

تاثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی شادی کارکنان و خودکارآمدی (مطالعه موردی؛ شرکت گاز تبریز)

تاریخ دریافت مقاله: خرداد ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش مقاله: تیر ۱۴۰۰

سمیه سربازقدیم^۱، محمد حاجی آقا زاده رودسری^۲

^۱ کارشناسی ارشد، مدیریت کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر

^۲ کارشناسی ارشد، مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

نویسنده مسئول:

سمیه سربازقدیم

چکیده

امروزه اغلب سازمان ها با محیط پویایی مواجه هستند که به وسیله ویژگی های همچون تغییرات سریع فناوری، چرخه عمر کوتاه محصولات و فرایند جهانی سازی شناخته می شود. در چنین محیطی، نوآوری، عامل بسیار مهمی در موفقیت و دستیابی به مزیت رقابتی شناخته می شود. در واقع، نهادینه کردن فرهنگ نوآوری در سازمان، رمز بقای مؤسسات محلی در رقابت فزاینده جهانی است. پژوهش حاضر به بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی شادی کارکنان و خودکارآمدی می پردازد. روش تحقیقی در این مقاله از نوع توصیفی-همبستگی و از نظر هدف، کاربردی است. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه و جامعه آماری تحقیق، کارکنان رسمی شرکت گاز تبریز است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۱۴۵ نفر، محاسبه و برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از فن مدلیایی معادلات ساختاری و نرم افزار Smar Pls استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان داد فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی، شادی کارکنان و خودکارآمدی تأثیر داشته و ازسوی دیگر شادی کارکنان و خودکارآمدی نیز اثر مثبت و معنی داری بر نوآوری دارند.

کلمات کلیدی: فرهنگ سازمان، نوآوری سازمانی، شادی کارکنان، خودکارآمدی، شرکت گاز آذربایجان شرقی.

مقدمه

باتوجه به نرخ تغییر فزاینده دانش، تولید و انتشار ایده های کاربردی از سوی سازمان ها، روندی شتابان به خود گرفته است. از این رو وجود دو عنصر خلاقیت و نوآوری، نقش مهمی در این فرایند برای بقای سازمان ایفا می نماید؛ بنابراین سازمان ها به ایجاد چارچوبی بنیادی که خلاقیت و نوآوری را به عنوان هنجار فرهنگی بپذیرد، تلاش خواهند کرد. پشتیبانی از تحول، خلاقیت و نوآوری، ویژگی های جدایی ناپذیر فرهنگ های سازمانی اثربخش است. از آنجا که نیروی انسانی یک سازمان، ارزشمندترین سرمایه آن محسوب می شود، گسترش فرهنگ سالم اندیشی، قدردانی و تقویت روحیه متقابل باید در برنامه ریزی آموزشی سازمان ها در نظر گرفته شود (گنجی و نادری فر، ۱۳۹۵). امروزه شادی و نشاط در محیط کار بسیار بیش از گذشته مورد توجه سازمان ها بوده و هزینه های زیادی صرف ایجاد محیط های کاری شاد و جذاب می شود (باقری^۱، ۲۰۱۶). شادی در کار، شاخصی از احساس مثبت و تعهدات کاری و آثار مربوط به آن است. علاوه بر آن شادی در کار در ارتباط با احساس مثبت و تعهد کاری و با در نظر گرفتن عوامل به اعتقاد صاحب نظران مسائل، احساسی و شناختی بررسی می شود (سپهوند و همکاران، ۱۳۹۶).

همه سازمان ها برای بقا، نیازمند اندیشه های نو و نظرات بدیع و تازه هستند. خلق ایده و فرایندهای جدید، مسیری است که به واسطه آن، سازمان ها می توانند خود را با محیط منطبق کرده و به مزیتی رقابتی دست یابند. در این راستا مسئله اصلی، شناخت متغیرهایی از فرهنگ سازمانی است که بر درک حمایت از نوآوری تأثیرگذار باشند. ابعاد گسترده فرهنگ سازمان بر تمام جنبه های فعالیتی سازمان ها تأثیر می گذارد. از جمله جنبه های مهم و مزیت ساز که عامل مهمی در بقای سازمان ها در محیط پرقابته کنونی محسوب می گردد، نوآوری است (نصراصفهانی و همکاران، ۱۳۹۲). نوآوری، عامل اساسی در ایجاد مزیت رقابتی بوده و لازمه بقا و رشد سازمانی به حساب می آید. نوآوری سازمان را به سمت موفقیت هدایت می کنند و سازمانی که از نوآوری بهره ای نبرده باشد در معرض نابودی قرار می گیرد (جولیا و همکاران^۲، ۲۰۱۱). به علاوه جهانی شدن، افزایش رقابت، توسعه فناوری اطلاعات، توجه به کیفیت، ناکارآمدی دولت ها و ... اداره سازمان ها را در سرتاسر دنیا با چالش جدی مواجه کرده است. از جمله راهکارهای اثربخش رویارویی با این چالش ها توسل به نوآوری سازمانی است. نوآوری سازمانی راهی بسوی پیشرفت و پیشی گرفتن از رقبای در دنیای رقابت می باشد یکی از راههای توسعه نوآوری سازمانی داشتن منابع انسانی ماهر بوده و در این زمینه خودکارآمدی به توانمند شدن کارکنان کمک می کند (حاج علی اکبری و نظری، ۱۳۹۸).

