



بررسی تاثیر هوش اجتماعی بر عملکرد نوآورانه (مورد مطالعه: شرکتهای کوچک و متوسط در شهرستان اردبیل)

علی طلوعی^۱، مریم امیری باباشکند^۲ (مؤلف رابط) ، نادر تیمورپور

۱- مدیر امور اداری و منابع انسانی شرکت کشت و صنعت و دامپروری مغان

۲- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بيله سوار، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، بيله سوار، ايران

۳- کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد پارس آباد مغان، بيله سوار، ايران

چکیده

متغیر محیطی، استفاده بهتر از منابع انسانی و دانش موجود در نزد آنها و همچنین اتخاذ تصمیمات بهتر، دستاورد های مدیریت برای سازمان های امروزی است (۹). نوآوری پذیرش ذهنیت یا نگرشی جدید است که برای مؤثر بودن، باید در همه بخشهای شرکت توزیع شود تا همه از آن بهره مند شوند. یکی از ویژگیهای مهم نوآوری در قرن بیست و یکم این است که کمتر به یک شرکت مربوط میشود. به دلایل زیادی نوآوری، یک بازی چندنفره است که بازیکنان آن در سازمانهایی با شکلهای و اندازه های مختلف در شبکه ها با هم کار میکنند. آنها ممکن است دسته ها و گروههای محلی، یا زنجیره تأمین یا شرکای توسعه محصول یا اتحادیه های استراتژیکی باشند که رقبا و مشتریان را به همکاری موقت برای تلاش به منظور کاربرد تکنولوژی جدید سوق میدهند (۱۳). شخصیت یک فرد در زندگی، زاینده استعدادهای عاطفی نهفته است نه ضریب هوشی. آنچه که مسلماً در مورد رهبران بزرگ و موفق سازمانها می دانیم این است که لزوماً آنها باهوش ترین فرد سازمان از لحاظ ضریب هوشی نیستند، بلکه آنها شعور عاطفی بالاتری نسبت به سایرین دارند و به همین وسیله افراد را به سمتی که در نظر دارند سوق می دهند. باید گفت رمز نفوذ آنها بر افراد همین نکته است.

امروزه سازمانها با تغییرات محیطی فراوانی مواجه اند. تغییرات آن قدر سریع رخ میدهند که اگر سازمان ها از پیش، خود را برای مواجهه با آنها آماده نکنند، بقای آنان در خطر خواهد بود. یکی از ابزارهای جدیدی که به سازمان ها کمک می کند، در محیط پرتلاطم امروزی خود را به جایگاهی شایسته برسانند، استفاده از هوش اجتماعی است. بنابراین، هدف این تحقیق، توسعه نظریات در رابطه با هوش اجتماعی و تاثیر آن بر عملکرد نوآورانه در شرکتهای کوچک و متوسط در شهرستان اردبیل به منظور دستیابی به مزیت رقابتی پایدار است. برای دستیابی به اهداف پژوهشی از داده های که بین ۲۱۵ کارمند شرکتهای کوچک و متوسط در شهرستان اردبیل از طریق پرسشنامه توزیع شده بهره میگیریم و برای تحلیل داده، از آزمون اسمیرنوف کو لموگروف، ضریب پیرسون، آزمون های من ویتنی و ویلکاکسون به بررسی رابطه معنی داری پرداختیم که رابطه معنی داری بین هوش اجتماعی با عملکرد نوآورانه سازمان دارد، می توان گفت که هوش اجتماعی، بر عملکرد نوآورانه سازمان را تحت تاثیر قرار می دهد.

واژگان کلیدی: مطلوبیت اجتماعی، آگاهی اجتماعی، نوآوری

۱. مقدمه

رهبری و مدیریت یک سازمان برای انطباق با تغییرات و به منظور بقا و رشد در محیطهای جدید، ویژگیهای خاصی را می طلبد که عموماً مدیران برای پاسخ به آنها با مشکلات بسیاری مواجه می شوند. یکی از مهمترین خصیصه هایی که می تواند به رهبران و مدیران در پاسخ به این تغییرات کمک کند، هوش اجتماعی است. هوش اجتماعی از عوامل موثر در رضایت افراد به شمار می رود. قدر مسلم این است که موفقیت سازمانها و مدیران همواره مرهون یک سری عوامل کلیدی است و شناسایی و تقویت چنین عواملی کامیابی هر چه بیشتر سازمانها را به دنبال خواهد داشت. مدیران در هر سازمان به منظور هماهنگی و افزایش کارایی کارکنان سازمان و دستیابی به اهداف در رأس سازمان قرار دارند. واضح است که چگونگی اداره سازمانها و عملکرد مدیران، رکود یا پیشرفت اجتماعی را به دنبال خواهد

امروزه سازمانها برای تغییر محیط کسب و کار و به منظور حفظ رقابت تلاش های زیادی را به عمل می آورند (۱۱). نوآوری به عنوان راهی نو برای خلق ارزش شناخته شده است، و به مانند خون حیات بخشی است که در رگ های سازمانهای که چشم به رشد و بقا و توسعه محصولات و خدمات دوخته اند می جوشد. نوآوری برای کسب مزیت رقابتی و موفقیت بلند مدت شرکت ها نقش حیاتی دارد (۷). کشورهای جهان با تکیه بر نوآوری، در پی افزایش بهره وری و بهبود وضعیت اقتصادی هستند و یکی از دلایل عمده این توجه، وجود رقابت فزاینده بین جوامع است. انعطاف پذیری و واکنش سریع در برابر شرایط