

فصلنامه پژوهش‌های نوین روانشناختی

سال دهم شماره ۳۸ تابستان ۱۳۹۴

رابطه بین اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی در مدارس در میان دبیران

جهانگیر پرناک^۱

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی در مدارس در میان دبیران انجام شد. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دبیران شاغل در مدارس متوسطه دولتی شهر گیلان غرب در سال تحصیلی ۹۲-۱۳۹۱ که تعداد آنها ۱۶۵ نفر (۹۳ دبیر مرد و ۷۲ دبیر زن) بوده است که از میان این تعداد نمونه‌ای به حجم ۱۱۶ آزمودنی (۶۵ دبیر مرد و ۵۱ دبیر زن) به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب گردید. به منظور گردآوری داده‌ها از دو پرسشنامه استاندارد اعتماد سازمانی الونن و نوآوری سازمانی ونگ و آمد استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد. نتایج حاکی از همبستگی مثبت و بالا بین تمام ابعاد اعتماد سازمانی و ابعاد نوآوری سازمانی (به استثنای نوآوری رفتاری) بود، براین اساس می‌توان عنوان نمود که از طریق اعتماد نهادی می‌توان نوآوری سازمانی دبیران را پیش‌بینی کرد.

واژگان کلیدی: اعتماد سازمانی؛ اعتماد نهادی؛ اعتماد عمودی، اعتماد جانبی؛ نوآوری سازمانی

مقدمه

از نهادهایی که امروزه بیش از سایر نهادها در زمینه سرمایه اجتماعی نقش دارند، نهاد آموزش و پرورش است. زیرا آموزش و پرورش زیربنای اصلی و عمده شخصیت و دیدگاه‌های مردمی و رشد ابعاد وجود آدمی است، از طرفی جهان امروز با شتاب فوق‌العاده در حال تحول و دگرگونی است و دامنه معرفت و دانش و فن‌آوری به سرعت در حال فزونی است و اعتماد و نوآفرینی جزو ضروریات هستی نظام‌های مختلف فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی است. این عقیده که اعتماد^۱ در محیط‌های کاری به‌عنوان عامل اصلی بالقوه‌ای است که به بهبود عملکرد سازمانی منجر می‌شود و می‌تواند یکی از منابع مزیت رقابتی در بلندمدت باشد، به سرعت با اقبال مواجه گشته است. اعتماد برای جامعه‌پذیری موفق، همکاری، کار گروهی مؤثر و کمک‌های بلندمدت برای حداقل کردن خطرات و کاهش هزینه‌های عملیاتی مهم است. به علاوه، اعتماد، زمینه انضباط اجتماعی را فراهم می‌کند و در بهبود کیفیت زندگی کاری مؤثر است (لامسا و پاکتیت^۲، ۲۰۰۹). برعکس، هزینه‌های اعتماد پایین به علت عدم تمایل کارکنان به همکاری و مشارکت، ریسک کردن به‌خاطر رفتارهای نامناسب، کیفیت پایین کار و نیاز به کنترل، می‌تواند بسیار سنگین باشد. از این رو اعتماد پائین موجب ازدست رفتن رقابت در عرصه‌های جهانی می‌شود (لامسا و پاکتیت، ۲۰۰۹). شامپیتر^۳ (۲۰۰۴) معتقد است که نظام آموزش و پرورش در یک زمینه‌ای از محیط آموزشی کنش و واکنش نشان می‌دهد که در این زمینه، مزیت رقابتی دائماً در یک فرایند پیوسته در حال ایجاد شدن و از بین رفتن است. امروزه نوآوری^۴ و نوجویی به یک مسأله حیاتی برای حفظ مزیت رقابتی، بخصوص در سازمان‌های بالغ و بزرگ تبدیل شده است. سازمان‌هایی که قادر نیستند به‌طور مستمر نوآور باشند، راهی جز نابودی و زوال نخواهند داشت. بدین ترتیب اهمیت نوآوری و نوجویی برای حفظ مزیت رقابتی، واقعیتی بدیهی به‌نظر می‌رسد (الونن و همکاران^۵، ۲۰۰۸). بسیاری از مقالات در زمینه خلاقیت و نوآوری با این عبارت کلی و عمومی آغاز

1- Trust
3- Schumpeter
5- Ellonen et al

2- Lamsa and Pucetaite
4- Innovativenss

می‌شوند که نظام‌های آموزشی باید نوآور باشند و گرنه از بین خواهند رفت. هر نظام آموزشی که در به‌کارگیری ایده‌های جدید ناکارا باشد، منابع خود را تلف می‌کند و سرانجام شکست خواهد خورد. در عوض نظام آموزشی که فرایند خلاقیت و نوآوری مؤثری را ایجاد کند به احتمال زیاد به مزایای اجتماعی که از طریق کار تیمی و انگیزه کارکنان حاصل می‌شود، دست خواهد یافت (مک دام و مک کلاند^۱، ۲۰۰۹). نظام‌های آموزشی که فقط در آموزش ملی و محلی‌اند و هنوز تجربه رقابت در سطح بین‌المللی را ندارند، می‌توانند با شیوه‌های سنتی موفقیت کسب کنند. اما آموزش و پرورش جهانی اثرات بسیار زیادی بر جهان داشته است. رقابت آن قدر شدید شده که نظام‌های آموزشی برای بقای خود چاره‌ای جز همسویی با الگوهای جدید مدیریتی از جمله فرهنگ اعتمادمدار ندارند (گیسون^۲، ۱۳۸۶).

در این مطالعه تلاش شده است تا به بررسی رابطه ابعاد مختلف اعتماد سازمانی^۳ با ابعاد مختلف نوآوری سازمانی پرداخته شود. زیرا اعتماد کلید اصلی برای توسعه روابط بین فردی به‌شمار می‌رود. سطح پایین اعتماد باعث می‌شود که کارکنان جریان اطلاعات را در سازمان منحرف کنند و بدگمانی در بین کارکنان رواج یابد و ارتباطات باز و صادقانه در سازمان از بین برود. از طرفی نوآوری سازمانی نیز زمینه ساز تغییر و تحول در سازمان است. اعتماد به معنی اعتقاداتی است که افراد در مورد رفتار آینده گروه مقابل دارند (لی^۴، ۲۰۰۴). تعریف دیگر توسط شاو^۵ (۱۹۹۷) ارائه شده است که می‌گوید: اعتماد عبارت از این باور است که ما به آن‌هایی که متکی هستیم، انتظارات ما را برآورده خواهند ساخت.

