغر؛ تصدیقی، سودابه و علوی، امیرعلی (۱۳۹۴). فرهنگ نوآوری برای کسب مزیت رقابتی در شرکت بنتون ایران. فرایند مدیریت توسعه، دوره ۲۷، شماره ۳، پیاپی ۸۹.
- پورکریمی، جواد؛ ابیلی، خدایار؛ حاج خزیمه، مجتبی؛ و حاتمی، محمدرضا (۱۳۹۹). شناسایی مولفه‌های توسعه حرفه‌ای مدیران گروه‌های آموزشی دانشگاهها و موسسات آموزش عالی (یک مطالعه فراترکیب). فصلنامه علوم دریایی، صص ۱۸-۱.
- ثمری، عیسی (۱۳۹۴). مبانی نظری توسعه آموزش عالی و سیستم دانشگاه. چاپ اول، انتشارات آفاق کلام.
- سبک رو، مهدی؛ صفری شاد، فرانک؛ عباسی رستمی، نجیبه (۱۳۹۷). بررسی تاثیر هوش تجاری بر ساختار نوآوری باز. فصلنامه آینده پژوهی مدیریت. سال بیست و نهم، شماره ۱۱۳.
- حاجی علی اکبری، فیروزه و نظری فرخی، حسین (۱۳۹۸). بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری در سازمان. فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت حسابداری، شماره ۱۲، جلد سوم، صص ۳۳-۱۵.
- حیدری فرد، رضا؛ زین آبادی، حسن رضا؛ بهرنگی، محمدرضا و عبداللهی، بیژن (۱۳۹۴). فرهنگ و جو سازمانی نوآورانه؛ یک پژوهش کیفی، فصلنامه علمی پژوهشی. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال هفتم، شماره ۲، پیاپی ۲۶.
- خسروی صوفی، لیلا و اسکندری، فاطمه (۱۳۹۸). اثر فناوری اطلاعات و فرهنگ نوآوری بر عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: شرکت های لیزینگ خودرو در شهر تهران). نهمین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت و حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی.
- خسرویابان، امین؛ گل پرور، محسن و آتش پور، سید حمید (۱۳۸۸). رابطه مولفه های جو سازمانی با زمینه اجرای فرهنگ نوآوری در کارکنان شرکت سیمان سپاهان اصفهان، شماره ۴۱، صص ۱۱۸-۱۰۳.
- خوارزمی، امید علی و ندایی، امین (۱۳۹۱). ارزیابی زیرساخت های نوآوری در ایران (مطالعه موردی و بازنگری مراکز رشد شهر مشهد). مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال سوم، شماره دوازدهم. صص ۱۲۷-۱۰۳.
- خوارزمی، امیرعلی و ندایی، امین (۱۳۹۳). تحلیل سیستمی تاثیر ریسک پذیری بر نوآوری در پارک علمی و فناوری پردیس. دوفصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، سال دوم، شماره پنجم.
- رجبی، الهام (۱۳۹۳). فرهنگ نوآوری و کارآفرینی در سازمان ها. سومین همایش علوم مدیریتی نوین.
- زوار، تقی؛ یارمحمدزاده، پیمان و آرامی، مریم (۱۳۹۸). نقش مدیریت دانش و یادگیری سازمانی بر سوء اخلاق سازمانی کارکنان. فصلنامه اخلاق در علوم رفتاری. سال چهاردهم، شماره ۴، صص ۶۸-۷۵.
- صادقی، زینب؛ محتشمی، رضا؛ میری، امیر و صادقی، سبحان (۱۳۸۹). خلاقیت در آموزش عالی، گامی اساسی در جهت توسعه پایدار. مجله راهبردهای آموزش دوره ۳، شماره ۱، صفحات ۲۸-۲۳.
- طوطیان اصفهانی، صدیقه؛ رجبی فرجاد، حاجیه و علی نقی، فاطمه (۱۳۹۷). تاثیر فرهنگ نوآوری حمایت کننده و عملکرد نوآوری سازمان بر امنیت. مجموعه های اطلاعاتی. فصلنامه مطالعات حفاظت و امنیت انتظامی، سال سیزدهم، شماره ۴۹.
- فتوحی، مرتضی؛ اکبری، احمد؛ چرابین، مسلم؛ و معقول، علی (۱۳۹۹). الگوی توانمندسازی اعضای هیات علمی دانشگاه فرهنگیان. مجله توسعه آموزش جندی شاپور، فصلنامه مرکز مطالعات و توسعه آموزش علوم پزشکی. سال یازدهم، شماره ۲.
- گرچی پور، حسین؛ خاشعی، وحید؛ اسلامبولچی، علیرضا و اصغری صارم، علی (۱۳۹۸). الگوی ارزیابی خط مشی گذاری فرهنگی، با رویکرد مطالعه کیفی اسناد فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه مدیریت دولتی، دوره ۱۱(۱)، صص ۷۲-۴۷.
- عبودی، حمید؛ لطفی زنگنه درویش، مصدق و کاظمیان، فرشته (۱۳۹۳). رابطه فرهنگ سازمانی با توانمندسازی کارکنان. فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین، سال ششم، شماره ۱، صص ۲۴۴-۲۲۳.
- علی احمدی، علیرضا؛ حسینی، میرزا حسن؛ پرهیزگار، محمد مهدی و ساروی مقدم، ناهید (۱۳۹۷). طراحی الگوی فرهنگ نوآوری و راههای ارتقای آن در شرکت های تولیدی. مطالعات مدیریت

