

فهرست مقالات



- (۱) ارائه مدل رفتار مصرف‌کننده در ایجاد دل‌بستگی به برند با تأکید بر مؤلفه بسته‌بندی: یک مطالعه کیفی در شرکت‌های صنایع غذایی
مازیار قاسم‌زاده سنگرودی، کریم حمدی و شادان وهاب‌زاده منشی..... ۱
- (۲) طراحی مدل کاهش اهمال‌کاری کارکنان (مورد مطالعه: شرکت ملی نفت ایران)
رضا فرشیان، فرزین فرحبد، کرم‌اله دانشفرد و حمیدرضا رضایی کلیدبری..... ۲۶
- (۳) رابطه بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در بین مدیران دبیرستان دخترانه شهر اهواز
الهام شیخ‌پور و مجتبی معظمی..... ۵۱
- (۴) تنظیم رفتار کارکنان در سازمان‌ها از طریق فهم شباهت‌های ساختار تفکر خلاف واقع و مدل فرهنگ‌سازمانی کویین و کامرون
غلامرضا غنیمتی، زهرا علی‌پوردرویشی، حمیدرضا یزدانی و نادر شیخ‌الاسلامی..... ۷۰
- (۵) اعتبار سنجی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور با تأکید بر مؤلفه‌های رفتاری
افشین هاشمی، داریوش غلام‌زاده و احمد ودادی..... ۱۰۰
- (۶) بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی با در نظر گرفتن نقش میانجی رفتار فرانقش سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش
خلیل اژدری..... ۱۲۴
- (۷) مؤلفه‌های رفتاری مؤثر در محبوبیت مدیران (رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری)
مصطفی حیدری هراتمه و حمیدرضا بهرامی..... ۱۴۹



ارائه مدل رفتار مصرف کننده در ایجاد دل بستگی به برند با تأکید بر مؤلفه بسته بندی:

یک مطالعه کیفی در شرکت های صنایع غذایی

مازیار قاسم زاده سنگرودی^۱

کریم حمدی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۲۸ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۲۰

شادان وهاب زاده منشی^۳

چکیده

این مطالعه با هدف ارائه مدل رفتار مصرف کننده در ایجاد دل بستگی به برند با تأکید بر مؤلفه بسته بندی: یک مطالعه کیفی در شرکت های صنایع غذایی انجام شده است. تحقیق حاضر از لحاظ هدف، از نوع تحقیقات کاربردی- توسعه ای و از لحاظ روش جمع آوری داده ها روش تحقیق کیفی است. برای انتخاب جامعه آماری در بخش کیفی پژوهش و ایجاد مؤلفه های مدل نهایی الگو، پژوهشگر تلاش دارد تا با مصاحبه با خبرگان و مدیران و کارشناسان ارشد حوزه شرکت های صنایع غذایی است که با ۱۲ نفر خبره حجم نمونه بر اساس رسیدن به اشباع نظری با ۱۲ مصاحبه تعیین شد. ابزار اصلی گردآوری داده ها در بخش میدانی شامل مصاحبه نیمه ساختاریافته است. برای تحلیل داده ها از روش تحلیل مضمون کیفی و نرم افزار مکس. کیو.دی. ای استفاده شده است. بر اساس نتایج حاصل از تحلیل کیفی سه دسته از مقوله های فراگیر شامل بسته بندی، دل بستگی به برند و رفتار مصرف کننده به عنوان مؤلفه های اصلی شناسایی شدند. بسته بندی شامل عوامل ارتباطی، عوامل لجستیکی، عوامل اقتصادی، عوامل زیست محیطی و مسئولیت اجتماعی، شناسایی شدند. در رابطه با دل بستگی به برند، وفاداری به برند، آگاهی از برند، کیفیت ادراک شده و تداعی های برند شناسایی شدند. نهایتاً در رابطه با رفتار مصرف کننده عوامل شخصی، فرهنگی، روان شناختی (انگیزشی) و آمیخته بازاریابی شناسایی شدند.

کلمات کلیدی

رفتار مصرف کننده، دل بستگی به برند، بسته بندی، شرکت های صنایع غذایی

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. maziar.ghasemzadeh@srbiau.ac.ir

۲- استاد، گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) k.hamdi@srbiau.ac.ir Ham

۳- استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. vahabzadehshadan486@gmail.com

امروزه تعداد فزاینده‌ای از سازمان‌ها برای ارتقای قدرت برند سرمایه‌گذاری می‌کنند. نام تجاری به‌عنوان یک منبع متمایز ارزش عمل می‌کند که به یک محصول یا خدمات اضافه می‌شود (کلر^۱، ۲۰۲۰). از نظر عناصر بصری و کلامی، چندین پارامتر مورد استفاده قرار می‌گیرد تا نشان دهد که محصول حاضر مربوط به سازمان یا دسته‌ای از سازمان‌ها است و این پیشنهاد را از جایگزین‌های بازار متمایز می‌گرداند. رشد قدرت برند به‌طور بالقوه دید مثبت مشتری از ویژگی‌های محصول را تسهیل می‌کند، وفاداری مشتری را افزایش می‌دهد، قرار گرفتن شرکت در معرض برخی از ریسک‌های بازار را کاهش می‌دهد، قیمت‌گذاری بهتر را امکان‌پذیر می‌کند و به سودآوری کمک می‌کند، روابط با شرکای تجاری را بهبود می‌بخشد و فرآیند را تقویت می‌کند (آندریانی و سوپرایتو^۲، ۲۰۲۱). برند نیز به مشتریان این امکان را می‌دهد که به‌طور خاص از مزایای قابل‌توجهی بهره‌مند شوند. به‌طور خاص، نشان تجاری مشتریان را قادر می‌سازد تا پیشنهاد مطروحه را به یک مرجع (شرکت یا سازمان) خاص مرتبط کنند که در قبال محصول یا خدمات پاسخگو است و با اطمینان از امکان‌پذیری کیفیت‌های پیشنهادی پیش‌بینی‌شده و با کاهش میزان فعالیت فیزیکی و ذهنی مورد نیاز، به مشتریان در انتخاب خرید کمک می‌کند (نایک و لاووری^۳، ۲۰۱۹). در فرآیند خرید علاوه‌براین، مصرف‌کنندگان ممکن است یک برند را به‌عنوان رویکردی برای بیان شخصیت خود از طریق ویژگی‌های مشخصه نسبت داده‌شده به برند و در نتیجه کاربرد نام تجاری به آن‌ها در نظر بگیرند. علاوه بر این، درحالی‌که مشتریان پایبندی خود را به نام تجاری نشان می‌دهند، فرض بر این است که ارزش کافی را به مشتریان پیشنهاد می‌کند که منجر به ارتباط خاصی بین مشتریان و برند می‌شود (کلر، ۲۰۲۰). لذا به‌منظور تقویت مزایای به‌دست‌آمده از حضور برند، برندها باید به‌صورت استراتژیک عمل کنند که این امر مستلزم تعداد فرآیندهای متوالی است (پاریس و اسپنس^۴، ۲۰۱۸). در ابتدا، تعیین اهداف برند با توجه به رقابت، تولید سود مادی و گسترش پیوند با مشتریان الزامی است. ارزیابی و تجزیه‌وتحلیل از عملکرد برند (لیدکاپیتیت و تامبو^۵، ۲۰۲۰)، امکان تعیین وضعیت برند را با توجه به محیط‌های بیرونی و داخلی سازمانی که برند را مدیریت می‌کند، فراهم می‌سازد. در نهایت، هنگام مدیریت برندها در بازارهای مختلف بر اساس برنامه‌های بادوام، گسترش و حفظ تأثیر متنوعی که درک مصرف‌کنندگان از برند بر واکنش‌های آن‌ها به عرضه برند و شیوه‌های تبلیغاتی، فروش و توزیع دارد ضروری است (باریجان، آرنینگسیه و رحماواتی^۶، ۲۰۲۱).

ارائه مدل رفتار مصرف کننده در ایجاد.../قاسم زاده سنگرودی، حمدی و وهاب زاده منشی

برندها به دلیل «عناصر برند» از جمله نام‌های برند، لوگوتایپ‌ها، افراد نماینده، نمایندگان رسمی برند، آدرس‌های اینترنتی، علائم، بسته‌بندی، عبارات و آهنگ‌های مشخص متمایز و شناخته می‌شوند. این مؤلفه‌های برند هویت برند را ارتقا می‌دهند که تأثیر متقابل عناصر را بر دل‌بستگی به برند تجسم می‌دهد و به‌عنوان یک پایه اساسی عمل می‌کند و متعاقباً منجر به ظهور تداعی‌های برند (برکسندورف و کلر^۷، ۲۰۱۷)، شکل‌دهی به رفتار مشتری در مورد برند و نهایتاً تقویت ارتباط بین برند می‌شود. به‌منظور دستیابی به اهداف مرتبط با ارتقای هویت برند، بیان‌شده است که هر یک از اجزای برند باید بتواند علی‌رغم وجود سایر ویژگی‌های محصول و طرح‌های بازاریابی برند، محصول را به شیوه‌ای مطلوب توصیف کند و پیام برند را تسهیل کند. انتقال مفهوم، جدای از شکل ظاهری همه موارد گفته‌شده و سازگاری تمامی اجزای برند با یکدیگر بسیار حائز اهمیت است که به درک صحیح و یکنواخت نگاه مصرف‌کننده به برند کمک می‌کند (کلر، ۲۰۲۰).