براساس تعریف اعتماد که عبارت است از: «انتظارات یا باورهایی که افراد دوست دارند به دیگران به طریقی قابل پیش‌بینی و نه صرفاً در راستای منفعت شخصی خود نشان دهند». یکی از مسائل و مشکلات سازمان‌های امروزی، کمبود اعتماد بین کارکنان و مدیران است. در سازمان‌های ما به‌خصوص، سازمان‌های دولتی، شکاف قابل توجهی

1- McAdam. and McClelland
3- Organizational trust
5- Shaw

2- Gibson
4- Lee

بین کارکنان و مدیریت و خواسته‌های این دو وجود دارد (خنیفر و همکاران، ۱۳۸۸). اعتماد سازمان، اعتمادی است که به‌موجب آن خط‌مشی‌های سازمان آن‌گونه که بیان شده است به‌طور منصفانه^۱ اداره و انجام خواهد شد (گالفور و دراپیو، ۲۰۰۷). نقش حیاتی اعتماد سازمانی در بهبود کارایی و اثربخشی سازمانی در سازمان‌هایی که دارای شبکه گسترده بوروکراسی هستند و در آن‌ها همکاری بین فردی و بین سازمانی اهمیت فزاینده‌ای دارد، مورد توجه جدی قرار گرفته است. اعتماد، کارایی و اثربخشی ارتباطات را افزایش می‌دهد، همان‌گونه که همکاری و تشریک مساعی سازمانی را بهبود می‌بخشد. اعتماد همچنین به عنوان عامل اساسی در اثربخشی رهبری، رضایت کارکنان، تعهد و عملکرد معرفی شده است (الونن و دیگران، ۲۰۰۸). در این پژوهش منظور از اعتماد، اعتماد درون سازمانی است، یعنی انتظارات مثبتی که افراد نسبت به صلاحیت^۳، خیرخواهی^۴ و اعتبار^۵ اعضا سازمان دارند، که به سه بعد اعتماد جانبی^۶، اعتماد عمودی^۷ و اعتماد نهادی^۸ طبقه‌بندی شده است. اعتماد جانبی: به اعتماد بین کارکنان در یک سازمان اطلاق می‌گردد. اعتماد عمودی: اعتمادی که بین کارکنان و رهبران وجود دارد. اعتماد نهادی: نوع غیرشخصی اعتماد است و به‌عنوان اعتماد اعضا سازمان نسبت به استراتژی و چشم‌انداز سازمان، قابلیت آموزشی و تکنولوژیکی، فرایندها و ساختارهای منصفانه و سیاست‌های منابع انسانی معرفی می‌شود (الونن و دیگران، ۲۰۰۸).

با توجه به این‌که اعتماد به‌عنوان تمایل به پذیرش ریسک تعریف می‌شود، افزایش اعتماد، تمایل کارکنان به پذیرش ریسک را تشدید می‌کند و نهایتاً منجر به خلاقیت و نوآوری بیشتر خواهد شد. اعتقاد بر این است که نظارت و رفتارهای تدافعی کمتر از سوی مدیران و اشتیاق بیشتر کارکنان برای نوآوری، مکانیزم‌های اساسی هستند که از طریق آن اعتماد بر نوآوری تأثیر می‌گذارد. بنابراین در سازمان‌هایی که سودای نوآوری را در سر می‌پرورانند، نهادینه کردن اعتماد در سازمان، کوششی ارزنده خواهد بود (روپل و هارینگتون،

1- Justitly
3- Competence
5- Reliability
7- Vertical trust

2- Galford and Drapeau
4- Benevolence
6- Lateral trust
8- Institutional trust

(۲۰۰۸). مدت زمان طولانی است که توانایی یک سازمان در نوآوری، به عنوان یکی از عوامل اصلی بقا و موفقیت (ونگ و امد،^۱ ۲۰۰۴) و همچنین حفظ مزیت رقابتی شناخته شده است. از این رو، نوآوری مستمر برای حفظ مزیت رقابتی ضروری می‌باشد (ونگر و هانسن، ۲۰۰۹). در این پژوهش منظور از نوآوری، نوآوری سازمانی است، یعنی تبدیل یک ایده به یک خروجی، یا واقعیت بخشیدن به یک مفهوم است (رامو،^۲ ۲۰۱۰). و یا به عبارت دیگر، نوآوری سازمانی به قابلیت نوآوری کلی سازمان در عرضه آموزش‌های جدید به جامعه یا ایجاد خدمات جدید از طریق ترکیب جهت‌گیری استراتژیک با فرایند و رفتار نوآورانه اطلاق می‌گردد (ونگ و امد، ۲۰۰۴) و مؤلفه‌های نوآوری عبارتند: نوآوری در محصول^۳ (توسعه محصولات یا خدمات جدید برای پاسخگویی به نیازهای کاربران یا نیازهای جامعه) (ونگ و دیگران، ۲۰۰۷) و نوآوری در فرایند^۴ (توسعه یا بهبود اساسی فرایند تولید از طریق تجهیزات جدید یا مهندسی مجدد فرایندهای عملیاتی) (ونگ و دیگران، ۲۰۰۷) و نوآوری رفتاری^۵ در سه سطح فردی، تیمی و مدیریت نمایان می‌شود. نوآوری رفتاری یک سازمان را نمی‌توان به سادگی توسط رویدادهای نوآوری انفاقی سنجید بلکه بعد رفتاری باید منعکس‌کننده تغییر مستمر رفتاری یک سازمان نسبت به نوآوری باشد (ونگ و دیگران، ۲۰۰۷).

از سویی نوآوری استراتژیک^۶ به "مفهوم‌سازی مجدد آنچه که به کل کسب و کار مربوط می‌شود و به نوبه خود منجر به شیوه متفاوت ایفای نقش در کسب و کار موجود می‌شود" اطلاق می‌گردد (ونگ و امد، ۲۰۰۴). امروزه سازمان‌های فراآموزشی، سازمان‌هایی دانش‌مدار هستند که موفقیت و بقا آن‌ها به خلاقیت، نوآوری، تنوع و نوجویی وابسته است (تربلانس و مارتینز،^۷ ۲۰۱۰) نوآوری مستمر به آموزش و پرورش این امکان را می‌دهد که بهتر بتواند به نیازهای مراجعان پاسخ دهد، در رقابت پیشگام بوده و بتواند نقاط قوت سازمانی را با فرصت‌های موجود همسو سازد (ونگر و هانسن، ۲۰۰۹). ضمن این که نوآوری

1- Wang and Ahmed

3- product innovativeness

5- Behavioral innovativeness

7- Martins and Terblanche

2- Ramo

4- process innovativeness

6- Strategic innovativeness

می‌تواند تأثیر مثبتی بر عملکرد آموزشی، نظام‌های آموزشی داشته باشد (پنیدز^۱، ۲۰۱۰). از آن‌جا که آموزش و پرورش در ایران ملی و متعلق به بخش دولتی است و محدودیت‌های رقابتی کمتری دارد، چنین می‌نماید که ضرورت قرار گرفتن در این جو نوآورانه را حس نکرده باشد. در حالی که توجه به این امر ضروری است که سازمان‌های امروزی برای رقابت در عرصه بین‌المللی و حفظ مزیت رقابتی چاره‌ای جز حرکت به سمت نوآوری در رفتارها، فرایندها و استراتژی‌های خود نخواهند داشت. به نظر می‌رسد یکی از عوامل اساسی که می‌تواند به نوآوری سازمانی کمک کند وجود حس اعتماد مدیران سازمان نسبت به کارکنان و همچنین اعتماد بین اعضای سازمان است.

