

بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه روان شناختی و هویت سازمانی

دکتر محمود قربانی^۱
محمد علی عبدالهی^۲

تاریخ دریافت: ۹۵/۶/۱ تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۱/۱

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی رابطه بین ابعاد سرمایه روان شناختی و هویت سازمانی در شرکت ملی گاز مشهد مقدس انجام شده است. جهت بررسی سرمایه روان شناختی از پرسشنامه لوتانز (۲۰۰۷) و برای بررسی هویت سازمانی از پرسشنامه چنی (۱۹۸۳) استفاده شده است. داده‌های حاصل از این تحقیق در دو سطح توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شده است. در سطح توصیفی از شاخص‌های فراوانی، درصد و... و در سطح استنباطی نیز از معادلات ساختاری استفاده شده است. جامعه آماری شامل همه کارکنان رسمی شرکت گاز مشهد حدود ۲۵۰ نفر بود که حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۱۵۲ نفر به دست آمد. برای تأیید روایی محتوا و ظاهری از نظر استادان خبره و همچنین از نتایج تحلیل عامل تأییدی و برای تأیید پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. پایایی پرسشنامه نیز در سطح ۰/۹۲ و ۰/۸۷ به ترتیب برای سرمایه روان شناختی و هویت سازمانی به دست آمد. نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه اصلی تحقیق نشان داد که در این سازمان میان سرمایه روان شناختی و هویت سازمانی کارکنان رابطه وجود دارد. همچنین نتایج به دست آمده از آزمون فرضیات فرعی نشان داد که از میان مؤلفه های سرمایه روان شناختی بین (امیدواری و تاب آوری) با هویت سازمانی رابطه وجود ندارد.

واژگان کلیدی: روان شناسی مثبت گرا، رفتار سازمانی مثبت گرا، سرمایه روان شناختی، هویت سازمانی

^۱ گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد، مشهد، ایران. (نویسنده مسوول) drm_ghorbani2020@yahoo.com

^۲ گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد، مشهد، ایران

مقدمه

ظهور سازمان های اجتماعی و گسترش روزافزون آنها از ویژگی های بارز تمدن بشری است. در طی دو دهه اخیر سازمان ها به گونه معناداری تغییر یافته اند و به سازمان هایی با ویژگی های عدم تمرکز و جهانی شدن تبدیل شده اند (شریفی و همکاران، ۱۳۸۹، ۸۱). امروزه منابع انسانی مهم ترین سرمایه هر سازمان می باشد و بیشترین تأثیر را در بهره وری سازمان دارد (بابیان، ۱۳۹۱، ۳۴۷). طی سال های اخیر، پژوهشگران سازمانی با تمرکز بیشتری به شناسایی عوامل مؤثر بر ادراک و رفتار کارکنان برای تحقق بهتر اهداف سازمان ها پرداخته اند که می توان گفت از جمله آنها، بررسی هویت در سازمان است (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۲، ۲). درباره معنی و مفهوم هویت سازمانی توافق کمی وجود دارد. این سازه، نشان دهنده روش های خاصی است که از طریق آنها افراد خودشان را بر حسب عضویتشان در سازمانی خاص تعریف می کنند (کول و بروج^۱، ۲۰۰۶، ۵۸۶). هویت سازمانی، مفهومی است برای توصیف رابطه بین فرد با سازمانی که در آن کار می کند. صاحب نظران این عرصه هویت سازمانی را چنین تعریف می کنند: ادراک یکی بودن با سازمان، جایی که افراد خود را براساس خصوصیات سازمانشان تعریف می کنند (مایل و آشفورث^۲، ۱۹۹۲، ۱۰۵). هویت به اساسی ترین درکی که افراد از خودشان دارند بر می گردد (پرات^۳، ۲۰۰۰). تا زمانی که کارکنان سازمان احساس هویت قوی تری با سازمان داشته باشند، باور آنها درباره سازمان بیشتر جنبه مثبت می یابد و با آگاهی کامل برای تحقق اهداف سازمان تلاش می کنند (اللهیاری و همکاران، ۱۳۹۰، ۹۶) و تعهد بالاتری به سازمان خود دارند (دکونیک^۴، ۲۰۱۱). تحقیقات انجام شده بر گامی و بگوزی^۵ (۲۰۰۰) در زمینه هویت سازمانی مبین این نکته است که هویت سازمانی از عوامل مؤثر بر افزایش عملکرد سازمانی و بهره وری در سازمان هاست. همچنین هویت سازمانی با بسیاری از رفتارها، نگرش ها و متغیرهای زمینه ای (وضعیتی) کاری در ارتباط است (ریکتا^۶، ۲۰۰۵) و نقشی محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می کند (رحیم نیا و فرخانی، ۱۳۹۰، ۲). از طریق هویت یابی کارکنان ویژگی های مهم سازمان را به عنوان ویژگی های خود جذب می کنند (پوشا^۷، ۲۰۰۶). تحقق رفتار سازمانی به رفتار کارکنان وابسته است و رفتار کارکنان تحت تأثیر قدرت هویت سازمانی است. هویت سازمانی ابتدا بر رفتار کارکنان و سپس بر کارکرد و تحقق اهداف سازمانی تأثیر می گذارد (نصراصفهانی و دهکردی، ۱۳۹۲، ۱۴۰). در همین رابطه اکنون صاحب نظران بسیاری به این نتیجه رسیده اند که برای استفاده مطلوب سرمایه های اجتماعی باید به انسان و سرمایه های انسانی توجه کرد و آنها را به خوبی شناخت تا بتوان شبکه های ارتباطی بین آنها و مجموع انسان ها را رهبری و هدایت کرد و به مزیت رقابتی دست یافت بنابراین به مرور زمان، رفتار سازمانی به سمت نوعی از دارایی های سازمانی به نام سرمایه روان شناختی پیش می رود که موضوع مورد مطالعه آن فرد است (دعایی و حسن زاده، ۱۳۹۱، ۵۶). سرمایه روان شناختی، صفات و توانمندی های مثبت در کارکنان، مدیران و فضای کلی شرکت یا سازمان مانند: امیدواری، خوش بینی، تاب آوری و اعتماد به نفس است (لیام و دونوهو^۸، ۲۰۰۴، ۱۲۰). این رویکرد نقطه قوتی تلقی می شود که دارای پیامدهای مثبت سازمانی است، در سطح فردی موجب ارتقای عملکرد فردی و در سطح سازمانی موجب توسعه و افزایش دارایی ها و درآمدهای سازمان و نیز ارتقای

