



بررسی رابطه‌ی بین انواع سبک های تصمیم گیری مدل چهاربعدی رایینز با خلاقیت و نوآوری مدیران

محمد فیاض پور

کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی

چکیده

هدف اساسی این پژوهش، بررسی ارتباط بین انواع سبک تصمیم گیری و خلاقیت و نوآوری مدیران مدارس می‌باشد. روش پژوهش، توصیفی-همبستگی و جامعه آماری آن کلیه مدیران مدارس شهرستان لار در سال تحصیلی ۹۸-۹۹ است که تعداد آنها برابر ۱۱۰ نفر می‌باشد. با بکارگیری روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، تعداد ۹۰ مدیر بعنوان نمونه‌ی آماری انتخاب شدند. در این تحقیق از دو ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه سبک تصمیم گیری (رایینز ۱۹۹۱) و پرسشنامه مقیاس نوآوری سازمانی (زارعی، ۱۳۸۵) استفاده شد. ضریب پایایی آنها با استفاده از روش بازآزمایی با فاصله زمانی دو هفته، به ترتیب برابر ۰/۷۳ و ۰/۶۷ بدست آمد که در سطح ۰/۰۱ کاملاً معنادار بود. داده‌های بدست آمده، توسط نرم‌افزار آماری SPSS و با استفاده از روشهای آمار توصیفی (فراوانی و درصد فراوانی) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چندگانه و آزمون t مستقل) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که افراد نمونه، بیشتر سبکهای تصمیم گیری دستوری و ادراکی را ترجیح داده و کمتر از سایر سبکها استفاده نموده‌اند. همچنین بین سبک تصمیم گیری مدیران مدارس با نوآوری رابطه معناداری وجود دارد و سبک تصمیم گیری رفتاری بیشترین پیش بینی کننده‌ی نوآوری سازمانی می‌باشد ($P=0/45$). اگر چه میزان نوآوری سازمانی مدیران زن و مرد نسبتاً بالا بوده و تفاوت معناداری میان آنها وجود ندارد ($P > 0/05$). اما نتایج حاصل نشان می‌دهد که تفاوت معنی داری بین مدیران زن و مرد در دو بعد از ابعاد نوآوری سازمانی یعنی بعد ساختاری ($P=0/03 < 0/01$) و فرهنگی ($P=0/02 < 0/01$) وجود دارد، بدین صورت که میانگین نمرات بعد فرهنگی مردان بیشتر از زنان می‌باشد. و در بعد ساختاری میانگین زنان بیشتر از مردان است.

کلید واژه ها: سبک تصمیم گیری، خلاقیت، نوآوری سازمانی، مدیران، آموزش و پرورش

مقدمه

اهمیت مدیریت در پیشرفت و توسعه‌ی ملل توجه به آموزش مدیران را در اولویت قرار داده است. امروزه در مقایسه با گذشته، ایفای نقش مدیریت، در جهت حصول به اهداف سازمان بسیار دشوارتر شده است.

در عصر شتاب، سرعت و انفجار اطلاعات، مدیرانی خواهند توانست به اهداف سازمانی خویش جامه‌ی عمل ببوشانند که از سرعت کافی در تفکر، تصمیم گیری، برنامه‌ریزی و اجرا داشته باشند. غالب موفقیت‌ها و تغییرات اجتماعی شگرف زمانی تحقق پیدا می‌کند که مدیران و اندیشمندان جامعه، خود بر اساس خلاقیت و توانای‌های الهی خویش به ارائه ابتکار و اختراع و نوآوری اقدام کند.

خلاقیت و نوآوری آن چنان با هم عجین شده اند که شاید ارائه‌ی تعریف مستقل از هر کدام دشوار باشد، اما برای روشن شدن ذهن می‌توان آن‌ها را به گونه‌ای مجزا از هم تعریف کرد. خلاقیت پیدایی و تولید اندیشه و فکر نو است؛ در حالی که نوآوری عملی ساختن آن اندیشه و تفکر است. به عبارت دیگر، خلاقیت اشاره به قدرت ایجاد اندیشه‌های نو دارد و نوآوری به معنای کاربردی ساختن آن افکار نو و تازه است (الوانی، ۱۳۷۲: ۲۲۳).

خلاقیت عبارت است از تحولات دامنه دار و جهشی، در فکر و اندیشه انسان بطوریکه حائز یک توانایی در ترکیب عوامل قبلی به طرق جدید باشد را شامل می‌شود. خلاقیت بیشتر یک فعالیت فکری و ذهنی است در حالی که نوآوری بیشتر جنبه عملی دارد و در حقیقت محصول نهایی عمل خلاقیت است (آقای فیشانی، ۱۳۷۷، ص ۱۶). خلاقیت یکی از پنج مرحله‌ی رشد است که سازمان می‌بایست از آن عبور کند. در این مرحله، تاکید بر ایجاد هر دوی محصول و بازار است اما همچنان که سازمان رشد می‌کند مسائل مدیریتی رخ می‌دهد که از طریق ارتباطات غیر رسمی قابل اداره نیست. مؤسسين سازمان بر این مرحله تسلط داشته و مشاهده می‌کنند که تضادی بین کارکنان ارشد و