

تأثیر فرهنگ سازمانی (انسان گرا، موفقیت گرا) بر نوآوری با نقش میانجی شادی کارکنان

رضا سپهوند*، زهرا شمس**، محسن عارف‌نژاد***

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۶/۳۱

تاریخ پذیرش: ۹۶/۱۰/۱۶

چکیده

امروزه اغلب سازمان‌ها با محیط پویایی مواجه هستند که به وسیله ویژگی‌های همچون تغییرات سریع فناوری، چرخه عمر کوتاه محصولات و فرایند جهانی‌سازی شناخته می‌شود. در چنین محیطی، نوآوری، عامل بسیار مهمی در موفقیت و دستیابی به مزیت رقابتی شناخته می‌شود. در واقع، نهادینه کردن فرهنگ نوآوری در سازمان، رمز بقای مؤسسات محلی در رقابت فزاینده جهانی است. پژوهش حاضر به بررسی اثر فرهنگ سازمانی (انسان گرا و موفقیت گرا) بر نوآوری با نقش میانجی شادی کارکنان می‌پردازد. روش تحقیق در این مقاله از نوع توصیفی - همبستگی و از نظر هدف، کاربردی است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه و جامعه آماری تحقیق، کارکنان جهاد کشاورزی استان همدان است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۹۰ نفر، محاسبه و برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از فن مدل‌یابی معادلات ساختاری و نرم‌افزار PLS Smart استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد فرهنگ سازمانی انسان گرا به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی شادی کارکنان بر نوآوری، تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. همچنین فرهنگ موفقیت گرا فقط به‌صورت غیرمستقیم از طریق شادی کارکنان بر نوآوری، تأثیر داشته و از سوی دیگر شادی در محیط کار نیز اثر مثبت و معنی‌داری بر نوآوری دارد.

کلیدواژه: فرهنگ سازمانی موفقیت‌گرا؛ فرهنگ سازمانی انسان‌گرا؛ نوآوری؛ شادی کارکنان

*. دانشیار دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه لرستان، لرستان، ایران

** . دانشجوی دکترا، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه لرستان، لرستان، ایران

***. استادیار دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه لرستان، لرستان، ایران (نویسنده مسئول) Arefmohsen2@gmail.com

مقدمه

اندیشمندان مدیریت بر این باورند که در مقایسه با دهه‌های آخر قرن بیستم، سازمان‌های امروزی با چالش‌های فزاینده‌ای مواجه هستند که نوآوری را برای این گونه سازمان‌ها نه یک اختیار که یک الزام حیاتی ساخته است. این الزامات موجب شده است که سازمان‌ها دنبال روش‌های خلاق و نوآورانه‌ای برای انجام کسب و کار باشند (رید^۱، ۲۰۰۶). با توجه به نرخ تغییر فزاینده دانش، تولید و انتشار ایده‌های کاربردی از سوی سازمان‌ها، روندی شتابان به خود گرفته است. از این رو وجود دو عنصر خلاقیت و نوآوری، نقش مهمی در این فرایند برای بقای سازمان ایفا می‌نماید؛ بنابراین سازمان‌ها به ایجاد چارچوبی بنیادی که خلاقیت و نوآوری را به عنوان هنجار فرهنگی بپذیرد، تلاش خواهند کرد. پشتیبانی از تحول، خلاقیت و نوآوری، ویژگی‌های جدایی‌ناپذیر فرهنگ‌های سازمانی اثربخش است. از آنجا که نیروی انسانی یک سازمان، ارزشمندترین سرمایه آن محسوب می‌شود، گسترش فرهنگ سالم‌اندیشی، قدردانی و تقویت روحیه متقابل باید در برنامه‌ریزی آموزشی سازمان‌ها در نظر گرفته شود. امروزه شادی و نشاط در محیط کار بسیار بیش از گذشته مورد توجه سازمان‌ها بوده و هزینه‌های زیادی صرف ایجاد محیط‌های کاری شاد و جذاب می‌شود. 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 احساسی و شناختی بررسی می‌شود (کارل و پلوچت^۲، ۲۰۰۵). به اعتقاد صاحب‌نظران مسائل رفتاری، شادابی در محیط کار موجب از بین رفتن اضطراب و نگرانی شده و افراد با انگیزه‌ی بالا برای تأمین نیازهای جسمی، روانی، عاطفی و معنوی خود فعالیت می‌کنند، شادی علاوه بر اینکه برای خود فرد سودمند است، برای سازمان هم مؤثر است. شادی کارکنان با افزایش بهره‌روی، افزایش ایمنی کار، رضایت شغلی و خانوادگی رابطه دارد (سیدجوادین و همکاران، ۱۳۹۵)؛ اما چیزی که در سال‌های اخیر بیشتر به چشم می‌آید، فراموش شدن هنر شادزیستن در محیط کار است. احساس نشاط در محیط کار یکی از ضروریات کار بوده و نقش مدیران، همکاران و فرهنگ در ایجاد فضای شاد برای محیط کار بسیار بااهمیت است. با وجود رقابت در تمامی

1. Read
2. Karl and peluchette

صحنه‌های فنی، سازمانی و ...، مدیران در تلاشند تا با شناخت و ایجاد جوی صمیمی و نشاط آور برای تولید نوآوری که طی آن امکان بروز خلاقیت‌ها و افزایش بهره‌وری را میسر می‌سازد، اهتمام ورزند. همه سازمان‌ها برای بقا، نیازمند اندیشه‌های نو و نظرات بدیع و تازه هستند. خلق ایده و فرایندهای جدید، مسیری است که به واسطه آن، سازمان‌ها می‌توانند 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 جنبه‌های فعالیتی سازمان‌ها تأثیر می‌گذارد. از جمله جنبه‌های مهم و مزیت‌ساز که عامل مهمی در بقای سازمان‌ها در محیط پرقابته کنونی محسوب می‌گردد، نوآوری است (جانسون^۱، ۲۰۰۶).

نوآوری، عامل اساسی در ایجاد مزیت رقابتی بوده و لازمه بقا و رشد سازمانی به حساب می‌آید. نوآوری سازمان را به سمت موفقیت هدایت می‌کند و سازمانی که از نوآوری بهره‌ای نبرده باشد در معرض نابودی قرار می‌گیرد. به علاوه جهانی شدن، افزایش رقابت، توسعه فناوری اطلاعات، توجه به کیفیت، ناکارآمدی دولت‌ها و ... اداره سازمان‌ها را در سرتاسر دنیا با چالش جدی مواجه کرده است. از جمله راهکارهای اثربخش رویارویی با این چالش‌ها توسل به نوآوری سازمانی است. فرهنگ سازمانی بر شادی کارکنان و نوآوری در سازمان تأثیرگذار است. با ایجاد فرهنگ سازمانی مشوق و نوآور می‌توان موجبات بهبود روابط درون سازمانی، شادی و بهزیستی و مشارکت کارکنان در زمینه‌های مختلف و پیشگیری از هدررفت سرمایه‌های مادی و غیرمادی سازمان را فراهم آورد (زنیکو و سیموسی^۲، ۲۰۰۶). با توجه به نقش و جایگاه فرهنگ سازمانی و نیز با توجه به اینکه تاکنون تحقیقی به بررسی جهت‌گیری‌های فرهنگی بر شادی و نوآوری کارکنان نپرداخته و همچنین به دلیل اهمیت تأثیر فرهنگ بر شادی و بروز نوآوری در کارکنان سازمان جهاد کشاورزی و اثر این مقوله در کارایی و بهره‌وری سازمان و از آنجا که جهاد کشاورزی سازمانی است که در صورت عدم ارائه خدمات مطلوب به جامعه هدف، موجبات نارضایتی کشاورزان و روستائیان را فراهم می‌آورد، در این تحقیق سعی می‌شود تأثیر فرهنگ سازمانی (انسان گرا و موفقیت گرا) بر نوآوری با تأکید بر شادی کارکنان مورد بررسی قرار گیرد.

1. Johnson
2. Xenikou & Simosi

پیشینه نظری

فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی، مجموعه‌ای از معانی مشترک با ویژگی‌هایی است که نظام ارزشی حاکم بر سازمان را تشکیل داده و باعث تمایز سازمانی از سازمان دیگر می‌شود. در واقع همان عاملی است که شیوه انجام امور را تعیین می‌کند و حال و هوایی است که هر تازه‌واردی در سازمان، آن را حس می‌کند. این فرهنگ، آن قدر قوی است که ناخودآگاه در وجود فرد رخنه کرده و تفکر و رفتار سازمانی وی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. فرهنگ سازمانی عبارت از مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها، درک، استنباط و شیوه تفکر و اندیشیدن است که اعضای سازمان در آنها وجوه مشترک دارند. فرهنگ سازمان ویژگی‌های زیادی همچون نوآوری، توجه به جزئیات، نتیجه‌گرایی، مردم‌مداری (حمایت و پشتیبانی) گروه‌مداری، پرخاشگری و رقابت، تأکید بر رشد و پاداش و قاطعیت را شامل می‌شود (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۴). با مروری بر مطالعات فرهنگ‌سازمانی، دو جهت‌گیری فرهنگی وجود دارد که پیش‌بینی‌کننده اثربخشی در سازمان‌هاست. این دو مسیر تحت عنوان "جهت‌گیری انسان‌گرا" و "جهت‌گیری موفقیت‌گرا" شناخته می‌شوند (جولیا و همکاران^۱، ۲۰۱۱).