1. Cole and Bruch
4. DeConinck
7. Pussa

2. Mael and Ashforth
5. Bergami & Bagozzi
8. Liam & Donohue

3. Pratt
6. Riketta
9. Luthans & et al

مزیت رقابتی و عملکرد سازمان می شود (لوتانز و همکاران^۹، ۲۰۰۷، ۴۷). از این رو محدودیت های منابع در سال های اخیر باعث شده است که مدیران و سیاست گذاران سازمان با عناوینی چون ارتقای بهره وری بکوشند تا راهبرد کار بیشتر، با هزینه و نیروی انسانی کمتر را سرلوحه سیاست های خود قرار دهند. حال با توجه به اهمیت متغیرهای ذکر شده (سرمایه روان شناختی و هویت سازمانی) و اهمیت و نقش هر کدام بر عملکرد کارکنان و بقای سازمان، این پژوهش به بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه روان شناختی و هویت سازمانی پرداخته است.

مبانی نظری

سرمایه روان شناختی^۱: سرمایه روان شناختی را مانند سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی، می توان مدیریت و در آن سرمایه گذاری کرد و برخلاف سرمایه های سنتی و دارایی های مشهود با سرمایه گذاری بسیار اندکی شکوفا می شود. با توجه به اینکه سرمایه روان شناختی در افراد را می توان آموزش داد، از این رو طراحی دوره های آموزش استراتژی های ایجاد این سرمایه در کارکنان سازمان میسر است (امراللهی بیوکی و همکاران، ۱۳۹۲، ۸۶). سرمایه روان شناختی براساس مدل لوتانز و همکاران (۲۰۰۷) دارای چهار بعد خودکارآمدی، امیدواری، خوش بینی و تاب آوری است: خودکارآمدی: باور (اطمینان) فرد به توانایی هایش برای دستیابی به موفقیت در انجام وظیفه ای معین از راه ایجاد انگیزه در خود، تأمین منابع شناختی برای خود و نیز ایفای اقدامات لازم (حسن زاده، ۱۳۸۹، ۲۷). امیدواری^۲: اسنادر^۳ (۱۹۹۱) امیدواری را یک حالت انگیزشی مثبت می داند که از احساس موفقیت مشتق شده از دو عامل: ۱. عاملیت (انرژی معطوف به هدف) و ۲. گذرگاه (برنامه ریزی برای دستیابی به هدف) است (آوی و همکاران^۴، ۲۰۰۸)؛ خوش بینی: تلفیقی از گرایش و نگرش مثبت نسبت به خود و به طور کل دنیای پیرامون است که براساس آن فرد، نتایج خوب و امیدوارکننده را بسته به توانایی های خود از جهان و رویدادهای آن انتظار دارد (چپین و کلمان^۵، ۲۰۰۹، ۱۲۳). تاب آوری^۶: تاب آوری، عبارت از توانایی انعطاف، مسئولیت پذیری و پشتکار در رویارویی با دشواری و مشکلات و حتی وقایع مثبت زندگی است. لوتانز (۲۰۰۷)، تاب آوری را به عنوان توانایی برگشت دوباره به وضعیت عادی در مقابله با مصیبت، تعارض، شکست یا حوادث مثبت، پیشرفت و مسئولیت می داند (حسن زاده، ۱۳۸۹، ۲۸).

هویت سازمانی^۷: هویت سازمانی چارچوبی شناختی برای فهم واقعیت است و به عنوان پیش فرض های مشترک در مورد سازمان به کار می رود. این مفهوم به عنوان یک گفت و شنود راجع به احساس و واقعیت و همچنین به عنوان خواست های جمعی در مورد محتوای سازمان و مکان برای هویت شخصی به کار رفته است. هویت سازه ای فرا فردی است و بوسیله شناخت های سطح فردی تشریح و امکان پذیر می شود (صادقیان سورکی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۶). در واقع هویت سازمانی عبارت است از پاسخ به این سوال که ما به عنوان سازمان که هستیم؟ در یک تعریف، هویت سازمانی به حدی اشاره می کند که کارکنان سازمان خود را با ویژگی های مشابهی که باور دارند مشخصه سازمان است، تعریف می کنند (کان، ۲۰۰۲^۹). وجود رابطه نزدیک بین هویت سازمانی و مسائل و موضوع های سازمانی باعث می شود که افراد احساس وحدت و انسجام و پیوستگی نسبت به سازمان داشته باشند و خود را جزئی از مسائل و مشکلات سازمان

1. Psychological Capital
4. Avvey
8. Organizational Identity

2. Hope
5. Chapin & Coleman
9. Kuhn

3. Snyder
6. Resiliency

بدانند (مائل و آشفورث، ۱۹۹۲، ۱۰۵). شناخت هویت سازمانی و تلاش در جهت توسعه و تقویت آن برای مدیران مهم است؛ زیرا هویت یابی افراد با سازمان سبب کاهش میزان ترک خدمت کارکنان می شود، رفتارهای موافق و همسو با اهداف سازمان را افزایش می دهد و در نهایت موجب تحقق اهداف سازمان می شود (قلی پور و همکاران، ۱۳۹۰، ۱۵۰). چنی^۱ (۱۹۸۲) به سه مفهوم کلیدی در زمینه هویت سازمانی اشاره کرده است: احساس عضویت که شامل حس تعلق و احساس قوی دلبستگی و کشش عاطفی است و همچنین به ضمیر، نهاد و خویشتن فرد اشاره می کند، مثلاً احساس غرور از اینکه عضو سازمان است. وفاداری که به معنی حمایت و دفاع فرد از سازمان و اهداف سازمانی است؛ شباهت که استنباط ویژگی های مشترک داشتن یا احساس همگونی و مشابهت است. به این معنی که کارمند این احساس و ادراک را داشته باشد که اهداف و علائق مشترک با دیگر اعضای سازمان دارد (هچ و شولتز^۲، ۲۰۰۴). در این رابطه مطالعات گوناگونی در زمینه رابطه بین سرمایه روان شناختی با متغیرهای سازمانی انجام شده است. نتایج پژوهش های مختلف نشان دهنده وجود رابطه ای مثبت بین سرمایه روان شناختی و بسیاری از نتایج مطلوب سازمانی، مانند شهروند سازمانی، نوآوری، رضایت شغلی، عملکرد و بهره وری سازمانی است.