در همین راستا، همان‌طور که اشاره شد، بسته‌بندی یکی از عناصر برند را نشان می‌دهد و یکی از ارکان اصلی برند نیز محسوب می‌شود. کلر (۲۰۱۵)، خاطرنشان می‌کند که بسته‌بندی می‌تواند به دل‌بستگی به برند کمک کند یا از طریق متمایز کردن عرضه که ناشی از ویژگی‌های بصری و عملی یک بسته است، یا با تسهیل شناخت و یادآوری برند و فعالیت انجمنی مصرف‌کنندگان (چان و ایلچیچ^۸، ۲۰۱۹). به‌طور خاص، ادعا می‌شود که بسته‌بندی تأثیر قابل‌توجهی بر رفتار خرید مصرف‌کننده در فروشگاه دارد. درعین‌حال به‌عنوان یک ابزار پشتیبانی در انواع فعالیت‌های بازاریابی در مورد قیمت‌گذاری، ابزار توزیع، گسترش برند و اصلاح یک محصول و ظاهر آن استفاده می‌شود (پارک، آیزنگریچ، پل و پارک^۹، ۲۰۱۷). علاوه بر این، بسته‌بندی برای کمک به نفوذ به بازار جدید و همچنین نشان دادن نام تجاری، ممکن است به‌عنوان وسیله‌ای برای کاهش ریسک خرید توسط مصرف‌کنندگان تلقی شود (چینگ، شارما، کینگشات و روی^{۱۰}، ۲۰۲۲). با توجه به آنچه از نظرات و یافته‌های پژوهش‌های اخیر بیان شد، مشخص است که مساله ویژگی‌های بسته‌بندی در ایجاد دل‌بستگی به برند می‌تواند سهم عمده‌ای داشته باشد، لکن این مساله بایستی با بررسی دقیق و موشکافانه رفتار مصرف‌کننده صورت گیرد چرا که تنها در این صورت می‌توان تصمیمات درستی نسبت به مؤلفه بسته‌بندی اتخاذ نمود. فلذا این مطالعه قصد دارد به مدیران برند که در صدد بهبود عملکرد برند در راستای ایجاد دل‌بستگی به محصول و مجموعه خود هستند کمک نماید. علاوه بر این، این پژوهش می‌تواند گام مؤثری در زمینه بهبود مدیریت برند با تأکید بر خلق ارزش مؤثر در زمینه بسته‌بندی

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

باشد. در نهایت در این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال هستیم: رفتار مصرف‌کننده در ایجاد دل‌بستگی به برند با تأکید بر مؤلفه بسته‌بندی شرکت‌های صنایع غذایی تأثیر دارد؟

مبانی و چارچوب نظری تحقیق

رفتار یک فرد، نحوه عمل یا رفتار او در یک موقعیت خاص است. هر فردی دیدگاه‌ها، نظرات، خواسته‌ها، سلیقه‌ها و نیازهای متفاوتی دارد. از این رو، رفتار مصرف‌کننده با روشی که مصرف‌کنندگان درآمد خود را برای خدمات و کالاهای مختلف خرج می‌کنند، سروکار دارد. برای مثال، اگر مصرف‌کننده‌ای ۲۰۰۰ دلار داشته باشد و گزینه‌های مختلفی برای خرج کردن پول داشته باشد، مانند فیلم، لباس و غذا، راه‌های مختلفی برای خرج کردن پول وجود دارد. او می‌تواند کل مبلغ را برای یک گزینه خرج کند یا آن را بین دو یا چند گزینه تقسیم کند. روشی که مصرف‌کننده از پول خود استفاده می‌کند، رفتار مصرف‌کننده او را نشان می‌دهد (خان، شیخ، اشرف و یو^{۱۱}، ۲۰۲۲). مطلوبیت یکی از مؤلفه‌های کلیدی در رفتار مصرف‌کننده است. مطلوبیت عبارت است از قدرت ارضای نیاز مصرف‌کننده برای یک کالای خاص. مصرف‌کننده بر اساس مطلوبیتی که از مصرف آن کالا به دست می‌آورد، تقاضای یک کالا را تعیین می‌کند. به عبارت ساده، مطلوبیت رضایتی است که مصرف‌کننده پس از مصرف یک کالای خاص به دست می‌آورد. مطلوبیت ماهیتی ذهنی دارد و از این رو، افراد مختلف سطوح مختلفی از مطلوبیت را از یک کالا به دست می‌آورند. هر چه مصرف‌کننده پس از مصرف به کالایی نیاز بیشتری داشته باشد، مطلوبیت حاصل از آن کالا بیشتر خواهد بود. برای مثال، مصرف‌کننده‌ای که بستنی دوست دارد، نسبت به مصرف‌کنندگان دیگری که به بستنی علاقه‌ای ندارند، از مصرف آن سود بیشتری می‌برد (سانتوس، راموس، سوسا، آلمیدا و والر^{۱۲}، ۲۰۲۲).

بسته‌بندی علاوه بر هزینه‌زا بودن، تأثیر خاصی بر فرضیات مصرف‌کنندگان در مورد محصولات و انتخاب آن‌ها از محصولات در فروشگاه دارد که توسط تعدادی از تحقیقات علمی اثبات شده است (ریحانی، عبدالوند، حیدرزاده و خونسیاوش، ۱۳۹۸). به‌طور خاص، جنبه‌های نوشتاری و کلامی بسته‌بندی و سبک و ساختار بسته‌بندی به ترتیب سومین و چهارمین جنبه مهم مؤثر بر رفتار خرید مصرف‌کنندگان در هنگام انتخاب می‌باشند. هم‌زمان، به نظر می‌رسد که این ویژگی‌های بسته‌بندی توسط تداعی‌های برند و قیمت‌گذاری از نظر تأثیر بر رفتار مصرف‌کنندگان پیشی گرفته‌اند (رتنواتی^{۱۳} و همکاران، ۲۰۲۱)، درحالی‌که با فعالیت‌های تبلیغاتی در محل فروش، ایده‌های جدیدی که در طراحی محصول و تبلیغات تلویزیونی و اینترنتی گنجانده شده‌اند، دنبال می‌شوند (شعبانی نشتی، حیدرزاده هنزایی، منصوریان و یزدان، ۱۳۹۵). چنین تأثیر گسترده‌ای از بسته‌بندی را می‌توان به این واقعیت

ارائه مدل رفتار مصرف کننده در ایجاد.../قاسم زاده سنگرودی، حمدی و وهاب زاده منشی

نسبت داد که اکثریت قریب به اتفاق مشتریان هدف هنگام انتخاب نهایی محصولات برای خرید مستقیماً با بسته‌بندی مواجه می‌شوند که به این معنی است که مشتریان به شیوه‌ای کاملاً نزدیک با بسته‌بندی تعامل دارند (اسکاچکوفسکی، دورکین، کاشیما و ویکفیلد^{۱۴}، ۲۰۲۱).

علاوه بر این، میزان اثربخشی بسته‌بندی بر رفتار مصرف‌کننده به تعداد عوامل بستگی دارد که اولین آن‌ها با «سطح مشارکت» مصرف‌کنندگان نشان داده می‌شود. «سطح مشارکت» را می‌توان با بررسی درجه اهمیت فردی که مصرف‌کننده به انتخاب خرید اختصاص می‌دهد، تعیین کرد که اساساً به اهداف، اصول و درک مصرف‌کننده از نیازهای خودش بستگی دارد (سوادکوهی، ماهفروجکی و غفوری، ۱۴۰۰). در صورت عدم وجود اهمیت در فرآیند خرید، انتظار می‌رود میزان مشارکت مصرف‌کننده پایین باشد که به‌طور بالقوه منجر به درک کالاها از نظر اجزای بصری بسته‌بندی و همچنین تبلیغات محصول، به‌جای جزئیات آموزنده می‌شود (سولجا، لیلیاندر و سودرلوند^{۱۵}، ۲۰۱۸). دومین عامل تأثیرگذار بر میزان اثربخشی بسته‌بندی در ترغیب انتخاب مصرف‌کننده توسط کمبود زمان مفروض نشان داده می‌شود. به‌طور خاص، «فشار زمان» مصرف‌کنندگان را برمی‌انگیزد تا به شیوه‌ای مشابه رفتار ناشی از میزان ناچیز تعهد فردی به فرآیند خرید، عمل کنند (آزادی و جوانی، ۱۳۹۹). در نتیجه، بازدید مصرف‌کننده از فروشگاه احتمالاً باعث تعدادی از محصولات خریداری شده خود به خود می‌شود که به‌عنوان خرید فوری» توصیف می‌شود (یانگ و ژائو^{۱۶}، ۲۰۱۹). در واقع، حدود ۷۰ درصد از انتخاب‌های خرید در فروشگاه اتفاق می‌افتد که نیازمند ترکیبی از اجزای بصری جذاب و اطلاعات واضح و معتبر برای تسهیل تجربه خرید مصرف‌کنندگان و برانگیختن واکنش‌های مطلوب مصرف‌کننده نسبت به پیشنهاد است. علاوه بر این، سهولت جابجایی بسته که به شدت با جنبه‌های فن‌آوری بسته‌بندی مرتبط است، ممکن است در مواردی که مصرف‌کنندگان کمبود زمان را تجربه کنند، به‌طور فزاینده‌ای مهم در نظر گرفته شود (تامسون و کراکر^{۱۷}، ۲۰۱۵). هرچند مطالعات پیشین تأثیر و اثربخشی عوامل مختلفی در زمینه بسته‌بندی را بسیار جدی مورد مطالعه و مذاقه قرار داده‌اند، در همین راستا مسائلی مطرح است که نشان می‌دهد نگاه خریداران به سمت و سوی دیگری در حال حرکت بوده (آزادی و جوانی، ۱۳۹۹) و این مساله به‌طور جدی رفتار خریداران را تحت تأثیر خود قرار داده است. در همین راستا، گزارشات کرنی^{۱۸} در سال (۲۰۲۲) نشان می‌دهد که در ۵ کشور توسعه یافته جهان، سهم بسیار زیادی از مصرف‌کنندگان تنها به دلیل بهره‌مندی کالایی از معیارهای پایداری در تولید و بسته‌بندی شرکت‌های صنایع غذایی، اقدام به انتخاب آن‌ها کرده‌اند.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

پیشینه پژوهش

پیشینه خارجی

شتی و فیتزسیمونز^{۱۹} (۲۰۲۲)، مطالعه‌ای با عنوان تأثیر همخوانی شخصیت برند، وابستگی به نام تجاری و عشق به نام تجاری بر دل‌بستگی برند در بخش محصولات لوکس (برند هنری) انجام دادند. داده‌های تجربی از ۴۱۶ خریدار هزاره با درآمد ۱۰۰۰۰۰ دلار آمریکا و بالاتر جمع‌آوری شد. از مدل معادلات ساختاری برای آزمایش فرضیه‌های چارچوب توسعه‌یافته برای مطالعه استفاده شد. شهر دبی به‌عنوان زمینه مطالعه بر اساس این واقعیت انتخاب شده است که بخش برندهای لوکس یکی از صنایع پیشرو در کشور امارات است و جمعیت قابل توجهی از محصولات برند هنری دارد. یافته‌های این مطالعه نشان داد که همخوانی شخصیت برند، تعیین‌کننده مهمی در عشق به برند و دل‌بستگی برند است و این نشان می‌دهد که هماهنگی بین شخصیت مصرف‌کننده و نام تجاری برای بخش برند تجاری لوکس ضروری است. هوآنگ، چو، کیم و کیم^{۲۰} (۲۰۲۱)، به بررسی سوابق و پیامدهای رضایت از برند با نقش تعدیل‌کننده نوع باریستا می‌پردازد. برای این کار، داده‌ها از مشتریانی که از یک کافی‌شاپ توسط باریستاهای روباتی استفاده می‌کردند و مشتریانی که از یک کافی‌شاپ توسط باریستاهای انسانی استفاده می‌کردند، جمع‌آوری شد. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که چهار نوع تجربه برند مانند تجربیات حسی، عاطفی، رفتاری و فکری برند به افزایش رضایت برند کمک می‌کند که بر نگرش برند، دل‌بستگی به برند و وفاداری به برند تأثیر مثبت می‌گذارد. در نهایت، نوع باریستا نقش تعدیل‌کننده‌ای در رابطه بین (۱) تجربه حسی برند و رضایت از برند و (۲) تجربه فکری برند و رضایت از برند دارد.

