

بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و نوآوری در بین کارکنان جمعیت هلال احمر خراسان شمالی

* سحر تفصلی ** سید فخرالدین احمدی *** دکتر حسینیعلی بهرامزاده **** دکتر فریمان ابراهیم زاده

تاریخ دریافت مقاله: آبان ۱۳۹۱

تاریخ پذیرش مقاله: اسفند ۱۳۹۱

چکیده

هدف از این پژوهش شناسایی رابطه بین فرهنگ سازمانی و نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی می باشد. فرضیه اصلی این پژوهش عبارتست از: بین فرهنگ سازمانی و نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه معنی داری وجود دارد. به همین منظور فرهنگ سازمانی به عنوان متغیر مستقل و نوآوری به عنوان متغیر وابسته مورد بررسی قرار گرفته است. این پژوهش از نظر هدف از نوع کاربردی می باشد و روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری کلیه کارکنان جمعیت هلال احمر خراسان شمالی به تعداد ۱۱۰ نفر می باشد. حجم نمونه براساس جدول مورگان ۸۶ نفر می باشد که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای متناسب با حجم نمونه انتخاب شده اند. جهت جمع آوری اطلاعات از روش های کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد فرهنگ سازمانی - که دارای ۳۶ سوال ۵ گزینه ای (مقیاس لیکرت) و پرسشنامه نوآوری سازمانی جلیل آقائی که شامل ۲۰ سوال ۵ گزینه ای (مقیاس لیکرت) می باشد. به علاوه روایی پرسشنامه توسط استادان راهنما و مشاور و تعدادی از متخصصین مورد تایید قرار گرفته است. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزار **Spss** و روش آمار توصیفی شامل شاخصهای آماری (رسم جدول،

* نویسنده مسئول. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد. پست الکترونیکی:

Forozesh_1363@yahoo.com

** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد

*** استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد

**** استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیروان

بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و نوآوری در بین کارکنان جمعیت هلال احمر خراسان شمالی فراوانی، انحراف معیار، نمودارها) و همچنین از آمار استنباطی شامل (همبستگی پیرسون)، رگرسیون گام به گام استفاده شده است. یافته های پژوهش حاکی از آن است که بین فرهنگ سازمانی و نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و فرهنگ سلسله مراتبی نسبت به فرهنگ سازمانی مشارکتی تاثیر کمتری در نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی دارد.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی، فرهنگ مشارکتی، فرهنگ عقلانی، فرهنگ سلسله مراتبی، نوآوری.

مقدمه

^۱فرآیند ایجاد یک فرهنگ را به این صورت

تشریح کرده است:

۱- یک فرد (موسس) ایده یا بینشی برای شرکت دارد.

۲- موسس تعدادی از افراد را می آورد و یک گروه هسته را ایجاد می کند که یک بینش مشترک را با موسس تسهیم می کند در گروه هسته همه آن ایده یا بینش را می پذیرند و در جهت آن کار می کنند.

۳- گروه هسته به طور هماهنگ شروع به فعالیت می کند تا از طریق افزایش سرمایه جلب مشتری، همکاری جاگیری، ساختمان سازی و مانند آن یک

همه مدیران بر این باورند که زیربنای هر تحول و دگرگونی در سازمان نگرش مبانی فرهنگی افراد حاضر در سازمان می باشد. چرا که افراد براساس معیارهای ارزشی موجود، رفتارهای خود را تنظیم کرده و وظایف خود را انجام می دهند. فرهنگ سازمانی مشخص می سازد که افراد کارهای روزانه خود را چگونه انجام دهند تا به هدفهای خاصی دست یابند. به طور کلی فرهنگ سازمان بستر گسترده ای برای تحول می باشد. (طوسی، ۱۳۷۹: ۱۲) فرهنگ سازمانی به مجموعه ای از فرضیات ضمنی گفته می شود که به طور مشترک از سوی گروه پذیرفته شده و نحوه ادراکات، تفکرات و واکنشها نسبت به شرایط و موقعیت های متعدد محیطی را مشخص می سازد (فرهنگی، صفرزاده، ۱۳۸۹: ۴۹) لوتانز

^۱. Lutanz

سازمان را ایجاد کند (شمس مورکانی، ۱۳۸۹: ۴۱۴-۴۱۳)

بعد از ایجاد فرهنگ برای حفظ فرهنگ سازمانی، در اولین گام باید، گزینش دقیق از داوطلبان سطح ورودی انجام داد. هدف اساسی فرآیندگزینش منصوب نمودن افراد مناسب در مشاغل مناسب است. همچنین اعمال و اقدامات مدیریت ارشد نظیر گفته ها و رفتار وی تاثیر شگرفی بر کارکنان دارد، به همین دلیل این عامل کل سازمان را تحت تاثیر قرار می دهد و تبدیل به یک ویژگی یا فرهنگ سازمان می شود. سومین موردی که باعث حفظ فرهنگ سازمان می شود اجتماعی کردن است که اصطلاحاً می توان مهارت ها و توانایی های کاری، پذیرفتن رفتارهای نقشی مناسب و سازگاری با هنجارها و ارزش های گروه کاری دانست (شمس مورکانی، ۱۳۸۹: ۴۱۶).