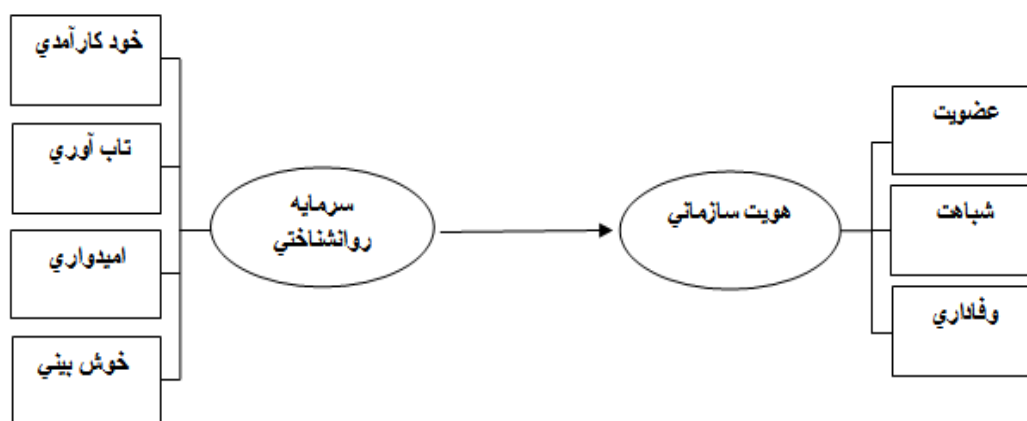
در رابطه با موضوع مورد این پژوهش تحقیقاتی صورت گرفته است. لارسون و لوتانز (۲۰۰۶) پژوهشی با موضوع ارزش افزوده بالقوه سرمایه روان شناختی با نگرش های شغلی انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که سرمایه روان شناختی که نتیجه اجماع چهار بعد (خوش بینی، تحمل پذیری، امیدواری، تاب آوری) است بر نگرش های شغلی کاری در مقایسه با هر یک از ابعاد تأثیر بیشتری دارد. لوتانز و اولیو (۲۰۰۷) به بررسی تأثیر سرمایه روان شناختی بر عملکرد کاری کارکنان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که کارکنانی که سرمایه روان شناختی بالاتری دارند، عملکرد کاری بهتری دارند و تأثیر چهار بعد سرمایه روان شناختی بیشتر از تأثیر هر کدام از ابعاد بر عملکرد کاری است در نتیجه می توان گفت سرمایه روان شناختی دارای ویژگی هم افزایی است.

مهداد و قانلی (۱۳۹۳) پژوهشی با موضوع پیش بینی رفتارهای شهروندی سازمانی از طریق حمایت سازمانی، هویت سازمانی و سرمایه روان شناختی در میان زنان انجام دادند نتایج نشان داد کارکنانی که احساس هویت با سازمان خود دارند تفکرات مثبت و رفتارهای مفیدی در برابر محیط کار خود نشان می دهند. که در نتیجه رفتار شهروندی سازمانی کارکنان افزایش پیدا می کند. معمارزاده و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی با موضوع رابطه میان مؤلفه های سرمایه روان شناختی و تعهد سازمانی انجام دادند. نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه اصلی تحقیق نشان داد که در این سازمان میان سرمایه روان شناختی و تعهد سازمانی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج حاصل از فرضیه های فرعی تحقیق نشان دهنده این بود که بین خودکارآمدی و تعهد مستمر کارکنان رابطه معناداری وجود ندارد. اما بین خودکارآمدی و تعهد عاطفی کارکنان سازمان رابطه معناداری وجود دارد. آغاز و هاشمی (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان بررسی تجربی مدل بسط یافته هویت سازمانی با توجه به ویژگی های شخصیتی کارکنان انجام دادند. نتایج نشان داد به طور کلی ویژگی های شخصیتی بر احساس هویت کارکنان نسبت به سازمان تأثیر دارد. زارعی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین توانمندسازی و خودکارآمدی با عملکرد شغلی کارکنان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که بین خودکارآمدی با عملکرد شغلی کارکنان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد و همچنین خودکارآمدی می تواند عملکرد شغلی را پیش بینی کند.

¹ Cheni

² Hatch and Schultz

جیمز و همکاران (۲۰۰۹) با پژوهشی با عنوان سرمایه روان شناختی یک منبع مثبت برای مقابله با استرس و نوبت کاری در یک محیط دانشگاهی از داوطلبان متقاضی یک نمونه ناهمگن دریافتند که با آموزش سرمایه روان شناختی می توان به مدیریت استرس در سازمان دست یافت و از این طریق عملکرد کارکنان را ارتقا داد. آوی، پاترا و وست^۱ (۲۰۰۶) در پژوهشی با موضوع ارتباط رفتار سازمانی مثبت گرا تعهد سازمانی رضایت شغلی و غیبت از کار، نشان دادند عناصر رفتار سازمانی مثبت گرا پیش بینی کننده بسیار خوبی برای تعهد سازمانی، رضایت شغلی و غیبت از کار کارکنان است. در همین رابطه باید خاطر نشان کرد سازمان های امروزی در عصر رقابت های تنگاتنگ و فشرده به سر می برند و برای حفظ بقای خود نیازمند سرمایه انسانی متعهد، بهره ور، اخلاق مدار، خشنود و بالنده و وفادار هستند. دست یافتن به این مهم جز در سایه تعاملات مطلوب و بهینه بین سازمان و کارکنان و توجه به آنان امکان پذیر نیست. سازمان ها نیز می توانند با توجه کافی به عوامل درون و برون سازمانی نسبت به ایجاد یک هویت قوی و مستحکم اقدام کنند و همان گونه که به دنیال راه هایی برای کمک به کارکنان هستند تا همه چالش های محیط کار خود را هدایت کنند، به طور فزاینده ای اهمیت مثبت گرایی و تمرکز بر رشد نیرومندی های کارکنان را به جای اینکه بر نقاط منفی آنان تمرکز کنند، سعی کنند تا آسیب پذیری ها و ضعف های کارکنان را ثابت نگه دارند و بر نقاط مثبت آنها تکیه کنند. از این رو با توجه به مطالب ارائه شده الگوی مفهومی پژوهش در شکل (۱) ارائه شده است.