رسول، سرکیونه و سالو^{۲۱} (۲۰۲۰)، تأثیر خودپنداره واقعی و خود تطابق ایده‌آل را بر ابعاد مختلف رفتار مصرف‌کننده اخلاقی در حضور دل‌بستگی به برند به‌عنوان واسطه تحلیل می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که رابطه مثبت معنادار خودپنداره واقعی و خود تطابق ایده‌آل با ابعاد رفتار مصرف‌کننده اخلاقی به‌طور منفی توسط دل‌بستگی برند واسطه می‌شود. برای مدیران، یافته‌ها یک‌جهت استراتژیک و یک رویکرد دنیای واقعی برای بهبود دل‌بستگی برند و نگرانی‌های اخلاقی به‌طور هم‌زمان بدون بهره‌برداری از خود واقعی مشتری ارائه می‌کنند و درعین حال ارزش مشتری قوی را نوید می‌دهند. این مطالعه مدل نظری کل نگر را توسعه می‌دهد که به شکاف قصد-رفتار در ادبیات توسعه پایدار می‌پردازد و درک هم‌خوانی و مصرف اخلاقی را در جایی که برندها درگیر می‌کنند، افزایش می‌دهد.

ارائه مدل رفتار مصرف کننده در ایجاد.../قاسم زاده سنگرودی، حمدی و وهاب زاده منشی

پیشینه داخلی

طباطبائی یگانه (۱۴۰۱) مطالعه‌ای با عنوان بررسی تأثیرات تجربه برند، تصویر برند و اعتماد برند بر دلبستگی برند و قصد خرید انجام داد. یافته‌ها تحقیق نشان داد تصویر برند بر نیت خرید مشتریان و اعتماد مشتریان تأثیر مستقیم و معنی‌داری دارد. همچنین تجربه برند بر تصویر برند، اعتماد برند و وابستگی مشتریان به برند اثر مستقیم معناداری را نشان داده است. در نهایت اعتماد برند منجر به افزایش وابستگی مشتریان به برند گردیده و وابستگی مشتریان به برند نیز موجب افزایش انگیزه خرید مشتریان می‌گردد. هوایی و چمشیدی (۱۴۰۱) مطالعه‌ای با عنوان تأثیر تعامل مشتری بر وفاداری برند با توجه به نقش‌های میانجی دلبستگی برند و اعتماد مشتری انجام دادند. با عنایت به اهمیت وفاداری به عنوان یکی از ابعاد کلیدی ارزش ویژه برند و وجود گزارش‌هایی مبنی بر تأثیرگذاری رابطه با مشتری بر وفاداری برند این تحقیق با هدف بررسی تأثیر تعامل مشتری بر وفاداری برند با توجه به نقش‌های میانجی دلبستگی برند و اعتماد مشتری انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش جز پژوهش‌های توصیفی همبستگی می‌باشد. نتایج نشان داد: دلبستگی برند و اعتماد مشتری تأثیر تعامل مشتری بر وفاداری برند را میانجی‌گری می‌کنند. از طرفی مشخص شد؛ تعامل مشتری تأثیر مثبت بر وفاداری مشتری، دلبستگی برند و اعتماد مشتری دارد. در نهایت مشخص شد، دلبستگی برند و اعتماد مشتری تأثیر مثبت بر وفاداری مشتری دارد. نوروزی و طهماسبی (۱۴۰۰) به بررسی وضعیت تناسب خودپنداره بر وفاداری مشتریان بانکی با میانجی‌گری تصویر و دلبستگی احساسی برند پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که نقش معناداری تناسب خودپنداره بر تصویر برند، دلبستگی احساسی برند و وفاداری مشتریان بانک تجارت مورد قبول بوده و همچنین نقش تصویر برند بر وفاداری مشتریان بانک تجارت معنادار می‌باشد؛ لکن نقش معناداری دلبستگی احساسی برند بر وفاداری مشتریان بانک تجارت مورد تأیید قرار نگرفته است.

روش‌شناسی تحقیق

هدف اصلی از انجام این پژوهش، هدف ارائه مدل رفتار مصرف‌کننده در ایجاد دلبستگی به برند با تأکید بر مؤلفه بسته‌بندی شرکت‌های صنایع غذایی است، این پژوهش از لحاظ هدف ذیل مطالعات کاربردی-توسعه‌ای قرار داشته و از لحاظ ماهیت و شکل اجراء به صورت کیفی انجام می‌شود که از لحاظ زمانی به شکل مقطعی انجام می‌شود. در این تحقیق از تحلیل مضمون برای تحلیل داده‌های کیفی استفاده شده است.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

با توجه به ماهیت پژوهش، در این تحقیق از خبرگان حوزه شرکت‌های صنایع غذایی، رفتار مصرف‌کننده به‌عنوان جامعه آماری استفاده شده است. ملاک‌های انتخاب خبرگان در پژوهش حاضر شامل موارد زیر بوده است:

دارای مدرک دکتری با حداقل پنج سال سابقه کار و تجربه در زمینه اهداف پژوهش
یا مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد یا بالاتر داشته باشند و حداقل سابقه ده سال سابقه کاری در زمینه مورد مطالعه داشته باشند.

دارای شناخت و تسلط لازم در خصوص رفتار مصرف‌کننده در ایجاد دل‌بستگی به برند با تأکید بر مؤلفه بسته‌بندی و ابزارها و تکنیک‌های به‌کارگیری آن در حوزه شرکت‌های صنایع غذایی داشته باشند.
دارای تألیفات، مقالات، فعالیت‌های پژوهشی و آموزشی، تحصیلات مرتبط و همچنین تجربه مرتبط با حوزه بازار سرمایه و راهکارهای بازاریابی در حوزه بازار سرمایه داشته باشند.

برای انتخاب جامعه آماری در بخش کیفی پژوهش و ایجاد مؤلفه‌های مدل نهایی الگو، پژوهشگر تلاش دارد تا با مصاحبه با خبرگان و مدیران و کارشناسان ارشد رفتار مصرف‌کننده بر دل‌بستگی برند که با بحث بازاریابی در شرکت‌های فعال در شرکت‌های صنایع غذایی و ابزارهای بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده بر بسته‌بندی و دل‌بستگی برند آشنایی داشته باشند، برای نمونه انتخاب می‌شوند و تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از هر مصاحبه عمیق با استفاده از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی گلوله برفی ادامه خواهد یافت و تا سطح اشباع نظری و کفایت داده‌ها ادامه یافت. خبرگان حوزه شرکت‌های صنایع غذایی، افرادی هستند که در این حوزه تجربه علمی و اجرایی و تخصص و مهارت تحلیل صنایع غذایی و تحقیقاتی دارند و سال‌ها تجربه مدیریت و شرکت‌های صنایع غذایی را دارند که بدین ترتیب نمونه‌ای متشکل از ۱۲ نفر خبره برای مصاحبه دعوت شدند.

در پژوهش کیفی داده‌هایی که از محیط واقعی به دست می‌آید برای پاسخ منطقی به پرسش‌های اولیه پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد و پس از تعیین واحد تحلیل و ایجاد ارتباط با بافت و متن اصلی، در شرایطی که فرضیه از قبل تعیین شده‌ای وجود ندارد، داده‌ها تحلیل می‌شوند. در این پژوهش نیز بعد از انجام مصاحبه، پیاده‌سازی^{۲۲} مصاحبه‌ها انجام شد و برای تحلیل آماده شد. فرایند تحلیل داده‌ها استقرایی بود. به بیان دیگر هیچ چارچوب مفهومی قبلی برای کدگذاری و مقوله‌بندی وجود نداشت، بلکه به‌صورت آزاد و با توجه به تکنیک تحلیل مضمون انجام شد. در عمل فرایند کدگذاری به

ارائه مدل رفتار مصرف کننده در ایجاد.../قاسم زاده سنگرودی، حمدی و وهاب زاده منشی

این صورت بود که ابتدا هر مصاحبه به دقت روخوانی و مفاهیم اصلی در آن به صورت توصیفی شناسایی شد.

برای کدبندی، متن هر مصاحبه قطعه بندی شد و برای هر قطعه (مبنای قطعه معنا، محتوا و مضمونی بود که هدف پژوهش را پوشش می داد) یک کد در نظر گرفته شد و نام هر کد را به گونه ای انتخاب کردیم که دقیقاً و به صورت عینی توصیف کننده قطعه مشخص شده باشد. نتیجه این مرحله شناسایی تعداد زیادی کد بود که بین آن ها مفاهیم و معانی مشترک زیادی وجود داشت. این کدها پس از چندین بار غربال شدن و با ملاحظه شباهت ها و تفاوت ها با یکدیگر ادغام شد که حاصل آن استخراج زیرمقوله ها و مقوله ها بود. بعد از تدوین مدل، جهت بررسی روایی از توافق تخصصی متخصصان استفاده شد. جهت بررسی پایایی مدل با استفاده از نظرات تخصصی خبرگان، با استفاده از فرم ارزیابی فرایند و ساختار مدل نهایی از روش توافق بین ارزیاب ها استفاده شد. برای تحلیل یافته های در بخش کیفی از نرم افزار MaxQDA استفاده شده است.