با ایجاد فرهنگ سازمانی مشوق و نوآور می توان موجبات بهبود روابط درون سازمانی، شادی و بهزیستی و مشارکت کارکنان در زمینه های مختلف و پیشگیری از هدر رفتن سرما یه های مادی و غیرمادی سازمان را فراهم آورد. باتوجه به نقش و جایگاه فرهنگ سازمانی و باتوجه به اینکه تاکنون تحقیقی به بررسی جهت گیری های فرهنگی بر شادی، خودکارآمدی و نوآوری کارکنان نپرداخته و همچنین به دلیل اهمیت تأثیر فرهنگ بر شادی و بروز نوآوری در شرکت گاز آذربایجان شرقی و اثر این مقوله در کارایی و بهره وری سازمان و از آنجا که امور آب سازمانی است که در صورت عدم ارائه خدمات مطلوب به جامعه هدف، موجبات نارضایتی را فراهم می آورد، در این تحقیقی سعی می شود تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی با تأکید بر نقش میانجی شادی کارکنان و خودکارآمدی مورد بررسی قرار گیرد.

اهداف تحقیق

هدف کلی تحقیق، تعیین تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی شادی کارکنان و خودکارآمدی شرکت گاز آذربایجان شرقی بوده و در راستای این هدف، اهداف فرعی زیر دنبال می شود:

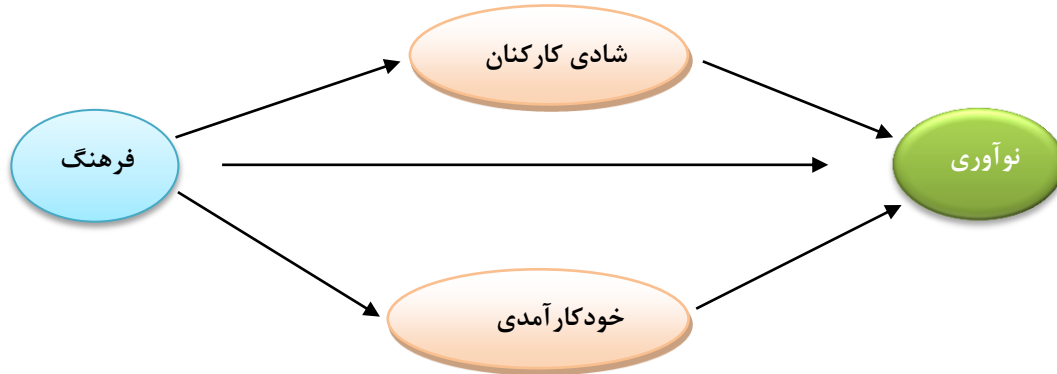
- تعیین تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی،
- تعیین تأثیر فرهنگ سازمانی بر شادی کارکنان شرکت گاز آذربایجان شرقی،
- تعیین تأثیر فرهنگ سازمانی بر خودکارآمدی شرکت گاز آذربایجان شرقی،
- تعیین تأثیر شادی کارکنان بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی،

¹ Bagheri² Julia et al

تعیین تاثیر خودکارآمدی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی.

مدل مفهومی

مدل مفهومی تحقیق به شرح زیر می باشد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

فرهنگ سازمانی (فای و دنیسون، ۲۰۰۳)، نوآوری سازمانی (چوپانی، ۱۳۹۰)، شادی کارکنان (هیل و آرگیل، ۲۰۰۲)، خودکارآمدی (شرر و همکاران، ۱۹۸۲).

فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی:

فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی شادی کارکنان و خودکارآمدی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد.

فرضیه فرعی:

فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد.
 فرهنگ سازمانی بر شادی کارکنان شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد.
 فرهنگ سازمانی بر خودکارآمدی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد.
 شادی کارکنان بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد.
 خودکارآمدی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد.
 خودکارآمدی تاثیر مثبت فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی را میانجی می کند.
 شادی کارکنان تاثیر مثبت فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی را میانجی می کند.

مبانی نظری

متغیر مستقل: فرهنگ سازمانی:

فرهنگ سازمانی، مجموعه ای از معانی مشترک با ویژگی هایی است که نظام ارزشی حاکم بر سازمان را تشکیل داده و باعث تمایز سازمانی از سازمان دیگر می شود. در واقع همان عاملی است که شیوه انجام امور را تعیین می کند و حال و هوایی است که هر تازه واردی در سازمان، آن را حس می کند. این فرهنگ، آن قدر قوی است که ناخودآگاه در وجود فرد رخنه کرده و تفکر و رفتار سازمانی وی را تحت تاثیر قرار می دهد (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۴).

فرهنگ سازمانی به مجموعه ای از ایدئولوژیها، سنتها، تعهدات و ارزشهای موجود در سازمان گفته میشود که چگونگی عملکرد کل سازمان جهت تبدیل شدن به یک منبع بالقوه نوآوری، پیشبرد و مزیت را تحت تاثیر قرار میدهد. در مجموع، طبق مطالعات افرادی چون سافلند (۱۹۸۸)؛ دنیسون و اسپریزر (۱۹۹۱)؛ هرسی و همکاران (۱۹۹۶)؛ هوز و همکاران (۲۰۰۲) و اسکروج و همکاران (۲۰۰۷) میتوان بیان کرد، پیشرفت چشمگیر سازمانهای موفق در فرهنگ سازمانی کارکنان، ارزشها و باورهای آنها نهفته است (عدالتیان و همکاران، ۱۳۹۲).

متغیر وابسته: نوآوری سازمانی:

نوآوری یکی از عوامل مهم برای موفقیت، بقای شرکت و مزیت رقابتی است. نوآوری به وسیله شومپتر تعریف شده است؛ او بیان می کند که خلاقیت، نیروی محرکه ای برای توسعه است و به معنای آمادگی و تمایل شرکت برای پذیرش ایده های جدیدی است که به توسعه و عرضه محصولات و ایده های جدید منجر می شود (براو و کیرکا، ۲۰۱۲).