شکل (۱) الگوی مفهومی پژوهش

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع کاربردی، روش جمع آوری اطلاعات از نوع تحقیق میدانی و همچنین از نظر روش اجرا توصیفی از نوع همبستگی است. از لحاظ زمانی این تحقیق در سال ۱۳۹۵ و از لحاظ قلمرو موضوعی در شرکت گاز مشهد انجام شده است. در تحقیق حاضر با توجه به قلمرو موضوعی، زمانی و مکانی اعضای جامعه را کارکنان رسمی شاغل در شرکت گاز مشهد تشکیل می دهند که در سال ۱۳۹۵ در حکم کارگزینی آنان کارمند رسمی لحاظ شده است و حداقل یک سال سابقه کاری دارند. بر این اساس جامعه آماری را ۲۵۰ کارمند تشکیل می دهند و برای انتخاب نمونه از شیوه نمونه گیری طبقه ای استفاده شده است که براساس فرمول کوکران حجم نمونه ۱۵۲ نفر به دست آمد.

¹ avvey patra and west

$$n = \frac{N Z_{\alpha}^2 pq}{\epsilon^2 (N) + \frac{Z_{\alpha}^2 pq}{2}} = \frac{250(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (250) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} = 151.44 \cong 152$$

در این پژوهش، برای جمع آوری اطلاعات از روش توزیع پرسشنامه استفاده شده است که پرسشنامه‌های به کار گرفته شده در این پژوهش با معیارها و اهداف تحقیق مطابقت داشته است. متغیر سرمایه روان شناختی در این تحقیق با استفاده از پرسشنامه ۲۴ سوالی لوتانز (۲۰۰۷) بررسی شد. مؤلفه خودکارآمدی با ۶ سوال مؤلفه تاب آوری با ۶ سوال، مؤلفه امیدواری با ۶ سوال و مؤلفه خوش بینی با ۶ سوال مورد بررسی واقع شدند. روایی پرسشنامه در مطالعات مختلف مورد تأیید قرار گرفته است. متغیر هویت سازمانی در این تحقیق با استفاده از پرسشنامه ۱۸ سوالی چنی (۱۹۸۳) بررسی شد. مؤلفه عضویت با ۶ سوال، مؤلفه وفاداری با ۸ سوال و مؤلفه شباهت شامل ۴ سوال است. برای تأیید روایی محتوا و ظاهری از نظر استادان خبره و همچنین از نتایج تحلیل عامل تأییدی و برای تأیید پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. پایایی در سطح ۹۲/۰ و ۸۷/۰ به ترتیب برای سرمایه روان شناختی و هویت سازمانی به دست آمد. داده‌های حاصل از این تحقیق با استفاده از نرم افزار Spss و Smart-Pls تجزیه و تحلیل شده است. همچنین به منظور توصیف داده‌های مذکور با استفاده از نرم افزار Spss شاخص‌های فراوانی، درصد و ... و در سطح استنباطی از معادلات ساختاری استفاده شده است.

سنجش پایایی پرسشنامه

برای تعیین پایایی پرسشنامه از معیار ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. این ضریب از ۰ تا ۱ متغیر است و مقادیر بالای ۰/۷ این ضریب بیانگر پایایی پرسشنامه است و مقادیر کمتر از ۰/۶ نامطلوب ارزیابی می شود. پایایی یا قابلیت اعتماد، یکی از ویژگیهای فنی ابزار اندازه گیری است. مفهوم یاد شده با این امر سر و کار دارد که ابزار اندازه گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج مشابهی به دست می دهد. دامنه ضریب قابلیت اعتماد بین صفر تا یک است و هر چه این ضریب به سمت یک میل کند از پایایی بیشتری برخوردار است. در این پژوهش به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. این روش ها برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری به کار می رود. آلفای کرونباخ مربوط به متغیرها:

جدول (۱) نتایج پایایی پرسشنامه

متغیرها	آلفای کرونباخ
خودکارآمدی	۰/۹۱۹
امیدواری	۰/۸۹۵
تاب آوری	۰/۷۳۴
خوش بینی	۰/۷۵۱
سرمایه روان شناختی	۰/۹۲۳
عضویت	۰/۷۸۸
وفاداری	۰/۷۳۹
شبهات	۰/۷۷۰
هویت سازمانی	۰/۸۷۱

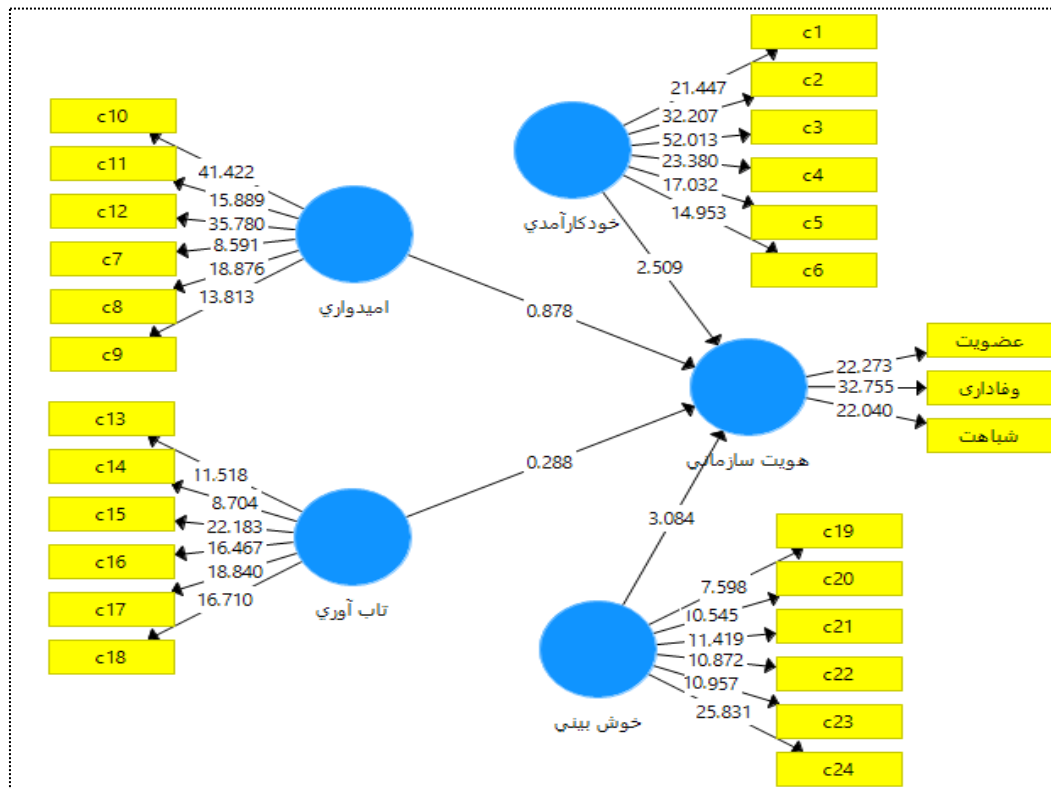
با توجه به اینکه آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب در تمامی متغیرهای پرسشنامه بیشتر از ۰/۷ بنابراین می توان گفت پرسشنامه از پایایی خوبی برخوردار است.