برای فرهنگ سازمانی طبقه بندی های گوناگونی انجام گردیده است. از تقسیم بندی های یکپه در زمینه فرهنگ سازمانی ارائه شده و شاید جامعترین آنها باشد و این تحقیق نیز با تکیه بر آن انجام

گرفته است، تقسیم بندی کوئین و کرث می باشد که در این تحقیق نیز بدان استناد شده است. بر اساس مدل کوئین چهار نوع فرهنگ سازمانی وجود دارد که عبارتند از:

۱- فرهنگ عقلانی (بازار): فرهنگی است که در آن به تولید و اجرا و رقابت و رسیدن به هدف تاکید می شود. (یزدخواستی و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۷۹) اساس مفروضات و ارزشهای بنیادی فرهنگ بازار بر پایه اهداف روشن و استراتژی پرتکاپو به سوی سودآوری و کارایی سوق می یابد. در این فرهنگ، کار نتیجه مدار می باشد. رهبران بادوام و ثابت قدم هستند و آنچه‌ی که باعث پیوند اجزاء به یکدیگر می شود تاکید بر پیروزی و مفاهیم بلند مدت، عملیات رقابتی و تاکید بر دستیابی به موفقیت و تحقق اهداف است. عبارت موفقیت در این فرهنگ، شراکت و نفوذ در بازار تعریف شده است (کوئین، ۱۹۹۹: ۵۰)

۲- فرهنگ مشارکتی (قومی): فرهنگی است که در آن تحقق اهداف و همبستگی و تصمیم گیری مشارکتی، ارزش محسوب می شود و مدیران از این ارزشها به عنوان

یک اهرم قدرت و نظارت و پشتیبانی گروه استفاده می کنند. (حصاری، ۱۳۸۹: ۶۹) در این فرهنگ استراتژیها از طریق تبادل نظر و تنظیم متقابل اعضای سازمان صورت میگیرد و در واقع از یک مرکزیت رهبری خاص تبعیت نمی کند (میرسپاسی، ۱۳۸۰: ۸۲)

۳- فرهنگ *ایدئولوژیک (ادهوکراسی)*: بعد از تغییر جهت جهانی از عصر صنعتی به عصر اطلاعات چهارمین شکل از فرهنگ پدیدار گشت. این شکل از فرهنگ پاسخگوی محیطهای پرتلاطم و آشفته و شرایط پرشتاب قرن ۲۱ است. آنچه موجب اختلاف ویژگیهای این فرهنگ با سه فرهنگ پیشین می گردد، مفروضات بنیادی این فرهنگ می باشد. نوآوری، ابداع، ابتکار و پیشگامی مفروضاتی هستند که سازمانها با تدارک خدمات و محصولات جدید آتی از طریق آنها به موفقیت دست می یابند. فرهنگ ادهوکراسی وظیفه اصلی مدیریت را پرورش کارآفرینی، خلاقیت و تأکید بر برتری جویی می داند و از نوآوری برای رسیدن به سودآوری و منافع بهره می گیرد.

ریشه کلمه ادهوکراسی از (ادهوک^۲) گرفته شده است که به معنای زودگذر، موقت، تخصصی شده و واحد پویا می باشد (کویین، ۱۹۹۹). در این فرهنگ، قصد و نیت متعلق به تمام کارکنان است و کنترل از طریق هنجارهای مشترک صورت می گیرد (میرسپاسی، ۱۳۸۰: ۲۷) هدف فرهنگ ایدئولوژیک، حمایت از معیار عملکرد می باشد. تصمیم گیری در چنین سازمانهایی بر مبنای بینش گرایش رهبران به ریسک پذیری و مبتکر بود نگرفته می شود و کارمندان با تعهد در اجرای ارزشهای سازمانی وادار به قبول تصمیمات میشوند (برون، ۱۹۹۵: ۲۱).

۴- فرهنگ *سلسله مراتبی*: فرهنگی است که در آن بر نظم ها و استانداردها و قوانین رسمی برای رسیدن به ثبات و کنترل سازمان، تأکید و توجه می شود (یزدخواستی، ۱۳۸۸: ۱۷۹). در این فرهنگ، ترتیب تقدم تنظیم مشاغل در یک سازمان بر حسب مرتبه است به نحوی که دارنده یک پست در یکی از مراتب در مقابل

^۲adhoc

دارنده شغل در مرتبه بالاتر، برای ادای وظایف، مسئولیت داشته باشد (کوتنز، ۱۳۸۲: ۴۴۶).