نوآوری فرایندی، این نوآوری در جهت حفظ و بهبود کیفیت و صرفه جویی در هزینه ها عمل می کند و در برگزیده اتخاذ روش های جدید یا بهبود یافته تولید، توزیع یا تحویل خدمت است. در واقع منظور از نوآوری فرایندی این است که سازمان تا چه میزان فناوری های جدید را به بوته آزمایش می گذارد (جیمنز و کگاررا، ۲۰۰۸). نوآوری اداری، به رویه ها، سیاست ها و اشکال سازمانی جدید اشاره دارد و شامل تغییراتی است که سیاست ها، تخصیص منابع و دیگر عوامل مرتب با ساختار سازمانی را تحت تأثیر قرار می دهد. در ایجاد یا توسعه نوآوری در سازمان ها عوامل متعددی دخیل هستند که می توان آنها را به سطوح فردی، گروهی و سازمانی تقسیم کرد (سپهوند و همکاران، ۱۳۹۶).

متغیر واسطه: شادی کارکنان:

مک دوول^۵ (۲۰۰۵) شادی در کار را این گونه تعریف می کند: درگیر شدن در یک فعالیت ویژه که با کار مرتبط نیست و لذت بخش یا سرگرم کننده است؛ از قبیل فعالیت هایی که بر محیط کاری شاد دلاله دارد. تقویت کننده ها (مشوق ها)، ابتکارات هدفمند و حمایت از تنوعی از فعالیت های لذت بخش و شادی آور را منجر می شود که بر احساس مثبت و بهره وری فردی و سازمانی اثر می گذارد. شادی در کار چیزی بیش از رضایت شغلی را شامل می شود. یک مقیاس جامع از شادی سطح فردی ممکن است شامل: درگیری کاری، رضایت شغلی و تعهد سازمانی باشد. جنبه های شادی باید در سطوح چندگانه شامل: تجربه های زودگذر، نگرش های ثابت سطح فردی، نگرش های جمعی و همراه با تمرکز بر جنبه چندگانه مثل رویدادهای مجزا، شغل و سازمان، مفهوم سازی و سنجیده شوند. در همه این سطوح شواهدی وجود دارد که شادی، پیامدهای مهمی برای افراد و سازمان ها دارد (قلی پور و همکاران، ۱۳۹۴).

سازمان برای رسیدن به عملکرد مطلوب و داشتن اثربخشی بالا باید به عوامل مهمی توجه داشته باشد. یکی از مهمترین عوامل، وضعیت روحی و روانی یا به عبارتی، شادبودن مهم ترین مهره سازمان یعنی، انسان است. انتخاب واژه منابع انسانی به جای واژه های متداول قدیمی تر مثل نیروی انسانی، در واقع تأکیدی بر این مسئله است که انسان، به عنوان یک نیرو و یا ابزار کار به حساب نمی آید، بلکه منبعی نامتناهی است که جان و روح اصلی سازمان را تشکیل می دهد (جمالی، ۱۳۹۳).

متغیر واسطه: خودکارآمدی

خودکارآمدی یک متغیر حیاتی و اساسی در یادگیری، عملکردهای اجتماعی - شناختی، مهارتهای حرکتی، انتخاب راهبردها و رفتارهاست. آنها معتقدند که مهارتهای آموخته شده زمانی می توانند به صورت عملکرد درآیند که فرد برانگیخته شود یا از انگیزه ی کافی برای عمل کردن و نشان دادن آن یادگیری ها برخوردار باشد. به عبارت دیگر، خودکارآمدی یک متغیر اساسی در این انگیزش هاست و فرد را وا می دارد تا به کنش بپردازد (خوشنویسان و افروز، ۱۳۹۰).

خودکارآمدی به طور رسمی به این صورت تعریف می شود: قضاوت فرد درباره اینکه با توجه به مهارتهایی که دارد و موقعیتهایی که با آن مواجه می شود، چگونه با یک موقعیت خوب یا بد عمل می کند (مشعل پور، ۱۳۹۶).

بندورا^۶ (۲۰۰۱) معتقد است که خودکارآمدی، مهمترین عامل تعیین کننده فعالیت هایی است که ما بر می گزینیم و نیز تعیین کننده شدتی است که ما اعمالمان را انجام می دهیم؛ همچنین خودکارآمدی است که موجب می شود تا پس از رویارویی با تجربه ناکامی زا، هنوز به فعالیت ادامه دهیم و یادگیری عمده ما به وسیله خودکارآمدی تصویری سطح پایین محدود می شود و به وسیله خودکارآمدی سطح بالا افزایش می یابد (اصفهان و همکاران، ۱۳۹۲).

یکی از دلایل در نظر گرفتن متغیر شادی در کار به عنوان متغیر میانجی در این تحقیقی این بوده است که اصولاً در سازمان مقررات محور که فرایندگرایی بسیار بیشتر از نتیجه گرایی مورد تأکید قرار می گیرد، توجه به شادی و نشاط کارکنان می تواند عامل مهمی در جلوگیری از سرخوردگی و استیصال کارکنان به حساب آید. این موضوع به ویژه در سازمان ها یی که فرهنگ

³ Rubera & Kirca⁴ Jimenez & Cegarra⁵ McDowell⁶ Bandura

حاکم است، ضروری تر به نظر می رسد. در واقع شادی و نشاط کارکنان و حاکمیت جو نشاط آور، از خشکی قوانین مقررات کاسته و می تواند به بهبود نوآوری سازمانی منجر می شود.