روایی پرسشنامه

برای تأیید روایی ابزار اندازه روایی سازه مورد بررسی قرار گرفت. روایی سازه برای بررسی دقت و اهمیت نشانگرها استفاده شده است که نشان می دهد که آیا نشانگرها ساختارهای عاملی مناسبی را برای اندازه گیری سازه های مورد مطالعه در مدل تحقیق فراهم آورده اند. برای بررسی این موضوع از مقادیر (t-value) استفاده شد که اگر بزرگ تر از ۱/۹۶ باشند، در سطح اطمینان ۹۵٪ نشانگرها ساختارهای عاملی مناسبی را برای اندازه گیری ابعاد مورد مطالعه در مدل تحقیق فراهم می کنند. جهت بررسی روایی سازه تحلیل عاملی تأییدی مورد استفاده قرار می گیرد. این مدل مبتنی بر اطلاعات از پیش تجربی درباره ساختار داده هاست و قبل از انجام تحلیل مسیر (مدل ساختاری)، ابتدا تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه گیری) انجام شد. در تحلیل عاملی تأییدی هر چه میزان بار عاملی به عدد یک نزدیک تر باشد در واقع گویای این مسئله است که سؤال های پرسشنامه ارتباط قوی تری با متغیرهای مکنون دارند و اگر میزان بار عاملی صفر باشد این به معنای عدم ارتباط بین سوال پرسشنامه با متغیر مکنون است. همچنین طبق این روش بار عاملی منفی به معنای معکوس بودن جهت اثرگذاری سوال پرسشنامه بر متغیر مکنون است. مقدار بار عاملی کوچکتر از ۴/۰ و آماره t کمتر از ۱/۹۶ باید از مدل حذف شود. در نهایت براساس نتایج مشخص شد که تمام نشانگرهای سازه های مورد مطالعه به دلیل بیشتر بودن مقدار آماره χ^2 از ۹۶/۱ و نیز بیشتر بودن مقادیر بارهای عاملی از ۴/۰، از اهمیت لازم برای اندازه گیری سازه های خود برخوردار هستند و روایی سازه نشان می دهد که نشانگرها ساختارهای عاملی مناسبی را برای اندازه گیری ابعاد مورد مطالعه فراهم می آورند.

تحلیل مسیر: روش آماری به کار گرفته شده در این تحقیق روش «معادلات ساختاری» است. مدل سازی معادلات ساختاری، یک ابزار پژوهشی رایج در علوم مدیریت، پزشکی و علوم اجتماعی در چند دهه اخیر بوده است: در ادامه

استفاده از نرم افزار Smart-pls، اثرگذاری عوامل یاد شده بررسی می شود. برای این منظور از مدل ساختاری برای آزمون فرضیه ها استفاده شده است



نمودار (۱) مدل تحقیق فرضیه ها در حالت معنی داری ضریب فرضیه ها (t-value)

یافته های حاصل از فرضیه ها

فرضیه اصلی: بین ابعاد سرمایه روان شناختی و هویت سازمانی رابطه وجود دارد.

جدول (۲) ضریب مسیر تأثیر سرمایه روان شناختی بر هویت سازمانی

نتیجه	آماره t	انحراف استاندارد	ضریب مسیر
تأیید	۳۳۹/۴	۰۹۲/۰	۴۰۱/۰

براساس جدول (۲)، چون مقدار قدر مطلق آماره t برای تأثیر سرمایه روان شناختی بر هویت سازمانی برابر با ۳۳۹/۴ و از ۹۶/۱ بیشتر است و مقدار ضریب مسیر مثبت است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، بین ابعاد سرمایه روان شناختی و هویت سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. نتایج این تحقیق با یافته های پژوهش لوتانز و اولیو (۲۰۰۷) همخوانی دارد. آنان نشان دادند سرمایه روان شناختی و عناصر رفتار سازمانی مثبت گرا با عملکرد سازمانی، رابطه معنادار و مستقیمی برقرار می کند. مدیران با به کارگیری فعالیت های منابع انسانی و با تأکید بر عناصر رفتار سازمانی مثبت گرا می توانند هویت سازمانی کارکنان را افزایش دهند. در واقع با افزایش سرمایه روان شناختی هویت سازمانی کارکنان افزایش

می یابد. سرمایه روان شناختی مثبت گرا، به ارتقای ارزش سرمایه انسانی و اجتماعی در سازمان منجر می شود. این مؤلفه ها (خوش بینی، تاب آوری، امیدواری، خودکارآمدی) در یک فرایند تعاملی و ارزشیابانه به زندگی فرد معنا بخشیده، تلاش فرد برای تغییر موقعیت های فشارزا را تداوم می دهد، او را برای ورود به صحنه عمل آماده و مقاومت و سرسختی وی در تحقق اهداف را تضمین می کند. وقتی یک فرد به طور قوی با سازمانش تعیین هویت شود تعهدش درباره سازمان بیشتر می شود و تمایل بیشتری برای ماندن در سازمان خود دارد.

فرضیه فرعی ۱: بین خودکارآمدی و هویت سازمانی رابطه وجود دارد:

جدول (۳) ضریب مسیر تأثیر خودکارآمدی بر هویت سازمانی

نتیجه	آماره t	انحراف استاندارد	ضریب مسیر
تأیید	۵۰۹/۲	۱۰۸/۰	۲۷۱/۰

براساس جدول (۳)، چون مقدار قدر مطلق آماره t برای تأثیر خودکارآمدی بر هویت سازمانی برابر با ۵۰۹/۲ و از ۹۶/۱ بیشتر است و مقدار ضریب مسیر مثبت است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، بین خودکارآمدی و هویت سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. نتایج این پژوهش با پژوهش لارسون و لوتانز (۲۰۰۶)، زارعی (۱۳۹۰) و معمارزاده و همکاران (۱۳۹۱) همسو می باشد. بدین معنی که وقتی کارکنان به توانایی ها و استعداد های خود در انجام وظایف محوله یقین دارند، نوعی انگیزه در خود و در جهت موفقیت شغلی ایجاد می شود که باعث می شود حضور فعال و پرثمر در سازمان داشته باشند؛ در نتیجه تعهد وابستگی و دل بستگی آنان به سازمان افزایش پیدا کند و خود را عضوی از سازمان ببینند. براساس این فرضیه هرچقدر کارکنان به توانایی ها و قابلیت های خود در انجام وظایف شان باور و اطمینان داشته باشند به دوام و استمرار تعهد و وابستگی آنان به سازمان منجر می شود این وابستگی باعث می شود که افراد نسبت به ماهیت شغل خود نیز احساس قرابت داشته و بر این اساس فعالانه در آن مشارکت داشته باشند به تبع این امر می تواند انسجام، هماهنگی و حمایت متقابل اعضا را به همراه داشته باشد. در نتیجه گرایش های کاری، عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی آنها را به گونه ای مثبت تحت تأثیر قرار دهد.