فرهنگ‌سازمانی انسان‌گرا که ناشی از "جنبش روابط انسانی" التون مایو است و محور اصلی ارزش‌های این فرهنگ توجه به نیازها و عواطف انسانی در سازمان است و دارای ویژگی‌هایی همچون همکاری میان اعضای سازمان، تأکید بر کار گروهی، خودشکوفایی و توانمندسازی کارکنان، توسعه ظرفیت‌های خلاقانه مردم، مشارکت در تصمیم‌گیری، روابط بین‌فردی سازنده و حمایت اجتماعی است. در چنین فرهنگی، هنجارهای سازمانی مشوق همکاری، کار گروهی و مشارکت هستند و آنها همکاری گروهی، هم‌افزایی و هم‌نیروزی منابع سازمانی مختلف را تسهیل می‌کنند. علاوه بر این، خودشکوفایی و توسعه کارکنان اساس ایجاد یک سرمایه و دارای بزرگ از منابع سازمانی یعنی سرمایه انسانی در سازمان‌هاست که در نهایت به بهره‌وری سازمانی منجر می‌شود. دومین جهت‌گیری فرهنگی "جهت‌گیری موفقیت‌گرا" است که بر دستیابی به اهداف در

1. Julia et al.

سازمان تأکید دارد و شامل مفروضات، ارزش‌ها و اقدامات، آزمایش (آزمون و خطا) و تأکید بر مؤثر بودن (اجرایی بودن) است. سازمان‌هایی که "هنجار کارایی (بهره‌وری) و موفقیت" را ترویج می‌کنند، کارکنان را با تنظیم اهداف دشوار اما قابل دسترس برمی‌انگیزانند. ارائه بازخورد بر عملکرد کارکنان و ترویج شایستگی و احساس اثربخشی فردی و جمعی باعث ایجاد انگیزه در کارکنان می‌شود. در جهت‌گیری به‌سوی موفقیت به‌غیر از هدف‌گذاری و اهداف سازمانی، به‌کارگیری ایده‌های جدید برای انجام وظایف و تجربه‌های جدید، سازمان را قادر می‌سازد تا بتواند خود را از تغییرات ناگهانی در بلندمدت محافظت کند (نمامیان و فیض‌الهی، ۱۳۹۴؛ زنیکو و سیموسی، ۲۰۰۶).

راسل^۱ (۱۹۹۰) اعتقاد دارد که فرایند نوآوری نمی‌تواند به‌تنهایی به‌صورت سنتی به‌واسطه نقش‌ها و رویه‌های رسمی سازماندهی، برنامه‌ریزی و... نهادینه شود، بلکه از طریق ایجاد یک فرهنگ نوآورانه پرورش می‌یابد. هاوزر^۲ (۱۹۹۸) می‌گوید که در موقعیت عدم اطمینان، فرهنگ سازمانی به‌عنوان یک جایگزین برای ساختار و مکمل برای رهبری به‌کار می‌رود و از این رو برای سنجش ظرفیت سازمان برای نوآوری ضروری است. تعدادی از محققان سازمانی استدلال می‌کنند که فرهنگ سازمانی به‌عنوان یک روش مؤثر برای برانگیختن و هدایت راه‌حل‌های مشکلات غیرساختاری است. به‌طور کلی فرهنگ سازمانی، شاخص حیاتی در موفقیت هر سازمان قلمداد می‌شود. سازمان موفق، ظرفیتی برای جذب نوآوری درون فرهنگ سازمانی و فرایندهای مدیریتی دارد (سیرت و لامیمان^۳، ۲۰۰۷).

نوآوری

نوآوری به‌عنوان یک پدیده جدید در رابطه با یک سازمان معین شناخته می‌شود. دو مورد از جنبه‌های اصلی تعاریف نوآوری، مربوط به جدید بودن و ارتباط آن با ابتکار است. مزیت رقابتی و گاهی اوقات بقای سازمان به‌وسیله نوآوری حاصل می‌شود. ما برای نوآوری جدید نیاز به دانش جدید داریم. عملکرد نوآوری ترکیبی از موفقیت‌های کلی سازمان در نتیجه تلاش‌های

1. Russell
2. Hauser
3. Syrett and Lammiman

صورت گرفته جهت نو کردن و بهبود و به کارگیری جنبه‌های مختلف نوآوری در سازمان است. نوآوری پروری یکی از ابزار اساسی راهبردهای رشد برای ورود به بازارهای جدید، افزایش سهم بازارهای موجود و مسلح کردن شرکت به یک مزیت رقابتی است. نوآوری به تلاش‌های مداوم که به‌منظور بهبود، تجدید، اکتشاف، یادگیری از اشتباهات و سازش با محیط رقابتی به‌سرعت‌متغیر، صورت می‌گیرند، اشاره دارد (گانندی و همکاران^۱، ۲۰۱۱). نوآوری یکی از عوامل مهم برای موفقیت، بقای شرکت و مزیت رقابتی است. نوآوری به‌وسیله شومپتر تعریف شده است؛ او بیان می‌کند که خلاقیت، نیروی محرکه‌ای برای توسعه است و به‌معنای آمادگی و تمایل شرکت برای پذیرش ایده‌های جدیدی است که به توسعه و عرضه محصولات و ایده‌های جدید منجر می‌شود (ربرا و کیرکا^۲، ۲۰۱۲). نوآوری فرایندی، این نوآوری در جهت حفظ و بهبود کیفیت و صرفه‌جویی در هزینه‌ها عمل می‌کند و دربرگیرنده اتخاذ روش‌های جدید یا بهبود یافته تولید، توزیع یا تحویل خدمت است. در واقع منظور از نوآوری فرایندی این است که سازمان تا چه میزان فناوری‌های جدید را به‌بوته آزمایش می‌گذارد (جیمز و کگاررا^۳، ۲۰۰۸). نوآوری اداری، به رویه‌ها، سیاست‌ها و اشکال سازمانی جدید اشاره دارد و شامل تغییراتی است که سیاست‌ها، تخصیص منابع و دیگر عوامل مرتبط با ساختار سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در ایجاد یا توسعه نوآوری در سازمان‌ها عوامل متعددی دخیل هستند که می‌توان آنها را به سطوح فردی، گروهی و سازمانی تقسیم کرد. در سطح فردی؛ دانش، تخصص، مشوق‌ها؛ در سطح گروهی؛ ساختار وظیفه، نوع رابطه و میزان خودمختاری؛ و در سطح سازمانی، راهبردها، ساختار سازمانی، فرهنگ و جو سازمانی و سبک‌های مدیریت مبتنی بر تفویض قدرت به کارکنان، شادی کارکنان و ... را می‌توان نام برد.

شادی در کار

شادی در کار شامل هر فعالیت میان‌فردی، اجتماعی یا کاری است که به‌طور ذاتی (طبیعی)

1. Gunday & et al.
2. Rubera and Kirca
3. Jimenez and Cegarra

مفرح یا خنده‌آور است که یک شخص با خنده، شوخی و لذت انجام می‌دهد. مک دوول^۱ (۲۰۰۵) شادی در کار را این‌گونه تعریف می‌کند: درگیر شدن در یک فعالیت ویژه که با کار مرتبط نیست و لذت‌بخش یا سرگرم‌کننده است؛ از قبیل فعالیت‌هایی که بر محیط کاری شاد دلاله دارد. تقویت‌کننده‌ها (مشوق‌ها)، ابتکارات هدفمند و حمایت از تنوعی از فعالیت‌های لذت‌بخش و شادی‌آور را منجر می‌شود که بر احساس مثبت و بهره‌وری فردی و سازمانی اثر می‌گذارد. شادی در کار چیزی بیش از رضایت شغلی را شامل می‌شود. یک مقیاس جامع از شادی سطح فردی ممکن است شامل: درگیری کاری، رضایت شغلی و تعهد سازمانی باشد. جنبه‌های شادی باید در سطوح چندگانه شامل: تجربه‌های زودگذر، نگرش‌های ثابت سطح فردی، نگرش‌های جمعی و همراه با تمرکز بر جنبه چندگانه مثل رویدادهای مجزا، شغل و سازمان، مفهوم‌سازی و سنجیده شوند. در همه این سطوح شواهدی وجود دارد که شادی، پیامدهای مهمی برای افراد و سازمان‌ها دارد (قلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴). شادی در کار احساسی است که وقتی کار می‌کنید و از آن لذت می‌برید، حاصل می‌شود؛ کار خوبی انجام می‌دهید و به آن افتخار می‌کنید، می‌دانید که کارتان مهم است، در شغل‌تان احساس قدرت و قوت می‌کنید، با کارتان شناخته می‌شوید، احساس مسئولیت و مالکیت می‌کنید و مسئولیت را می‌پذیرید. شادکامی، به‌عنوان عاملی مهم در ایجاد ارتباطات سازمانی بین کارکنان و در نهایت ارتقای تعهد سازمانی کارکنان نقش به‌سزایی دارد. افزایش سطح شادکامی کارکنان سبب می‌شود، تمایل آنها به عضویت در گروه‌های غیررسمی سازمان بیشتر شود و ارتباطات درون‌سازمانی به‌سرعت گسترش یابد. این افزایش همدلی در کارکنان موجب ایجاد درجات بالایی از تعهد سازمانی در کارکنان سازمان می‌شود. (نسترن و همکاران ۲۰۱۲). 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 به‌عبارتی، شادبودن مهم‌ترین مهره سازمان یعنی، انسان است. انتخاب واژه منابع انسانی به‌جای واژه‌های متداول قدیمی‌تر مثل نیروی انسانی، در واقع تأکیدی بر این مسئله است که انسان، به‌عنوان یک نیرو و یا ابزار کار به‌حساب نمی‌آید، بلکه منبعی نامتناهی است که جان و روح اصلی

1. McDowell

سازمان را تشکیل می‌دهد (جمالی، ۱۳۹۳). شادکامی در کار اشاره به تجربه شادی و خوشی در بافت کار یا به‌عنوان نتیجه کار دارد. تأکید بر شادی کارکنان به‌خودی‌خود و در ذات خود دستاوردی مهم است، شادی نقش اساسی در عملکرد کارکنان دارد. دلایل اهمیت مطالعه شادی را می‌توان به‌صورت زیر بیان کرد:

۱. شادی به‌خودی‌خود با ارزش است.
۲. شادی با عملکرد بهتر سازمان و کارکرد بهتر سازمان در ارتباط است.
۳. شادی یکی از اجزای اصلی زندگی خوب و جامعه خوب است (کامرون^۱، ۲۰۰۳، دینر و همکاران^۲، ۲۰۰۳).
۴. فیشر^۳ (۲۰۱۰) پیشنهاد می‌کند که در سطح فردی می‌توان با استفاده از سازه‌های التزام و تعهد شغلی؛ نشان‌دهنده درگیری احساسی و شناختی و لذت‌بردن از خودکار، رضایت شغلی؛ نشان‌دهنده قضاوت‌های شناختی در مورد شغل شامل مواردی از قبیل: پرداخت، همکاران، سرپرستاران، ناظران و محیط کاری و تعهد سازمانی؛ نشان‌دهنده احساس تعلق و وابستگی و ارزش نهادن به سازمان، به‌اندازه‌گیری و سنجش شادکامی کارکنان در محل کار پرداخت.