چاوشی (۱۳۸۶) پژوهشی با موضوع بررسی رابطه بین هوش عاطفی و اعتماد سازمانی در دانشگاه تهران انجام داده است. نتایج این پژوهش نشان داد بین هوش عاطفی و اعتماد سازمانی رابطه معنادار وجود دارد. هادیزاده و همکاران (۱۳۸۵) پژوهشی با موضوع بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری سازمان‌های خدمات درمانی، دانشگاه شهید بهشتی تهران انجام داده است. نتایج این پژوهش نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت میان تسهیم دانش و نوآوری است. علاوه بر آن، نتایج مشابه میان متغیرهای تسهیم دانش آشکار، تسهیم دانش پنهان، تسهیم دانش استراتژیک، تسهیم دانش کارشناسی با نوآوری در پژوهش وی و همکارانش مشاهده شده است. قلی‌پور و همکاران (۱۳۸۸) پژوهشی با موضوع بررسی رهبری خدمتگزار بر اعتماد سازمانی و توانمندسازی در سازمان‌های دولتی، دانشگاه تهران صورت گرفته است. نتایج این پژوهش بر وجود رابطه قوی میان رهبر خدمتگزار، اعتماد سازمانی و توانمندسازی دلالت دارد همچنین تفاوت معنادار میان ادراک کارکنان و مدیران از رهبری خدمتگزار وجود دارد. دهقان نجم (۱۳۸۸) پژوهشی با موضوع مدیریت دانش و نقش آن در نوآوری سازمانی، دانشگاه اصفهان داشته است. نتایج این پژوهش نشان داد بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی رابطه وجود دارد. فرهنگ و دیگران (۱۳۸۹)، پژوهشی با موضوع بررسی ساختار اعتماد سازمانی

1- Panayides

و رابطه مؤلفه‌های آن با یادگیری در دانشگاه‌های دولتی جنوب شرق کشور انجام شده است. یافته‌های این پژوهش بیانگر رابطه بین مؤلفه اعتماد افقی و مؤلفه‌های اعتماد عمودی و مؤسسه‌ای است. سلیمی و همکاران (۱۳۹۰) همچنین پژوهشی با موضوع نقش رهبری خدمتگزار در ارتقای اعتماد سازمانی دانشگاه گیلان انجام داده‌اند. نتایج تحلیل‌ها بیانگر تأیید فرضیه‌های این پژوهش است و نشان می‌دهد که بین ابعاد رهبری خدمت‌گزار و ایجاد اعتماد در ادارات امور مالیاتی استان گیلان رابطه معناداری وجود دارد. عباسی و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی با موضوع بررسی نقش صفات شخصیت، تعهد و اعتماد سازمانی در رفتار شهروندی سازمانی، پرستاران دانشگاه تهران انجام داده است. نتایج این پژوهش نشان داد که سه عامل مسئولیت‌پذیری، روان‌آزرده‌گرایی و تعهد سازمانی پرستاران بیشترین نقش را در تبیین تغییرات رفتار شهروندی دارند. مهداد و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی با موضوع رابطه مؤلفه‌های سلامت روان شناختی محیط کار با تعهد سازمانی و اعتماد سازمانی کارکنان شرکت پالایش گاز سرخون و قشم، دانشگاه خوراسگان اصفهان داشته است. بر اساس یافته‌های ارائه شده این پژوهش، بین همه مؤلفه‌های سلامت روان شناختی محیط کار با تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با اعتماد سازمانی رابطه معنادار وجود دارد. معین‌زاده میرحسینی و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی تحت عنوان، بررسی تجربی ارتباط انتشار نوآوری با اعتماد سازمانی و تأثیر آن‌ها بر پذیرش بانک‌داری سیار، دانشگاه پیام‌نور تهران انجام داده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد بین ابعاد اعتماد سازمانی و نوآوری رابطه وجود دارد. فاضل و همکاران (۱۳۹۰) پژوهشی با موضوع، نقش اعتماد در نوآوری سازمانی در یک سازمان ایرانی در بخش خدمات، دانشگاه سیستان و بلوچستان داشته است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که جنبه غیرشخصی اعتماد، یعنی اعتماد نهادی بیشترین تأثیر را در ایجاد نوآوری سازمانی در بخش خدمات دارد.

در بین پژوهش‌های خارجی نیز مطالعه در زمینه بررسی رابطه اعتماد سازمانی با نوآوری محدود بود. همان‌طور که الونن و همکاران (۲۰۰۸) بیان می‌کنند "تحقیقات تجربی که به بررسی نقش اعتماد در نوآوری پرداخته باشد بسیار نادر است (الونن و

همکاران، ۲۰۰۸). با این همه در ادامه به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌شود: مطالعه‌ای با عنوان بررسی رابطه ارتباطات جو اخلاقی محیط کار و اعتماد با تعهد و نوآوری^۱ توسط روپل و هارینگتون^۱ (۲۰۰۲) انجام گرفت که در این پژوهش اعتماد به‌عنوان متغیر میانجی بر تعهد و نوآوری مورد بررسی قرار گرفت. این پژوهش نشان می‌دهد که مدیران نه تنها به‌طور مستقیم از طریق تشویق خیرخواهی فردی بلکه به‌طور غیرمستقیم از طریق تشویق جو اخلاقی سازمان که ارتباطات کارکنان را ارتقاء می‌بخشد می‌توانند جوی از اعتماد را در سازمان ایجاد کنند. بنابراین مدیران می‌توانند جو اخلاقی محیط کار و ارتباطات کارکنان که منجر به اعتماد می‌شود را تحت تأثیر قرار دهند. رابطه جو اخلاقی محیط کار- اعتماد- تعهد و نوآوری که در این مطالعه کشف شد نشان می‌دهد که مدیریت اخلاقی^۲، مدیریت خوب^۳ است.

کلج و همکاران^۴ (۲۰۰۲) در تحقیقی به دنبال رابطه دو جنبه اعتماد (الف- اعتماد کارکنان به این که سازمان به نظرات آن‌ها توجه می‌کند. ب- اعتماد کارکنان به این که در منافع سازمان شریک خواهند بود) با فرایند نوآوری بودند. نتیجه تحقیق آن‌ها مثبت بود. مفهوم‌سازی آن‌ها بر اساس این انتظار کلی است که شنیده شدن و دریافت منافع امری منطقی است. اگر کارکنان به این انتظارات اعتماد نداشته باشند، آن‌ها نوآور نخواهند بود. مورفی^۵ (۲۰۰۲) به بررسی نقش سه سطح از اعتماد (اعتماد سطح خرد، سطح میانه و سطح کلان) بر فرایند نوآوری پرداخت. یافته‌های وی حاکی از وجود رابطه مثبت بین اعتماد سطح خرد و نوآوری بود. اعتماد سطح میانه هیچ رابطه معناداری با نوآوری نداشت. اما اعتماد سطح کلان تأثیر قابل توجهی بر نوآوری داشت. بائو و دیگران^۶ (۲۰۰۴)، به بررسی نقش تعهد و اعتماد ارتباطی^۶ بر روی اثربخشی نوآوری در مؤسسات خصوصی چین پرداختند. آن‌ها در این مطالعه تعهد را به دو بعد تعهد نسبت به رهبر و تعهد نسبت به تیم تقسیم‌بندی کردند.

1- Ruppel & Harrington
3- Good management
5- Bao et al

2- Moral management
4- Clegg et al
6- Interpersonal trust

مارتین (۲۰۰۹) به بررسی روابط ساختاری فرهنگ سازمانی با نوآوری در بین معلمان شهر توکیو پرداخت. نتایج پژوهش وی نشان داد که متغیر فرهنگ سازمانی دارای اثرات مثبت، مستقیم و معنادار بر متغیر نوآوری است. مطالعه‌ای که دقیقاً به بررسی ابعاد مختلف اعتماد بر نوآوری پرداخته باشد (آنچه مورد نظر پژوهش ماست) در مطالعه آلون و همکاران (۲۰۰۸) گزارش شد که تمام ابعاد اعتماد با ابعاد چهارگانه نوآوری سازمانی (به استثنای نوآوری رفتاری) همبستگی قابل ملاحظه‌ای دارند. این امر نشان‌دهنده این است که اعتماد و نوآوری به هم مرتبط هستند. همچنین نتیجه آزمون رگرسیون خطی چندگانه مبین این نتیجه بود که اعتماد جانبی با هیچکدام از ابعاد نوآوری رابطه‌ای ندارد. اعتماد عمودی با نوآوری رفتاری رابطه مستقیم اما با نوآوری فرایندی و نوآوری در محصول رابطه معکوس دارد و با نوآوری استراتژیک رابطه آن معنادار است، درحالی که اعتماد نهادی با تمام ابعاد نوآوری رابطه مستقیم دارد (الون و همکاران، ۲۰۰۸).