فرضیه فرعی ۲: بین امیدواری و هویت سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد:

جدول (۴) ضریب مسیر تأثیر امیدواری بر هویت سازمانی

نتیجه	آماره t	انحراف استاندارد	ضریب مسیر
رد	۸۷۸/۰	۱۶۴/۰	۱۴۴/۰

براساس جدول (۴)، چون مقدار قدر مطلق آماره t برای تأثیر امیدواری بر هویت سازمانی برابر با ۸۷۸/۰ و از ۹۶/۱ کمتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، بین امیدواری و هویت سازمانی رابطه معنی داری وجود ندارد.

امید، ماهیتی حالت گونه دارد و قابل پرورش، توسعه و اندازه گیری است که برای این منظور یعنی جهت رشد آن باید به فرایند هدف گذاری و آموزش در خصوص آن و تعیین اهداف چالشی و مرحله ای و بازنگری مجدد هدف برای جلوگیری از ایجاد اهداف اشتباه و در نتیجه امیدواری نادرست توجه شود، مثلاً فرهنگ سازمانی که مشارکت، خلاقیت و برنامه ریزی اقتضایی را تشویق می کند میزان امیدواری به مشارکت در آن افزایش می یابد. لوتانز (۲۰۰۴) در تحقیقات اخیر خود نشان داد، ارتباط بین امیدواری کارمند و عملکرد آن و سودآوری سازمانی و همچنین ارتباط بین امیدواری رهبران و سودآوری واحدهای آنها و توانایی نفوذشان در بین کارمندان بسیار است. هر چقدر سطح امیدواری در کارکنان کاهش پیدا کند، تعلق، وابستگی و حضور فعال آنان در سازمان کمتر شده در نتیجه هویت فرد در تعیین اهداف و ارزش های سازمانی متولی نخواهد شد.

فرضیه فرعی ۳: بین تاب آوری و هویت سازمانی رابطه وجود دارد:

جدول (۵) ضریب مسیر تأثیر تاب آوری بر هویت سازمانی

ضریب مسیر	انحراف استاندارد	آماره t	نتیجه
۰/۴۱	۱۴۲/۰	۲۸۸/۰	رد

براساس جدول (۵)، چون مقدار قدر مطلق آماره t برای تأثیر تاب آوری بر هویت سازمانی برابر با ۲۸۸/۰ و از ۹۶/۱ کمتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، بین تاب آوری و هویت سازمانی رابطه معنی داری وجود ندارد. یکی از دلایل این امر را می توان در نبود سخت رویی در میان کارکنان جستجو کرد. نگرش های مورد نظر در سخت رویی، عبارتند از: تعهد، کنترل و چالش طلبی. مقصود از تعهد آن است که فرد در رویارویی با شرایط دشوار، به جای ترک صحنه، ترجیح دهد حضور خود را در صحنه حفظ کرده، به افراد درگیر در آن موقعیت، در برطرف کردن دشواری کمک کند. مقصود از کنترل، آن است که فرد به توانایی های خود برای اثرگذاری بر نتایج رویدادها باور داشته باشد و مقصود از چالش طلبی، آن است که فرد در رویارویی با چالش ها به جای مقصر قلمداد کردن سرنوشت، در صدد ایجاد فرصت هایی برای رشد خود و دیگران باشد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق آوی و همکاران (۲۰۰۶) مخالف است آنان در پژوهش خود نشان دادند عناصر رفتار سازمانی مثبت گرا، پیش بینی کننده بسیار خوبی برای تعهد سازمانی، رضایت شغلی و غیبت از کار کارکنان است. همچنین در تحلیل این نتیجه نیز می توان تاب آوری را توانایی بازگشت فرد به شرایط عادی پس از مواجه شدن با شرایط دشوار و حتی شکست های پیاپی تعریف کرد. پس منطقی است فردی که تاب آوری قابل ملاحظه ای دارد می تواند از عهده شرایط دشوار شغلی برآید و پس از پشت سرگذاشتن آنها به شرایط عادی و مثبت باز گردد و تمایلی به ترک خدمت و سازمان خود نداشته باشد.

فرضیه فرعی ۴: بین خوش بینی و هویت سازمانی رابطه وجود دارد:

جدول (۶) ضریب مسیر تأثیر خوش بینی بر هویت سازمانی

ضریب مسیر	انحراف استاندارد	آماره t	نتیجه
۴۲۱/۰	۱۳۶/۰	۰۸۴/۳	تأیید

بر اساس جدول (۶)، چون مقدار قدر مطلق آماره t برای تأثیر خوش بینی بر هویت سازمانی برابر با $۰۸۴/۳$ و از $۹۶/۱$ بیشتر است و مقدار ضریب مسیر مثبت است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، بین خوش بینی و هویت سازمانی رابطه وجود دارد. نتایج این تحقیق با نتایج پژوهش جیمز و همکاران (۲۰۰۹) همسو است آنان دریافتند که با آموزش سرمایه روان شناختی می توان به مدیریت استرس در سازمان دست یافت و از این طریق عملکرد کاری کارکنان را ارتقا بخشید. البته باید توجه داشت که در سرمایه روان شناختی، خوش بینی واقع گرا و انعطاف پذیر مدنظر است. در خوش بینی واقع بینانه فرد به ارزیابی آنچه قادر به کسب آن نیست و آنچه می تواند به دست آورد، می پردازد. در خوش بینی انعطاف پذیر، فرد مسئولیت را می پذیرد ولی سختی ها و چالش های آن را نیز در نظر می گیرد و در برخورد با آنها با توجه به موقعیت، انتظارات خود را شکل می دهد. بنابراین خوش بینی به شکل واقع بینانه و انعطاف پذیر نقش مهمی در خود کارآمدی و امیدواری فرد دارد.

