

## مقاله‌ی پژوهشی

## بررسی انگیزش کارکنان جمعیت هلال احمر استان تهران در نوآوری شغلی

## خلاصه

**مقدمه:** همگام با پیشرفت تکنولوژی، نحوه رخداد حوادث نیز تکامل یافته و رویارویی با حوادث مستلزم نوآوری در امکانات و تفکرات و شیوه برخورد است. هدف از این مطالعه، بررسی بررسی ارزیابی انگیزه کارکنان جمعیت هلال احمر استان تهران به عنوان یکی از ارگان‌های پاسخگویی امدادی در سطح استان تهران برای نوآوری در شغل‌شان است.

**روش کار:** جامعه آماری این مطالعه توصیفی-مقطعی شامل تمام نیروهای ستادی جمعیت هلال احمر استان تهران بود. جمع‌آوری اطلاعات توسط پرسش‌نامه انجام شد. این پرسش‌نامه حاوی ۶ سؤال است و در آن با استفاده از شیوه استاندارد، به تعیین امتیاز پاسخ‌دهندگان پرداخته شد. در این پرسش‌نامه بیشترین امتیاز ممکن ۳۱ و کمترین آن ۷ خواهد بود. امتیاز بالاتر نشانگر انگیزش بیشتر برای روش ابتکاری در شغل است.

**یافته‌ها:** میانگین نوآوری شغلی در شرکت‌کنندگان مطالعه بالاتر از نمره متوسط نوآوری شغلی یعنی ۱۵ می‌باشد. ۵۹/۶ درصد افراد نمره بالاتر از متوسط داشتند و غالب افراد نمره بالایی داشتند. تفاوت معنی‌داری بین نمره انگیزش در گروه‌های جنسیتی مشاهده نشد. تفاوت معنی‌داری بین نمره انگیزش بر حسب تحصیلات مشاهده نمی‌شود. اگر چه تفاوت معنی‌داری بین نمره انگیزش بر حسب سابقه مشاهده می‌شود و افراد با سابقه کمتر از ده سال نمره انگیزش بیشتری داشتند ( $P=0/02$ ). هم‌چنین تفاوت معنی‌داری بین نمره انگیزش بر حسب سن مشاهده می‌شود و افراد با سن کمتر نمره انگیزش بیشتری دارند ( $P=0/01$ ). نتایج نشان داد که میانگین نمره انگیزش برای نوآوری در شرکت-کنندگان در مطالعه بالاتر از نمره متوسط می‌باشد و اکثر درصد افراد بالاتر از متوسط انگیزش داشتند.

**نتیجه‌گیری:** نتایج نشان داد که میانگین نمره انگیزش برای نوآوری در کارکنان هلال احمر تهران بالاتر از نمره متوسط می‌باشد و اکثر درصد افراد نمره بالاتر از متوسط انگیزش داشتند.

**واژه‌های کلیدی:** انگیزش، شغل، نوآوری، هلال احمر

\*ماریا دلگرم

کارشناس ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی  
واحد رودهن، تهران، ایران

سعید حیدری کله

کارشناس ارشد مدیریت منابع انسانی، دانشگاه  
آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، تهران، ایران

روجا علی زاده

دکترای فلسفه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد  
آیت‌الله آملی، مازندران، ایران

\*مؤلف مسئول:

دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، تهران، ایران  
maria\_delgarm1387@yahoo.com