سازمان ها برای دستیابی به نوآوری نیاز به کارکنانی ماهر و توانمند دارند که بوسیله آنها برنامه های خود را در زمینه نوآوری اجرا کنند. لین^۷ (۲۰۰۷) اعتقاد دارد که کارکنان با شناخت و ایمان به توانایی ذاتی خود از طریق احساس خودکارآمدی می توانند به گسترش نوآوری در سازمان کمک شایانی کنند. خودکارآمدی شدن کارکنان به آنها اعتماد به نفس میدهد تا بتوانند توانایی های بالقوه ی خود را بالفعل کنند. از آنجا که فرهنگ سازمانی به دنبال ایجاد شادی کارکنان و خودکارآمدی سازمانی میباشد، از این رو می تواند به گسترش نوآوری در سازمانها کمک کند.

جدول ۱- پیشینه تحقیقات انجام شده

نویسنده	عنوان	نتیجه
حاج علی اکبری و نظری (۱۳۹۸)	بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری در سازمان	فرهنگ سازمانی، بر رویکرد سازمان نسبت به مقوله ی نوآوری تأثیرگذار است.
حیدری و همکاران (۱۳۹۸)	تدوین مدل ساختاری نوآوری سازمانی بر اساس شادی سازمانی در بین کارکنان وزارت ورزش و جوانان	شاخص های برازش مدل ساختاری از برازندگی مناسبی برخوردار است و نوآوری سازمانی توانسته اثر معناداری بر شادی سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان داشته باشد.
سپهوند و همکاران (۱۳۹۶)	تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری با نقش میانجی شادی کارکنان	فرهنگ سازمانی انسان گرا به طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی شادی کارکنان بر نوآوری، تأثیر مثبت و معنی داری دارد. همچنین فرهنگ موفقیت گرا فقط به صورت غیرمستقیم از طریق شادی کارکنان بر نوآوری، تأثیر داشته و ازسوی دیگر شادی در محیط کار نیز اثر مثبت و معنی داری بر نوآوری دارد.
رستمی و همکاران (۱۳۹۶)	بررسی رابطه سبک رهبری با فرهنگ سازمانی و نقش آن در خودکارآمدی و اشتیاق کاری کارکنان دانشگاه شهید بهشتی	نوع فرهنگ سازمانی غایب در کارکنان دانشگاه شهید بهشتی با فرهنگ سازمانی ایدئوپوژیک بود. همچنین بین سبک رهبری و فرهنگ سازمانی با خودکارآمدی و اشتیاق کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
نمامیان و فیض الهی (۱۳۹۴)	بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد با نقش میانجی نوآوری	فرهنگ بر نوآوری تأثیرگذار بوده و از طریق آن بر بهبود عملکرد در سازمان نیز تأثیرگذار است.
نصرافهانی و همکاران (۱۳۹۲)	تأثیر بازاریابی داخلی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی خودکارآمدی کارکنان	بازاریابی داخلی بر نوآوری سازمانی و خودکارآمدی کارکنان تأثیر مثبت داشته و همچنین خودکارآمدی بر نوآوری سازمانی تأثیر دارد.
بیلت (۲۰۱۹)	تأثیر شادی کارکنان بر بهره وری شرکت	که نشاط و انگیزه ایی که در کارکنان هست باعث افزایش رضایت شغلی و عملکرد بهتر می شود.
ریچ و همکاران (۲۰۱۰)	تأثیر نشاط شغلی بر عملکرد کارکنان	کارکنان بانشاط، رفتارهای نوآورانه دارند، زیرا آنها وظایف خود را با شور و جدیت بیشتری انجام می دهند، به مسئولیت های نوآورانه توجه می کنند و ارتباط عاطفی بیشتری با کار خود دارند.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر نحوه جمع آوری داده‌ها توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جمع آوری داده‌ها به شکل میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه اجرا شده است. جامعه آماری پژوهش، کارکنان رسمی شرکت گاز تبریز می‌باشد. که تعداد آن بر اساس استعلام از کارگزینی سازمان مربوطه در حدود ۲۳۰ نفر می‌باشند. با توجه به نمونه آماری تحقیق حاضر براساس فرمول کوکران حجم نمونه ۱۴۵ نفر برآورد گردید.

در این پژوهش بر اساس سوال از چهار پرسشنامه استفاده شده است که عبارتند از: پرسشنامه فرهنگ سازمانی بر اساس مدل (فای و دنیسون، ۲۰۰۳) شامل ۴ ابعاد: (درگیر شدن در کار، سازگاری، انطباق پذیری، رسالت) و ۲۰ گویه، پرسشنامه نوآوری سازمانی بر اساس مدل (چوپانی، ۱۳۹۰) شامل ابعاد: (نوآوری تولیدی، نوآوری فرایندی، نوآوری اداری) و ۱۷ گویه، پرسشنامه شادی کارکنان بر اساس مدل (هیل و آرگیل، ۲۰۰۲) شامل ۵ مولفه (خودپنداره، رضایت از زندگی، آمادگی روانی، سرذوق بودن، احساس زیبایی شناختی) و ۱۶ گویه، پرسشنامه خودکارآمدی بر اساس مدل (شرر و همکاران، ۱۹۸۲) شامل ۳ مولفه (میل به آغازگری رفتار، میل به گسترش تلاش برای کامل کردن تکلیف، مقاومت در رویارویی با موانع) و ۱۷ گویه، در این تحقیق جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش مجزا اقدام شده است. پس از جمع آوری داده‌ها ابتدا با استفاده از تکنیک‌های آمار توصیفی به توصیف داده‌ها پرداخته شده است. ابتدا آماره‌های توصیفی که شامل مقدار حداقل، حداکثر، میانگین و واریانس و چولگی و کشیدگی می‌باشد، برای متغیرهای تحقیق ارائه شده و سپس با استفاده از نرم افزارهای SPSS و Smart PLS، فرضیه‌های تحقیق مورد آزمون قرار گرفته است.