پیشنهادها

با توجه به نتیجه فرضیه اصلی اول که مشخص شد بین سرمایه روان شناختی و هویت سازمانی رابطه وجود دارد، تقویت ابعاد مختلف سرمایه روان شناختی از قبیل تقویت خود کارآمدی و اعتماد به نفس از طریق افزایش بازخوردهای مثبت و انگیزه در کارکنان، تقویت خوش بینی از طریق ایجاد ارتباطات مثبت و کاهش بدبینی، تقویت امیدواری از طریق تأکید بر اهداف درون سازی شده و افزایش تاب آوری کارکنان از طریق برگزاری کلاس های آموزشی که تقویت این مؤلفه ها باعث افزایش سرمایه روان شناختی (اثر هم افزایی) و افزایش سرمایه روان شناختی باعث افزایش هویت سازمانی می شود. با توجه به آزمون فرضیه اول می توان گفت میزان تأثیر سرمایه روان شناختی از مؤلفه های تشکیل دهنده آن بیشتر است. از این رو به مدیران توصیه می شود با خلق فضای کار مثبت گرا، سرمایه روان شناختی کارکنان را افزایش دهند و به جای سرمایه گذاری جداگانه بر مؤلفه های سرمایه روان شناختی، به صورت نظام مند بر تمام مؤلفه ها تمرکز کنند.

با توجه به نتایج فرضیه فرعی اول که مشخص شد بین خود کارآمدی و هویت سازمانی رابطه وجود دارد. وقتی کارکنان به توانایی ها و استعداد های خود در انجام وظایف محوله یقین دارند، نوعی انگیزه در خود و در جهت موفقیت شغلی ایجاد می شود که باعث می شود حضور فعال و پر ثمر در سازمان داشته باشند و در نتیجه تعهد وابستگی و دلبستگی آنان به سازمان افزایش پیدا کند و خود را عضوی از سازمان ببینند. بر اساس این فرضیه هر چه قدر کارکنان به تواناییها و قابلیت های خود در انجام وظایف شان باور و اطمینان داشته باشد به دوام و استمرار تعهد و وابستگی آنان به سازمان منجر می شود. این وابستگی باعث می شود که افراد نسبت به ماهیت شغل خود نیز احساس قربت داشته و بر این اساس فعالانه در آن و در کار تیمی مشارکت داشته باشند. به اعتقاد لوتانز (۲۰۰۷) عواملی مانند آموزش افراد برای تسلط بر حرفه، الگو قرار دادن دیگران و ترغیب اجتماعی و روانی، به دلیل بازخوردی که ایجاد می کنند مانند احترام، اعتماد و حمایت گروه و سازمان از فرد باعث تقویت حس خود کارآمدی می شود.

با توجه به نتایج فرضیه فرعی دوم که مشخص شد بین امیدواری و هویت سازمانی رابطه وجود ندارد، هر چقدر سطح امیدواری در کارکنان کاهش پیدا کند، تعلق، وابستگی و حضور فعال آنان در سازمان کمتر شده و هویت فرد در تعیین اهداف و ارزش های سازمانی متولی نخواهد شد. پیشنهاد می شود برای رشد امیدواری به فرایند هدف گذاری و آموزش در خصوص آن و تعیین اهداف چالشی و مرحله ای و بازنگری مجدد هدف برای جلوگیری از ایجاد اهداف اشتباه و در نتیجه امیدواری نادرست توجه شود. همچنین ایجاد و افزایش برنامه های تفریحی و سیاحتی در جهت افزایش روابط رودررو، زیرا روابط رودررو تاثیر مثبت و خوبی در ایجاد روابط بهتر و مبتنی بر اعتماد می گذارد. زمانی که این امیدواری در کارکنان وجود داشته باشد میزان هزینه های احتمالی ناشی از ترک سازمان بیشتر از باقی ماندن در سازمان است، افراد به راحتی حاضر به ترک سازمان نمی شوند و ضرورتاً به کار خود در سازمان ادامه می دهند.

با توجه به نتایج فرضیه فرعی سوم که مشخص شد بین تاب آوری و هویت سازمانی رابطه وجود ندارد، تقویت حس امید برای رویارویی بر مسائل و مشکلات باعث می شود تا کارکنان در برابر مشکلات شکست خورند و قدرت تاب آوری آنان در سازمان افزایش یابد. همچنین مدیران می توانند با برنامه ریزی دقیق و هدف گذاری در سازمان باعث پیش بینی آینده و تعیین مسیر و مصمم شدن کارکنان در ادامه راه شوند و از این طریق از عدم موفقیت ها کاسته و تاب آوری تقویت می شود. ضمن اینکه تقویت فضای معنویت از سوی مدیران در سازمان باعث می شود تا کارکنان با آرامش و توکل بیشتری با مشکلات روبرو شوند.

با توجه به نتایج فرضیه فرعی چهارم که مشخص شد بین خوش بینی و هویت سازمانی رابطه وجود دارد: پیشنهاد می شود خوش بینی واقعی تقویت شود. برای افزایش خوش بینی باید خوش بینی واقع بینانه و غیر واقع بینانه تفکیک شود. خوش بینی غیر واقعی معطوف به زمانی است که فرد بدون در نظر گرفتن شرایط و عوامل درونی و بیرونی به رویدادی خوش بین است. این نوع خوش بینی پیامدهای منفی در بر خواهد داشت لذا باید هدف آن باشد که خوش بینی واقع بینانه در افراد افزایش یابد. ضمن اینکه ایجاد حس خوش بینی در کارکنان نسبت به سازمان از طریق توجه به کارآیی تجربه و دانش آنها می تواند مؤثر باشد. در نهایت با جمع بندی نتایج و مباحث ذکر شده می توان در کل به سازمان ها پیشنهاد داد برای ارتقا سطح هویت سازمانی در کارکنان با تدوین استراتژی های آموزشی از طریق ارتقا سطح مؤلفه های درونی، سرمایه روان شناختی را سرلوحه برنامه ریزی نیروی انسانی خود در سازمان ها قرار دهند.

همچنین با توجه به اینکه پژوهش حاضر در شرکت گاز اداره مرکزی و مناطق هفتگانه مشهد انجام شد پراکنندگی جغرافیایی از جمله محدودیت های تحقیق بود ضمن اینکه برای تعمیم نتایج بایستی در سطحی گسترده تر تحقیق صورت گیرد و فرضیه ها را در سازمان های دولتی و خصوصی بررسی کرد. همچنین می توان جهت اطلاع بیشتر از سطح هویت سازمانی، این تحقیق بین کارکنان غیررسمی سازمانها انجام گیرد و نتایج حاصل با نتایج فوق مقایسه شود.