یک فرهنگ سازمانی که با هر گونه تغییر در سازمان مخالفت می کند. عامل نابودکننده ایده هاست و قادر نخواهد بود با تغییرهای روزافزون جامعه در حال تغییر مقابله کند. امروزه سازمان ها می بایستی مشتاقانه به استقبال ایده های جدید بروند، چه بسا اگر یک ایده به درستی مورد توجه قرار گیرد راه حلی برای مشکل اساسی، مقدمه ای بر سلسله عملیات موفقیت آمیز دیگر و یا محرک و موتور رشد و توسعه بی عیب و نقصی برای ایجاد محصول ها و یا خدمات نوآورانه بعدی باشد (سعیدی کیا، ۱۳۸۸: ۵۸). به عبارت دیگر سازمان ها باید به دنبال ایجاد فرهنگ نوآور و خلاق برای نیل به موفقیت باشند. نوآوری را میتوان محصولات یا خدمات ابداع شده برای اولین بار که منجر به یک موفقیت تجاری می شوند نام برد (داستانی، ۱۳۸۸: ۳۲).

نوآوری گونه خاصی از تغییرات است. نوآوری ایده جدیدی است که برای خلق یا بهبود یک محصول، فرایند یا خدمت بکار می رود. بنابراین همه نوآوری در خود تغییری به همراه دارند. اما همه تغییرات الزاماً شامل ایده جدید نبوده یا منجر به بهبود قابل توجه نمی شوند. نوآوری در سازمان ها دامنه وسیعی داشته و از تغییرات کوچک تا بنیادین را در برمی گیرد (زارع، ۱۳۸۹: ۶۴۴). از نظر گوبلید و براون^۳ نوآوری به سه دسته تقسیم می شود: ۱- نوآوری های مستمر: که تغییرات مختصر در رفتار یا محصول را در بر می گیرند. ۲- نوآوری های مستمر پویا: که تغییر اساسی در رفتار مصرف کننده همراه با تغییرات مختصری در محصول را در بر می گیرند. ۳- نوآوری های غیر مستمر: که تغییرات اساسی در رفتار مصرف کننده و محصول را به همراه دارند (چاوش باشی، ۱۳۸۷). همچنین به اعتقاد «بارون»^۴ افراد خلاق و نوآور دارای ویژگی هایی نظیر: فصاحت در

^۳Gobellid& Brown
^۴Barron

- بیان مفاهیم، توانایی تولید سریع ایده های فراوان، توانایی شاخص شدن در میان دیگران و کمی با بقیه متفاوت بودن، علاقه به مواجهه با مسائل و مشکلات، پشتکار در تعقیب مشکلات تا هر جا که پیش روند، تامل در تصمیم گیری و عدم اظهار نظر سریع و اشتیاق به صرف زمان در تحلیل و کشف اطلاعات می باشند (چاوش باشی، ۱۳۸۷).
- یزد خواستی و دیگران (۱۳۸۸) در بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و میزان پذیرش مدیریت کیفیت فراگیر در دانشگاه های دولتی کشور به این نتیجه رسید که بین فرهنگ سازمانی مشارکتی و سلسله مراتبی، عقلانی و ایدئولوژیک و میزان پذیرش مدیریت کیفیت فراگیر رابطه معنی داری وجود دارد.
- بریان گریگوری (۲۰۰۸) تحقیقی در مورد فرهنگ سازمانی و اثر بخشی: تحقیقی در مورد ارزش ها نگرش ها، و پیامدهای سازمانی انجام داده است نتایج این تحقیق که در ۹۹ مرکز
- بهداشتی واقع در ایالات متحده صورت گرفته شواهدی را ارائه می دهند مبنی بر آنکه نگرش کارمندان واسطه رابطه اثر بخشی فرهنگ به شمار می آید.
- های لینگ لی (۲۰۰۹) تحقیقی در مورد تاثیرات تعدیل کننده فرهنگ سازمانی بر روابط بین رفتار رهبری و تعهد سازمانی و بین تعهد سازمانی و رضایت شغلی و عملکرد انجام داده است مشخص شد که معمولا به جز موارد اندک استثناء و رفتار رهبری بطور معنا داری به تعهد سازمانی مربوط بوده و فرهنگ سازمانی نقش مهمی در تعدیل این رابطه ایفا می کند. همچنین معلوم شد تعهد سازمانی بطور معنا داری به رضایت شغلی مربوط بوده اما به عملکرد کارمند مربوط نمی گردد هر چند تنها فرهنگ حمایتی بر رابطه بین تعهد و رضایت مندی تاثیر می گذارد.
- بهرامی (۱۳۹۰) در تحقیقی تحت عنوان، تحلیل روابط چندگانه سرمایه

معنی داری وجود داشت. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که از بین ابعاد عملیات استراتژیک منابع انسانی، ابعاد استخدام و مشارکت، پیش بینی کننده معنی داری برای نوآوری سازمانی هستند.