راین‌تیگ^۱ (۲۰۰۹)، مطالعه‌ای با عنوان تأثیر حمایت سازمانی ادراک نشده و قابلیت اعتماد بر صداقت انجام داده است. یافته‌های این پژوهش نشان داد قابلیت‌های اعتماد (توانایی، خیرخواهی) با صداقت ارتباط دارد، همچنین وحدت میان سرپرست و کارمند، تأثیر قابل توجهی در شکل‌گیری اعتماد بین آن‌ها دارد. گان اسمیت^۲ (۲۰۱۰) مطالعه‌ای دیگر با عنوان ایجاد اعتماد سازمانی در یک زمینه اجتماعی کم‌اعتماد انجام داد. هدف این پژوهش بررسی روابط متقابل بین اعتماد سازمانی و ابزارهای مدیریت اخلاقی در زمینه‌های پست سوسیالیستی است. نتایج این پژوهش وابستگی داخلی متغیرها را تأیید می‌کند و نشان می‌دهد ابزارهای مدیریت اخلاقی بصورت ضعیف ظهور صداقت سازمانی در کشورهای بعد از سوسیالیست پیش‌بینی می‌کند در عوض شیوه‌های سازمانی که اصول اخلاقی را یکپارچه می‌کند به صورت قابل ملاحظه‌ای برای ساخت صداقت سازمانی بسیار مهم هستند. جورج^۳ (۲۰۱۱)، در پژوهشی به بررسی رابطه یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان یک کارخانه صنعتی ماشین‌سازی در آمریکا پرداخت. نتایج

1- Kyle Ristig
3- George

2- Smith

پژوهش وی نشان داد که متغیر یادگیری سازمانی دارای اثرات مثبت، مستقیم و معنادار بر متغیر نوآوری است. سلیپ و یلماز^۱ (۲۰۱۲)، مطالعه‌ای با عنوان بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی، چند بعدی تعهد سازمانی، درک حمایت آموزشی در مدارس عمومی و ابتدائی در دانشگاه گولکوک، کوکائلی انجام داده‌اند، در پژوهش مذکور اعتماد به عنوان متغیر مستقل بر چند بعدی تعهد سازمانی و درک حمایت آموزشی تاثیر گذار بوده. نتایج این پژوهش نشان دهنده روابط مهم بین متغیرها و همبستگی بالا در زمینه حمایت آموزشی و تعهد سازمانی دبیران می باشد، بر این اساس از لحاظ جنس معلمان، تعهد سازمانی دبیران زن نسبت به همکاران مرد بیشتر بوده، یا به عبارت دقیق تر تعهد سازمانی دبیران زن به مراتب بیشتر از دبیران مرد در پژوهش آنها تأیید شده است. با توجه به تحقیقات انجام شده پژوهش حاضر نقش رابطه میزان اعتماد سازمانی نوآوری سازمانی در مدارس متوسطه شهر گیلان غرب بود.

روش

روش تحقیق در این پژوهش توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دبیران شاغل در مدارس متوسطه دولتی شهر گیلان غرب در سال تحصیلی ۹۲-۱۳۹۱ که تعداد آنها ۱۶۵ نفر (۹۳ دبیر مرد و ۷۲ دبیر زن) بوده است که از میان این تعداد بر اساس فرمول کوکران نمونه‌ای به حجم ۱۱۶ آزمودنی (۶۵ دبیر مرد و ۵۱ دبیر زن) به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبتی انتخاب گردید. لیست دبیران به تفکیک مردان و زنان از کارگزینی آموزش و پرورش اخذ شد و به نسبت حجم جامعه آماری هر گروه تعداد کافی پرسشنامه به‌طور تصادفی ساده بین آنها توزیع گردید. این روش نمونه‌گیری وقتی به کار می‌رود که جامعه آماری دارای ساخت متجانس نباشد، در چنین مواردی باید جامعه به طبقاتی تقسیم شود که هر یک از آنها دارای ساخت متجانس باشد و سپس از هر طبقه به شیوه تصادفی نمونه انتخاب می‌شود. تعداد نمونه در هر

1- Celep & Yilmazturk

طبقه به اندازه نسبت آن در کل جامعه آماری مشخص می‌شود.

ابزارهای اندازه‌گیری

به‌منظور گردآوری داده‌ها از دو پرسشنامه استفاده شده است: ۱- پرسشنامه اعتماد سازمانی الونن و همکاران^۱ (۲۰۰۸) با ۴۹ گویه، که مؤلفه اعتماد جانبی را گویه‌های (۱ تا ۱۵)، مؤلفه اعتماد عمودی را گویه‌های (۱۶ تا ۳۰)، مؤلفه اعتماد نهادی را گویه‌های (۳۱ تا ۴۹) می‌سنجد. ۲- پرسشنامه نوآوری سازمانی ونگ و آمد (۲۰۰۴) با ۱۲ گویه، که مؤلفه نوآوری در محصول را گویه‌های (۱ تا ۳)، مؤلفه نوآوری رفتاری را گویه‌های (۴ تا ۷)، مؤلفه نوآوری فرایندی را گویه‌های (۸، ۱۱، ۱۲) و مؤلفه نوآوری استراتژیک را گویه‌های (۹، ۱۰) می‌سنجد. روایی پرسشنامه‌ها بر اساس روایی محتوایی و پایایی آن‌ها نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ (اعتماد سازمانی ۰/۹۶) و (نوآوری سازمانی ۰/۹۵) محاسبه گردید. هر دو پرسشنامه براساس طیف لیکرت تنظیم گردید.

روش تجزیه و تحلیل

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از شاخص‌های آمار توصیفی شامل: فراوانی، میانگین، انحراف معیار و از روش‌های آمار استنباطی نظیر آزمون T تک‌گروهی، ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس یک‌راهه، رگرسیون چندگانه و از نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

یافته‌ها

نتایج پژوهش بیانگر آن است ۵۱ نفر (۴۳/۹۶ درصد) از نمونه آماری را زنان و ۶۵ نفر (۵۶/۰۴ درصد) را مردان تشکیل می‌دهد. ۷ نفر (۶ درصد) مدرک کاردانی، ۸۲ نفر (۷۰/۷ درصد) مدرک کارشناسی، ۲۷ نفر (۲۳/۳ درصد) کارشناسی ارشد و بالاترند. از نظر سنی، بیشتر دبیران مورد مطالعه بین ۱۱ تا ۲۰ سال سن دارند. به‌عبارت دقیق‌تر ۳۵ نفر (۳۰/۲

1- Ellonen et al

درصد) از آنان ۱۱ تا ۲۰ سال سن دارند. سنوات خدمت بیشتر دبیران (۵۲/۶ درصد) ۲۱ سال و بالاتر است.