تاریخ وصول: ۹۵/۰۶/۰۱

تاریخ تایید: ۹۵/۰۷/۰۸

## مقدمه

نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیطهای متغیر و ایجاد قابلیت‌های جدیدی که به آنها اجازه نیل به نوآوری بهتر را میدهد، موقتتر هستند (۴). نقطه آغازین نوآوری نیز شدیداً به دانش، تخصص و تعهد منابع انسانی به عنوان ورودیهای اصلی در فرآیند خلق ارزش و نوآوری وابسته است. در کشورمان ایران نیز بر اساس گزارش‌های جمعیت هلال احمر، سالانه بیش از ده‌ها هزار عملیات امداد و نجات جاده‌ای، کوهستانی، دریایی، ساحلی، برف و کولاک، کویر، گم‌شدگی، سیل، آب‌گرفتگی و زلزله توسط هلال احمر انجام می‌شود و این تعداد عملیات و تعداد نجات‌یافتگان نسبت به مدت مشابه ۲۰ درصد افزایش داشته است. امدادگران جان ۴۰ هزار حادثه دیده را از مرگ حتمی نجات داده جان بیش از ۱۹۰۰ نفر را از مرگ حتمی نجات دادند و لزوم نوآوری و پیشرفت در این ارگانها با توجه به پیچیده شدن سوانح و پیشرفت تکنولوژی‌ها ضروری است (۵). هدف از مطالعه حاضر بررسی بررسی ارزیابی انگیزه کارکنان جمعیت هلال احمر استان تهران برای نوآوری در شغلشان است.

## روش کار

جامعه آماری این مطالعه توصیفی-مقطعی شامل کلیه نیروهای ستادی جمعیت هلال احمر استان تهران در سال ۱۳۹۲ می‌باشد. حجم نمونه مطابق جدول کرجسی و مورگان ۱۰۷ نفر تعیین شد. افراد مورد مطالعه به صورت نمونه گیری تصادفی ساده با استفاده از جدول اعداد، بر مبنای فهرست کارگزینی انتخاب شدند و پرسشنامه بین آنها توزیع گردید. این پرسش‌نامه انگیزه آزمودنیها را برای ابتکار و نوآوری در شغل اندازه‌گیری می‌نماید و حاوی ۶ سؤال است و با استفاده از شیوه استاندارد، به تعیین امتیاز پاسخ دهندگان پرداخته شد. در این پرسشنامه بیشترین امتیاز ممکن ۳۱، و کمترین آن ۷ خواهد بود. امتیاز بالاتر نشانگر انگیزش بیشتر برای روش ابتکاری در شغل است. آنچه در این پرسشنامه مورد سنجش قرار می‌گیرد، تمایل فرد به ایجاد اندیشه‌ها و روشهای جدید و نوآورانه برای انجام کارها و امور است. آلفای کرونباخ این پنج سوال ۰/۷۴ گزارش شده است (۶). تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از اجرای پرسشنامه در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی ارائه گردید. در بخش آمار توصیفی با استفاده از شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی شامل تعداد میانگین، انحراف معیار، واریانس، و در آمار استنباطی داده‌ها مقایسه بین گروهها بر حسب سن، جنس، تحصیلات و سابقه خدمت با استفاده از آزمون من ویتنی و فریدمن محاسبه گردید.

## نتایج

الف-اطلاعات جمعیت شناختی: ۵۹/۹ درصد از افراد نمونه مرد و ۴۰/۱ درصد از افراد نمونه زن بودند. ۴۳ درصد افراد بین ۳۱-۴۰ سال و