یافته‌های پژوهش

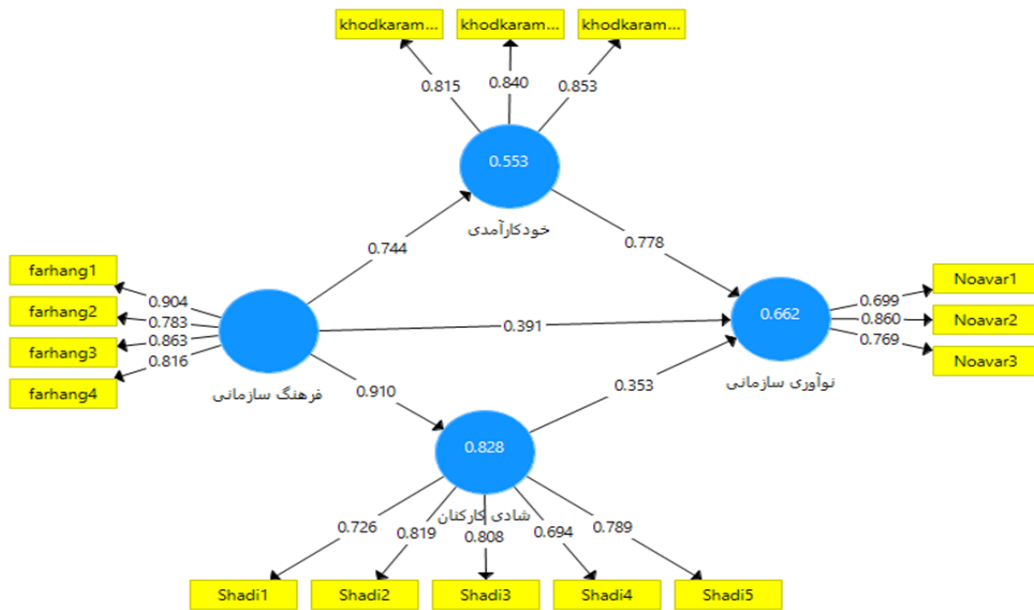
به منظور بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری تحقیق، به بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی می‌پردازیم:

جدول ۲- ضریب بار عاملی

متغیر مورد مطالعه	ابعاد	بار عاملی
فرهنگ سازمانی	درگیر شدن در کار	0.904
	سازگاری	0.783
	انطباق پذیری	0.863
	رسالت	0.816
خودکارآمدی	میل به آغازگری رفتار	0.815
	میل به گسترش تلاش برای کامل کردن تکلیف	0.840
	مقاومت در رویارویی با موانع	0.853
نوآوری سازمانی	نوآوری تولیدی	0.699
	نوآوری فرایندی	0.860
	نوآوری اداری	0.769
شادی کارکنان	خود پنداره	0.726
	رضایت از زندگی	0.819
	احساس زیبایی شناختی	0.808
	آمادگی روانی	0.694
	سر ذوق بودن	0.789

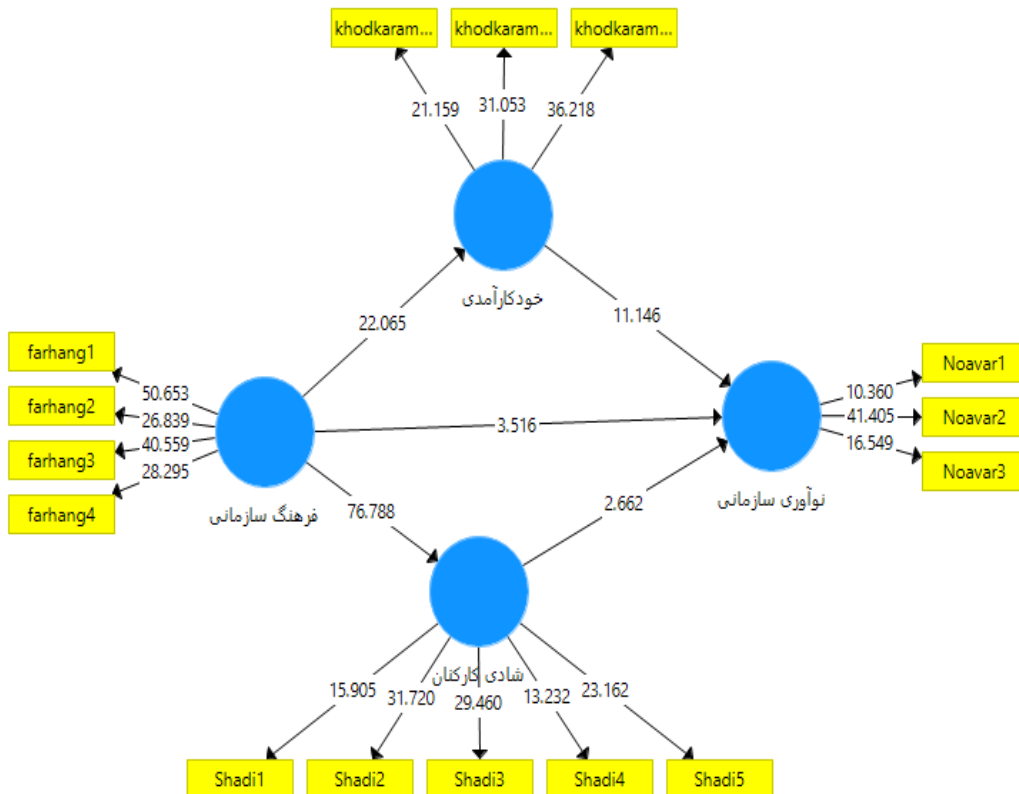
مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰.۴ می‌باشد. در جدول فوق تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی سوالات از ۰.۴ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد.

در این قسمت به بررسی آزمون فرضیات اصلی تحقیق با استفاده از نرم افزار PLS می پردازیم.