یکی از دلایل در نظر گرفتن متغیر شادی در کار به‌عنوان متغیر میانجی در این تحقیق این بوده است که اصولاً در سازمان دولتی مقررات محور که فرایندگرایی بسیار بیشتر از نتیجه‌گرایی مورد تأکید قرار می‌گیرد، توجه به شادی و نشاط کارکنان می‌تواند عامل مهمی در جلوگیری از سرخوردگی و استیصال کارکنان به حساب آید. این موضوع به‌ویژه در سازمان‌هایی که فرهنگ موفقیت‌گرا حاکم است، ضروری‌تر به نظر می‌رسد. در واقع شادی و نشاط کارکنان و حاکمیت جو نشاط‌آور، از خشکی قوانین مقررات کاسته و می‌تواند به بهبود نوآوری سازمانی منجر می‌شود.

پیشینه تجربی

اگرچه در چند سال اخیر در مورد مفهوم فرهنگ و رضایت شغلی پژوهش‌های متعددی

1. Cameron
2. Diener et al.
3. Fisher

صورت گرفته است، ولی در خصوص جهت گیرهای فرهنگی موفقیت گرا و انسان گرا و همین طور شادی کارکنان که موضوع جدیدی در حیطه رفتار سازمانی است، تحقیقات بسیار معدودی صورت گرفته است. یکی از دلایل اینکه این سه متغیر با هم در این تحقیق در نظر گرفته شده است، این است که از آنجا که جامعه آماری این پژوهش یک سازمان دولتی است و در چنین سازمان‌هایی، فرایند محوری بسیار بیشتر از نتیجه محوری مورد تأکید قرار می‌گیرد، بنابراین در پیش گرفتن فرهنگ سازمانی موفقیت گرا نمی‌تواند به نوآوری سازمانی منتهی شود؛ زیرا فرایند محوری و تأکید بر رعایت قوانین و مقررات پیچیده اداری مانع نوآوری به حساب می‌آید، بنابراین تأکید بر شادی کارکنان به عنوان یک متغیر میانجی که از طریق آن جو سازمانی تلطیف شده و فضای سخت گیرانه فرایند محوری دولتی را به سمت نوآوری هدایت نماید، می‌تواند کمک کننده باشد. به طور کلی پژوهشی که به طور مستقیم به بررسی نقش جهت گیری‌های فرهنگی (انسان گرا، موفقیت گرا) بر نوآوری و شادی کارکنان پرداخته باشد، به ویژه در ایران، در دسترس نیست، اما به هر حال تأملی بر نتایج پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه‌ها می‌تواند مؤید این مطلب باشد که رابطه‌ای بین فرهنگ، شادی و نوآوری وجود دارد. در خصوص متغیر شادی، فیشر در سطح فردی در سازمان سه متغیر تعلق کاری، تعهد عاطفی و رضایت شغلی را ارائه می‌کند که در بررسی پیشینه این سه متغیر بررسی خواهد شد. در ادامه برخی از مهم‌ترین پژوهش‌های صورت گرفته در ارتباط با این متغیرها تشریح می‌شود:

شائمی برزکی و همکاران (۱۳۹۲)، گودرزی و همکاران (۱۳۹۴) اریک و آلیسون^۱ (۲۰۱۰)، یافانگ^۲ (۲۰۱۱) به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر رضایت شغلی پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیدند که بین فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی، رابطه معنی داری وجود دارد. رضایی دولت آبادی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیق خود با عنوان بررسی تأثیر شادی کارکنان بر کارایی شرکت به این نتیجه رسیدند که شادی کارکنان باعث افزایش کارایی و خلاقیت افراد می‌شود.

حجازی و تقی پور (۱۳۹۴) در تحقیق با عنوان بررسی تأثیر شادی در کار بر بهره‌وری نیروی

1. Eric and Alison
2. Yafang

انسانی به این نتیجه رسیدند که شادی در کار بر بهره‌وری (عملکرد شغلی) کارکنان در محیط کار تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

ریچ و همکارانش^۱ (۲۰۱۰) در تحقیقشان به این نتیجه رسیدند که کارکنان بانشاط، رفتارهای نوآورانه دارند، زیرا آنها وظایف خود را با شور و جدیت بیشتری انجام می‌دهند (انرژی حمایتی)، به مسئولیت‌های نوآورانه توجه می‌کنند (انرژی شناخت) و ارتباط عاطفی بیشتری با کار خود دارند.

سالانوا^۲ و همکاران (۲۰۰۵) مطالعه‌ای را روی کارکنانی هتل‌ها و رستوران‌های اسپانیا انجام دادند. در این تحقیق تجزیه و تحلیل‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داده است، منابع سازمانی و نشاط پیش‌بینی‌کننده جو خدمات و جو خدمات، خود پیش‌بینی‌کننده عملکرد کارکنان و وفاداری مشتریان است (باکر^۳ و همکاران، ۲۰۱۲).

چاپراسیت و سانتید هیراکول^۴ (۲۰۱۱)، در تحقیقی به شناسایی عوامل مؤثر بر نشاط کارکنان در سازمان‌های کوچک و متوسط پرداختند. نتایج تحقیق آنها نشان داد که عواملی مانند جو سازمانی سالم، حقوق و پاداش، نظام ارزیابی عملکرد شفاف و مسیر شغلی روشن، باعث نشاط کارکنان می‌شود.

نیک‌نام (۱۳۹۰) تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین نشاط‌آفرینی و عملکرد کارکنان در ادارات دولتی شهر شیراز انجام داد. یافته‌های تحقیق او بیانگر آن است که بین نشاط‌آفرینی در محیط کار و ابعاد عملکرد کارکنان، رابطه معنی‌داری وجود دارد. براساس نتایج به‌دست‌آمده در رتبه‌بندی، بیشترین تأثیر بر نشاط را بعد کیفیت زندگی کاری از ابعاد عملکرد داشته است. بعد از آن به ترتیب، قابلیت اعتماد، نگرش مثبت، ابتکار عمل و همکاری مؤثر، تأثیرگذارترین ابعاد عملکرد بر نشاط هستند.

انصاری و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شادی در محیط کار شرکت ملی حفاری ایران به این نتیجه رسیدند که عواملی مانند: خلاقیت، امنیت شغلی،

1. Rich et al
2. Salanova et al
3. Bakker & et al.
4. Chaiprasit & Santidhirakul

سابقه کار، امکانات رفاهی، امکانات آموزشی، اوقات فراغت، مدیریت مشارکتی و رضایت شغلی با شادی در محیط کار، رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد.

لاک و کروفرود^۱ (۲۰۰۴)، کولین^۲ (۲۰۰۴) باردلی و دبرا^۳ (۲۰۰۹) به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی پرداخته و به این نتیجه رسیدند که فرهنگ سازمانی تأثیر عمیق مستقیمی بر این دو متغیر دارد.

جلالی (۱۳۹۳) در پایان‌نامه خود که به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر تعهد سازمانی پرداخته است به این نتیجه رسید که فرهنگ سازمانی بر هر سه بعد تعهد سازمانی تأثیرگذار است و همبستگی بالایی بین این دو متغیر مشاهده شد. محمدیان و صالحی (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر تعهد سازمانی پرداخته‌اند که یافته‌ها نشان می‌دهد که به هراندازه که در یک سازمان، فرهنگ سازمانی مناسب وجود داشته باشد، به همان میزان نیز تعهد سازمانی افزایش می‌یابد؛ بنابراین می‌توان با اتخاذ برنامه‌هایی در سطح مدیریت کلان، میزان فرهنگ سازمانی را ارتقا و میزان تعهد را در سازمان افزایش داد.

طبرسا و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیق خود به بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه بر خلاقیت و نوآوری پرداخته‌اند که یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی بر خلاقیت و نوآوری تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.

نماین و فیض‌اللهی (۱۳۹۴) به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد با نقش میانجی نوآوری پرداخته‌اند که یافته‌ها حاکی از آن است که فرهنگ بر نوآوری تأثیرگذار بوده و از طریق آن بر بهبود عملکرد در سازمان نیز تأثیرگذار است.

حسین‌پور و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و خلاقیت پرداخته‌اند که یافته‌ها نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی بر هر دو متغیر تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

کریستیانا و همکاران^۴ (۲۰۰۸)، کلانیت^۵ (۲۰۱۴) به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری

1. Lok and Crawford
2. Colin
3. Bradley and Debra
4. Kristina et al.
5. Kalanit

پرداخته و به این نتیجه رسیدند که نوآوری با فرهنگ سازمانی مرتبط است و تأثیر مثبتی بر آن دارد.