جدول (۱) وضعیت اعتماد سازمانی دبیران مدارس متوسطه دولتی شهرستان گیلان غرب

متغیرها	میانگین مشاهده شده	انحراف استاندارد	میانگین آماری ^۱	مقدار آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
اعتماد سازمانی	۳/۳۶	۰/۶۷	۳	۵/۸۰	۱۱۵	**۰/۰۰۰۱
اعتماد جانبی	۳/۶۸	۰/۶۲	۳	۱۱/۸۷	۱۱۵	**۰/۰۰۰۱
اعتماد عمودی	۳/۲۲	۰/۷۳	۳	۳/۲۳	۱۱۵	**۰/۰۰۰۲
اعتماد نهادی	۳/۲۹	۰/۸۲	۳	۳/۷۸	۱۱۵	**۰/۰۰۰۱
نوآوری سازمانی	۳/۴۰	۰/۹۲	۳	۴/۶۸	۱۱۵	**۰/۰۰۰۱
نوآوری در محصول	۳/۴۵	۰/۹۵	۳	۵/۲۰	۱۱۵	**۰/۰۰۰۱
نوآوری رفتاری	۳/۲۸	۰/۹۶	۳	۳/۱۳	۱۱۵	**۰/۰۰۰۲
نوآوری فرآیندی	۳/۵۱	۱/۰۶	۳	۵/۲۰	۱۱۵	**۰/۰۰۰۱
نوآوری استراتژیک	۳/۳۷	۱/۰۷	۳	۳/۸۳	۱۱۵	۰/۰۰۰۱

* در سطح ۵٪ معنادار است. ** در سطح ۱٪ معنادار است.

بر اساس داده‌های جدول (۱) میانگین اعتماد سازمانی دبیران ۳/۳۶ و انحراف معیار آن ۰/۶۷ می‌باشد. میانگین و انحراف معیار مؤلفه‌های اعتماد سازمانی به ترتیب برای اعتماد جانبی ۳/۳۸ و ۰/۶۲، برای اعتماد عمودی ۳/۲۲ و ۰/۷۳ و برای اعتماد نهادی ۳/۲۹ و ۰/۸۲ است. با توجه به نتایج جدول چون مقدار t محاسبه شده ۵/۸۰ از مقدار t بحرانی در سطح $\alpha=0/01$ بزرگ‌تر است ($t=2/61$)، بنابراین بین میانگین مشاهده شده و میانگین آماری اعتماد سازمانی دبیران تفاوت معنادار وجود دارد. با توجه به این‌که میانگین مشاهده شده از میانگین آماری بیشتر می‌باشد می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت اعتماد سازمانی دبیران بالاتر از سطح متوسط است.

همچنین میانگین نوآوری سازمانی دبیران ۳/۴۰ و انحراف معیار آن ۰/۹۲ به دست آمده است. میانگین و انحراف معیار مؤلفه‌های نوآوری سازمانی به ترتیب برای نوآوری

در محصول ۳/۴۵ و ۰/۹۵، برای نوآوری رفتار ۳/۲۸ و ۰/۹۶، نوآوری فرآیندی ۳/۵۱ و ۱/۰۶ و نوآوری استراتژیک ۳/۳۷ و ۱/۰۷ است. میانگین‌های مشاهده شده از میانگین آماری بیشتر است، بنابراین با ۹۹٪ اطمینان نتیجه می‌گیریم که وضعیت نوآوری سازمانی دبیران مدارس متوسطه دولتی شهر گیلان غرب بیشتر از حد متوسط است.

جدول (۲) ضریب همبستگی اعتماد سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری سازمانی دبیران مدارس متوسطه شهرستان گیلان غرب

متغیر	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
رابطه اعتماد سازمانی با نوآوری سازمانی دبیران	۱۱۶	۰/۷۳۰	**۰/۰۰۰۱
رابطه اعتماد جانبی با نوآوری سازمانی دبیران	۱۱۶	۰/۴۶۰	**۰/۰۰۰۱
رابطه اعتماد عمودی با نوآوری سازمانی دبیران	۱۱۶	۰/۵۶۱	**۰/۰۰۰۱
رابطه اعتماد نهادی با نوآوری سازمانی دبیران	۱۱۶	۰/۸۸۲	**۰/۰۰۰۱

براساس اطلاعات جدول (۲)، با توجه به همبستگی به دست آمده ($r=0/730$) و سطح معناداری ($p<0/01$) بین میزان اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی دبیران رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. بنابراین می‌توان ۵۳/۲۹ درصد (ضریب تبیین $= 100 \times 0/730^2$) از واریانس نوآوری سازمانی را از روی نمرات مربوط به اعتماد سازمانی دبیران پیش‌بینی کرد. نتایج همبستگی بین میزان هر یک از مؤلفه‌های اعتماد سازمانی با میزان نوآوری سازمانی دبیران بدین شرح است: بین میزان اعتماد جانبی دبیران با نوآوری سازمانی آن‌ها همبستگی مثبت و معنادار ($r=0/460$) در سطح ($p<0/01$) وجود دارد، بین میزان اعتماد عمودی دبیران با نوآوری سازمانی آن‌ها همبستگی مثبت و معنادار ($r=0/561$) در سطح ($p<0/01$) وجود دارد و همچنین بین میزان اعتماد نهادی دبیران با نوآوری سازمانی آن‌ها همبستگی مثبت و معنادار ($r=0/882$) در سطح ($p<0/01$) وجود دارد.

جدول (۳) ضرایب همبستگی مؤلفه‌های اعتماد سازمانی دبیران با مؤلفه‌های نوآوری سازمانی آنها در مدارس

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱- اعتماد جانبی	ضریب رگرسیون	-					
سطح معناداری							
۲- اعتماد عمودی	ضریب رگرسیون	۰/۵۸۵					
سطح معناداری		**۰/۰۰۰					
۳- اعتماد نهادی	ضریب رگرسیون	۰/۵۹۴	۰/۶۸۹				
سطح معناداری		**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰				
۴- نوآوری در محصول	ضریب رگرسیون	۰/۳۷۱	۰/۴۲۶	۰/۸۲۳			
سطح معناداری		**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰			
۵- نوآوری رفتاری	ضریب رگرسیون	۰/۵۲۸	۰/۶۱۱	۰/۸۴۶	۰/۸۰۲		
سطح معناداری		**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰		
۶- نوآوری فرآیندی	ضریب رگرسیون	۰/۳۶۰	۰/۵۲۲	۰/۸۰۹	۰/۸۵۲	۰/۸۱۵	
سطح معناداری		**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰	
۷- نوآوری استراتژیک	ضریب رگرسیون	۰/۳۹۷	۰/۴۵۴	۰/۷۳۰	۰/۷۲۶	۰/۷۳۹	۱
سطح معناداری		**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰	**۰/۰۰۰

نتایج آزمون همبستگی پیرسون در جدول (۳) نشان می‌دهد که بین همه مؤلفه‌های اعتماد سازمانی و همه مؤلفه‌های نوآوری سازمانی دبیران (به استثنای نوآوری رفتاری) رابطه مثبت و معنادار در سطح ۱٪ وجود دارد زیرا $(p < ۰/۰۱)$ است. بنابراین با ۹۹٪ اطمینان نتیجه می‌گیریم که با افزایش هر یک از مؤلفه‌های اعتماد سازمانی، نوآوری سازمانی دبیران در همه مؤلفه‌ها افزایش می‌یابد و بالعکس.