از آنجا که نوآوری در سازمان و مقوله فرهنگ سازمانی از عناصر تاثیر گذار بر پیامدهای کاری سازمانی می باشند، بنابراین بررسی و تحلیل دو مقوله مهم فرهنگ سازمانی و نوآوری از اهمیت قابل ملاحظه ای برخوردار است. لذا با توجه به موارد مطروحه، پژوهشگر بر آن است تا به دنبال یافتن پاسخ به این پرسش اساسی باشد که آیا بین فرهنگ سازمانی و نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه وجود دارد؟

بر اساس ادبیات و نظریه های موجود

فرضیه های پژوهش عبارتند از:

الف- فرضیه اصلی: بین فرهنگ سازمانی و نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه وجود دارد.

ب- فرضیه های فرعی:

فکری و نوآوری سازمانی در آموزش عالی در دانشگاه اصفهان انجام داد که بر اساس یافته های تحقیق میانگین نمرات سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه ای، نوآوری اداری و نوآوری فنی در دانشگاه های دولتی استان کمتر از حد متوسط بود، نتایج رگرسیون چند متغیره نشان داد که رابطه سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای با نوآوری فنی معنادار بود. از طرفی، بین نظرهای اعضا در خصوص رابط سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای با نوآوری اداری و نوآوری فنی بر حسب مشخصات دموگرافیک آنان تفاوت معنادار وجود داشت.

- صادقی و محتشمی (۱۳۹۰) در تحقیقی تحت عنوان، ارتباط عملیات استراتژیک منابع انسانی و نوآوری سازمانی که در یکی از مراکز نظامی انجام دادند. یافته ها نشان می دهد که بین عملیات استراتژیک منبع انسانی و نوآوری سازمانی رابطه مثبت و

- ۱- بین فرهنگ سازمانی عقلانی و نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه وجود دارد.
 - ۲- بین فرهنگ سازمانی مشارکتی و نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه وجود دارد.
 - ۳- بین فرهنگ سازمانی سلسله مراتبی و نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه وجود دارد.
 - ۴- بین فرهنگ سازمانی ایدئولوژیک و نوآوری در کارکنان جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه وجود دارد.
 - ۵- فرهنگ سازمانی سلسله مراتبی نسبت به فرهنگ سازمانی مشارکتی تاثیر بیشتری بر نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی دارد.
- روش تحقیق**
- این تحقیق از نوع توصیفی استنباطی از نوع همبستگی و از لحاظ هدف از نوع کاربردی می باشد. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان جمعیت هلال احمر خراسان شمالی تشکیل می دهد که با توجه به جدول مورگان نمونه ای به حجم ۸۶ نفر به روش تصادفی-طبقه ای متناسب با حجم کارکنان از بین ۱۱۰ نفر انتخاب شدند. در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای نسبی استفاده شده است. ابزار پژوهش عبارتند از پرسشنامه فرهنگ سازمانی کوئین که چهار نوع فرهنگ عقلایی، فرهنگ مشارکتی، فرهنگ ایدئولوژیک و فرهنگ سلسله مراتبی را در بر می گیرد، که شامل ۳۶ سوال پنج گزینه ای که به صورت کاملا مخالف ۱، مخالف ۲، بی نظر ۳، موافق ۴، کاملا موافق ۵ می باشد. پرسشنامه استاندارد، نوآوری که توسط جلیل آقایی طراحی شده است، دارای ۲۰ سوال پنج گزینه ای که به صورت خیلی ضعیف ۱، ضعیف ۲، متوسط ۳، خوب ۴، خیلی خوب ۵ می باشد. که هر دو پرسشنامه توسط کارکنان پاسخ داده شده اند. روایی پرسشنامه ها به وسیله استاد محترم راهنما و مشاور و دیگر اساتید مورد تایید قرار گرفت و پایایی آن با استفاده از

فرمول آلفای کرونباخ به ترتیب برای پرسشنامه فرهنگ سازمانی ۰/۸۲ و پرسشنامه نوآوری ۰/۸۶ به دست آمد. به همین منظور در پژوهش حاضر برای توصیف داده ها و مشاهدات از روش های توصیفی جداول توزیع فراوانی، نمودارهای توصیفی و شاخص های مرکزی (نظیر میانگین، مد، نما) و شاخص های پراکندگی (نظیر واریانس و انحراف معیار) استفاده گردیده است. در بخش استنباطی از آزمون

همبستگی پیرسون، رگرسیون گام به گام، آزمون t دو نمونه ای و تحلیل واریانس یک راهه استفاده شده است. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است.

یافته ها

فرضیه اصلی: بین فرهنگ سازمانی و نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه وجود دارد.