منابع

فارسی

- امراللهی بیوکی، ناهید؛ دانائی فرد، حسن؛ فانی، علی اصغر و رضائیان، علی. (۱۳۹۳). تبیین نقش محوری سرمایه روان شناختی مثبت در سازمان های دولتی ایران. ۳ (۱ و ۲)، ۷۳-۱۰۰.

- اللهیاری، محبوبه؛ حمیدی، مهرزاد؛ همتی نژاد، مهرعلی و اللهیاری، فاطمه. (۱۳۹۰). رابطه هویت سازمانی و عوامل اجتماعی جمعیت شناختی با رفتار شهروندی سازمانی در ورزش. *فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی*، ۹، ۹۵-۱۱۲.
- باباییان، علی و دیگران. (۱۳۹۱). تأثیر سرمایه روان شناختی بر رضایت شغلی افسران مرد ناجا (مورد مطالعه فا.ا. قزوین). *مطالعات مدیریت انتظامی* ۵ (۲)، ۳۴۹-۳۶۹.
- حسن زاده، ژاله. (۱۳۸۹). مثبت گرایی در رفتار سازمانی، *مجله تدبیر*، ۲۱۶، ص ۲-۲۹.
- دعایی، حبیب... و حسن زاده، ژاله. (۱۳۹۱). بررسی نقش تعدیل گر سنوات کاری بر رابطه سرمایه روان شناختی با هویت سازمانی، *چشم انداز مدیریت دولتی*، ۹، ۵۵-۷۱.
- رحیم نیا، فریبرز و نیکخواه فرخانی، زهرا (۱۳۹۰). تأثیر جو اخلاقی سازمان بر هویت سازمانی و تمایل به ترک خدمت فروشندگان، *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، ۴، ۱-۱۱.
- شریفی، سمانه؛ سلیمی، قربانعلی و احمدی، احمد. (۱۳۸۹). بررسی رابطه ویژگی های شخصیتی با تعهد سازمانی، *فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی* / ۱ (۴)، ۸۱-۱۰۶.
- صادقیان سورکی، مهدی؛ جمشیدیان، عبدالرسول و هویدا، رضا. (۱۳۸۹). هویت و تعهد سازمانی در مراکز تربیت معلم، *فرهنگ مشاوره و روان درمانی*، ۴، ۲۵-۴۲.
- قلی پور، آرین؛ پورعزت، علی اصغر و محمدی، فرشته. (۱۳۹۰). تبیین عوامل درون سازمانی و برون سازمانی مؤثر بر ساخت سازمانی هویت در سازمان های دولتی، *فصلنامه مدیریت دولتی*، ۳ (۷)، ۱۴۹-۱۶۶.
- محمدزاده، زهرا؛ رحمان سرشت، حسین و کوشازاده، سیدعلی. (۱۳۹۲). اثر اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر بر هویت سازمانی: نقش میانجی اعتماد به سازمان، *فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، ۳، ۱-۲۰.
- معمارزاده، غلامرضا، ختائی، محمدرضا و عباس زاده، شهلا. (۱۳۹۱). رابطه بین مؤلفه های سرمایه روان شناختی و تعهد سازمانی کارکنان، *فصلنامه پژوهش های مدیریت*، ۹۶، ۱-۱۰.
- مهداد، علی و قائلی، فرحناز. (۱۳۹۳). پیش بینی رفتارهای شهروندی سازمانی از طریق حمایت سازمانی هویت سازمانی و سرمایه روان شناختی در میان زنان. *فصلنامه زن و فرهنگ*، (۶) ۲۲، ۱۰-۲۵.
- نصرافهانی، علی و آقابابور دهکردی، طاهره. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین هویت سازمانی با سکوت سازمانی کارکنان دانشگاه اصفهان، *جامعه شناسی کاربردی*، (۲۴) ۴، ۱۳۹-۱۶۲.

انگلیسی

- Avey, James; Wernsing, Tara & Luthans, Fred. (2008) Can Positive Employees Help Positive Organizational Change? Impact of Psychological Capital and Emotions On Relevant Attitudes and Behaviors, *Journal of behavioral Science*, 44 (1), 48-70
- Avey, J. B., Patera, J. L. & West, B. J. (2006). The Implications of Positive Psychological Capital on Employee Absenteeism. *Journal of Leadership & amp; Organizational Studies*, 13 (2):

- Bergami, M; Bagozzi, R. P. (2000). Self-categorization, affective commitment and group self esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *Journal of Social Psychology*, 39, 555-577.
- Chapin, John & Grace, Coleman. "Optimistic Bias: What you Think, What you Know, or Whom you Know?", *North American Journal of Psychology*, 1.
- Cole Michael, S. & Bruch, Heike. (2006). Organizational identity strength, identification and commitment and their relationships to turnover intention: Does organizational hierarchy matter? *Journal of Organizational Behavior*, 27, 585-605
- DeConinck, J. (2011). The effects of ethical climate on organizational identification, supervisory trust, and turnover among salespeople. *Journal of Business Research*, 64, 617-24.
- Hatch, M., & Schultz, M. (2004). Introduction In M. Hatch and M.Schultz (Eds.) *Organizational Identity: Oxford University Press*.PP 1-6
- Kuhn, T. & Nelson, N. (2002), Reengineering identity, *Management Communication Quarterly*, 16 (1), 5-38.
- Larson, M., Luthans, F, (2006), Potential added value of psychological capital in predicting work attitude, *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13(1):PP 2-13
- Liam, F. & Ross, Donohue, (2004). Psychological Capital: A Preliminary Exploration of The Construct, Monash University, Business and Economics, Working Paper (51).120
- Luthans, F., Yousse, F, C., Avolio, B. J.; (2007). Psychological Capital: Developing the human competitive edge", Oxford University Press.
- Luthans, F. & Avolio, B. J. & Avvey, J. B. (2007). Positive Psychological capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction", *Personnel Psychology*, 60. 387-393
- Mael, F. & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 04
- Pratt, M. G (1998). To be or not to be? Central questions in organizational identification. In . A. Whetten & P. C. Godfrey (Eds.), *Identity in organizations: Building theory through conversations* (171- 201)
- Puusa A. (2006). Conducting research on organizational identity. *EJBO*; 11(2), 24-28.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: a meta-analysis. *J Vocational Behav*; 66(2):358-84.