شکل ۱- مدل ساختاری فرضیات اصلی تحقیق همراه با ضرایب بارهای عاملی

برای بررسی میزان معنادار بودن ضریب مسیر لازم است تا مقدار t هر مسیر نشان داده شود. که در شکل (۱) مقدار t متغیرها نشان داده می شود که از بین پنج مسیر پیش بینی شده، تاثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی، شادی کارکنان و خودکارآمدی، تاثیر خودکارآمدی کارکنان و شادی کارکنان بر نوآوری سازمانی و نقش میانجی خودکارآمدی و شادی کارکنان در تاثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی مقدار t در سطح $0/95$ معنادار بوده و تایید می شوند.



شکل ۲- مدل ساختاری فرضیات اصلی تحقیق همراه با ضرایب معناداری

جدول ۳- نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات اصلی پژوهش

فرضیه	روابط علی بین متغیرهای پژوهش	ضریب مسیر (β)	معناداری (T-Value)	نتیجه آزمون
اول	فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد.	۰/۳۹۱	۳/۵۱۶	تایید فرضیه اول
دوم	فرهنگ سازمانی بر شادی کارکنان شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد.	۰/۹۱۰	۷۶/۷۸۸	تایید فرضیه دوم
سوم	فرهنگ سازمانی بر خودکارآمدی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد.	۰/۷۴۴	۲۲/۰۶۵	تایید فرضیه سوم
چهارم	شادی کارکنان بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد.	۰/۳۵۳	۲/۶۶۲	تایید فرضیه چهارم
پنجم	خودکارآمدی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد.	۰/۷۷۸	۱۱/۱۴۶	تایید فرضیه پنجم
ششم	شادی کارکنان تاثیر مثبت فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی را میانجی می کند.	-	۸/۸۰۶	تایید فرضیه ششم
هفتم	خودکارآمدی تاثیر مثبت فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی را میانجی می کند.	-	۵/۳۴۴	تایید فرضیه هفتم

بحث و نتیجه گیری

فرضیه اول: فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد. ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز $t = ۳/۵۱۶$ بوده (بیشتر از قدرمطلق ۱.۹۶) که نشان می دهد این رابطه معنادار است. بنابراین فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می شود و می توان نتیجه گرفت فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد. فرهنگ سازمانی مساعد و باز موجب خلق ایده ها و ارزش های جدید و بدیع می شود. باید در فرهنگ یک سازمان، برای ایجاد محیطی که خلاقیت و نوآوری را ارتقا دهد، سازوکارهای حمایتی حاضر باشند. شناسایی، پاداش و دسترسی به منابع، زمان، فناوری اطلاعات و افراد خلاق، سازوکارهایی هستند که این نقش را ایفا می نمایند. رفتاری که تشویق می شود ارزش های یک سازمان را منعکس می کنند. اگر رفتار خلاق تشویق شود، همان رفتار، هنجار رفتاری می شود، در واقع سازمان هایی که امیدوار به پرورش کارکنان خلاق هستند، باید به فکر طراحی نظام تشویقی کارآمد باشند. در این نظام کارکنان به علت پذیرش ریسک، کنجکاوی، تجربیات جدید و تولید ایده، تشویق می شوند. نتیجه این فرضیه با تحقیق حاج علی اکبری و نظری (۱۳۹۸) نامامیان و فیض الهی (۱۳۹۴) همسواست.

فرضیه دوم: فرهنگ سازمانی بر شادی کارکنان شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد. ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز $t = ۷۶/۷۸۸$ بوده (بیشتر از قدرمطلق ۱.۹۶) که نشان می دهد این رابطه معنادار است. بنابراین فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می شود و می توان نتیجه گرفت فرهنگ سازمانی بر شادی کارکنان شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد. فرهنگ سازمانی به عنوان یک سازوکار نظم دهنده عمل می کند که شیوه انجام کارها در سازمان را ارائه نموده و عقاید اعضای سازمان در مورد اینکه چه رفتار و فرایندی از نظر آنها مناسب تعریف شده را منعکس می کند. در این فرهنگ مدیران نقش حمایتی دارند. مشارکت کارکنان در امور، موجبات افزایش رضایت شغلی و رشد فردی و بهبود عملکرد سازمانی می شود. در نتیجه این فرهنگ با ایجاد محیط کاری لذت آور و خوشایند موج افزایش شادی کارکنان می شود. نتیجه این فرضیه با تحقیق سپهوند و همکاران (۱۳۹۶) همسواست.

فرضیه سوم: فرهنگ سازمانی بر خودکارآمدی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد. ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز $t = ۲۲/۰۶۵$ بوده (بیشتر از قدرمطلق ۱.۹۶) که نشان می دهد این رابطه معنادار است. بنابراین فرضیه

H0 رد و فرضیه H1 تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت فرهنگ سازمانی بر خودکارآمدی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد.

فرضیه چهارم: شادی کارکنان بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد. ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز $t = 2/662$ بوده (بیشتر از قدرمطلق ۱.۹۶) که نشان می‌دهد این رابطه معنادار است. بنابراین فرضیه H0 رد و فرضیه H1 تأیید می‌شود و میتوان نتیجه گرفت شادی کارکنان بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد. شادبودن در محیط کاری و درگیر شدن در رخداد های شاد می تواند احساسات مثبتی را به افراد القا کند و در نتیجه تأثیر مثبتی بر احساس مثبت نسبت به کار داشته باشد. احساس مثبت در کار باعث می شود ذهن در هنگام تصمیم گیری، بازتر و پذیرا تر عمل نماید؛ یعنی توجه فرد به مسائل بیشتری جلب می شود و گزینه های بیشتری را در نظر می گیرد. تأثیر کوتاه مدت احساس های مثبت این است که تفکر را خلاق، یکپارچه، انعطاف پذیر و نسبت به اطلاعات جدید پذیرا تر میکند. بنابراین احساس مثبت با افزایش انگیزش و توانایی به عنوان سازوکارهایی از عملکرد، بازده شغلی را بهبود می بخشد (حجازی و فرشتی، ۱۳۹۴). نتیجه این فرضیه با تحقیق حیدری و همکاران (۱۳۹۸)، بیلت (۲۰۱۹)، ریچ و همکاران (۲۰۱۰) همسو است.