تحلیل داده ها و یافته های پژوهش

آمار توصیفی

جدول ۱. ویژگی های جمعیت شناختی خبرگان

ویژگی های جمعیت شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۴
	زن	۳
سن	کمتر از ۳۵ سال	۱
	۳۵ تا ۴۵ سال	۲
	۴۵ سال و بیشتر	۴
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۲
	دکتری	۵
سابقه کاری	۱۰ تا ۲۰ سال	۳
	بالای ۲۰ سال	۴
	کل	۷

(منبع: یافته های پژوهش)

در این پژوهش از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. مراحل تحلیل مضمون به صورت زیر بوده

است:

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

مرحله اول: آشنایی با داده‌ها

برای اینکه محقق با عمق و گستره محتوایی داده‌ها آشنا شود لازم است که خود را در آن‌ها تا اندازه‌ای غوطه‌ور سازد. غوطه‌ور شدن در داده‌ها معمولاً شامل «بازخوانی مکرر داده‌ها» و خواندن داده‌ها به صورت فعال (یعنی جستجوی معانی و الگوها) است.

مرحله دوم: ایجاد کدهای اولیه

مرحله دوم زمانی شروع می‌شود که محقق داده‌ها را خوانده و با آن‌ها آشنایی پیدا کرده است. این مرحله شامل ایجاد کدهای اولیه از داده‌ها است. کدها یک ویژگی داده‌ها را معرفی می‌نمایند که به نظر تحلیل‌گر جالب می‌رسد. داده‌های کدگذاری شده از واحدهای تحلیل (تم‌ها) متفاوت هستند.

مرحله سوم: جستجوی تم‌ها

این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب تم‌های بالقوه و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب تم‌های مشخص شده است.

مرحله چهارم: بازبینی مضامین

مرحله چهارم زمانی شروع می‌شود که محقق مجموعه‌ای از تم‌ها را ایجاد کرده و آن‌ها را مورد بازبینی قرار می‌دهد. این مرحله شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه تم‌ها است.

مرحله پنجم: تعریف و نام‌گذاری مضامین

مرحله پنجم زمانی شروع می‌شود که یک نقشه رضایت‌بخش از تم‌ها وجود داشته باشد. محقق در این مرحله، تم‌هایی را که برای تحلیل ارائه کرده، تعریف کرده و مورد بازبینی مجدد قرار می‌دهد، سپس داده‌ها داخل آن‌ها را تحلیل می‌کند.

مرحله ششم: تهیه گزارش

مرحله ششم زمانی شروع می‌شود که محقق مجموعه‌ای از تم‌های کاملاً آبدیده در اختیار داشته باشد. این مرحله شامل تحلیل پایانی و نگارش گزارش است. نتایج حاصل از تحلیل مضمون در جدول ۲ بیان شده است.

ارائه مدل رفتار مصرف کننده در ایجاد.../قاسم‌زاده سنگرودی، حمدی و وهاب‌زاده منشی

جدول ۲- مقوله‌های فراگیر، سازمان‌دهنده و مضامین پایه

مقوله‌های فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	
عوامل ارتباطی	عوامل ارتباطی	۱- نام و نشان	
		۲- لوگو	
		۳- رنگ	
		۴- تصاویر کلیدی	
		۵- تایپوگرافی (مهندسی اطلاعات)	
		۶- اندازه، هندسه و شکل	
		۷- فناوری‌های نوین (واقعیت مجازی، واقعیت افزوده و واقعیت ترکیبی)	
بسته‌بندی	عوامل لجستیکی	۸- استحکام و جنس مرغوب	
		۹- سبک بودن	
		۱۰- عمر بسته‌بندی (پایداری)	
عوامل اقتصادی	عوامل اقتصادی	۱۱- مقرون‌به‌صرفه بودن قیمت بسته‌بندی نسبت به قیمت کل	
		۱۲- بسته‌بندی مناسب و اندازه	
		۱۳- بازده هزینه بسته‌بندی	
عوامل زیست‌محیطی و مسئولیت اجتماعی	عوامل زیست‌محیطی و مسئولیت اجتماعی	۱۴- قابل بازیافت بودن	
		۱۵- قابلیت استفاده مجدد	
		۱۶- جنبه تبلیغاتی در حوزه مسئولیت اجتماعی	
دلبستگی به برند	وفاداری به برند	۱۷- نگرش و رفتار مثبت نسبت به برند	
		۱۸- دلبستگی و تعهد مشتریان	
	آگاهی از برند	آگاهی از برند	۱۹- قصد خرید مجدد
			۲۰- یادآوری و به خاطر آوردن برند
			۲۱- تعامل مستمر با مشتری
	کیفیت ادراک‌شده	کیفیت ادراک‌شده	۲۲- توانایی تشخیص برند
			۲۳- تنوع محصولات
			۲۴- انطباق محصولات با انتظارات مشتریان
	تداعی‌های برند	تداعی‌های برند	۲۵- توصیه به دیگران برای استفاده از محصولات
			۲۶- تداعی حسی برند
۲۷- تداعی عاطفی برند			
۲۸- تداعی عقلایی برند			
۲۹- تداعی رفتاری برند			

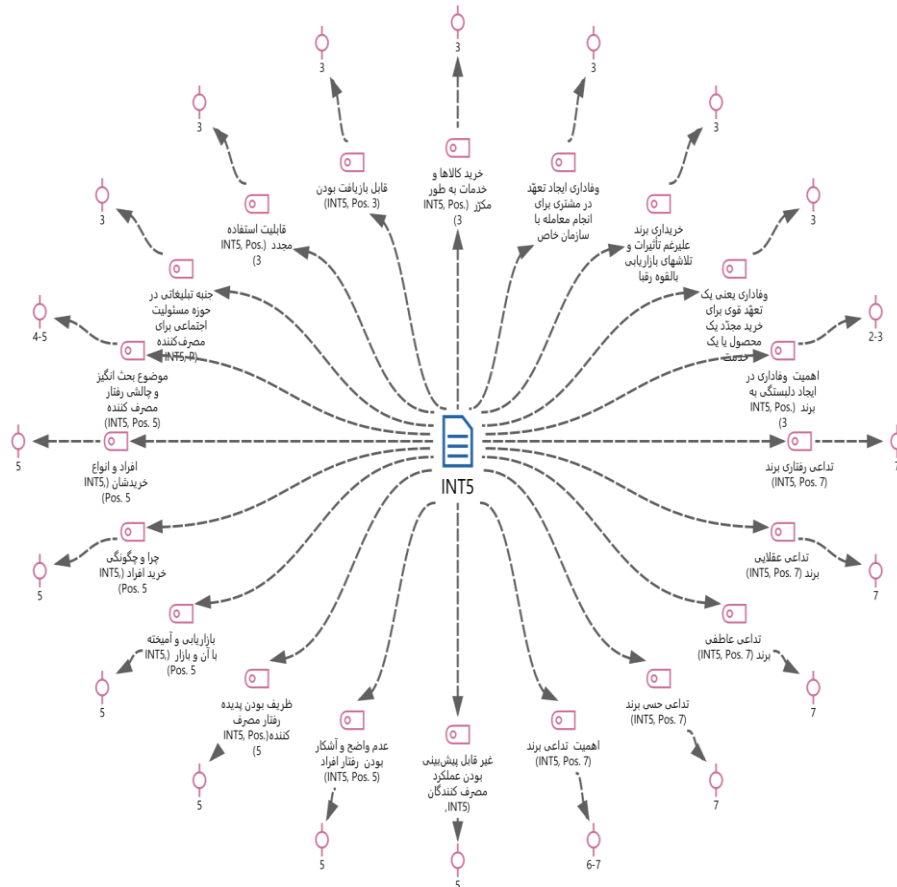
فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

۳۰- منفعت ادراک شده	شخصی	رفتار مصرف کننده
۳۱- ایجاد تصور ذهنی به برند		
۳۲- مزیت رقابتی		
۳۳- عرف اجتماعی	فرهنگی	
۳۴- باورهای فرهنگی		
۳۵- اثر اجتماعی		
۳۶- نگرش ریسک پذیری	روان شناختی (انگیزشی)	
۳۷- لذت جویی در خرید		
۳۸- فایده گرایی		
۳۹- قیمت	آمیخته بازاریابی	
۴۰- محصول		
۴۱- توزیع		
۴۲- ترفیع فروش		

(یافته‌های پژوهش)

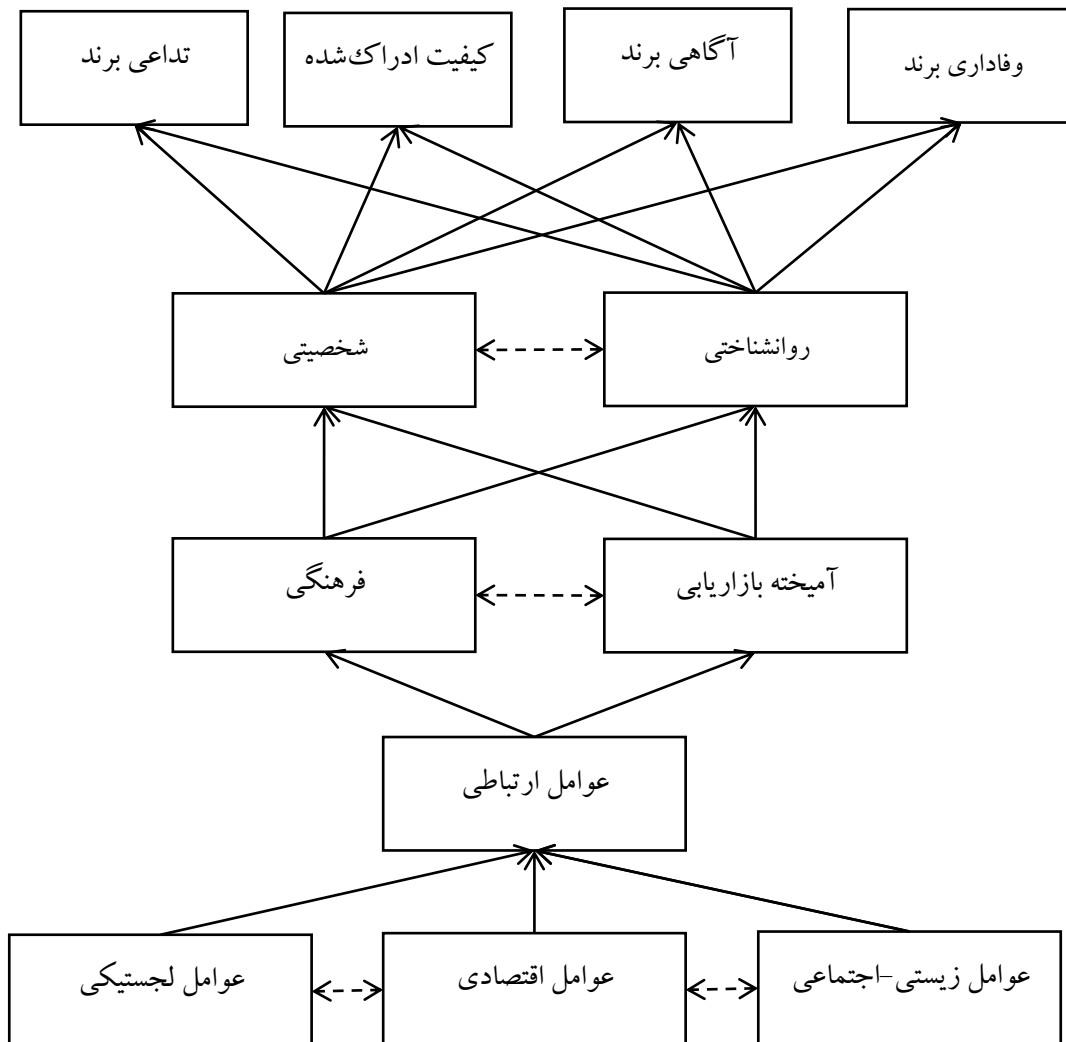
ارائه مدل رفتار مصرف کننده در ایجاد.../قاسم‌زاده سنگرودی، حمدی و وهاب‌زاده منشی