حدود سه چهارم مردم دنیا در مناطقی زندگی می‌کنند که در دهه‌های اخیر حداقل وقوع یکی از چهار عامل عمده مرگ و میر ناشی از بحران را تجربه کرده‌اند. در سال‌های اخیر وقوع سوانح و تعداد افراد آسیب دیده و خسارت‌های مالی ناشی از آنها افزایش چشمگیری داشته است. در دو دهه گذشته بیش از ۱/۵ میلیون نفر در سراسر دنیا در اثر سوانح جان خود را از دست داده‌اند و به این ترتیب به طور متوسط به ازای هر ۳۰۰۰ نفر افراد در معرض خطر؛ یکی از آنها کشته می‌شود. خطر پذیری سوانح طبیعی ارتباط نزدیکی با روند توسعه دارد؛ به این ترتیب که در صورت عدم وجود نظامات و ترتیب مناسب، فرایند و اجزای توسعه غالباً منجر به بروز یا تشدید سوانح می‌گردد، اما توسعه متوازن به‌طور موثری وقوع و یا خسارت‌ها را کاهش می‌دهد و از سویی دیگر همگام با پیشرفت تکنولوژی، نحوه رخداد حوادث نیز تکامل یافته و رویارویی با حوادث مستلزم نوآوری در امکانات و تفکرات و شیوه برخورد است (۱). بدون تردید، کارکنان سازمان‌های امدادی علاوه بر تغییرات شتاب زده و گسترده در آمادگی و پاسخ در برابر سوانح با تحولات و تغییرات گسترده در داخل و در سطوح بین‌المللی مواجه هستند (۲). از این رو، تضمین تداوم حیات و بقای سازمان‌ها نیازمند راه حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات است که به خلاقیت و نوآوری در روش‌ها، فرایندها و محصولات جدید بستگی دارد. در حقیقت در هر سازمانی، خلاقیت و نوآوری بالقوه‌ای در کارکنان آن‌ها وجود دارد ولی باید کوشید آن‌ها را به فعلیت تبدیل کرد (۲) و مهم‌تر از همه اینکه ساختارهای موجود اجازه دهند، صاحبان طرح‌های خلاق ابراز وجود کنند و بتوانند توانایی‌هایش را به کار بندند. در این جا نقش مدیران سازمان از اهمیت بسزایی برخوردار است چرا که مدیران سازمان می‌توانند با تاکید بر نوآوری و خلاقیت در روندهای موجود، موجب پرورش و تشویق فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان شوند. از اوایل دهه ۱۹۸۰، سازمان‌ها به منظور تسریع تغییرات، به خلاقیت و نوآوری توجه زیادی نشان دادند (۳). امروزه سازمان‌ها باید نوآوری داشته باشند تا زنده بمانند. بنابراین بهترین روش آن است که افراد خلاق را تشویق کرد تا در ساختار سازمان به یک کارآفرین تبدیل شوند. این کار از طریق اجازه دادن به آن‌ها برای به دست آوردن آزادی عمل و استفاده از منابع متفاوت عملی می‌شود تا آن‌ها بهتر بتوانند اهداف خود را تعقیب کنند (۳). به هر حال آنچه به ویژه در سازمانهای امدادی مسلم است، مفهوم نوآوری به عنوان یک ابزار حیات‌ی توانمندسازی برای خلق ارزش و پایداری مزیت رقابتی سازمانها در محیط بسیار متغیر با پیچیدگی‌های روزافزون شناخته میشود. سازمانهای دارای قدرت

انگیزش بر حسب سابقه مشاهده می‌شود و افراد با سابقه کمتر از ده سال نمره انگیزش بیشتری داشتند ( $P=0/02$ ). همچنین تفاوت معنی داری بین نمره انگیزش بر حسب سن مشاهده می‌شود و افراد با سن کمتر نمره انگیزش بیشتری دارند ( $P=0/01$ ).

### بحث

این واقعیت باید در سازمان‌های امدادی پذیرفته شود که انسان عامل بنیادی حرکت و تحول است و پایه توسعه اقتصادی و افزایش توان اقتصادی کشورها در سایه توجه به این منبع راهبردی و حساس است. از این رو مدیریت سازمان‌ها باید با به کارگیری صحیح نیروی انسانی و سعی در پرورش هر چه بهتر آن، راه تکاملی سازمان را پیماید. توانمند سازی و کارکنان مراکز امدادی باعث می‌شود تا آنان از تمام ظرفیت خود برای دستیابی به مأموریت موسسه استفاده نمایند. برای اینکه چنین اتفاقی رخ دهد سازمان‌های امدادی باید به منظور تعالی فردی، شغلی و سازمانی فرصت‌هایی ایجاد نمایند و عوامل موثر بر افزایش انگیزه کارکنان در نوآوری و تحرک بیش تر را شناسایی نمایند (۷).

اگر چه در مطالعه حاضر سطح انگیزش کارکنان جمعیت استان تهران برای نوآوری در شغل در سطح متوسط به بالا بود اما در بسیاری از مطالعات مربوط به سیستم‌های امدادی نظام انگیزشی نامناسب، شکاف شناخت کارکنان عملیاتی نسبت به انتخاب نیروهای ستادی، مشکلات آموزشی، مشکلات سیستم پاداش دهی، ساختار تیم‌های امداد، بار کاری نامعین، عادلانه نبودن نظام جبران خدمات به عنوان زیر موضوعات موضوع مشکلات سازمانی مطرح شده است.