جولیا و همکاران^۱ (۲۰۱۱) با تحقیق خود با عنوان نوآوری یا تقلید به بررسی نقش فرهنگ سازمانی پرداخته و به این نتیجه رسیدند که فرهنگ سازمانی یکی از پیش‌بینی‌های نوآوری است و به‌طور مستقیم بر نوآوری تأثیر دارد.

ارشدی و آزاد (۱۳۸۸)، ذاکری و اسدی (۱۳۹۲) در تحقیق خود به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیدند که ارتباط خطی در سطح قوی بین این دو متغیر وجود دارد.

شیرازی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی تأثیر فرهنگ بر هویت سازمانی پرداخته‌اند که یافته‌ها حاکی از آن است که بین فرهنگ سازمانی و هویت سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و با بهبود وضعیت فرهنگ سازمانی، هویت سازمانی افراد و تعلق کاری آنها بیشتر خواهد شد. گنجی و نادری‌فرد (۱۳۹۵) در تحقیق خود به بررسی رابطه تعهد سازمانی بر بهبود نوآوری پرداخته و به این نتیجه رسیدند که تعهد سازمانی و ابعاد آن بر نوآوری کارکنان تأثیر دارد. بنابراین در سازمان‌ها باید جوی مشوق تعهد سازمانی ایجاد کرد. جهانگیر و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی تعلق خاطر کاری بر بروز رفتار نوآورانه با نقش میانجی به اشتراک‌گذاری خطاها پرداخته‌اند. نتایج نشان داد تعلق خاطر کاری، بر به‌اشتراک‌گذاری خطاها و تولید ایده‌ها تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد. نتایج پژوهش تقی‌پور (۱۳۸۸) نیز بیانگر رابطه بین تعلق خاطر کاری و رفتار نوآورانه است. نتایج پژوهش آگارول و همکاران^۲ (۲۰۱۲) نیز بیانگر رابطه مثبت و معنی‌دار بین تعلق خاطر کاری و رفتار نوآورانه است. فرایندمحوری و تأکید بر قوانین و مقررات در سازمان‌های دولتی، مانع نوآوری بوده و کارکنان را سرخورده می‌سازد. این موضوع به‌ویژه در جایی که فرهنگ موفقیت‌گرا حاکم باشد، بیشتر محسوس است؛ بنابراین شادی کارکنان در چنین سازمان‌هایی می‌تواند تسهیل‌کننده نوآوری به حساب آید. با توجه به اینکه تاکنون تحقیقی به بررسی رابطه جهت‌گیری‌های فرهنگی بر شادی و نوآوری کارکنان نپرداخته است و همچنین به دلیل اهمیت

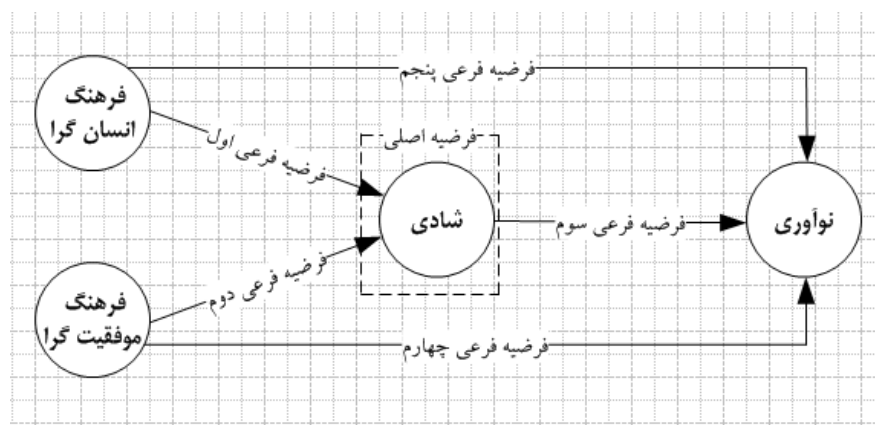
1. Julia et al.

2. Agarwal et al.

فرهنگ بر شادی و بروز نوآوری بین کارکنان جهاد کشاورزی و تأثیر این مقوله‌ها در کارایی و بهره‌وری سازمانی و از آنجا که جهاد کشاورزی، یکی از سازمان‌هایی است که در صورت بروز هر مشکلی، با نارضایتی و شکایات مردم مواجه می‌شود، در این تحقیق سعی می‌شود تأثیر فرهنگ‌سازمانی (انسان‌گرا، موفقیت‌گرا) بر نوآوری به‌واسطه شادی کارکنان (رضایت‌شغلی، تعهد عاطفی و تعلق خاطر کاری) بررسی شود.

مدل مفهومی

باتوجه به مبانی نظری، مدل مفهومی تحقیق متشکل از متغیرهای فرهنگ انسان‌گرا، فرهنگ موفقیت‌گرا، شادی و نوآوری در شکل (۱) ارائه شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

فرضیه اصلی: فرهنگ انسان‌گرا و موفقیت‌گرا از طریق شادی کارکنان بر نوآوری تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.

فرضیه فرعی اول: فرهنگ انسان‌گرا بر شادی کارکنان تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.

فرضیه فرعی دوم: فرهنگ موفقیت‌گرا بر شادی کارکنان تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.

فرضیه فرعی سوم: شادی کارکنان بر نوآوری تأثیر مثبت و معنی دار دارد.
فرضیه فرعی چهارم: فرهنگ موفقیت گرا بر نوآوری تأثیر مثبت و معنی دار دارد
فرضیه فرعی پنجم: فرهنگ انسان گرا بر نوآوری تأثیر مثبت و معنی دار دارد.

روش تحقیق

این تحقیق به صورت توصیفی و از نوع کاربردی انجام شده است. تحقیق توصیفی شامل جمع آوری اطلاعات برای آزمون فرضیه‌ها یا پاسخ به سؤالات مربوط به وضعیت فعلی موضوع مطالعه است. یک مطالعه توصیفی چگونگی وضع موجود را تعیین و گزارش می‌کند؛ اطلاعات توصیفی معمولاً از طریق پرسشنامه، مصاحبه، یا مشاهده جمع آوری می‌شوند. در این تحقیق اطلاعات از طریق توزیع پرسشنامه صورت گرفته است. برای سنجش جهت گیری فرهنگی و نوآوری از پرسشنامه زنیکو و سیموسی^۱ (۲۰۰۶) و برای سنجش نشاط کارکنان از مدل فیشر^۲ (۲۰۱۰) که برای سنجش نشاط در سطح فردی در سازمان سه متغیر تعلق خاطر کاری، تعهد عاطفی و رضایت شغلی را ارائه می‌کند، استفاده شده است. برای پاسخ‌دهی به سؤالات از معیار پنج گزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافق، موافق، بی‌نظر، مخالف و کاملاً مخالف) و از اعداد ۱ تا ۵ برای امتیازدهی به پاسخ‌ها استفاده شد. جامعه آماری تحقیق کارکنان جهاد کشاورزی استان همدان به تعداد آنها ۱۱۸ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه برابر ۹۰ نفر انتخاب شد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق به صورت تصادفی ساده بود. در این تحقیق از مدل‌سازی معادلات ساختار (SEM) با رویکرد حداقل مربعات جزئی PLS به وسیله نرم افزار Smart PLS جهت بررسی روابط میان مؤلفه‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده شده است. زمانی که مدل آزمودنی از بیش از یک متغیر وابسته تشکیل شده باشد، تکنیک و آزمون رگرسیون چندگانه برای تحلیل داده‌ها مناسب نیست و مدل معادلات ساختاری با بررسی هم‌زمان و همه‌جانبه روابط، قادر به آزمون تأثیر متغیرهای مستقل بر بیش از یک متغیر وابسته است (قاسمی، ۱۳۸۹). مدل معادلات ساختاری یک تحلیل چندمتغیره بسیار نیرومند از خانواده آزمون رگرسیون چندمتغیره است که به محقق امکان

1. Xenikou & Simosi
2. Fisher

تأثیر فرهنگ سازمانی (انسان گرا، موفقیت گرا) بر نوآوری با نقش میانجی شادی کارکنان

می دهد مجموعه ای از معادلات رگرسیون را دقیق تر بسط دهد. تحلیل مدل ها در روش مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی در دو مرحله اصلی «بررسی برازش مدل» و سپس «آزمون فرضیه های پژوهش» انجام می شود. برای بررسی پایایی (همسانی درونی) هر یک از گویه ها به بررسی بارهای عاملی پرداخته شده که نتایج آن در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱. ضرایب بارهای عاملی و معنی داری آنها

t-value	بار عاملی	شاخص	عامل
۱۱/۹۲۱	۰/۶۲۵	F1	فرهنگ انسان گرا
۳۰/۹۲۳	۰/۸۹۹	F2	
۲۰/۳۹۶	۰/۸۲۷	F3	
۵۸/۷۹۱	۰/۹۰۹	F4	
۲۳/۵۵۱	۰/۷۸۹	F5	
۱/۱۲۱	۰/۳۳۲	F6	فرهنگ موفقیت گرا
۱۸/۸۶۵	۰/۸۴۶	F7	
۷/۴۴۲	۰/۶۳۳	F8	
۹/۳۸۴	۰/۷۰۹	F9	
۷/۶۲۸	۰/۶۳۱	F10	
۵۹/۱۶۴	۰/۸۹۴	تعهد عاطفی	شادی
۷۵/۰۸۹	۰/۹۳۸	تعلق خاطر کاری	
۱۹/۸۸۲	۰/۹۷۲	رضایت شغلی	
۲۲/۲۳۱	۰/۷۸۸	نوآوری تولیدی	نوآوری
۳۹/۹۷۶	۰/۸۸۹	نوآوری فرایندی	
۲۲/۵۸۴	۰/۸۵۲	نوآوری اداری	

مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰,۴ است. در جدول فوق تمامی اعداد (به جزء ضریب F6 مربوط به متغیر فرهنگ موفقیت گرا که کمتر از ۰,۴ بود و از سؤالات حذف شد) ضرایب بارهای عاملی سؤالات از ۰,۴ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. در

قسمت t-value مقادیر باید بیش از ۱/۹۶ باشد (در سطح ۰/۰۵) و اگر مقادیر بیش از ۲/۵۸ باشند (در سطح ۰/۰۱) معنی دار هستند. مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در PLS، بعد از سنجش بارهای عاملی سؤالات، نوبت به محاسبه و گزارش ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و روایی همگرا می‌رسد، که نتایج آن در جدول (۲) آمده است.