فرضیه پنجم: خودکارآمدی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد. ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز $t = 11/146$ بوده (بیشتر از قدرمطلق ۱.۹۶) که نشان می‌دهد این رابطه معنادار است. بنابراین فرضیه H0 رد و فرضیه H1 تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت خودکارآمدی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی تاثیر دارد. نصرافهانی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی به این نتیجه رسیده اند که بازاریابی داخلی بر نوآوری سازمانی و خودکارآمدی کارکنان تاثیر مثبت داشته و همچنین خودکارآمدی بر نوآوری سازمانی تاثیر دارد.

فرضیه ششم: شادی کارکنان تاثیر مثبت فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی را میانجی می‌کند. مقدار Z-value حاصل از آزمون سوبل برابر با $8/806$ شد که بدلیل بیشتر بودن از ۱.۹۶ می‌توان اظهار داشت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد شادی کارکنان تاثیر مثبت فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی را میانجی می‌کند. فرهنگ سازمانی، تعاون، حمایت های اجتماعی و تأکید بر توانمندسازی و خودشکوفایی کارکنان است، موج روحیه بالای اعضای گروه و اعتماد بسیار آنان نسبت به هم شده و باعث ارتقای تعهد عاطفی، تعلی خاطر کاری و رضایت شغلی کارکنان خواهد شد. شادی سازمانی و نوآوری سازمانی عموماً موجب رضایتمندی کارکنان از سازمان و محل کارشان و کاهش میزان نارضایتی میگردد. بهبود شرایط محیطی سبب شادمانی و سلامت روحی و روانی کارکنان میشود. باوجود ساختار مؤثر ارتباطی، بخشهای مختلف سازمان برای جستجو، جمع آوری و انتشار اطلاعات، توانایی بهتری خواهند داشت. این به نوبه خود شانس تشخیص فرصتهای نوآوری را از طریق ارتباط با سازمان افزایش میدهد؛ نتیجه این فرضیه با تحقیق نامیتان و فیض اللهی (۱۳۹۴) همسو است.

فرضیه هفتم: خودکارآمدی تاثیر مثبت فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی شرکت گاز آذربایجان شرقی را میانجی می‌کند. مقدار Z-value حاصل از آزمون سوبل برابر با $5/344$ شد که بدلیل بیشتر بودن از ۱.۹۶ می‌توان اظهار داشت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد خودکارآمدی تاثیر مثبت فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی را میانجی می‌کند. مدیران از طریق برانگیختگی احساسی، نه فقط در جایگاه سردسته تشویق کنندگان، با ایراد سخنرانی های پرجاذبه و شاد نگهداشتن جو سازمانی، همچنین با سرمایه گذاری روی بعضی اصول از قبیل: داشتن اهداف و مقاصد روشن، خود مدیریتی، دادن امتیاز و بازخورد، که باعث هیجان می شوند، به توانمند شدن کارکنان و افزایش خودکارآمدی کمک کنند. نتیجه این فرضیه با تحقیق نصرافهانی و همکاران (۱۳۹۲) رستمی و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد.

پیشنهادات در راستای نتایج تحقیق

فراهم نمودن محیط مناسب برای افراد خلاق؛

ارتقای آگاهی و آموزش مداوم افراد در جهت افزایش نوآوری آنها؛

به کارگیری مدیران خلاق به منظور برقراری یک فرهنگ سازمانی مطلوب در راستای ترویج نوآوری؛

تدوین و شفاف سازی ارزش های بنیادین هماهنگ با فرهنگ سازمان در راستای بهبود خلاقیت، رشد یادگیری و نوآوری در سازمان توسط مدیران؛

تدوین اهداف، مقاصد و چشم انداز متناسب، شفاف، منعطف، قابل دستیابی و قابل سنجش؛

کاهش بوروکراسی و افزایش میزان آزادی کارکنان در انجام کارهایشان؛

تشویق کارکنان به شرکت در فرایندهای تصمیم سازی و ایجاد فضایی که اعضای سازمان اهمیت حضور فعال و پرنشاط خود را در سازمان درک نمایند؛

فراهم نمودن برنامه های تفریحی و برپایی اردوهای شادی آفرین کاری و توجه به خانواده کارکنان و اجرای برنامه های رفاهی؛ استفاده از مدیریت مشارکتی به عنوان یک شیوه انگیزشی در سازمان؛

آموزش گونه شادبودن در محیط کاری به کارکنان به منظور درک بهتر هدف و رسالت شرکت و به دنبال آن درک بهتر دیدگاه های مدیریتی.

کمک به کارکنان برای ایجاد خودکارآمدی با برگزاری دوره های آموزشی گوناگون و تفویض اختیار.

توجه به گسترش نوآوری در شرکت با ایجاد نظام تشویق و پاداش برای ارایه های ایده ها و نوآوری در انجام وظایف.