Single-Case Model



شکل ۱- فراوانی کدهای مصاحبه

پژوهش حاضر با بررسی و دسته‌بندی کدهای توصیفی حاصل از متون مصاحبه، ۴۲ مقوله فرعی را شناسایی نموده و با توجه به شباهت و قرابت معنایی آن‌ها، در ۱۲ مفهوم اصلی شامل: عوامل ارتباطی، عوامل لجستیکی، عوامل اقتصادی، عوامل زیست‌محیطی و مسئولیت اجتماعی، وفاداری به برند، آگاهی از برند، کیفیت ادراک‌شده، تداعی‌های برند، شخصی، فرهنگی، روان‌شناختی (انگیزشی) و آمیخته بازاریابی، دسته‌بندی شده است. بر اساس مقوله‌های به‌دست‌آمده، مدل مفهومی زیر ارائه شده است.



شکل ۲- الگوی رفتار مصرف کننده در ایجاد دل بستگی برند

نتیجه گیری و پیشنهادها

بر اساس نتایج حاصل از تحلیل کیفی سه بعد اصلی شامل بسته بندی، دل بستگی به برند و رفتار مصرف کننده شناسایی شد؛ و بر اساس مؤلفه های تشخیص داده شده در رابطه با این سه بعد، سازه های مدل اولیه رفتار مصرف کننده در ایجاد دل بستگی برند به شرح زیر شناسایی شدند: عوامل ارتباطی،

ارائه مدل رفتار مصرف کننده در ایجاد.../قاسم زاده سنگرودی، حمدی و وهاب زاده منشی

عوامل لجستیکی، عوامل اقتصادی، عوامل زیستی-اجتماعی، وفاداری به برند، آگاهی از برند، کیفیت ادراک شده، تداعی های برند، شخصی، فرهنگی، روان شناختی، آمیخته بازاریابی.

عوامل اطلاعاتی اشاره به کلیه مؤلفه هایی دارد که باعث ایجاد یک رابطه ادراکی/احساسی بین برند و مشتری می شود. در این رابطه می توان به شاخص هایی چون لوگو، رنگ، تصاویر کلیدی و تایپوگرافی (مهندسی اطلاعات) و غیره اشاره کرد. به عبارت دقیق تر می توان گفت که عوامل اطلاعاتی شامل کلیه عواملی هستند که باعث ارائه آگاهی و اطلاعات بصری به مشتری بر اساس بسته بندی محصول می شوند. عوامل لجستیکی به کیفیت مواد بکار رفته در بسته بندی محصولات اشاره دارد؛ به شکلی دوام محصول درون بسته را تضمین کند. هدف اولیه بسته بندی محافظت از محتویات آن در برابر هر گونه آسیبی است که ممکن است در حین حمل و نقل، جابجایی و نگهداری رخ دهد. بسته بندی محصول را در طول زنجیره لجستیک خود از سازنده تا کاربر نهایی دست نخورده نگه می دارد. این محصول را برابر رطوبت، نور، گرما و سایر عوامل خارجی محافظت می کند. این مهم ترین هدف بسته بندی است. عوامل اقتصادی از دیگر مضامین شناسایی شده در این رساله بوده است. مقرون به صرفه بودن قیمت بسته بندی نسبت به قیمت کل یکی از مهم ترین عواملی است که در بسته بندی محصولات باید مورد توجه قرار گیرد. بدون شک تمامی شرکت ها از اهمیت یک بسته بندی مرغوب، جذاب و با کیفیت آگاه هستند اما اگر چنین فاکتورهایی به قیمت افزایش بیش از حد قیمت محصول تمام شود، نمی تواند گزینه مناسبی برای یک شرکت باشد. عوامل زیستی-اجتماعی از دیگر مضامین شناسایی شده در رابطه با الگوی بسته بندی بوده است. تعداد فزاینده ای از مصرف کنندگان قبل از تصمیم گیری برای خرید به رد پای کربن، قابلیت استفاده مجدد و بازیافت مواد بسته بندی توجه می کنند. در واقع بسته بندی پایدار چگونه درک می شود، تأثیر مثبت بیشتری بر تعداد فروش دارد. طراحی بسته بندی نقش مهمی در تعیین آسان بودن جداسازی مواد از یکدیگر و در نتیجه استفاده مجدد و بازیافت بسته بندی دارد. این یافته ها با نتایج شتی و فیتزسیمونز (۲۰۲۲)، ویلا-لوپز و کوستر-بولودا^{۲۳} (۲۰۲۱)، چن^{۲۴} (۲۰۲۱) و مودی^{۲۵} و همکاران (۲۰۲۲)، مطابقت دارد.

وفاداری به برند از دیگر مضامین شناسایی شده در الگوی این پژوهش بوده است. شاید بتوان وفاداری برند را مهم ترین عامل در تضمین موفقیت یک شرکت بر شمرد. وفاداری به برند مفهومی است که از طرف مشتریان یک برند اتفاق می افتد. زمانی که مشتریان یک برند (برند A)، با وجود محصولات و خدمات مشابه در برندهای دیگر (برندهای B تا Z) دوباره و دوباره به همان برند برمی گردند، وفاداری به برند اتفاق افتاده است. آگاهی برند از دیگر مضامین شناسایی شده در الگوی این پژوهش بوده است.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

برندها در میزان قدرت و ارزشی که در بازار دارند، متفاوت‌اند. در یک‌طرف برندهایی هستند که توسط اکثر مصرف‌کنندگان شناخته‌شده نیستند، در طرف دیگر برندهایی وجود دارند که خریداران آگاهی نسبتاً بالایی به آن‌ها دارند. آگاهی از برند به‌عنوان «توانایی خریدار بالقوه برای تشخیص و به خاطر آوردن این که یک برند عضوی از یک طبقه کالایی خاص است» تعریف‌شده است. کیفیت ادراک‌شده از دیگر مضامین شناسایی‌شده در الگوی پیشنهادی این پژوهش بوده است. کیفیت باید از دیدگاه مصرف‌کننده بررسی شود. بنا به یک تعریف، کیفیت یعنی آن چیزی که ارزش محصول را در نزد مشتری بالا ببرد. بعضی از جنبه‌های کیفیت از قبیل کارایی محصول، قابل اعتماد بودن یا طول عمر مفید آن به آسانی قابل شناسایی است، ولی بعضی از جنبه‌های دیگر کیفیت به آسانی قابل شناسایی و اندازه‌گیری نیست. شرکتی که به دنبال مشتری دائمی است، درآمدهای بسیار بالاتری از شرکتی دارد که فقط به رد کردن محصولات خود می‌اندیشد. تداعی برند از دیگر مضامین شناسایی‌شده در الگوی این پژوهش بوده است. در این رابطه باید بیان کرد که تداعی برند یک ارتباط ذهنی است که مشتری بین برند شما و یک مفهوم، تصویر، احساس، تجربه، شخص، علاقه یا فعالیت ایجاد می‌کند. این ارتباط می‌تواند بلافاصله مثبت یا منفی باشد و به شدت بر تصمیمات خرید تأثیر می‌گذارد. این تداعی‌ها در طول زمان از طریق تجارب ثابت برند و در لحظات بزرگی مانند تبلیغات و آهنگ‌های موفق، شکل می‌گیرند. این یافته‌ها با نتایج گزارش شده توسط چاکرابوراتی و دش^{۲۶} (۲۰۲۳)، چان و چیو^{۲۷} (۲۰۲۲)، ویلا-لوپز و کوستر-بولودا (۲۰۲۱)، کلیف، لین و والترز^{۲۸} (۲۰۲۱)، هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱)، فتحی، ترابی و شایقی آذرزاد (۱۴۰۰)، گومز-سوارز و ولوسو^{۲۹} (۲۰۲۰)، نگوین، پارکر، برنان و لاکری^{۳۰} (۲۰۲۰)، گفن و استراوب^{۳۱} (۲۰۱۴)، امینی و کائیدی (۱۳۹۴) و داس، آگاروال، مالهورترا و ورشینا^{۳۲} (۲۰۱۹) همسو است.