جدول (۴) ضرایب رگرسیون برای متغیر پیش‌بینی‌کننده نوآوری سازمانی در تحلیل رگرسیون

مدل	R	R ²	R ² اصلاح شده
رابطه اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی دبیران	۰/۸۸۲	۰/۷۷۸	۰/۷۷۶
مدل	B	میانگین خطای استاندارد	Beta
مقدار ثابت	۰/۱۶۷	۰/۱۶۷	۱/۰۰۴
اعتماد نهادی	۰/۹۸۲	۰/۰۴۹	۰/۸۸۲
سطح معناداری			t
			۰/۳۱۸
			۱۹/۹۷۹

به منظور بررسی تأثیر اعتماد سازمانی بر نوآوری سازمانی دبیران مدارس متوسطه دولتی شهر گیلان غرب، اقدام به تحلیل رگرسیون چندگانه گردید. در ابتدا نوآوری سازمانی دبیران به عنوان متغیر ملاک و مؤلفه‌های اعتماد سازمانی (اعتماد جانبی، اعتماد عمودی و اعتماد نهادی) به عنوان متغیرهای پیش‌بین در نظر گرفته شد. سپس با استفاده از روش گام‌به‌گام، اعتماد نهادی بیش‌ترین تأثیر را در رگرسیون چندگانه داشته و وارد مدل گردید و مشخص شد اعتماد جانبی و اعتماد عمودی نقش مؤثری در مدل رگرسیون نداشته و از مدل حذف شدند. بنابراین نتایج جدول (۴) بیانگر آن است که ۷۷ درصد از تغییرات متغیر نوآوری دبیران توسط اعتماد نهادی تبیین می‌گردد. نتیجه گرفته می‌شود که از میان ابعاد اعتماد سازمانی بعد اعتماد نهادی که بیش‌ترین سهم (درصد) را به خود اختصاص داده است نوآوری سازمانی دبیران را پیش‌بینی نمود. نتایج نهایی آنالیز رگرسیون چندگانه، به همراه ضریب متغیر مؤثر در مدل، در زیر آمده است.

$$+۰/۱۶۷ \text{ (اعتماد نهایی)} = ۰/۹۸۲ \text{ نوآوری سازمانی}$$

$$\text{مدل نهایی عبارت است از: (اعتماد نهادی)} \times ۰/۹۸۲ = \text{نوآوری سازمانی دبیران}$$

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، رابطه بین اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی مدارس متوسطه دولتی آموزش و پرورش شهر گیلان غرب از دیدگاه دبیران بررسی شد و سهم مؤلفه‌های اعتماد سازمانی بر نوآوری سازمانی دبیران تعیین شد. در رابطه با وضعیت اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی، نتایج حاصل بر اساس اطلاعات به‌دست آمده حاکی از این است که وضعیت اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی دبیران بالاتر از حد متوسط است. نتایج تحقیقات عباسی و همکاران (۱۳۹۱)، مهداد و همکاران (۱۳۹۱)، باقر سلیمی (۱۳۹۰)، فرهنگ (۱۳۸۹)، قلی‌پور (۱۳۸۸)، سیلیپ و یلماز ترک (۲۰۱۲)، الونن و دیگران (۲۰۰۸)، بانو و دیگران (۲۰۰۴) کلچ و دیگران (۲۰۰۲) از این یافته حمایت می‌کند. همچنین نتایج تحقیقات فاضل و همکاران (۱۳۹۰)، حسن‌زاده (۱۳۸۳)، تن و لیم (۲۰۰۹)، الونن

(۲۰۰۸)، ونگ و امد (۲۰۰۷)، رانداس (۲۰۱۰)، مورفی (۲۰۰۲) از این جهت که اعتماد نهادی بیش‌ترین درصد را نسبت به سایر ابعاد اعتماد از نظر دبیران مدارس متوسطه شهر گیلان غرب به‌خود اختصاص داده است از این یافته حمایت می‌کند اما یافته‌های این پژوهش با یافته‌های دهقان نجم (۱۳۸۸)، مارتین (۲۰۰۷)، گان اسمیت (۲۰۱۰) همسویی ندارد. در پژوهش‌های مذکور مشخص شد که وضعیت نوآوری سازمانی در نمونه آماری مورد مطالعه در حد متوسط و کمتر از آن بود، شاید بتوان دلیل عدم همسویی را تفاوت در جامعه مطالعاتی دانست. امروزه اعتماد به‌عنوان یک نیاز اساسی برای انجام فعالیت‌های مدارس امری ضروری است و تحقیقات حاکی از آن است فرایند اعتماد، نقش مهمی را در سازمان ایفا می‌کند ممکن است باورها، نگرش‌ها و رفتار کارکنان را تحت‌تأثیر قرار دهد. محققان به این نتیجه رسیده‌اند که با افزایش اعتماد، پیچیدگی‌های اجتماعی در سازمان‌ها از بین می‌رود. از این گذشته اعتماد، انعطاف‌پذیری استراتژیک را افزایش می‌دهد و در بهبود قابلیت سازگاری سازمان مؤثر است (اسمیت و بیرنی، ۲۰۰۷). بنابراین سطوح اعتماد در بین دبیران آموزش و پرورش شهر گیلان غرب بیان‌کننده اثربخشی فعالیت گروهی هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی است. لذا اعتمادسازی بین دبیران و مدیر بدون تغییر و نوآوری سازمانی امکان‌پذیر نیست، زیرا نوآوری موجب تحول و دگرگونی در عرصه رقابت جهانی و در نتیجه فناوری‌ها می‌شود. نکته قابل توجه این است که نقش مدیران بسیار تأثیرگذار بر اعتماد است. از آنجا که مدیران آغازگر تعاملات و ارتباطات درون سازمانی هستند، هر سطحی از اعتماد که در رفتار و اقدام آن‌ها ظاهر شود ممکن است میزان اعتماد را در آموزش و پرورش تحت تأثیر قرار دهد.

از سویی، یکی دیگر از یافته‌های این پژوهش نشان داد که بین میزان اعتمادسازمانی دبیران و نوآوری سازمانی آن‌ها رابطه وجود دارد و جهت رابطه مثبت می‌باشد. نتایج تحقیقات فاضل و همکاران (۱۳۹۰)، دکتر معین‌زاده میرحسینی و همکاران (۱۳۹۱)، بائو و دیگران (۲۰۱۱)، کودهری (۲۰۱۰)، دایتز و هرتوگ (۲۰۱۰)، زالانسکی و دیگران (۲۰۱۰)، دوی (۲۰۰۹)، روپل و هارینگتون (۲۰۰۸)، گیسون (۲۰۰۸) و الون و دیگران

(۲۰۰۸) از این یافته حمایت می‌کنند. زیرا این پژوهشگران وجود رابطه بین مؤلفه‌های اعتماد سازمانی و مؤلفه‌های نوآوری سازمانی (به استثنای نوآوری رفتاری) را دریافته‌های خود تأیید نموده‌اند. در رابطه با همبستگی هر یک از مؤلفه‌های اعتماد سازمانی دبیران با نوآوری سازمانی آنان نتایج پژوهش حاکی از آن است که، بین میزان اعتماد جانبی دبیران و نوآوری سازمانی آنان همبستگی مثبت وجود دارد، نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات هرتینگ (۲۰۱۱)، تن و تن (۲۰۰۹)، الون و همکاران (۲۰۰۸)، کلج و همکاران (۲۰۰۲)، مورفی (۲۰۰۲)، همخوانی دارد. بین میزان اعتماد عمودی و نوآوری سازمانی دبیران رابطه مثبت وجود دارد، این نتایج با نتایج تحقیقات چندلر و همکاران (۲۰۱۰)، هرتینگ (۲۰۱۰) مارتین و تربلس (۲۰۱۰)، تن و تن (۲۰۰۹)، الون و همکاران (۲۰۰۸) مطابقت دارد. بین میزان اعتماد نهادی و نوآوری سازمانی دبیران رابطه مثبت وجود دارد، نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات فرهنگ و همکاران (۱۳۸۹)، فاضل و همکاران (۱۳۹۰)، الون و همکاران (۲۰۰۸)، سیلیپ و یلماز ترک (۲۰۱۲) همخوانی دارد. زیرا در پژوهش‌های این محققان اعتماد نهادی بیشترین درصد واریانس نوآوری را از جانب پاسخگویان به خود اختصاص داده است.