جدول ۲. نتایج معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پنهان تحقیق

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب (CR)	AVE
فرهنگ انسان‌گرا	۰/۸۸	۰/۹۱	۰/۶۹
فرهنگ موفقیت‌گرا	۰/۷۷	۰/۸۰	۰/۵۰
شادی	۰/۹۵	۰/۹۶	۰/۵۹
نوآوری	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۵۵

باتوجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰/۷ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیارها در مورد متغیرهای پنهان مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید نمود. معیار دوم از بررسی برآزش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگراست که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد. مقادیر قابل قبول برای این معیار که بیانگر اعتبار مناسب ابزارهای اندازه‌گیری است، مقدار ۰/۵ است. مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیارها در مورد متغیرهای پنهان مقدار مناسبی را اتخاذ نموده و در نتیجه مناسب بودن روایی همگرای پژوهش تأیید می‌شود.

بررسی روایی واگرا

فورنل و لارکر^۱ (۱۹۸۱) برای بررسی روایی واگرا، مقایسه جذر AVE هر سازه با مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها را پیشنهاد کرده‌اند. معیار فورنل-لاکر ادعا می‌کند که یک متغیر باید در مقایسه با معرف‌های سایر متغیرهای مکنون، پراکنندگی بیشتری را در بین معرف‌های

1. Fornel and Larcker

خودش داشته باشد. بنابراین از نظر آماری، AVE هر متغیر مکنون باید بیشتر از بالاترین توان دوم همبستگی آن متغیر با سایر متغیرهای مکنون باشد (فورنل و لاکر، ۱۹۸۱). برای کاهش محاسبات می توان از روش معادل یعنی مقایسه جذر AVE با همبستگی ها بهره برد. طبق جدول زیر، براساس نتایج به دست آمده از همبستگی ها و جذر AVE که روی قطر جدول (۳) قرار داده شده است، می توان روایی واگرایی سازه های انعکاسی مدل را از نظر معیار فورنل - لاکر نتیجه گرفت.

جدول ۳. ماتریس همبستگی و بررسی روایی واگرایی

متغیر	فرهنگ انسان گرا	فرهنگ موفقیت گرا	شادی	نوآوری
فرهنگ انسان گرا	۰/۸۳			
فرهنگ موفقیت گرا	۰/۵۹	۰/۷۱		
شادی	۰/۶۷	۰/۵۸	۰/۷۷	
نوآوری	۰/۵۹	۰/۴۹	۰/۶۱	۰/۷۴

کیفیت ابزار اندازه گیری

SSO^۱ مجموع مجذورات مشاهدات برای هر بلوک متغیر پنهان را، SSE^۲ مجموع مجذور خطاهای پیش بینی برای هر بلوک متغیر پنهان را و SSE/SSO نیز شاخص اعتبار اشتراک یا CV-COM را نشان می دهد. CV-Red شاخص بررسی اعتبار حضور یا افزونگی است که کیفیت مدل ساختاری را نشان می دهد اگر شاخص واری اعتبار مشترک متغیرهای پنهان و شاخص افزونگی مثبت باشد، مدل اندازه گیری، کیفیت مناسب دارد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵). همان طور که در جدول (۴) مشاهده می شود، مدل نیز بر اساس این معیار یعنی مثبت بودن مقادیر، مناسب است.

1. Sum Of Squares Of Observation For Block
2. Sum Of Squared Prediction Errors For Block

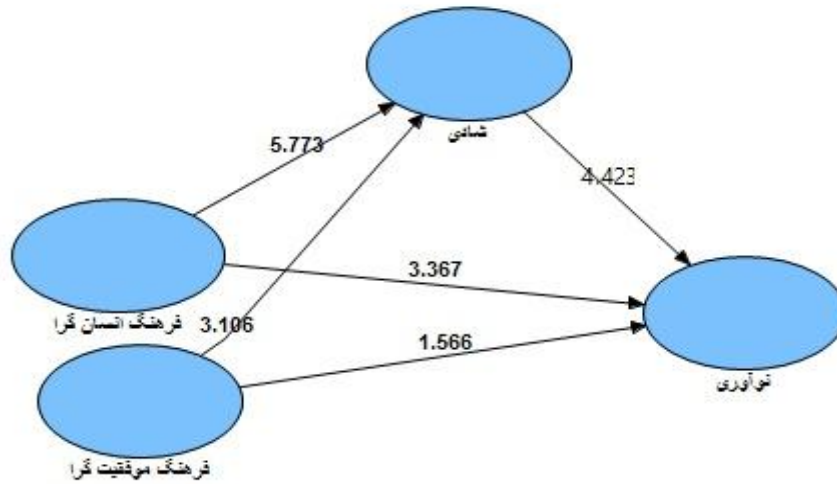
جدول ۴. شاخص‌های افزونگی و اعتبار مشترک

متغیر	SSO مقدار مطلوب: • < SSO	SSE مقدار مطلوب: • < SSE	1-SSE/SSO مقدار مطلوب: 1- • < SSE/SSO	CV Red مقدار مطلوب: • < CVRed
فرهنگ موفقیت‌گرا	۴۳۶/۰۰	۲۱۵/۴۹	۰/۵۰	۰/۰۸
فرهنگ انسان‌گرا	۵۴۵/۰۰	۱۶۷/۱۶	۰/۶۹	۰/۵۳
نوآوری	۱۴۱۷/۰۰	۶۲۰/۹۱	۰/۵۶	۰/۲۰
شادی	۲۷۲۵/۰۰	۱۳۷۹/۳۴	۰/۵۹	۰/۲۳

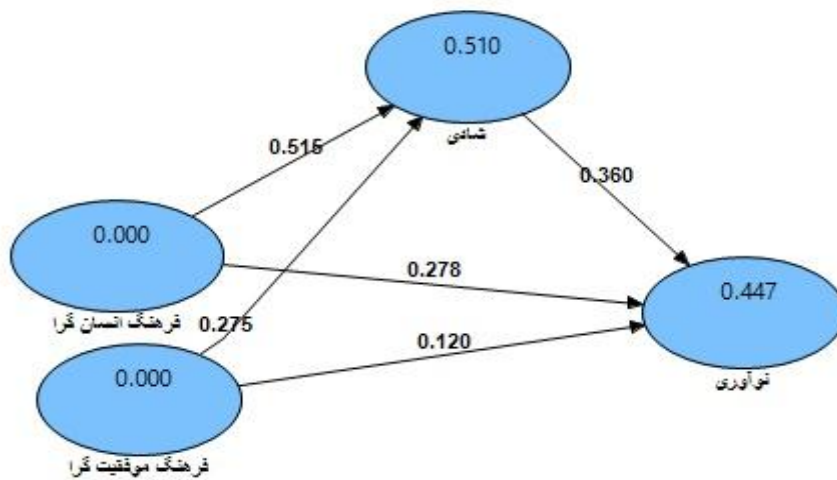
تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

در جامعه مورد مطالعه در این تحقیق ۶۶٫۴ درصد از پاسخگویان را آقایان و ۳۳٫۶ درصد را خانم‌ها تشکیل داده بودند. از نظر وضعیت تأهل ۷۰٫۶ متأهل و ۲۹٫۴ درصد مجرد می‌باشند. از نظر توزیع سنی، جامعه آماری تحقیق جامعه جوانی است؛ چرا که ۴۹/۴ درصد از جامعه آماری را افراد زیر ۳۰ سال تشکیل می‌دهند. در بررسی وضعیت تحصیلی، بالاترین درصد فراوانی به دارندگان لیسانس تعلق داشت که ۴۸ درصد کل جامعه را تشکیل می‌دهند. تحلیل میزان سابقه کار نیز نشان داد که ۳۷/۵ درصد از کارکنان سابقه کاری بین ۱۰ تا ۲۰ سال دارند. برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از مقادیر T (شکل ۲) و ضرایب مسیر (بتا) یعنی اعداد روی مسیر و معنی‌داری ضریب مسیر و مقادیر R² یا واریانس تبیین شده (شکل ۳) استفاده شده است.

اعداد روی خطوط مسیر و نیز خطوط مربوط به بارهای عاملی مقادیر t هستند. اگر مقادیر بیش از ۱/۹۶ باشند در سطح ۰/۰۵ و اگر مقادیر بیش از ۲/۵۸ باشند، در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار هستند. باتوجه به مقدار t-value در رابطه بین فرهنگ موفقیت‌گرا و نوآوری می‌توان نتیجه گرفت این رابطه معنی‌دار است.



شکل ۲. مدل معادلات ساختاری در حالت معنی داری ضرایب (t-value)



شکل ۳. مدل معادلات ساختاری در حالت تخمین ضرایب مسیر

خلاصه نتایج مربوط به آزمون فرضیه‌ها همراه با ضریب مسیر و مقدار آماره T در جدول (۵) ارائه شده است.