عوامل شخصی از دیگر مضامین شناسایی‌شده در الگوی این پژوهش بوده است. مقصود از عوامل شخصی در این رساله، ادراک و تصویر ذهنی است که در بین مشتریان راجع به یک برند (از طریق بسته‌بندی آن) ایجاد می‌شود. مصرف‌کنندگان به دنبال بسته‌بندی مناسب برای هدف هستند. آن‌ها به یک بسته‌بندی کاربردی و "قابل استفاده" نیاز دارند که فوق‌العاده کاربر پسند باشد. عوامل فرهنگی از دیگر مضامین شناسایی‌شده در الگوی این پژوهش بوده است. تأثیر فرهنگ بر رفتار مصرف‌کننده مساله‌ای عمیق است و اگر سوء تفاهم یا ساده گرفته شود، ممکن است محصول در بازار شکست بخورد. نحوه برقراری رابطه برند با مشتری تا حد زیادی به فرهنگ حاکم بر جامعه بستگی دارد. به‌عنوان مثال، در چین، پرسیدن در مورد درآمد، سن یا وضعیت تأهل یک فرد رایج است، درحالی‌که در ایالات متحده

ارائه مدل رفتار مصرف کننده در ایجاد.../قاسم زاده سنگرودی، حمدی و وهاب زاده منشی

آن را بی ادبانه می دانند. الگوهای مخارج یک اقتصاد برتر مانند بریتانیا با یک کشور در حال توسعه کاملاً متفاوت خواهد بود. همین امر در مورد الگوی رفتار مصرف کننده نیز صدق می کند. عوامل روان شناختی و انگیزشی از دیگر مضامین شناسایی شده در الگوی این پژوهش بوده است. بخشی از مشتریان در هنگام مشاهده بسته بندی یک کالا به کاربردی بودن آن توجه دارند؛ در حالی که بخش دیگری از مصرف کنندگان به جذابیت بصری و ارزش های لذت جویانه توجه بیشتری می کنند؛ بنابراین بسته بندی یک محصول در عین کاربردی بودن باید جذابیت زیادی هم داشته باشد. در نهایت آمیخته بازاریابی از دیگر مضامین شناسایی شده در الگوی این پژوهش بوده است. همان گونه که از نام آن پیدا است، آمیخته بازاریابی تلفیقی از عناصر مختلف (اغلب چهار مؤلفه) است که در نهایت مشتری را متقاعد می کند تا محصولی را بخرد یا نخرد. آمیخته بازاریابی نمایانگر فعالیت های اساسی مدیران بازاریابی است. پس از انتخاب یک بازار هدف، مدیران بازاریابی باید یک برنامه سیستماتیک برای فروش به مشتریان و ایجاد روابط بلندمدت تدوین کنند. برنامه بازاریابی از تصمیماتی راجع به محصول، قیمت، ترفیع و توزیع تشکیل می شود. این ها مهم ترین نوع بخش هایی هستند که مدیران بازاریابی برای رسیدن به اهداف فروش و سودآوری، منابع شرکت را به آن ها تخصیص می دهند. این یافته با نتایج محققان دیگر مانند شوکلا، میسرا و سینگ^{۳۳} (۲۰۲۳)، مودی و همکاران (۲۰۲۲)، شتی و فیتزسیمونز (۲۰۲۲)، چان و چو (۲۰۲۲)، هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱)، هو و چانگ^{۳۴} (۲۰۲۰) و گومز سوارز و ولوسو (۲۰۲۰)، مطابقت دارد؛ بنابراین با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهای کاربردی به شرح ذیل می باشد: در رابطه با عوامل ارتباطی: استفاده از رنگ های جذاب در بسته بندی محصولات، ارائه اطلاعات دقیق در رابطه با ترکیبات مورد استفاده در تولید محصول و استفاده از لوگوی مناسب بر روی بسته بندی؛ در رابطه با عوامل لجستیکی: استفاده از بسته بندی سه لایه برای افزایش دوام محصول و استفاده از موادی که مانع از فساد محصولات شوند. در رابطه با عوامل اقتصادی: همکاری با شرکت های داخلی برای کاهش هزینه تمام شده بسته بندی و طراحی بسته بندی متناسب با اندازه محصول است. در رابطه با عوامل زیست محیطی: درج برچسب غیر تراریخته بودن محصول روی بسته بندی، درج یک شعار در رابطه با مسائل زیست محیطی روی بسته بندی و استفاده از مواد قابل بازیافت جهت بسته بندی محصول؛ در رابطه با وفاداری به برند: ایجاد باشگاه مشتریان، افزایش تعامل با مشتریان در شبکه های اجتماعی و ارائه تخفیف به مشتریان وفادار می باشد. در رابطه با آگاهی از برند: سرمایه گذاری در بخش تبلیغات دیجیتال، افزایش حجم تبلیغات تلویزیونی و استفاده از رسانه های اجتماعی برای بازاریابی

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

است. در رابطه با کیفیت ادراک شده: استفاده از مواد با دوام در بسته بندی، افزایش وزن محصولات به ازای هزینه‌ای که مشتری پرداخت می‌کند، افزایش تمرکز بر بخش کنترل کیفیت در رابطه با تداعی برند: استفاده از چهره‌های سرشناس برای معرفی برند (استراتژی صحنه‌گذاری محصول)، درج یک نشان به یاد ماندنی روی بسته بندی است. در رابطه با عوامل شخصی: بخش بندی مشتری، استفاده از نرم افزارهای مدیریت ارتباط با مشتری^{۳۵} (CRM) برای بهبود رابطه با مشتری، انجام نظرسنجی در بین مشتریان، جذب سرمایه‌گذار خارجی است. در رابطه با عوامل فرهنگی: استفاده از آلمان‌های فرهنگ ایرانی در تبلیغات، تمرکز بر استفاده از عناصر نوستالژیک در معرفی و تبلیغات محصولات (با توجه به حس شدید نوستالژیک در بین مردم ایران)، در رابطه با عوامل روان‌شناختی پیشنهاد می‌شود عبارت‌اند از: استفاده از عناصر بصری شاد و جذاب برای جذب مشتریان جوان و استفاده از تبلیغات بیلبوردی جذاب و چالشی برای جلب توجه مشتریان، در رابطه با آمیخته بازاریابی پیشنهاد عبارتند از: کاهش قیمت محصولات، استفاده از کانال‌های توزیع آنلاین (مانند قرارداد با اسنپ فود و غیره) و بهبود کیفیت محصول با استفاده از مواد اولیه مرغوب و با کیفیت می‌باشد.

ارائه مدل رفتار مصرف کننده در ایجاد.../قاسم‌زاده سنگرودی، حمدی و وهاب‌زاده منشی

منابع

- ۱) امینی، م؛ کائیدی، س. (۱۳۹۴). تأثیر مدیریت برند بر وفاداری مشتریان برند کفش فرشتگان. رساله کارشناسی ارشد؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت - دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی
- ۲) آزادی، ر؛ و جوانی، و. (۱۳۹۹). تأثیر مسئولیت اجتماعی بر برند شخصی ورزشکاران با نقش میانجی شهرت و دل بستگی به برند (مطالعه موردی: علی دایی). مطالعات مدیریت ورزشی، ۵۱(۱۰)، ۲۶۶-۲۴۷.
- ۳) ریحانی، ن. عبدالوند، م. ع. حیدرزاده، ک؛ و خونسیاوش، م. (۱۳۹۸). دل بستگی برند در رابطه مصرف کننده و برند مجله مدیریت سیستم، ۵(۲)، ۴۱-۶۰.
- ۴) شعبانی نشتی، ع. حیدرزاده هنزایی، ب. منصوریان، م؛ و یزدان، ن. (۱۳۹۵). نگاهی پدیدارشناسانه به استراتژی تقویت دل بستگی به برند در کلاس‌های محصول. تحقیقات بازاریابی مدرن، ۷(۲)، ۴۳-۶۲.
- ۵) فتحی، م. ر. ترابی، م؛ و شایقی آذرزاد، س. (۱۳۹۰). تأثیر جامعه برند بر وفاداری به برند با واسطه‌گری هویت برند مشتری و تعهد به برند مشتری. صنعت لاستیک ایران، ۲۶(۱۰۳)، ۸۹-۱۰۱.
- ۶) طباطبایی یگانه، زینب السادات. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر تجربه برند، تصویر برند و اعتماد برند بر دل بستگی به برند و قصد خرید (مطالعه موردی: مصرف کنندگان آیفون در ایران). مطالعات میان رشته‌ای مدیریت بازاریابی، ۱۱(۱)، ۱۳۵-۱۵۳.
- ۷) مومنی، س. ای. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر بازاریابی تجربی و دل بستگی به برند بر تعهد به برند در بین مشتریان بانک سپه. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۷۴(۵)، ۱۲۰-۹۹.
- ۸) نوروزی، ع؛ و طهماسبی اقبلاغی، ب (۱۳۹۹). بررسی نقش تناسب خودپنداره بر وفاداری مشتریان بانک تجارت با میانجی‌گری تصویر برند و دل بستگی عاطفی. مدیریت بازاریابی، ۵۰(۱۶)، ۶۵-۷۷.
- ۹) هوایی، ع. جمشیدی، ز. (۱۴۰۱). تأثیر تعامل مشتری بر وفاداری به برند با توجه به نقش‌های واسطه‌ای دل بستگی به برند و اعتماد مشتری (مطالعه موردی: شرکت بیمه ایران). کنفرانس پژوهشی میان رشته‌ای مدیریت و علوم انسانی

10) Amini, M. & Kaidi, S. (2014). The effect of brand management on the loyalty of Farshetgan shoe brand customers. master's thesis; Islamic Azad University, Maroodasht Branch - Faculty of Educational Sciences and Psychology. (In Persian)

11) Andriani, Y. F. & Suprpto, R. (2021). Visual Study of Local Coffee Brand Packaging and Its Effect on Consumerism (Case Study: Coffee Brands in Jakarta).

12) Azadi, R. & Javani, W. (2020). The effect of social responsibility on the personal brand of athletes with the mediating role of reputation and brand

attachment (case study: Ali Daei). *Sports Management Studies*, 51(10), 266-247.(In Persian)

13) Barijan, D. Ariningsih, E. P. & Rahmawati, F. (2021). The influence of brand trust, brand familiarity, and brand experience on brand attachments. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(1), 73-84.

14) Brexendorf, T. O. & Keller, K. L. (2017). Leveraging the corporate brand: The importance of corporate brand innovativeness and brand architecture. *European Journal of Marketing*.

15) Chakraborty, D. & Dash, G. (2023). Using the consumption values to investigate consumer purchase intentions towards natural food products. *British Food Journal*, 125(2), 551-569.