چنانچه ملاحظه می شود ضریب همبستگی پیرسون ۰/۵۳۹ می باشد که سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) کوچکتر از ۰/۰۱ بوده در نتیجه فرض صفر رد شده و فرضیه تحقیق مورد تایید است. با توجه به اینکه همبستگی مثبت می باشد می توان گفت هر چه فرهنگ سازمانی بیشتر می شود نوآوری

ضریب همبستگی	سطح معنی داری (sig)	تعداد
۰/۵۳۹	۰/۰۰۰	۸۶

کارکنان نیز بیشتر می شود. و با آلفای ۰/۰۵ و ضریب اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت رابطه بدست آمده معنادار است.

فرضیه فرعی ۱: بین فرهنگ سازمانی عقلایی و نوآوری در کارکنان جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه وجود دارد.

چنانچه ملاحظه می شود ضریب همبستگی پیرسون ۰/۵۳۹ می باشد که سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) کوچکتر از ۰/۰۱ بوده در نتیجه فرض صفر رد شده و فرضیه تحقیق مورد تایید است. با توجه به اینکه همبستگی مثبت می باشد می توان گفت هر چه فرهنگ سازمانی بیشتر می شود نوآوری

ضریب همبستگی	سطح معنی داری (sig)	تعداد
۰/۴۳۵	۰/۰۰۰	۸۶

چنانچه ملاحظه می شود ضریب همبستگی پیرسون ۰/۴۳۵ می باشد که سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) کوچکتر از ۰/۰۱ بوده در نتیجه فرض صفر رد شده و فرضیه تحقیق مورد تایید است. با توجه به اینکه همبستگی مثبت می باشد می توان گفت هر چه فرهنگ عقلایی بیشتر می شود نوآوری کارکنان نیز بیشتر می شود. و با آلفای ۰/۰۱ و ضریب اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت رابطه بدست آمده معنادار است.

فرضیه فرعی ۲: بین فرهنگ سازمانی مشارکتی و نوآوری در کارکنان جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه وجود دارد.

تعداد	سطح معنی داری (sig)	ضریب همبستگی
۸۶	۰/۰۰۰	۰/۴۲۶

چنانچه ملاحظه می شود ضریب همبستگی پیرسون ۰/۴۲۶ می باشد که سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) کوچکتر از ۰/۰۱ بوده در نتیجه فرض صفر رد شده و فرضیه تحقیق مورد تایید است. باتوجه به اینکه همبستگی مثبت می باشد می توان گفت هر چه فرهنگ مشارکتی بیشتر می شود نوآوری کارکنان نیز بیشتر می شود. و با آلفای ۰/۰۱ و ضریب اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت رابطه بدست آمده معنادار است.

فرضیه فرعی ۳: بین فرهنگ سازمانی ایدئولوژیک و نوآوری در کارکنان جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه وجود دارد.

تعداد	سطح معنی داری (sig)	ضریب همبستگی
۸۶	۰/۰۰۰	۰/۴۲۶

چنانچه ملاحظه می شود ضریب همبستگی پیرسون ۰/۴۲۶ می باشد که سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) کوچکتر از ۰/۰۱ بوده در نتیجه فرض صفر رد شده و فرضیه تحقیق مورد تایید است. باتوجه به اینکه همبستگی مثبت می باشد می توان گفت هر چه فرهنگ ایدئولوژیک بیشتر میشود نوآوری کارکنان نیز بیشتر می شود. و با آلفای ۰/۰۱ و ضریب اطمینان ۹۹ درصد

می توان گفت رابطه بدست آمده معنادار فرضیه فرعی ۴: بین فرهنگ سازمانی سلسله مراتبی و نوآوری در کارکنان جمعیت هلال احمر خراسان شمالی رابطه وجود دارد.

ضریب همبستگی	سطح معنی داری (sig)	تعداد
۰/۴۱۶	۰/۰۰۰	۸۶

چنانچه ملاحظه می شود ضریب همبستگی پیرسون ۰/۴۱۶ می باشد که سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) کوچکتر از ۰/۰۱ بوده در نتیجه فرض صفر رد شده و فرضیه تحقیق مورد تایید است. باتوجه به اینکه همبستگی مثبت می باشد می توان گفت هر چه فرهنگ سلسله مراتبی بیشتر می شود نوآوری کارکنان نیز بیشتر می شود و با آلفای ۰/۰۱ و ضریب اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت رابطه بدست آمده معنادار است.

فرضیه فرعی ۵: فرهنگ سازمانی سلسله مراتبی نسبت به فرهنگ سازمانی مشارکتی تاثیر بیشتری بر نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی دارد.