جدول ۵. فرضیه‌ها و نتایج

نتیجه آزمون	t-value	ضریب مسیر (بتا)	مسیر
تأیید	۵/۷۷۳	۰/۵۱۶	فرهنگ انسان‌گرا- شادی
تأیید	۳/۱۰۶	۰/۲۷۵	فرهنگ موفقیت‌گرا- شادی
تأیید	۴/۴۲۳	۰/۳۶۰	شادی- نوآوری
تأیید	۳/۳۶۷	۰/۲۷۸	فرهنگ انسان‌گرا- نوآوری
رد (مقدار T کمتر از ۱/۹۶ است)	۱/۵۶۶	۰/۱۲۰	فرهنگ موفقیت‌گرا- نوآوری
تأیید	۱۰/۱۹۶	۰/۱۸۵	فرهنگ انسان‌گرا- شادی- نوآوری
تأیید	۷/۵۲۹	۰/۰۹۹	فرهنگ موفقیت‌گرا- شادی- نوآوری

برازش کلی مدل

شاخص GOF در مدل PLS راه‌حلی برای بررسی برازش کلی مدل بوده و بین صفر تا یک قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. این شاخص توانایی پیش‌بینی کلی مدل را مورد بررسی قرار می‌دهد و اینکه آیا مدل آزمون‌شده در پیش‌بینی متغیرهای مکنون درون‌زا موفق بوده است یا نه. برای بررسی برازش کلی از معیار GOF استفاده می‌شود که $GOF = 0.1$ میزان کم، $GOF = 0.25$ مقدار متوسط و مقدار بزرگ $GOF = 0.36$ برای سنجش اعتبار مدل‌های PLS به کار می‌رود (وتزلس و همکاران^۱، ۲۰۰۹). نتایج برازش کلی مدل در جدول (۶) ارائه شده است. این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{\text{Avg}(\text{Communalities}) * \text{Avg}(R^2)}$$

1. Wetzels et al.

جدول ۶. شاخص‌های کلی برازش مدل

متغیر پنهان	Communalities	R ²
فرهنگ موفقیت گرا	۰/۵۰۴	-
فرهنگ انسان گرا	۰/۶۹۳	-
نوآوری	۰/۵۵۹	۰/۴۴۷
شادی	۰/۵۹۵	۰/۵۱۰
میانگین	۰/۵۸۸	۰/۴۷۸
GOF	۰/۵۳۰	

باتوجه به مقدار به دست آمده برای GOF به میزان ۰/۵۳۰ برازش بسیار مناسب مدل کلی تأیید می شود.

علاوه بر این باتوجه به جدول بالا ضرایب R² معیاری برای بررسی برازش مدل ساختاری محسوب می شوند. ضرایب R² مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است. معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۳۳/۱۹، ۰/۰ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R² در نظر گرفته می شود (وتزلس و همکاران، ۲۰۰۹).

نتیجه گیری و پیشنهادها

فرضیه اصلی تحقیق بیان می دارد که فرهنگ انسان گرا و موفقیت از طریق شادی کارکنان بر نوآوری تأثیر مثبت و معنی دار دارد که فرضیه محقق در این خصوص به شکل معنی داری تأیید می شود. چنین (۲۰۱۰) بیان می کند که جهت معنی دار بودن یک رابطه، قدر مطلق ضریب معنی داری (t-value) باید بالاتر از ۱,۶۵ باشد. برای محاسبه ضریب معنی داری کل مسیر فرهنگ انسان گرا- شادی- نوآوری، حاصل جمع (t-value) دو مسیر ۵/۷۷۳+۴/۴۲۳، برابر ۱۰/۱۹۶ است. از آنجا که ضریب معنی داری این رابطه بیش از ۱/۶۵ است، می توان نتیجه گیری کرد که این رابطه معنی دار است. از سوی دیگر، ضریب مسیر محاسبه شده برابر با ۰/۱۸۵ (که از محاسبه حاصل ضرب ۰/۵۱۶*۰/۳۶۰ به دست می آید) و مثبت است. به همین ترتیب، ضریب معنی داری کل مسیر

فرهنگ موفقیت‌گرا- شادی- نوآوری برابر ۷/۵۲۹ و ضریب مسیر برابر ۰/۰۹۹ است. از این رو در سطح اطمینان ۰/۹۹ می‌توان گفت که فرهنگ‌های موفقیت‌گرا و انسان‌گرا از طریق شادی کارکنان بر نوآوری تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند و فرضیه محقق در این خصوص به شکل معنی‌داری تأیید می‌شود. مطالعه ادبیات نشان می‌دهد در جایی که کارکنان برای مشارکت در تصمیم‌گیری در سطوح مختلف سازمان آزادی و اختیار دارند، در ارتباط مستقیم با سطح خلاقیت و نوآوری در آن سازمان است (آراد و دیگران^۱، ۲۰۰۷). ریسک‌پذیری و کنجکاوی، رفتارهایی هستند که ارتباط تنگاتنگی با خلاقیت و نوآوری دارند. فرهنگی که در آن کنترل‌های بیش‌ازحد مدیریت برقرار است، به‌نوعی مانع ریسک‌پذیری افراد خواهد شد (جاج و دیگران، ۲۰۰۷). برخی مؤلفان وجود تیم‌های مشارکتی را در داشتن تأثیر بر درجه‌ای که خلاقیت و نوآوری در سازمان رخ دهد، شناسایی کرده‌اند. در واقع تیم‌های کاری که گوناگونی نظرات و استعداد افراد را در جهت تکمیل یکدیگر می‌پذیرند، باعث ارتقای خلاقیت و نوآوری می‌شوند. تیم‌های چندوظیفه‌ای نیز که تعامل فنی و اجتماعی بین توسعه‌دهندگان و مجریان را تشویق می‌کنند، می‌توانند خلاقیت و نوآوری را بهبود بخشیده و ارتقا دهند. ویژگی مهم دیگر آن است که اعضای تیم باید در اعتمادداشتن و احترام به یکدیگر توانا باشند، دیدگاه‌های یکدیگر را بفهمند، تفاوت‌های اعتقادی را حل کنند، ارتباطات مؤثر را گسترش دهند و برای بیان عقاید، ایده‌ها و پرسش‌ها آزاد باشند. فرهنگ انسان‌گرا که مبتنی بر روابط بسیار دوستانه اعضا، تعاون، حمایت‌های اجتماعی و تأکید بر توانمندسازی و خودشکوفایی کارکنان است، موجب روحیه بالای اعضای گروه و اعتماد بسیار آنان نسبت به هم شده و باعث ارتقای تعهد عاطفی، تعلق خاطر کاری و رضایت شغلی کارکنان خواهد شد. نتیجه این فرضیه با تحقیق نامامیان و فیض‌اللهی (۱۳۹۴)، جولیا و همکاران (۲۰۱۱)، کلانیت (۲۰۱۴) همسو است.

فرضیه فرعی اول بیان می‌دارد که فرهنگ انسان‌گرا بر شادی کارکنان تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد که مورد قبول واقع شد. از آنجا که ضریب معنی‌داری این رابطه برابر ۵/۷۷۳ است، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که این رابطه، معنی‌دار است. از سوی دیگر، ضریب مسیر (β) محاسبه‌شده برابر با

1. Arad et al.

۰/۵۱۶ و مثبت است، از این رو در سطح اطمینان ۰,۹۹ می توان گفت فرهنگ انسان گرا بر شادی کارکنان تأثیر مثبت و معنی دار دارد؛ یعنی با افزایش فرهنگ انسان گرا به اندازه یک واحد، شادی کارکنان به اندازه ۰/۵۱۶ افزایش خواهد یافت و فرضیه محقق در خصوص ارتباط و تأثیر این دو متغیر به شکل معنی داری تأیید می شود. فرهنگ انسان گرا 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. فرهنگ انسان گرا بر ایجاد حس انسجام در کارکنان، شیوه رفتار و ارتباط برقرار کردن اعضا با یکدیگر را تقویت می کند و موجب افزایش حس تعهد و رضایت افراد در سازمان می شود. سازمان هایی که فرهنگ انسان گرا را به کار می گیرند، علاقه دارند تا افراد مشارکت بیشتری با یکدیگر داشته باشند و با درگیر کردن افراد در امور سازمان، افراد خود را به عنوان عضوی از سازمان هویت می بخشند. علاوه بر این 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 موجب افزایش شادی کارکنان می شود. نتیجه این فرضیه با تحقیق یافانگ (۲۰۱۱) و اریک و آلیسون (۲۰۱۰)، باردلی و دبرا (۲۰۰۹) همسو است که آنها به این نتیجه رسیدند که ارتباط خطی در سطح قوی بین دو متغیر فرهنگ انسان گرا و شادی کارکنان وجود دارد.