16) Chan, M. M. W. & Chiu, D. K. (2022). Alert-Driven Customer Relationship Management in Online Travel Agencies: Event-Condition-Actions Rules and Key Performance Indicators. In *Building a Brand Image through Electronic Customer Relationship Management* (pp. 286-303). IGI Global.

17) Chan, E. Y. & Ilicic, J. (2019). Political ideology and brand attachment. *International Journal of Research in Marketing*, 36(4), 630- 646.

18) Chen, Y. S. A. (2021). Does outward appearance appeal to the inward mind? The impact of packaging finishes on brand impressions and the subsequent behavior of consumer. *Journal of Product & Brand Management*, 30(5), 768-778.

19) Chieng, F. Sharma, P. Kingshott, R. P. & Roy, R. (2022). Interactive effects of self-congruity and need for uniqueness on brand loyalty via brand experience and brand attachment. *Journal of Product & Brand Management*.

20) Cleff, T. Lin, I.C. Walters, N. (2021). Can you feel it? The effect of brand experience on brand equity. *IUP J. Brand Manag.* 11 (2), 7–27.

21) Das, G. Agarwal, J. Malhotra, N. K. & Varshneya, G. (2019). Does brand experience translate into brand commitment? A mediated-moderation model of brand passion and perceived brand ethicality. *Journal of Business Research*, 95, 479-490.

22) Fathi, M. R, Torabi, M. & Shayghi Azarad, S. (2021). The effect of brand community on brand loyalty by mediating customer brand identity and customer brand commitment. *Iran Rubber Industry*, 26(103), 89-101.(In Persian)

23) Gefen, D. & Straub, D. (2014). Consumer trust in B2C e0commerce and important of social presence: experiments in e- products and e-services. *Omega*, 32, 407-424.

24) Gómez-Suárez, M. & Veloso, M. (2020). Brand experience and brand attachment as drivers of WOM in hospitality. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*.

- 25) Havaei, A. Jamshidi, Z. (2022). The effect of customer interaction on brand loyalty according to the mediating roles of brand attachment and customer trust (case study: Iran Insurance Company). Interdisciplinary research conference in management and humanities. (In Persian)
- 26) Ho, M. H. W. & Chung, H. F. (2020). Customer engagement, customer equity and repurchase intention in mobile apps. *Journal of business research*, 121, 13-21.
- 27) Hwang, J. Choe, J. Y. J. Kim, H. M. & Kim, J. J. (2021). Human baristas and robot baristas: How does brand experience affect brand satisfaction, brand attitude, brand attachment, and brand loyalty? *International Journal of Hospitality Management*, 99, 103050.
- 28) Keller, K. L. (2015). Understanding the richness of brand relationships: Research dialogue on brands as intentional agents. *Journal of Consumer Psychology*, 22(2), 186-190.
- 29) Keller, K. L. (2020). Building strong brands in a modern marketing communications environment. In *The Evolution of Integrated Marketing Communications* (pp. 73-90). Routledge.
- 30) Khan, S. A. R. Sheikh, A. A. Ashraf, M. & Yu, Z. (2022). Improving Consumer-Based Green Brand Equity: The Role of Healthy Green Practices, Green Brand Attachment, and Green Skepticism. *Sustainability*, 14(19), 11829.
- 31) Lydekaityte, J. & Tambo, T. (2020). Smart packaging: Definitions, models and packaging as an intermediator between digital and physical product management. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 30(4), 377-410.
- 32) Momeni, S. E. (2020). Investigating the effect of experiential marketing and brand attachment on brand commitment among customers of Sepeh Bank. *New research approaches in management and accounting*, 74(5), 120-99. (In Persian)
- 33) Moodie, C. Hoek, J. Hammond, D. Gallopel-Morvan, K. Sendoya, D. Rosen, L. & van der Eijk, Y. (2022). Plain tobacco packaging: progress, challenges, learning and opportunities. *Tobacco Control*, 31(2), 263-271.
- 34) Naik, M. N. & Lavuri, D. R. (2019). Impact of Product Packaging Elements on Consumer Purchase Notion: A Study FMCG Items. *European Journal of Business and Management*, 11(10), 52-61.
- 35) Nguyen, A. T. Parker, L. Brennan, L. & Lockrey, S. (2020). A consumer definition of eco-friendly packaging. *Journal of Cleaner Production*, 252, 119792.
- 36) Nowrozi, A. & Tahmasbi-Aghbalaghi, B. (2020). Examining the role of self-concept fit on the loyalty of Bank Tejarat customers through the mediation of

brand image and emotional attachment. *Marketing Management*, 50(16), 65-77. (In Persian)

37) Parise, C. V. & Spence, C. (2018). Assessing the associations between brand packaging and brand attributes using an indirect performance measure. *Food Quality and Preference*, 24(1), 17-23.

38) Park, C. W. Eisingerich, A. B. Pol, G. & Park, J. W. (2017). The role of brand logos in firm performance. *Journal of Business Research*, 66(2), 180-187.

39) Rasool, S. Cerchione, R. & Salo, J. (2020). Assessing ethical consumer behavior for sustainable development: The mediating role of brand attachment. *Sustainable Development*, 28(6), 1620-1631.

40) Reihani, N. Abdolvand, M. A. Heidarzadeh, K. & Khounsiavash, M. (2019). Brand attachment in consumer-brand relationship. *Journal of System Management*, 5(2), 41-60. (In Persian)

41) Retnowati, E. Lestari, U. P. Mardikaningsih, R. Sinambela, E. A. Darmawan, D. Putra, A. R. & Arifin, S. (2021). The Effect of Packaging, Product Variance, and Brand Equity on Nutella Consumer Trust. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 1(1), 169-180.

42) Santos, V. Ramos, P. Sousa, B. Almeida, N. & Valeri, M. (2022). Factors influencing touristic consumer behaviour. *Journal of Organizational Change Management*, 35(3), 409-429.

43) Sawad-Kohi-Mahforojki, Abdi. & Ghafouri, Jalal. (2020). Examining the effect of brand attachment on the customer's purchase intention of original or fake luxury brand goods. *New research approaches in management and accounting*, 68(5), 1-16.

44) Shabani Nashtaei, A. Heydarzadeh Hanzaei, B. Mansourian, M. & Yazdan, N. (2016). A phenomenological look at the strategy of strengthening brand attachment in product classes. *Modern Marketing Research*, 7(2), 43-62. (In Persian)

45) Shetty, K. & Fitzsimmons, J. R. (2022). The effect of brand personality congruence, brand attachment and brand love on loyalty among HENRY's in the luxury branding sector. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 26(1), 21-35.

46) Shukla, M. Misra, R. & Singh, D. (2023). Exploring relationship among semiotic product packaging, brand experience dimensions, brand trust and purchase intentions in an Asian emerging market. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(2), 249-265.

47) Skaczkowski, G. Durkin, S. Kashima, Y. & Wakefield, M. (2021). Influence of premium vs masked cigarette brand names on the experienced taste of a cigarette

after tobacco plain packaging in Australia: an experimental study. BMC public health, 18(1), 1-10.

48) Solja, E. Liljander, V. & Söderlund, M. (2018). Short brand stories on packaging: An examination of consumer responses. Psychology & marketing, 35(4), 294-306.

49) Tabatabai Yeganeh, Zainab Al-Sadat. (2021). Investigating the effects of brand experience, brand image and brand trust on brand attachment and purchase intention (case study: iPhone consumers in Iran). Interdisciplinary studies of marketing management, 1(1), 135-153. (In Persian)

50) Thomson, D. M. & Crocker, C. (2015). Application of conceptual profiling in brand, packaging and product development. Food Quality and Preference, 40, 343-353.

51) Vila-Lopez, N. & Küster-Boluda, I. (2022). A bibliometric analysis on packaging research: Towards sustainable and healthy packages. British Food Journal, 123(2), 684-701.

52) Yang, Y. C. & Zhao, X. (2019). Exploring the relationship of green packaging design with consumers' green trust, and green brand attachment. Social Behavior and Personality: an international journal, 47(8), 1-10.

- 1 Keller
- 2 Andriani & Suprpto
- 3 Naik & Lavuri
- 4 Parise & Spence
- 5 Lydekaityte & Tambo
- 6 Barijan, Ariningsih & Rahmawati
- 7 Brexendorf & Keller
- 8 Chan & Ilicic
- 9 Park, Eisingerich, Pol & Park
- 10 Chieng, Sharma, Kingshott & Roy
- 11 Khan, Sheikh, Ashraf & Yu
- 12 Santos, Ramos, Sousa, Almeida & Valeri
- 13 Retnowati
- 14 Skaczkowski, Durkin, Kashima & Wakefield
- 15 Solja, Liljander, & Söderlund
- 16 Yang & Zhao
- 17 Thomson & Crocker
- 18 Kearney
- 19 Shetty & Fitzsimmons
- 20 Hwang, Choe, Kim & Kim
- 21 Rasool, Cerchione & Salo
- 22 Transcription
- 23 Vila-Lopez & Küster-Boluda
- 24 Chen
- 25 Moodie
- 26 Chakraborty & Dash
- 27 Chan & Chiu
- 28 Cleff, Lin & Walters
- 29 Gómez-Suárez & Veloso
- 30 Nguyen, Parker, Brennan & Lockrey
- 31 Gefen & Straub
- 32 Das, Agarwal, Malhotra & Varshneya
- 33 Shukla, Misra & Singh
- 34 Ho & Chung
- 35 Customer Relation Management

Providing a model of consumer behavior in creating brand attachment with an emphasis on the packaging component: a qualitative study in food industry companies

Maziar Ghasemzadeh Sangroudi¹

Receipt: 19/12/2023

Acceptance: 10/01/2024

Karim Hamdi²

Shadan Vahabzadeh Munshi³

Abstract

This study aims to provide a model of consumer behavior in creating brand attachment with an emphasis on the packaging component: a qualitative study in food industry companies. In terms of the purpose, the present research is of the type of applied-developmental research and in terms of the data collection method, it is a qualitative research method. In order to select the statistical population in the qualitative part of the research, and to create the components of the final model, the researcher is trying to interview experts and managers and senior experts in the field of food industry companies with 12 experts, the sample size is based on reaching theoretical saturation with 12. The interview was scheduled. The main tool of data collection in the field section includes semi-structured interviews. Qualitative content analysis method and Max.QDA software were used for data analysis. Based on the results of qualitative analysis, three comprehensive categories including packaging, brand attachment and consumer behavior were identified as the main components. Packaging including communication factors, logistic factors, economic factors, environmental factors and social responsibility were identified. In relation to brand attachment, brand loyalty, brand awareness, perceived quality and brand associations were identified. Finally, personal, cultural, psychological (motivational) and mixed marketing factors were identified in relation to consumer behavior.