- 523.
- Bader, K; Vanbrabant, L; Enkel, E.(2014). Drivers firm openness: innovation culture and strategic direction as stimulating factors in Annual meet. Ear. Aca. Management.
- Bakovic, T; Kauric, A.G.; Perry, P.(2016). The influence of radical innovation culture on business performance in the Croatian manufacturing industry. International journal of technology management. 72(4), 333.
- Barbosa, E.(2014). Organizational culture oriented for innovation. Influencing variables. School of technology and management.
- Bendak, S; Shikhli, A.M. and Abdel Razek, R.H.(2020). How changing organizational culture can enhance innovation: Development of the innovative culture enhancement framework. Cogent Business & management.
- Brettel, M., Cleven, N.J.(2011). Innovation culture, collaboration with external partners and NPD performance. Creativity and innovation management, 204; 253 – 272.
- Buschgens, Th; Bausch, A; and Balkin, D.B.(2013). Organizational culture and innovation: A meta – analytic review. Product development and management association.
- Coman, A.(2016). Organizational culture in higher education: Learning from the best. European journal of social sciences education and research, Vol, issue 1.
- Dandya, J.K.(2018). Models of organizational culture in higher education: A study, Research Scholar Kadi Sarva Vishwa Vidyalyaya.
- Dobni, C.B.(2008). Measuring innovation culture in organizations. European journal of innovation
- راهبردی، شماره ۳۵، صص ۵۱ – ۱۹.
- محمد اسماعیلی، ندا(۱۳۹۵). شناسایی مکانیزم های توسعه فرهنگ نوآوری (مورد مطالعه: سه شرکت از گروه مپنا). پژوهش های مدیریت عمومی، سال نهم، شماره سی و سه، صص ۲۴۸ – ۲۲۱.
- محمد داودی، امیرحسین و پیروز ارجمندی، مسعود(۱۳۹۵). ارزیابی فرهنگ نوآوری در دانشگاههای استان مرکزی و ارائه راهکارای بهبود. دومین کنفرانس بین المللی پارادایم های نوین مدیریت. نوآوری و کارآفرینی.
- مرادی آیدیشه، شعبان؛ وثوقی نیری، عبدالله؛ امیرمحسنی، شاپور و فروغی، احمد(۱۳۹۱). تبیین الگوی جامع فرهنگ نوآوری. فصلنامه علمی ترویجی منابع انسانی، سال اول شماره سوم.
- مولایی فرد، مهدی؛ رازنی، فیروز؛ زاهدی، سید محمد و معید فر، سعید(۱۳۹۹). سنجش فرهنگ اداری ایران؛ با رویکرد نهادی، فرایند مدیریت و توسعه، دوره ۳۳، شماره ۱، پیاپی ۱۱۱.
- میرکمالی، سید محمد و وفاداری، حمید(۱۳۹۰). طراحی مدلی برای اندازه گیری سازگاری سازمانی دانشگاه با محیط بیرونی (مطالعه دانشگاههای دولتی شهر تهران). مجله علوم تربیتی دانشگاه شهید چمران اهواز، دور ششم، سال ۱۹ – ۲، شماره ۲، صص ۴۴ – ۲۳.
- میرکمالی، سید محمد؛ مرادی راد، حمید و منوریان، عباس(۱۳۹۵). مدیریت محیط: تحلیل عوامل سازگاری سازمانی با محیط بیرونی. نشریه علمی پژوهشی مدیریت فردا.
- میرکمالی، سید محمد؛ لطفی، علی و بابائی، محمد مهدی(۱۳۹۷). رابطه بین اشتراک دانش و گرایش به نوآوری سازمانی در دانشگاه تخصصی فناوری های نوین آمل. مطالعات دانش شناسی، شماره ۱۴، صص ۹۶ – ۸۱.
- نجفی، سهراب و معروفی، یحیی(۱۳۹۹). تبیین موانع پذیرش و اجرای نوآوری در برنامه های درسی دانشگاه فرهنگیان، پژوهش در برنامه ریزی درسی، سال هفدهم، دوره دوم، شماره ۳۷ (پیاپی ۶۴)، صص ۷۶ – ۶۱.
- یمنی دوزی سرخابی، محمد(۱۳۹۷). تاملی در مفهوم دانشگاه سازگار شونده. فصلنامه علمی پژوهشی آموزش عالی ایران، سال دهم.
- Asmawi, A; Mohan, A.V.(2011). Unveiling dimensions of organizational culture: an exploratory study in Malaysian R & D organizations. R & D management. 41(5): 509