### نتیجه‌گیری

نتایج نشان داد که میانگین نمره انگیزش برای نوآوری در شرکت کنندگان در مطالعه بالاتر از نمره متوسط می‌باشد و اکثر درصد افراد نمره بالاتر از متوسط انگیزش داشتند.

بیشترین فراوانی افراد شرکت کننده در پژوهش بودند و ۴ درصد افراد بین ۵۱ تا ۶۰ سال داشتند که کمترین طبقه افراد شرکت کننده در مطالعه بودند. ۳۱/۸ درصد افراد بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۲۳/۸ درصد افراد بین ۲۰ تا ۳۰ سال داشتند. ۴۷ درصد افراد شرکت کننده در پژوهش دارای مدرک لیسانس و بیشترین درصد افراد شرکت کننده در مطالعه را تشکیل می‌دهند و ۶/۹ درصد افراد شرکت کننده در پژوهش دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر و کمترین افراد شرکت کننده در مطالعه را تشکیل می‌دهند. ۲۳/۵ درصد افراد شرکت کننده در مطالعه دارای مدرک دیپلم و ۲۲/۸ درصد افراد در این مطالعه دارای مدرک فوق دیپلم بودند. ۳۰/۵ درصد افراد سابقه ای بین ۶ تا ۱۰ سال و بیشترین فراوانی افراد شرکت کننده در مطالعه را داشتند و به ترتیب ۱۹/۵ درصد افراد سابقه ای بین ۱ تا ۵ سال، ۱۸/۲ درصد افراد بین ۲۱-۲۵ سال، ۱۷/۹ درصد افراد بین ۱۶ تا ۲۰ سال، ۱۲/۹ درصد افراد بین ۱۱ تا ۱۵ سال سابقه و تنها ۱ درصد افراد سابقه ای بالای ۲۶ سال داشتند.

### جدول ۱- میانگین نمره نوآوری شغلی در بین آزمودنی‌ها

متغیر	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
نوآوری شغلی	۲۰/۳۱	۷/۱۴	۹	۳۰

بر اساس جدول شماره ۱، میانگین نوآوری شغلی در شرکت کنندگان مطالعه بالاتر از نمره متوسط نوآوری شغلی یعنی ۱۵ می‌باشد.

### جدول ۲- توزیع فراوانی نمره نوآوری شغلی

رضایت شغلی	فراوانی	درصد
نمره بالای ۱۵	۶۴	۵۹/۶
نمره زیر ۱۵	۴۳	۴۰/۴

بر اساس جدول، ۵۹/۶ درصد افراد نمره بالاتر از متوسط داشتند و غالب افراد نمره بالایی داشتند. تفاوت معنی داری بین نمره انگیزش در گروه‌های جنسیتی مشاهده نشد. تفاوت معنی داری بین نمره انگیزش بر حسب تحصیلات مشاهده نمی‌شود. اگرچه تفاوت معنی داری بین نمره

### References

- Subramaniam M, Youndt MA. The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Acad Manage J* 2012; 48(3): 450-63.
- Montes FJL, Moreno AR, Fernandez LMM. Assessing the organizational climate and contractual relationship for perceptions of support for innovation. *Int J Manpow* 2004; 25(2): 167-80.
- Collins CJ, Clark KD. Strategic human resource practices, top management team social networks and firm performance: The role of human resource in creating organizational competitive advantage. *Acad Manage J* 2003; 46(6): 740-51.
- Madsen AS, Ulhoi JP. Technology innovation, human resources and dysfunctional integration. *Int J Manpow* 2005; 26(6): 488-501.
- Jaussi KS, Dionne SD. Leading for creativity: the role of unconventional leader behavior. *Leadersh Q* 2003; 14: 475-98.
- Oldham GR, Cummings A. Employee creativity: Personal and contextual factor at work. *Acad Manag J* 1996. 39 (3): 607-634.
- Bass BM. Bass and Stogdill's handbook of leadership: theory, research, and managerial applications. 3<sup>rd</sup> ed. New York: The Free Press; 1990: 12.