متغیر	B	SEB	BETA	R square	ΔR square
گام اول فرهنگمشارکتی	۸.۳۰۵	۱.۹۲۶	.۴۲۶	(*)۰,۴۲۶	-
گام دوم فرهنگمشارکتی	۵.۳۹۴	۲.۳۳۴	.۲۷۶	(*)۰,۴۷۲	۰,۰۴۶
فرهنگسلسلهمراتبی	۵,۵۴۱	۲,۶۱۴	.۲۵۴		

رگرسیون چند متغیره به روش سلسله مراتبی نشان می دهد مولفه فرهنگ مشارکتی به میزان ۴۲٪ قادر به تبیین تغییرات نوآوری است و مولفه فرهنگ سلسله مراتبی به میزان ۴۶٪ این میزان را افزایش می دهد به معنای دیگر مولفه های فرهنگ مشارکتی و فرهنگ سلسله مراتبی مجموعاً ۴۷٪ تغییرات نوآوری را تبیین می کنند. لذا فرضیه رد می شود یعنی فرهنگ سازمانی سلسله مراتبی نسبت به فرهنگ

سازمانی مشارکتی تاثیر کمتری بر نوآوری در جمعیت هلال احمر خراسان شمالی دارد.

بحث و نتیجه گیری

فرضیه اصلی تحقیق به این صورت بیان شده است. بین فرهنگ سازمانی و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. یافته ها نشان می دهد چون اندازه معنی داری آزمون در سطح آلفای ۰/۰۱، آزمون دو دامنه و ضریب همبستگی (۰/۵۳) از ۰/۰۱ کمتر است فرض صفر رد می شود و فرض محقق با ۹۹٪ اطمینان پذیرفته می شود. یعنی بین فرهنگ سازمانی و نوآوری کارکنان رابطه معنا داری وجود دارد. دنسیون (۲۰۰۷) در تحقیقش به این نتیجه رسید که فرهنگ امروز بر عملکرد فردا تاثیر می گذارد به عبارتی سازمانهایی که از ویژگی هایی فرهنگ قوی تری برخوردار بودند در طول زمان از بازدهی دارایی بیشتر نیز برخوردار می باشند. همچنین نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات حمید رضا بیات (۱۳۷۵)، و زاهدی (۱۳۷۹) مطابقت دارد.

در مورد رابطه بین فرهنگ عقلانی و نوآوری نتایج نشان می دهد ضریب همبستگی دو متغیر ۰/۴۳۵ می باشد در سطح معنا داری صفرکوچکتر از ۰/۰۱ بوده و در نتیجه فرض صفر رده شده و فرض تحقیق مورد تأیید است که این نشان می دهد با ۹۹٪ اطمینان بین فرهنگ عقلانی و نوآوری رابطه معنا دار و مثبت وجود دارد، یعنی هر چه فرهنگ عقلایی بیشتر باشد، نوآوری کارکنان بهتر خواهد شد. مائول و همکارانش (۲۰۰۱) دریافتند که فرهنگ سازمانی هر شرکت روی بهبود کیفیت تاثیر دارد. همچنین نتایج با تحقیق منوریان و همکارانش (۱۳۸۷) مطابقت دارد.

در مورد رابطه بین فرهنگ مشارکتی و نوآوری نتایج نشان می دهد ضریب همبستگی دو متغیر ۰/۴۲۶ می باشد در سطح معنا داری صفر کوچکتر از ۰/۰۱ بوده و در نتیجه فرض صفر رده شده و فرض تحقیق مورد تأیید است که این نشان می دهد با ۹۹٪ اطمینان بین فرهنگ مشارکتی و نوآوری رابطه معنا دار و مثبت وجود دارد، یعنی هر چه فرهنگ مشارکتی بیشتر باشد،

نوآوری کارکنان بهتر خواهد شد. تحقیقات چندلر (۲۰۰۳) بیانگر آن است که فرهنگ سازمانی یکی از عوامل مهم و تاثیر گذار بر روابط انسانی است در فرهنگ کارآفرینی و مشارکتی معلمان از روحیه ای بالا برخوردارند و بدون درگیری با هم کار می کنند رضایت شغلی بالاست آزادی و استقلال نوآفرینی و خلاقیت پاداش هماهنگی و انسجام و توجه به رهاورد ها و اعضای سازمان در مدارس حاکم است اما در مدارس که فرهنگ سازمانی بوروکراتیک حاکم است مدیر در انجام کارها تاکید می ورزد و نظارت و کنترل بسیار شدید است و مشارکت معلمان در تصمیم گیری در امور مدرسه بسیار ضعیف است. یافته های یزد خواستی و دیگران (۱۳۸۸) نیز با نتایج این تحقیق همسو است.