فرضیه فرعی دوم این تحقیق نشان می دهد که فرهنگ موفقیت گرا بر شادی کارکنان تأثیر مثبت و معنی داری دارد که مورد قبول واقع شد. از آنجا که ضریب معنی داری این رابطه برابر ۳/۱۰۶ است، پس می توان نتیجه گیری نمود که این رابطه معنی دار است. از سوی دیگر، ضریب مسیر (β) محاسبه شده برابر با ۰/۲۷۵ و مثبت است، از این رو در سطح اطمینان ۰,۹۹ می توان گفت فرهنگ موفقیت گرا بر شادی کارکنان تأثیر مثبت و معنی دار دارد. وجود هنجارهای فرهنگی مشوق کارایی و موفقیت در سازمان و به دنبال آن پاداش مبتنی بر عملکرد، باعث ایجاد احساس عدالت در کار می شود؛ یعنی هرگونه بهبود در عدالت و ابعاد آن می تواند همراه با بهبود در حس نشاط در کارکنان باشد. رهبران حمایتگر در سطوح مختلف یک شرکت اثرات مستقل و قابل توجهی در انگیزه کارکنان خود و تمایل آنها برای باقی ماندن در شرکت دارند. رویکرد

حمایت‌گراانه مدیریت سطح بالا، اثر بیشتری در روحیه کارمندان داشته و در صورتی که فرهنگ غالب سازمان حمایت‌گراانه و مشوق اثربخشی جمعی و فردی باشد، کارکنان احساس می‌کنند که می‌توانند از پس مشکلات برآیند که در چنین فرهنگی افراد باور دارند که مدیران و کارکنان در سازمان دارای ارزش‌های مشترک و یک نوع وجدان قوی هستند و نسبت به رفاه همکاران و همبستگی آنان توجه دارد؛ بنابراین حمایت مدیریت می‌تواند همراه با بهبود نشاط کارکنان باشد. سازمان‌ها با درگیر کردن افراد در امور سازمان، افراد خود را به‌عنوان عضوی از سازمان هویت می‌بخشند. علاوه بر این مشارکت کارکنان در امور موجبات افزایش رضایت شغلی، رشد فردی و بهبود عملکرد سازمانی می‌شود. نتیجه این فرضیه با تحقیق اسدی و ذاکری (۱۳۹۲) و آزاد و ارشدی (۱۳۸۸)، کولین (۲۰۰۴) همسو است که آنها به این نتیجه رسیدند که ارتباط خطی در سطح قوی بین این دو متغیر وجود دارد.

فرضیه فرعی سوم این تحقیق نشان می‌دهد شادی کارکنان بر نوآوری تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد که پذیرفته شد. از آنجا که ضریب معنی‌داری این رابطه برابر ۴/۴۲۳ است، پس می‌توان نتیجه‌گیری نمود که این رابطه معنی‌دار است. از سوی دیگر، ضریب مسیر (β) محاسبه شده برابر با ۰/۳۶۰ و مثبت است، از این رو در سطح اطمینان ۰,۹۹ می‌توان گفت شادی کارکنان بر نوآوری تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. کارکنانی که در محیط کاری خود احساس شادی و نشاط بیشتری دارند، خود را در کارها بیشتر درگیر کرده و با جان دل برای سازمانشان کار می‌کنند و در نتیجه نسبت به سازمان خود بیشتر احساس تعهد نمایند. همچنین شاد بودن در محیط کاری و درگیر شدن در رخدادهای شاد می‌تواند 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 می‌شود ذهن در هنگام تصمیم‌گیری، بازتر و پذیراتر عمل نماید؛ یعنی توجه فرد به مسائل بیشتری جلب می‌شود و گزینه‌های بیشتری را در نظر می‌گیرد. اثر کوتاه‌مدت احساس‌های مثبت این است که تفکر را خلاق، یکپارچه، انعطاف‌پذیر و نسبت به اطلاعات جدید پذیراتر می‌کند. احساس‌های مثبت علاوه بر آثار کوتاه‌مدت خود، آثار بلندمدتی نیز در زندگی شخصی و کاری فرد دارد. این احساس‌ها با گسترده‌تر کردن حوزه تمایلات و بازتر کردن فکر، به ایجاد مهارت‌ها، توانایی‌ها و ایده‌های جدیدی منجر می‌شوند که به نوبه خود، سیری صعودی به سوی رشد فردی و شکوفایی و سازش بهتر با محیط را سبب گردید؛ بنابراین احساس مثبت با افزایش انگیزش و توانایی به‌عنوان

سازوکارهایی از عملکرد، بازده شغلی را بهبود می‌بخشد (حجازی و فرشی، ۱۳۹۴). نتیجه این فرضیه با تحقیق صانعی و مقیمی (۱۳۹۳) همسو است که معتقدند شادکامی رابطه مثبت و معنی‌داری با نوآوری داشته و ضریب همبستگی بالای این رابطه لزوم به کارگیری راهبردهای عملیاتی را در این راستا توسط مدیریت خاطر نشان می‌کند.

فرضیه فرعی چهارم این تحقیق بیان داشت که فرهنگ موفقیت‌گرا بر نوآوری تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد که مورد قبول واقع نشد؛ از آنجا که ضریب معنی‌داری این رابطه برابر ۱/۵۶۶ است و پایین‌تر از ۱/۹۶ است، پس می‌توان نتیجه‌گیری نمود که این رابطه معنی‌دار نیست و فرضیه محقق در این خصوص تأیید نمی‌گردد. اصولاً سازمان‌های دولتی که در آنها تأکید زیادی بر فرایندمحوری و رعایت دقیق قوانین و مقررات می‌شود، فرهنگ موفقیت‌گرا که تأکید زیادی بر نتیجه‌گرایی دارد، نمی‌تواند پیشران و موتور محرکه نوآوری به حساب آید. در واقع موفقیت سازمان دولتی چیزی جز رعایت دقیق مقررات نبوده و نوآوری در چارچوب قوانین خشک حاکم بر فضای اداری مفهومی ندارد.

فرضیه فرعی پنجم این تحقیق نشان می‌دهد که فرهنگ انسان‌گرا بر نوآوری تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد که مورد پذیرش قرار گرفت. از آنجا که ضریب معنی‌داری این رابطه برابر ۳/۳۶۷ است، پس می‌توان نتیجه‌گیری نمود که این رابطه معنی‌دار است. از سوی دیگر، ضریب مسیر (β) محاسبه شده برابر با ۰/۲۷۸ و مثبت است، از این رو در سطح اطمینان ۰,۹۹ می‌توان گفت که شادی کارکنان بر نوآوری تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. فرهنگ سازمانی مساعد و باز موجب خلق ایده‌ها و ارزش‌های جدید و بدیع می‌شود. 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 می‌نمایند. رفتاری که تشویق می‌شود ارزش‌های یک سازمان را منعکس می‌کند. اگر رفتار خلاق تشویق شود، همان رفتار، هنجار رفتاری می‌شود، در واقع سازمان‌هایی 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 می‌شوند. نتیجه این فرضیه با تحقیق آراد و دیگران (۲۰۰۷) همسو است. مدیریت باید به روش ارائه تشویق، جوایز و شناسایی حساس باشد. فرهنگی که دنبال ارتقای خلاقیت و نوآوری است، باید برای کارمندان زمانی را

برای تفکر خلاقانه و آزمون ایده‌ها فراهم آورد. با توجه به رابط فرهنگ سازمانی با نوآوری سازمان در سازمان جهاد کشاورزی همدان، پیشنهادهای زیر ارائه شده است:

- 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 ارزش‌های بنیادین هماهنگ با فرهنگ سازمان در راستای بهبود خلاقیت، رشد یادگیری و نوآوری در سازمان توسط مدیران؛
 - تدوین اهداف، مقاصد و چشم‌انداز متناسب، شفاف، منعطف، قابل دستیابی و قابل سنجش؛
- باتوجه به ارتباط مستقیم شادی در کار و نوآوری، برای اینکه کارکنان بتوانند توانایی خود را به بهترین نحو بروز دهند، پیشنهادات زیر ارائه شده است:
- کاهش بوروکراسی و افزایش میزان آزادی کارکنان در انجام کارهایشان؛
 - تشویق کارکنان به شرکت در فرایندهای تصمیم‌سازی و ایجاد فضایی که اعضای سازمان اهمیت حضور فعال و پر نشاط خود را در سازمان درک نمایند؛
 - فراهم نمودن برنامه‌های تفریحی و برپایی اردوهای شادی‌آفرین کاری و توجه به خانواده کارکنان و اجرای برنامه‌های رفاهی؛
 - استفاده از مدیریت مشارکتی به عنوان یک شیوه انگیزشی در سازمان؛
 - آموزش چگونه شادبودن در محیط کاری به کارکنان به منظور درک بهتر هدف و رسالت شرکت و به دنبال آن درک بهتر دیدگاه‌های مدیریتی.
- به محققین بعدی، پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آتی، موضوعاتی مانند: بررسی تأثیر سبک‌های رهبری بر نوآوری در سازمان، تأثیر فرهنگ سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی و عملکرد نوآوری، بررسی رابطه بین مراحل چرخه حیات سازمان با جهت‌گیری‌های فرهنگ سازمانی، بررسی تأثیر شادی در سازمان بر بهره‌وری نیروی انسانی و جهت‌گیری‌های دیگر فرهنگ سازمانی بر نوآوری و عملکرد را مورد مطالعه قرار دهند.