در نهایت بین همه مؤلفه‌های اعتماد سازمانی و همه مؤلفه‌های نوآوری سازمانی دبیران (استثنای نوآوری رفتاری) رابطه مثبت وجود دارد. بنابراین می‌توان بیان داشت که با افزایش هر یک از مؤلفه‌های اعتماد سازمانی، نوآوری سازمانی دبیران در همه مؤلفه‌ها افزایش می‌یابد و بالعکس. این یافته با نتایج تحقیقات باثو و همکاران (۲۰۰۴)، ونگ و آمد (۲۰۰۴)، الون و همکاران (۲۰۰۸)، سیلیپ و یلماز ترک (۲۰۱۲) همخوانی دارد. پژوهشگران زیادی در زمینه اهمیت و نیز نقش حیاتی اعتماد و نوآوری سازمانی در رشد، بقا و موفقیت سازمان‌ها هم عقیده هستند. برای حفظ موقعیت در محیط پویای آموزش و پرورش امروز لازم است نیاز معلمان، کارکنان و دانش‌آموزان و حتی بیش از نیاز آنان برآورده شود که این مهم با نوآوری سازمانی امکان‌پذیر است، نوآوری بسیاری از مطالعات از این پیش فرض حمایت می‌کنند که سطوح بالای اعتماد تأثیر مثبتی بر اثربخشی و کیفیت اشتراک دانش سازمانی و نوآوری سازمانی دارد.

علاوه بر این، یکی دیگر از نتایج این پژوهش نشان داد که از میان ابعاد اعتماد سازمانی بعد اعتماد نهادی که بیشترین سهم (درصد) را به خود اختصاص داده است، می‌تواند نوآوری سازمانی دبیران را پیش‌بینی نماید، این نتایج با یافته‌های فاضل و همکاران (۱۳۹۰)، فرهنگ و همکاران (۱۳۸۹)، سیلیپ و یلماز ترک (۲۰۱۲)، الون و دیگران (۲۰۰۸)، بائو و همکاران (۲۰۰۴)، همخوانی دارد. زیرا این محققان در پژوهش‌های خود رابطه مثبت اعتماد سازمانی با متغیرهای دیگر و همچنین نوآوری سازمانی با متغیرهای دیگر را تأیید نموده‌اند. با یافته‌های قلی‌پور (۱۳۸۸)، سلیمی و همکاران (۱۳۹۱)، کیل رایتینگ (۲۰۰۹) و جورج (۲۰۱۱) همسویی ندارد. با توجه به یافته‌ها اعتماد سازمانی به‌عنوان یک عامل اساسی در میزان نوآوری سازمانی دبیران محسوب می‌شود، در مدارس اعتماد و همکاری مبنی بر اعتماد بین دبیران مهم‌ترین جنبه فرهنگ سازمانی در مدارس به‌شمار می‌رود و تمایل دبیران به نوآوری سازمانی به میزان اعتماد میان آنان بستگی دارد و هر اندازه فضای حاکم بر مدارس فضای توأم با اعتماد و همکاری باشد، مدیران و دبیران به میزان بیشتری نسبت به اعتماد سازمانی اقدام می‌کنند و این سبب بالا رفتن میزان اعتماد سازمانی در سازمان می‌شود و از طرف دیگر در فضای توأم با اعتماد، دبیران از انجام دادن رفتارهای غیرمولد و بی‌فایده ناشی از بی‌اعتمادی اجتناب می‌کنند و به کارهای مولد روی می‌آورند که این امر زمینه نوآوری سازمانی و پیشرفت آن‌ها را فراهم می‌سازد.

باتوجه به نتایج این پژوهش می‌توان عنوان نمود که آموزش و پرورش می‌تواند با توجه به نتایج این پژوهش در خصوص رابطه اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی اقدامات زیر را انجام دهد:

با توجه به این‌که نوع نگرش و رفتار مدیران می‌تواند پایه و اساس اعتماد را در سازمان پی‌ریزی کند، بنابراین توجه به نگرش مدیران هنگام انتصاب آنان به ریاست ادارات آموزش و پرورش ضروری است.

با توجه به این که هر یک از ساختارهای سازمانی به نوعی بر سطح اعتماد در سازمان تأثیرگذارند، بنابراین آموزش و پرورش‌ها باید به تدریج از ساختارهای مکانیکی فاصله بگیرند و به ساختار زنده و منعطف ارگانیکی نزدیک شوند.

نظر به این که شایستگی مدیران اعتماد سازمانی دبیران را تحت تأثیر قرار می‌دهد، توجه به این امر به‌ویژه در انتصاب مدیران سطوح میانی آموزش و پرورش که در ارتباط تنگاتنگ با کارکنان (دبیران) هستند ضرورت دارد.

به نظام‌های آموزشی که کسب نوآوری سازمانی، ایجاد خلاقیت و کسب مزیت رقابتی برایشان اهمیت دارد پیشنهاد می‌شود که با تدابیری به رشد اعتماد سازمانی به ویژه اعتماد نهادی در بین دبیران مدارس خود کمک کنند.

با وجود این که اعتماد نهادی خیلی کم در زمینه اعتماد سازمانی مورد توجه قرار گرفته است، اما ملاحظه شد که بیشترین نقش را در نوآوری سازمانی ایفا می‌کند. بنابراین به محققان پیشنهاد می‌گردد با استفاده از راهکارها و آموزه‌های مناسب در تحقیقات آتی به این بعد از اعتماد که در واقع بعد غیرشخصی اعتماد است، توجه بیشتری مبذول دارند.

در طی این تحقیق این سؤال برای محقق ایجاد شد که آیا اعتماد نهادی واقعاً جنبه غیرشخصی دارد؟ یا یکی از جنبه‌های اعتماد فردی است (مثل اعتماد جانبی و عمودی) که مربوط به مدیریت عالی می‌باشد؟ از آنجا که طبق نتایج پژوهش اعتماد نهادی بیشترین نقش را در نوآوری ایفا می‌کرد، پیشنهاد می‌شود تجزیه تحلیل عمیق‌تری صورت گیرد تا درک کامل‌تری راجع به اعتماد نهادی ارائه شود و این امر سبب شود تا پرسشنامه معتبرتری برای سنجش این بعد از اعتماد فراهم گردد.