منابع و مراجع

- ۱- جمالی، لیلا (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و تعهد کارکنان، دانشگاه گیلان، رشته مدیریت، مقطع کارشناسی ارشد.
- ۲- چوپانی، حیدر (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین با گرایش به نوآوری سازمانی در شرکت سهامی بیمه البرز. پایان نامه دوره ی کارشناسی ارشد، مدیریت آموزشی، دانشگاه تهران.
- ۳- حاج علی اکبری، فیروزه، نظری فرخی، حسین (۱۳۹۸) "بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی" فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری" سال سوم، شماره ۱۲، بهار ۹۸، جلد دوم، ص ۱۵-۳۱.
- ۴- حیدری، مرتضی، شعبانی بهار، عبدالله، عرفانی، نصرالله، سلیمانی، مجید (۱۳۹۸) "تدوین مدل ساختاری نوآوری سازمانی بر اساس شادی سازمانی در بین کارکنان وزارت ورزش و جوانان" پژوهشهای کاربردی در مدیریت ورزشی، پاییز ۱۳۹۸، سال هشتم، شماره ۲، ص ۲۱-۳۰.
- ۵- خوشنویسان، زهرا و افروز، غلامعلی، (۱۳۹۰)، رابطه ی خودکارآمدی با افسردگی، اضطراب و استرس، اندیشه و رفتار، دوره پنجم، شماره ۲۰، تابستان، ۷۳-۸۰.
- ۶- رستمی، مهدی، خوش کنش، ابوالقاسم، آقازارتی، علی، ملک شیخی، سمیه (۱۳۹۶) "بررسی رابطه سبک رهبری با فرهنگ سازمانی و نقش آن در خودکارآمدی و اشتیاق کاری کارکنان شهید بهشتی" فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، دوره نهم، شماره ۳، بهار ۹۶، ص ۹-۲۸.
- ۷- سپهوند، رضا، شمس، زهرا، عارف نژاد، محسن (۱۳۹۶) "تاثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی شادی کارکنان" فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال ششم، شماره ۴، زمستان ۹۶، صص ۱۳۱-۱۶۰.
- ۸- سلطانی، مرتضی؛ نجات، سهیل و جعفری، خشایار (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر تعهد عاطفی کارکنان: نق میانجی فرهنگ سازمانی. فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال ۴، شماره ۱۰، صص ۱۴۰-۱۷۱.
- ۹- عدالتیان، مریم؛ محمودوند، محمد؛ طاهری، عبدالحمید (۱۳۹۲) بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در سازمان فنی و حرفه‌ای زاهدان. پنجمین کنفرانس ملی آموزش.
- ۱۰- قلی پور، آرین؛ ربیبی یامچی، حمیده و مرادی، ابراهیم (۱۳۹۴)، تأثیر نهادینه سازی اخلاق بر شادی و نشاط کارکنان، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال ۴، شماره ۱۵، صص ۹۷-۱۲۰.
- ۱۱- گنجی، محمدرضا و نادری فر، علیرضا (۱۳۹۰) "بررسی تأثیر تعهد سازمانی بر بهبود نوآوری سازمانی مطالعه ای در سازمان تأمین اجتماعی زاهدان" دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و فناوری اطلاعات و ارتباطات.
- ۱۲- مشعل پور، مرضیه، (۱۳۹۶)، رابطه بین انعطاف پذیری کنشی، عاطفه مثبت و منفی خودکارآمدی و رضایت شغلی در کارکنان شهرداری اهواز، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی اهواز.
- ۱۳- نصر اصفهانی، علی، امیری، زینب، فرخی، مجتبی (۱۳۹۲) "تاثیر بازاریابی داخلی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی خودکارآمدی کارکنان" توسعه کارآفرینی، دوره ششم، شماره سوم، پاییز ۹۲، صص ۲۷-۴۲.

۱۴- نامامیان، فرشید و فیض الهی، صادق (۱۳۹۴). تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمان با نقش میانجی نوآوری مطالع موردی: شهرک صنعتی ایلام، نشریه فرهنگ ایلام، دوره شانزدهم، شماره ۴۶ و ۴۷، ۱۷۴-۱۶۱.

- 15- Bagheri, M. (2016). The Study of Relation of Happiness and Performance of Employees at Shahrood Medical Sciences University. 11(2): 54-59.
- 16- Bandura, A., & Locke, E.A., (2003). "Negative self-efficacy and goals reconsidered", Journal of Applied Psychology, Vol. 88, No.1, pp. 87-99.
- 17- Denison, D.; Cho, H.J. and Young, J. (2003). Diagnosing Organizational Culture: a model and method, Working paper, International for management development.
- 18- Jimenez, J. D. & Cegarra, N. J. (2008). Fostering innovation: the role of market orientation and organizational learning. European Journal of Innovation Management, 11(3), 389-412.
- 19- Julia, C., Naranjo, V., Daniel, J. & Raquel Sanz, V. (2011). Innovation or imitation? The role of organizational culture. Management Decision, 49 (1).55-72.
- 20- Lin, C.Y., yi-chiy Ch. (2007). "Does innovation lead to performance? An empirical study of SMEs in Tawian", *Management Research News*, Vol.30, pp. 115-132.
- 21- Rich, B. L., Lepine, J. A. & Crawford, E. R. (2010). Job engagement: Antecedents and effects on job performance. *Academy of Management Journal*, 53(10), 617-635.
- 22- Rubera, G. & Kirca, A. (2012). Firm innovativeness and its performance outcomes: A metaanalytic review and theoretical integration. *Journal of marketing*, 3(76), 147-130.
- 23- S. Bellet (2019) "Does Employee Happiness Have an Impact on Productivity? The Centre for Economic Performance Publications Unit, CEP Discussion Paper No 1655, D03; J24; M5; I31.
- 24- Sherer, M., Maddux, J.E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B. and Rogers, R.W. (1982). The self-efficacy scale : Construction and validation. *Psychological Reports*, 51, 663-671.