- of educational management, 24, 3, pp.204 – 220.
- Johansson, C.J and Jonssen, E.(2014). Innovation culture in five dimensions. Department of technology management and economics. Master's thesis.
- Krot, K and Lewicka, D.(2016). The market orientation as a key dimension of innovation culture. Study of Polish Lingerie Company. International journal of e-education, e-business, e-management and e-learning, Vol 3, NO,2.
- Lewitt, M.S; Snowden, A and Sheward, L.(2014). Developing and sustaining a culture of innovation in health higher education. The higher education academy.
- Lincoln, Y. S. & E. Guba(1985) Naturalistic enquiry. Beverly Hills, CA: Sage.
- Martins, E.C.; Terblanche, F.(2003). Building organizational culture that stimulates creativity and innovation. European journal of innovation management, 6(1). Pp.64-74.
- Mc-Ginn, J.M.(2018). Towards a model of creative climates in higher education organizations. Ph.D thesis. University of Lincoln.
- Mc Laughlin, P; Bessant, J, Smart, P.(2008). Developing an organization culture to facilitate radical innovation. International journal of technology management.
- Mikulka, Z; Nekvapilova, I and Fedorkova, J.(2020). The moral value orientation. A prerequisite for sustainable development of corporate social responsibility of a security organization. MDPI. Sustainability.
- Mohd Roffeei, S.H; Kamarulzaman, Y and Yusopo, F.D.(2015). Innovation culture in higher learning institutions: a proposed framework procedia, management.
- Dogan, M & Karakoc, N.(2010). The organizational culture at the university. The international journal of educational researches, 2(1):1-13.
- Dombrowski, C; Kim, J.Y; Desouza, K.C; Braganza, A; Papagari, S.; Baloh, P and Jha, S.(2007). Elements of innovative cultures. Knowledge and process management. Volume, 14, NO.3, pp.190-202.
- Duygulu, E; Ozeren, E; Bagirani, D; Appolloni, A; Mavisu, M.(2015). Gaining insight into innovation culture within the context of R & D centers in Turkey. International journal of entrepreneurship and innovation management, 19(1/2):117.
- Esquinas, M.FG; Ostrom M.V and Pinto, H.(2017). Key issues on innovation, culture and institutions. Implications for SMEs and micro films. European planning studies. Vol. 25, NO, 11, 1897 – 1907.
- Felizzola Cruz, Y.M. and Anzda Moralesw, B.L.(2013). Proposal of an organizational culture model for innovation. Vol 33, pp.20-31.
- Gomes, G; Machad, D.D.P and Alegre, J.(2015). Determinants of innovative culture: a study of textile industry in Santa Catarina. Brazilian business review. Vol 12, NO, 4. Pp.99-122.
- Hartono, E; Wahyudi, S; Harahap, P; Yuniawun,A. (2017). Does organizational learning affect performance of higher education lecturer's in Indonesian role of teaching competence. International journal of environmental & science education. Vol,12, NO,4, pp. 865 – 878.
- Hemsby Brown J.V and Oplatka, I.(2010). Market orientation in universities: A comparative study