در مورد رابطه بین فرهنگ ایدئولوژیک و نوآوری نتایج نشان می دهد ضریب همبستگی دو متغیر ۰/۴۲۶ می باشد در سطح معنا داری صفر کوچکتر از ۰/۰۱ بوده و در نتیجه فرض صفر رده شده و فرض

تحقیق مورد تأیید است که این نشان می دهد با ۹۹٪ اطمینان بین فرهنگ ایدئولوژیک و نوآوری رابطه معنا دار و مثبت وجود دارد، یعنی هر چه فرهنگ ایدئولوژیک بیشتر باشد، نوآوری کارکنان بهتر خواهد شد. نتایج تحقیق بریان گریگوری (۲۰۰۸) که در ۹۹ مرکز بهداشتی واقع در ایالات متحده صورت گرفته شواهدی را ارائه می دهند، مبنی بر آنکه نگرش کارمندان واسطه رابطه اثر بخشی فرهنگ به شمار می آید. نتایج تحقیق های لینگ لی (۲۰۰۹) حاکی از آن است که معمولا به جز موارد اندک استثناء و رفتار رهبری بطور معنا داری به تعهد سازمانی مربوط بوده و فرهنگ سازمانی نقش مهمی در تعدیل این رابطه ایفا می کند. همچنین معلوم شد تعهد سازمانی بطور معنا داری به رضایت شغلی مربوط بوده، اما به عملکرد کارمند مربوط نمی گردد هرچند تنها فرهنگ حمایتی بر رابطه بین تعهد و رضایتمندی تاثیر می گذارد.

در مورد رابطه بین فرهنگ سلسله مراتبی و نوآوری نتایج نشان می دهد ضریب

دارد. این در حالی است که نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات سو چاوجانگ (۲۰۰۷)، (بونو و باریچ، ۱۹۸۹) مطابقت ندارد. بونو و باریچ به این نتیجه رسیدند که جوسازمانی بیشتر جنبه فردی داشته و به محیط روانی سازمان برمی گردد و غالباً بر اساس آخرین و تازه ترین تجارب اعضا مورد بررسی قرار می گیرد.

مدیران ارشد میانی سازمان در ایجاد زمینه های مساعد فرهنگی ورشد و بهبود دیدگاه های موجود نقش به سزایی دارند لذا در صورت نیاز به انجام تغییر و تحول در فرهنگ سازمانی یکی از اقدامهای اساسی و مهم تغییر دریافت فکری مدیران موجود و در صورت نیاز جابه جایی و تعویض آنان به مدیرانی است که دیدگاه آنان با استراتژی جدید همخوانی دارد.

اگر به ایجاد تمدن و پیشرفت بشری نگاهی بیاندازیم هرگاه گامی به جلو نهاده شده است. آثار نوآوری و خلاقیت در آن دیده شده است. به عبارتی تاریخ پیشرفت انسان با تاریخ نوآوری در هم تنیده شده است برای توسعه نوآوری در جامعه باید

همبستگی دو متغیر ۰/۴۱۶ می باشد در سطح معنا دار یصفر کوچکتر از ۰/۰۱ بوده و در نتیجه فرض صفر رده شده و فرض تحقیق مورد تأیید است که این نشان می دهد با ۹۹٪ اطمینان بین فرهنگ سلسله مراتب نوآوری رابطه معنا دار و مثبت وجود دارد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات جوسی ماتیو (۲۰۰۷)، (جاکوبز، ۲۰۰۵) مطابقت دارد.

و فرضیه آخر که، فرهنگ سلسله مراتبی نسبت به فرهنگ مشارکتی تاثیر بیشتری بر نوآوری دارد. نتایج رگرسیون چند متغیره به روش سلسله مراتبی نشان می دهد مولفه فرهنگ مشارکتی به میزان ۴۲،۶٪ قادر به تبیین تغییرات نوآوری است و مولفه فرهنگ سلسله مراتبی به میزان ۴،۶٪ این میزان را افزایش می دهد به معنای دیگر مولفه های فرهنگ مشارکتی و فرهنگ سلسله مراتبی مجموعاً ۴۷،۲٪ تغییرات نوآوری را تبیین می کنند. لذا فرضیه رد می شود یعنی فرهنگ سازمانی سلسله مراتبی نسبت به فرهنگ سازمانی مشارکتی تاثیر کمتری بر نوآوری کارکنان

بسترهای لازم را فراهم کرد. این فرایند نیازمند وجود فرهنگ تفکر و اندیشه، آزاداندیشی و مهمتر از همه، وجود نظام نوآوری هاست. بنابراین توسعه نوآوری در جامعه نیازمند برنامه ریزی، آموزش، حمایت و مدیریت خلاقانه و نظارت و پی گیری است.

فرهنگ سازمانی اهمیت ویژه ای دارد زیرا مبانی فرهنگی، استراتژی، هدف ها و روش کار سازمان را معین می سازد. ارزش ها و الگوهای ذهنی رهبران و مدیران ارشد، تا حدی ساخته و پرداخته سابقه فرهنگی خود آنان و تجربیات مشترک آنان است. اگر می خواهیم سازمانی کارا تر و موثرتر داشته باشیم باید نقش فرهنگ را در زندگی سازمانی بشناسیم.

سازمان ها نیز به عنوان یک نظام اجتماعی برحسب اهداف و رسالت خود، تعهدات، ساختار سازمانی، تکنولوژی و سیستم های آن ها دارای فرهنگ های متفاوتی هستند. فرهنگ سازمانی که پیوندی نزدیک با فرهنگ عمومی جامعه دارد، نقش بسیار مهمی در سازمان و رفتار دارد.