منابع

- بوریل، گیسون و مورگان، گارت (۱۳۹۰)، نظریه‌های کلان جامعه‌شناختی و تجزیه و تحلیل سازمان، ترجمه محمدتقی نوروزی. چاپ سوم. تهران: انتشارات سمت.
- ارشدی، ایمان و آزاد، ناصر (۱۳۸۸)، بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر درک حمایت از نوآوری (مورد کاوی شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران)، بررسی‌های بازرگانی، شماره ۳۶: ۲۶-۳۸.
- انصاری، ابراهیم؛ غضنفری، احمد؛ فرهنگیان، مینا و مکوندی، آذینا (۱۳۹۲)، بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شادی در محیط کار شرکت ملی حفاری ایران، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، سال هفتم، شماره ۲۰.
- تقی‌پور، آذین (۱۳۸۸)، بررسی رابطه علی بین فرهنگ سازمانی، انگیزش شغلی، مشغولیت کاری و رفتارهای نوآورانه با میانجی‌گری توانمندسازی روان‌شناختی در کارکنان شرکت ملی حفاری ایران، دانشگاه شهید چمران، رشته مدیریت، مقطع کارشناسی ارشد.
- جمالی، لیلیا (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و تعهد کارکنان، دانشگاه گیلان، رشته مدیریت، مقطع کارشناسی ارشد.
- جهانگیر، مصطفی؛ خوراکیان، علیرضا و لگزیان، محمد (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر تعلق خاطر کاری بر رفتار نوآورانه با نقش میانجی به اشتراک‌گذاری خطاها، نشریه مدیریت نوآوری، سال پنجم، شماره ۱: ۵۲-۲۹.
- حجازی، مسعود و تقی‌پور فرشی، فریبا (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر شادی در کاربرد بهره‌وری نیروی انسانی، نشریه مدیریت بهره‌وری، سال نهم، شماره ۳۳: ۷۷-۹۲.
- حسین‌پور، داوود؛ محجوب، علی و اصغری اقدم، بهرام (۱۳۹۴)، فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و خلاقیت دبیران، فصلنامه رسالت مدیریت دولتی، سال چهارم، شماره یازدهم و دوازدهم (پاییز و زمستان): ۵۷-۷۰.
- داوری، علی و رضازاده، آرشد (۱۳۹۵)، مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS، ناشر: جهاد دانشگاهی.
- ذاکری، محمد و اسدی، اسماعیل (۱۳۹۲)، بررسی تأثیر متغیرهای فرهنگ سازمانی بر نوآوری در سازمان با منطق فازی، فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت نظامی، سال سیزدهم، شماره ۵۱: ۱۰۷-۱۳۶.

رضایی دولت‌آبادی، حسین؛ میرچولی، علی و امان بنی، مجتبی (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر شادی کارکنان بر کارایی شوکت، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و تولید ملی.
سلطانی، مرتضی؛ نجات، سهیل و جعفری، خشایار (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر تعهد عاطفی کارکنان: نقش میانجی فرهنگ سازمانی. فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال ۴، شماره ۱۵: ۱۴۵-۱۷۱.

سیدجوادین، سیدرضا؛ حسقلی‌پور، طهمورث و آسترکی، سازمان (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر شادی بر سلامت اداری با اثر میانجی کیفیت زندگی کاری کارکنان، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال ۲، شماره ۱: ۲۴-۱۸.

شائمی برزکی، علی؛ بهرامی، سوسن؛ خاتم‌پور آذرخوارانی، فاطمه و رادمهر، رضا (۱۳۹۲)، رابطه فرهنگ سازمانی با رضایت شغلی کارکنان دانشکده‌های علوم پزشکی اصفهان، مدیریت اطلاعات سلامت (ویژه‌نامه چالش‌های سیاسی اقتصادی در مدیریت سلامت)، ۱۰(۷): ۹۹۷-۱۰۰۶.
شیرازی، علی؛ خراسانی طرقي، حامد و لکزبان، محمد (۱۳۹۴)، بررسی وضعیت فرهنگی اداره کل ورزش و جوانان خراسان شمالی و تعیین رابطه آن با هویت سازمانی کارکنان، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، دوره سوم، شماره ۴: ۹-۲۴.

طبرسا، غلامرضا؛ محبوب، سیامک؛ گیوی اسمعیلی، محمدرضا و گیوی اسمعیلی، حمیدرضا (۱۳۸۸)، بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری، نشریه تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی: ۱-۲۲.

قاسمی، وحید (۱۳۸۹)، مدل‌سازی معادله ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی با کاربرد Amos Graphics. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ اول.

قلی‌پور، آرین؛ غریبی یامچی، حمیده و مرادی، ابراهیم (۱۳۹۴)، تأثیر نهادینه‌سازی اخلاق بر شادی و نشاط کارکنان، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال ۴، شماره ۱۵: ۹۷-۱۲۰.

گنجی، محمدرضا و نادری فر، علیرضا (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر تعهد سازمانی بر بهبود نوآوری سازمانی مطالعه‌ای در سازمان تأمین اجتماعی زاهدان، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و فناوری اطلاعات و ارتباطات.

گودرزی، رضا؛ سیدین، حسام و حریری‌زاده، معصومه (۱۳۹۴)، فرهنگ سازمانی و تأثیر آن بر رضایت شغلی کارکنان، فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات، دوره ۲۶، شماره ۴: ۴۵-۵۴.
محمدیان، مسلم و صالحی، محمدحسین (۱۳۹۵)، تأثیر فرهنگ سازمانی بر تعهد سازمانی دانشگاه آزاد ایلام، فصلنامه علمی-ترویجی فرهنگ ایلام، دوره شانزدهم شماره ۵۰ و ۵۱: ۱۶۱-۱۷۷.

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

نیکنام، مریم (۱۳۹۰)، بررسی رابطه نشاط آفرینی در محیط کار و عملکرد کارکنان در ادارات دولتی شهر شیراز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه اصفهان.

- Agarwal, U. A., Datta, S., Blake-Beard, S. & Bhargava, S. (2012). Linking LMX, innovative work behaviour and turnover intentions: The mediating role of work engagement. **Career Development International**, 17, 208-230.
- Arad, S., Hanson, M. A. & Schneider, R.J. (2007). A framework for the study of relationship between organizational characteristics and organizational innovation. **The Journal of Creative Behavior**, 31(1), 42-58.
- Bakker, A. B., Tims, M. & Derks, D. (2012). Proactive personality and job performance: the role of job crafting and work engagement. **Human Relation**, 65(10), 1359-1378.
- Boroujeni, N., Asadi, H. & Tabatabaie, M. S. (2012). Relation between happiness and organizational commitment of the employees of youth and sports department of chaharmahal & bakhtiari province. **International Journal of Sport Studies**, 2(9), 427-431.
- Bradley, L. & Kirkman, D. L. (2009). The Impact of Cultural Values on Job Satisfaction and Organizational Commitment in Self-Managing Work Teams: The Mediating Role of Employee Resistance. **Academy of Management Journal**, 44 (3), 557-569.
- Cameron, k. (2003). **Organizational Virtuousness and Performance**. Ink.
- Chaiprasit, K. & Santidhirakul, O. (2011). Happiness at Work of Employees in Small and Medium-sized Enterprises, Thailand. **Procedia-Social and Behavior Sciences**, 25, 189-200.
- Colin, S. (2004). The impact of organizational culture and person-organization fit on organizational commitment and job satisfaction in Taiwan. **Leadership & Organization Development Journal**, 25 (7), 592 – 599.
- Diener, E., Scollon, C. & Lucas, R. (2003). The evolving concept of subjective well-being: the multifaceted nature of happiness. **Advances in Cell Aging and Gerontology**, 15(3), 187-219.
- Eric, W. & MacIntosh, A. (2010). The influence of organizational culture on job satisfaction and intention to leave. **Sport Management Review**, 13(2), 106-117.
- Fisher, C. (2010). Happiness at Work. **International journal of Management Reviews**, 12(4), 384-412.
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**, 18(3), 39-50.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K. & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. **International Journal of Production Economics**, 133, 662-676.
- Hauser, M. (1998). Organizational Culture and Innovativeness of Firms: an Integrated View. **International Journal of Technology Management**, 16 (1), 239-255.
- 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.

- Johnson, M. M. (2006). Finding creativity in a technical organization. **Research Technology Management**, 3 (5), 9-11.
- Judge, W. Q., Fryxell, G. E. & Dooley, R. S. (2007). The new task of R&D management creating goal _directed communities for innovation. **California Management Review**, 39 (3), 72-85.
- Julia, C., Naranjo, V., Daniel, J. & Raquel Sanz, V. (2011). Innovation or imitation? The role of organizational culture. **Management Decision**, 49 (1).55 – 72.
- Kalanit, E. (2014). The direct and indirect impact of culture on innovation. **The International Journal of Technological Innovation, Entrepreneurship and Technology Management**, 34(1), 12–20.
- Karl, K. & Peluchette, J. (2005). How does workplace fun impact employee perceptions of customer service quality. **Journal of Leadership & Organizational Studies**, 13, 2-13.
- Kristina, J. & William, W. D. (2008). Organizational Culture and Innovation in Nonprofit Human Service Organizations. **Journal Administration in Social Work**, 29(2), 23-41.
- McDowell, T. (2005). **Fun at work: Scale development, confirmatory factor analysis, and links to organizational outcomes**. (Doctoral dissertation, Alliant International University, 2005). Dissertation Abstracts International, 65, 66-97.
- Peter, L. & Crawford, J. (2004). The effect of organizational culture and leadership style on job satisfaction and organizational commitment: A cross-national comparison. **Journal of Management Development**, 23 (4), 321 – 338.
- Read, W. H. (2006). Managing the knowledge _based organization: five principles every manager canuse. **Technology analysis and strategic management**, 8 (3), 223-232.
- 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.
- Rubera, G. & Kirca, A. (2012). Firm innovativeness and its performance outcomes: A meta-analytic review and theoretical integration. **Journal of marketing**, 3(76), 147-130.
- Syrett, M. & Lammiman, J. (2007). The art of conjuring ideas. **Director**, 50(9), 48-54.
- Wetzels, M. G., Odekerken-Schroder, C. & Van, O. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: guidelines and empirical illustration. **Management Information Systems Quarterly**, 33(1), 177-195.
- Xenikou, A. & Simosi, M. (2006). Organizational culture and Transformational leadership as predictors of business unit performance. **Journal of Managerial Psychology**, 21 (6), 566-579.
- Yafang, T. (2011). Relationship between Organizational Culture, Leadership Behavior and Job Satisfaction. **BMC Health Services Research journal**, DOI: 10.1186/ 1472-6963,11-98.