- organization development journal, Vol, 33, NO. 5, pp.494 – 517.
- Svac, V.(2014). Culture of innovation. KPMG in Slovakia.
- Tidd, J., and Bessant, J.(2009). Managing innovation: integrating technological market and organizational change. 4th ed. England: John Wiley & Sons.
- Tjandera, W and Harapan, E.S.(2019). Linking organizational learning, organizational culture and market orientation on innovation culture: A case study in Indonesian MSME.
- Valencia, J.C.N. and Hernandez, G.C.(2018). Entrepreneurship and innovation: Evidence in Colombian SMEs. In handbook of research on intrapreneurship and organizational sustainability in SEEs. USA: IGI Global Hershey.
- Veugelers, R and Del R.E.(2014). The contribution of universities to innovation, growth and employment. European expert network on economics of education(EENEE)
- Wahuni, N.M. and Aštawa, I.P.(2020). An integrative model of market orientation on innovation performance. Journal of management and marketing review. 5(1). 51-63.
- Wan Ismail, W.K. and Abdmajid, R.(2007). Framework of the culture of innovation: A revisit. Journal Kemanusiaan. bil, 9.
- Winks, L; Green, N., and Dyer, S.(2020). Nurturing innovation and creativity in educational practice: principles for supporting faculty peer learning through campus design. Higher education; pp.119-135.
- social and behavioral sciences. 401 – 408.
- Mohd Rofeei, S.H.; Kamarulzaman, Y and Yusop, F.D.(2016). Innovation culture in higher learning institutions: A proposed framework. Procedia social and behavioral sciences, 219, 401 – 408.
- Mohd Rofeei, S.H; Dina Yusop, F. and Kamarulzaman.Y.(2018). Determinants of innovation culture amongst higher education students. TOJET: the Turkish online journal of educational technology. Volume 17. Issue 1.
- Morris, H and Sester, B.(2015). Building a culture of innovation in higher education: USA, 2 revolutions.
- Parolin, S.R; Canto Bonfin, L.R.C; Segatto, A.P. and Espindola, T.(2020). Organizational culture for cooperation in technological innovation between research institutes and firms. Journal of technological management. Volume, 15, issue 2.
- Rubio, F.(2012). Innovation and good practices in university government and management. Universities and knowledge society journal(RUSC), 9(2), 261-266.
- Rumulo, S.F. and Eliane, S.(2017). An evaluation approach of the innovation culture in a Chinese multinational company located in Brazil. Journal of advanced management science, Vol, 5, No 2. Pp.89 – 93.
- andelowski, M., & Barroso, J. (2007). Handbook for synthesizing qualitative research Springer Publishing Company. New York.
- Sharifirad, M.S. and Ataei, V.(2011). Organizational culture and innovation culture: exploring the relationship between constructs. Leadership &

Identifying Culture of Innovation Factors in Universities and Higher Education Institutions (A meta-synthesis study)

Abstract

Background and objective: Academics and practitioners interest has focused on innovation as a method of competitive differentiation and as a way to create customer value. However, less attention has been devoted to innovation culture. The purpose of this paper is identifying culture of innovation descriptors in universities and higher education institutions.

Materials and method: Research method was qualitative with meta-synthesis type. Research population consisted of all resources related to culture of innovation in universities and higher education institutions during 2003 till 2020 with total number of 600 resources that 246 resources were selected based on abstracts. Then 102 resources were chosen based on content that at final, 60 resources as related resources were investigated through theme analysis. With the purpose of investigating data qualitatively, reliability and validity of findings have been secured.

Results: Findings suggest that an innovation culture is represented through a structure that consists of seven factors identified as innovation propensity, organizational constituency, organizational learning, creativity and empowerment, market orientation, value orientation, and implementation context.

Conclusion: Based on the research findings, it is possible to reach a conceptual conclusion about the components of culture of innovation in universities and higher education institutions that through designing a model can evaluate the existed status of universities and higher education institutions from culture of innovation viewpoint descriptively and diagnostically and identify strengths and weaknesses.

Keywords: Culture of Innovation, Meta-Analysis, Higher Education

1. -----

2*. Corresponding Author, -----