1. Ahmadi, P., Nasirivahed, Venus. (1386). **Effective strategic communication and organizational innovation**, organizational, scientific journal.
2. Avrabazv, K. (1389). **Organizational culture and organizational practice**, translated J. fence, Tehran: Treasure humanities student journalist.
3. Bahrami, S., M. SaeedRajai, Mr. Hosseini, MT, Bakhtiar Nasr Abadi, Hasan Ali, YarMohammadian Mohammad hossein (1390), **Analysis of multiple relations, intellectual capital and organizational innovation in higher education**, Journal of Research and Planning in Higher Education, Vol. 7, No. 3
4. Bayat, H.. (1375). **The relationship between culture, creativity and innovation across government agencies, public organizations,Zanjan province**, MSc thesis Tehran, AllamehTabatabaei University Administration.
5. Brown Andrew ,(1995). “ **Organizational Culture**” , London: Pitman Pulishing.
6. Chandler ,Alford (2003)**Teacher sehse of Efficacy and the organizational loath of school** ,in vol93.
7. chavoshbashi, farzane (1387). **Innovation and creation in organizations**, Tehran: Institute for Strategic Studies.
8. dastany, M. (1388) **Three models of Service Management and Innovation**, Journal of Science Education policy, No. 210, in the twentieth
9. Denison,D,r.Adkins, B(2007)**An action learning approach to organizational zulture :rethinking the balance between action and learning In Dulworth , M and Bordonavo E.(EdS) for promise to pay off sanfrancisco** :jossey Bass.
10. Gregory, Brian. T ,Standly.G. Harris, Achills. A.Armenakis, Christopher. L.shook (2008), **Organizational Culture and Effectiveness : A study of values, attitudes, and organizational outcomes**: Arizona University, US
11. Gregory, Brian. T ,Standly.G. Harris, Achills. A.Armenakis, Christopher. L.shook (2008), **Organizational Culture and Effectiveness : A study of values, attitudes, and organizational outcomes**: Arizona University, US.
12. Hadavi, Syed Ali. (1388). MdiritNoaora: **Innovation management: A review of theory and practice,Monthly scientific, educational,No 204.**
13. Hematyar Z. (1389). **Relationship between thinking style and innovative school administrators 5th District of Mashhad**, Department of Management

- Master Thesis University Bojnourd. agement training, No. 186, in the eighteenth.
14. Khankah, SS. (1389). **Organizational Behavior**, translated by G. Shams Murkany, Tehran: Publication Aeezh.
 15. Kuntz, Harold, (1382), **Principles of Management**, translated by Mohammad HadiChamran, Institute of Scientific Publications.
 16. kutyz, Robert, kliniky, Angelo. (1389). **Organizational Behavior (concepts, theories and Applications)**, translated by A. Akbrfrhngy, H. Safarzadeh, Tehran: Pouya Publishing.
 17. Maull,R&Browm ,P&Cliff,R(2001)**organizational culture and Quality Improvement** :a case study examination ,International journal of operations &production management von21,no3.
 18. mirsepasy, N. (1380), **Report of Working Seminar on Careers: Job satisfaction and organizational effectiveness**, management magazine, Issue Four.
 19. NiazAhmadi, K., virtue Yazdi, M. (1389). **Organizational culture of the third millennium**, Tehran: Publication shiveh.
 20. Norouzi, H., Moghaddam, A.. (1389). **Productivity Management (Based on organizational culture)** Tehran: Publication of the warriors.
 21. Quinn. R(1999). “Diagnosing culture and changing organizational culture. “Newyork: Addison Wesley.
 22. Sadeghi, Zainab, Mohtashami, R. (1390), **the relationship between strategic human resource and organizational innovation in the military centers** **Journal of Military Medicine**, Volume 13, Number 2.
 23. SaeediKia, Mehrzad. (1388). **Journal of Educational Scientific Cultural Organization encourages innovation strategy**, No. 209.
 24. Tousi, MA. (1379). **Management involvement**, Tehran: Publishing Center for Public Management.
 25. yazdkhasti, A., Rajaeipor, S., molavi, Husain. (1388),**Examine the relationship between organizational culture and the adoption of total quality in the country's public universities**, Journal of Applied Sociology, No. 34.
 26. Ying, Lee. Huey &KamarulZaman Bin. Ahmad (2009), **the moderating effects of organizational Culture on the relationship between leadership behavior and organizational commitment and between organizational**

بررسی رابطه میان زیر ساختهای سازمانی و راهبرد مدیریت دانش (تولید و توزیع) در سازمان آموزش و پرورش

commitment and Job satisfaction and Performance :Emerald Publishing, UK, Vol 30, No 1.

27. Zahedi, shams Sadat. (1379). **Transnational Management**, Tehran: publisher samt.
28. ZareiMatin, Hassan. (1388). **Advanced Organizational Behavior**, Tehran: Publications agah.