تاریخ دریافت نسخه اولیه مقاله: ۱۳۹۳/۰۲/۲۰

تاریخ دریافت نسخه نهایی مقاله: ۱۳۹۳/۰۸/۱۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۱۱/۰۷

منابع

- چاوشی، سیدمحمدحسین (۱۳۸۶). بررسی رابطه هوش عاطفی و اعتماد سازمانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم.
- حسن‌زاده، حسن (۱۳۸۳). شناسایی عوامل مؤثر بر اعتمادسازی بین کارکنان و مدیران و بررسی وضعیت موجود سازمان‌های اجرایی کشور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم.
- خنیفر، حسین؛ مقیمی، سیدمحمد؛ جندقی، غلامرضا و زروندی، نفیسه (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین مولفه‌های اعتماد و تعهد سازمانی کارکنان (در سازمان‌های جهاد کشاورزی و آموزش و پرورش استان قم). قم: نشریه مدیریت دولتی. ۱، ۲، ۱۸-۳.
- دهقان‌نجم، منصور (۱۳۸۸). بررسی رابطه مدیریت دانش و نقش آن در نوآوری سازمانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
- سلیمی، سعیدباقر؛ رضائی کلیدبری، حمیدرضا و حسن‌پور، اکبر (۱۳۹۰). نقش رهبری خدمت‌گزار در ارتقای اعتماد سازمانی کارکنان (امور مالیاتی استان گیلان)، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۵، ۳۰-۲۳.
- عباسی، روح‌اله؛ اسمعیلی‌گیوی، محمدرضا و حمیدرضا؛ حقیقی، محمدعلی (۱۳۹۰). بررسی نقش صفات شخصیت و تعهد و اعتماد سازمانی در رفتار شهروندی سازمانی پرستاران در یکی از بیمارستان‌های تهران، مجله تازه‌های روانشناختی صنعتی / سازمانی، ۸، ۲۹-۳۸.
- فاضل، امیر؛ کمالیان، امین‌رضا؛ خجسته، غلامرضا و فاضل، علی (۱۳۹۰). نقش اعتماد در نوآوری سازمانی: پژوهشی در یک سازمان ایرانی بخش خدمات. فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه، ۷۷، ۹۲-۷۰.
- فرهنگ، ابوالقاسم؛ سیادت، سیدعلی؛ مولوی، حسین و هویدا، رضا (۱۳۸۹). بررسی ساختار عاملی اعتماد سازمانی و رابطه مؤلفه‌های آن با یادگیری سازمانی در دانشگاه‌های دولتی جنوب شرق کشور، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۶، ۱، ۱۱۱-۱۳۰.
- قلی‌پور، آرین‌پور؛ عزت، علی‌اصغر و حضرتی، محمود (۱۳۸۸). تأثیر رهبری خدمت‌گزار بر اعتماد سازمانی و توانمندسازی در سازمان‌های دولتی (مدیران دولتی تهران)، نشریه مدیریت دولتی، ۱، ۲، ۱۰۳-۱۱۸.

- گیسون، ران (۱۳۸۶). نواندیشی در عصر تحول: پاسخ بزرگ‌ترین متفکران قرن به سوالات مدیران، ترجمه علی شیرازی، سازمان مدیریت صنعتی، تهران: نشر دانشگاه.
- معین‌زاده میرحسینی، شمیم‌السادات؛ قاضی نوری، سیدسپهر؛ کریم‌زادگان مقدم، داود و وحدت، داود (۱۳۹۱). بررسی تجربی ارتباط انتشار نوآوری با اعتماد سازمانی و تأثیر آنها بر پذیرش بانکداری سیار. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۵، ۱۶: ۶۵-۹۷.
- مهداد، علی، دهقان، الهام، گل‌پرور، محسن و شجاع، علی (۱۳۹۱). بررسی رابطه مؤلفه‌های سلامت روانشناختی محیط کار با تعهد سازمانی و اعتماد سازمانی کارکنان شرکت پالایش گاز سرخون و قشم. دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی، ۱۳، ۲، ۷۱-۸۰.
- هادیزاده مقدم، اکرم؛ محبی، پروین و قلیچ لی، بهروز (۱۳۸۵). بررسی رابطه بین تسهیم و نوآوری در سازمان‌های خدمات مالی (بانک رفاه تهران). پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۱۷، ۱، ۲۰۱-۲۲۰.
- Bao, G.M., Yang, Z.R., Xie, Z.S. & Zhou, M.J. (2011). The Dilemma of Trust and Commitment in the Construction of Innovative Team in Chinese Private Enterprises, *International Engineering Management Conference*.
- CevatCelep, Ozge Eler Yilmazturk (2012). *Organizational trust, multidimensional Organizational Commitment and Perceived Organizational Support in educational Organizations*, 5, 417-433.
- Chandler, G.N., Keller, C. & Layon, D.W. (2010). Unraveling the determinants and consequences of an innovative-supportive organizational culture, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, (1), 59-76.
- Clegg, C., Unsworth, K., Epitropaki O. & Parker, G. (2002). Implicating trust in the innovation process, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 75, 409-422.
- Dietz, G. & Hartog, D.N. (2010). Measuring trust inside organizations, *Personnel Review*, 35(5), 557-588.
- Ellonen, R., Blomqvist, K. & Puumalainen, K. (2008). The role of Trust in organizational innovativeness, *European Journal of Innovation Management*, 11(2), 160-181.
- Galf, R. & A. Dtapeau (2007). The Trusted Leader, Available at: WWW.quichmba.Com.Proposal Of Managemet. 18, 250-259.

-
- Gene Smith (2010). How to achieve organizational trust within an accounting department, *Managerial Auditing Journal*, 20(5), 520-523. Downloaded on: 21-05-2012
- George P. Huber (2011). Organizational Learning and Creativity & Innovation *Journal of Industrial Psychology*, 38 (4), 102-129.
- Kreitner, R. & Kinick, A. (2010). Organizational Behavior, 6th edition, *MaGraw Hill, Arizona State University*.
- Kyle Ristig, (2009). The impact of perceived organizational support and trustworthiness on trust, *Management Research News*, 32(7), 659-669.
- Lamsa, A.M. & Pucetaite, R. (2009). Development of organizational trust among employees from a contextual perspective, *Business Ethics*, 15(2), 130-141.
- Martine, E. (2009). An Organisational Culture model to promote creativity and innovation. *Journal of Industrial Psychology*, 2002, 28(4), 58-65.
- Martins, E.G. & Terblanche, F. (2010) Building organizational culture that stimulates creativity and innovation, *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 64-74.
- McAdam, R. & McClelland, J. (2009). Individual and team-based idea generation within innovation management: organizational and research agendas, *European Journal of Innovation Management*, 5(2), 86-97.
- Mollering, G., Bachmann, R. & Lee, S.H. (2004). Introduction; understanding organizational trust-foundations constellations, and issues of operationalisation, *Journal of Management Psychology*, 19(6), 556-570.
- Murphy, J.T. (2002). Networks, Trust, and Innovation in Tanzania's Manufacturing Sector, *World Development*, 30(4), 591-619.
- Panayides, P. (2010). Enhancing innovation capability through relationship management and implications for performance, *European Journal of Innovation Management*, 9(4), 466-483.
- Ramo, H. (2010). Moments of Trust: temporal and spatial factors of trust in organizations, *Journal of Management Psychology*, 19(8), 760-775.
-

-
- Randas, S. (2010). Competitive rivalry and competitive strategy in relation to product and process innovation in leading creation firms, *Economic and Business Review*, 7(3), 195-216.
- Ruppel, P.C. & Harrington, J.S. (2002). The relationship of communication, ethical work climate, and trust to commitment and innovation", *Journal of Business Ethics*, 25, 313-328.
- Ruppel, P.C. & Harrington, J.S. (2008). The relationship of communication, ethical work climate, and trust to commitment and innovation, *Journal of Business Ethics*, 24, 513-528.
- Smith, P.A. & Birney, L.L. (2007). The organizational trust of elementary schools and dimensions of student bullying, *International Journal of Educational Management*, 19(6), 469-485.
- Tan, H.H. & Lim, A. (2009). Trust in coworkers and Trust in Organizations", *The Journal of Psychology*, Vol.143, No.1, PP.45-66.
- Wagner, E.R. & Hansen, E.N. (2009). Innovation in large versus small companies: insights from the US wood products industry", *Management Decision*, Vol. 51, No. 6, PP. 473-492.
- Wang, C.L. & Ahmed, P.K. (2004). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 7, No. 4, PP.303-313.
- Wang, C.L. & Ahmed, P.K. (2007). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis, *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 269-282303 -313-473.