Keywords

consumer behavior, brand attachment, packaging, food industry companies

1-PhD student, Department of Business Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. maziar.ghasemzadeh@srbiau.ac.ir

2-Professor, Department of Business Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) k.hamdi@srbiau.ac.ir

3-Assistant Professor, Department of Business Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. vahabzadehshadan486@gmail.com



طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان (مورد مطالعه: شرکت ملی نفت ایران)

رضا فرشیان^۱

فرزین فرحبند^۲

کرماله دانشفرد^۳

حمیدرضا رضایی کلیدبری^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۱۶ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۳/۱۷

چکیده

اهمال کاری به معنای ناکامی در خودتنظیمی و انجام وظایف کاری است و یکی از رفتارهایی است که در کاهش سطح خروجی سازمان نقش چشم‌گیری دارد. هدف این پژوهش طراحی مدلی جهت کاهش اهمال کاری کارکنان در شرکت ملی نفت ایران می‌باشد. نوع پژوهش از نظر هدف، کاربردی و توسعه‌ای، از لحاظ روش اجرا توصیفی - اکتشافی و از لحاظ نوع داده‌ها کیفی محسوب می‌شود. نمونه مشارکت‌کنندگان در پژوهش شامل خبرگان دانشگاهی و اجرایی شرکت ملی نفت ایران بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. گردآوری داده‌ها با ابزار مصاحبه انجام شد؛ انجام مصاحبه‌ها تا زمان دستیابی به مرحله اشباع نظری ادامه یافت و این اشباع بعد از ۱۸ مصاحبه به دست آمد. داده‌ها نیز با استفاده از روش تحلیل مضمون (تم) تحلیل شدند. تعداد ۹۲ مضمون پایه شناسایی شد که در قالب ۱۸ مضمون فراگیر و ۵ مضمون سازمان دهنده اصلی شامل اهمال کاری کارکنان، مدیریت شرایط شغلی کارکنان، مدیریت عوامل زمینه‌ای، راهبردها و پیامدهای کاهش اهمال کاری کارکنان دسته‌بندی شدند که مدل کاهش اهمال کاری کارکنان را توصیف می‌نماید. شناخت شرایط شغلی، زمینه‌ای و راهبردهای اهمال کاری کارکنان و پیامدهای آن با استفاده از مدل پیشنهادی، می‌تواند در مدیریت این پدیده موثر واقع شود.

کلمات کلیدی

کاهش اهمال کاری کارکنان، مدیریت شرایط شغلی کارکنان، مدیریت عوامل زمینه‌ای، راهبردها و

پیامدهای کاهش اهمال کاری

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. reza.farshyian@gmail.com

۲- استادیار، گروه مدیریت، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران. (نویسنده مسئول) farzinfarahbod@yahoo.com

۳- استاد، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. daneshfard@srbiau.ac.ir

۴- استادیار، گروه مدیریت، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران. hrezaee41@yahoo.com

طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان/فرشیان، فرحبد، دانشفرد و رضایی کلیدبری

مقدمه

در عصر تکنولوژی، نیروی انسانی از مهم‌ترین و پرارزش‌ترین منابع تولید و اداره سازمان محسوب می‌شود. امروزه سازمان‌ها حتی اگر دارای بهترین فناوری بوده و از بهترین امکانات بهره‌مند باشند، ولی از نیروی انسانی متخصص و کارآمد برخوردار نباشند؛ قادر نیستند بر محیط خود اثر گذاشته و در عرصه رقابت موفق عمل کنند. امروزه کارکنان سازمان‌ها، یکی از مهم‌ترین عوامل موثر در راستای ایجاد تحول و رشد حرفه‌ای سازمانی می‌باشند (بیسواکارما، ۲۰۱۶ و ولاس و همکاران، ۲۰۲۰). اهمیت سرمایه انسانی سازمان در ارتقاء رشد و بهره‌وری یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که مورد توجه اندیشمندان قرار گرفته است. یکی از مهم‌ترین متغیرهای مؤثر بر بهره‌وری و سلامت جسمی و روانی کارکنان، مقوله اهمال کاری (یا تعلل کاری) است (وهاب‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰). برای دستیابی به بهره‌وری سازمانی، وجود تعهد سازمانی و کاهش میزان اهمال کاری کارکنان، یک الزام است (رانتو و همکاران، ۲۰۲۲، سیبیز، ۲۰۲۰؛ هانایشا، ۲۰۱۶؛ دیهوراپ و همکاران، ۲۰۱۶؛ فاتیما و همکاران، ۲۰۱۳).

اهمال کاری در کاهش عملکرد، بهره‌وری و سلامت کارکنان و سازمان، نقش مهمی دارد (نظری‌زاده، موعلی و عباسی، ۱۳۹۷). تعلل کاری را می‌توان به عنوان تأخیر در انجام یک اقدام تبیین کرد و این تأخیر در حالی رخ می‌دهد که شخص اهمال کار می‌داند موجب بدتر شدن وضعیت خود خواهد شد (کاس و متین، ۲۰۱۸) و یک راهبرد اصلی برای زمانی است که از پیامد آن کار، مطمئن نبوده و به اطلاعات بیشتر نیاز باشد. به زعم کلینگسیک (۲۰۱۳) اهمال کاری شکلی مخرب از تاخیر است و به‌طور عمده همراه با وجدان پایین، احترام اندک به خود، بدبینی زیاد و اضطراب شایان توجه است. همچنین اهمال کاری را می‌توان اجتناب از انجام اقدامات مد نظر دانست (ون‌ارده، ۲۰۰۳). اهمال کاری، هم بر بهره‌وری فردی و هم بر بهره‌وری سازمانی تأثیر می‌گذارد. از این رو، بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر آن اهمیت وافری دارد (گوپتا و همکاران، ۲۰۱۲). اهمال کاری، پدیده‌های جهان‌شمول است و مشاهدات میدانی نیز نشان‌دهنده وجود و وفور این پدیده در سازمان‌های ایرانی، اعم از دولتی و خصوصی، است. اهمال کاری شغلی یکی از بحث‌های مهم است که نقش به‌سزایی در میزان کارایی، اثربخشی و همچنین سلامت جسمی و روانی افراد دارد؛ اما متأسفانه در سازمان‌ها و مؤسسات به‌ویژه سازمان‌ها و مؤسسات ایرانی، توجه کافی به آن مبذول نشده است. (خاکپور و قلی‌پور، ۱۳۹۶).

اهمال کاری در موقعیت‌های گوناگون زندگی فردی، خانوادگی، شغلی و اجتماعی رخ می‌دهد و یکی از مشکلات رفتاری است که شیوع بسیار زیادی دارد. این پدیده بمانند اغلب پدیده‌های

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

روانشناسی دیگر، معلول سایر متغیرهای روانشناختی است و خود نیز می تواند علت پدیده هایی باشد که بر آن ها اثر می گذارد. اهمال کاری پدیده ای وابسته به فرهنگ است و بر اساس ارزش ها و آموزه های فرهنگی می توان تعبیر و تفسیر کرد (رومنجان و یونسی، ۱۳۹۴).

اهمال کاری شکاف بین نیت انجام کار و رفتار است و از آن به تأخیر انداختن و جایگزین کردن تکالیف ضروری با انجام فعالیت های غیر ضروری دیگر تعبیر می شود. اهمال کاری اجتناب از شروع و ادامه کار است (شوونبرگ، ۲۰۰۴، ۶ به نقل از خدابخشی و همکاران، ۱۳۹۴). دو عنصر اساسی در تعریف اهمال کاری، متمایز می باشند: اول اینکه اهمال کاری، سندرمی است که به آسیب های فراوان جسمی و روحی برای فرد می انجامد و دوم آنکه، فرد به صورت غیر عقلایی از انجام کار یا وظیفه ای مشخص، اجتناب می کند. در مجموع اهمال کاری، به آینده محول کردن کاری است که به هر دلیل منطقی یا غیر منطقی از زیر بار انجام آن شانه خالی می کنیم. به همین دلیل اغلب اهمال کاری با رنج و ناراحتی روان شناختی همراه است. مطالعات اخیر نیز نشان داده اند که اهمال کاری اثرات منفی بر سلامت جسمی، عادات غذایی و ورزش افراد بر جای می گذارد (ون ایرده، ۲۰۰۳). هدف از اهمال کاری ایجاد یک زندگی رضایت بخش می باشد. اما آن تقریباً همیشه باعث افزایش استرس، به هم ریختگی و شکست می شود. اهمال کاری از فقدان یا کمبود انگیزش ایجاد می شود (دیاز مورالس، ۲۰۰۸، ۷). بسیار سخت است که در فردی که رفتار اهمال کاری از خود نشان می دهد و تا آخرین دقیقه بر این رفتار خود اصرار می ورزد، انگیزه ایجاد کنیم. به هر صورت، به سادگی می توان دریافت که انگیزش تأثیر معناداری بر اهمال کاری دارد (تاکمن، ۱۹۹۸ به نقل از خدابخشی و همکاران، ۱۳۹۴). از دیدگاه سازمانی، اهمال کاری دشمن سازمان و مانع رشد بهره وری و خلاقیت است. اهمال کاری سازمانی به تأخیر انداختن هدفمند شروع یا تکمیل تکالیف مختلف شغلی است (رئوف و همکاران، ۱۳۹۸).

آنچه محقق را به انجام پژوهش در مورد اهمال کاری کارکنان در شرکت ملی نفت ایران ترغیب کرد، بروز اهمال کاری در بین برخی از کارکنان و پیامدهای منفی ناشی از آن همانند نارضایتی ذینفعان و استفاده کنندگان از خدمات شرکت می باشد. همچنین ناکافی بودن شناخت موجود در خصوص عوامل علی، زمینه ای، مداخله گر، راهبردها و پیامدهای این پدیده و ابهامات فراوانی که در این زمینه وجود دارد، انجام پژوهش و گردآوری داده های تجربی بیشتری را ضروری ساخته است. ضرورت نظری پژوهش حاضر از آن جهت است که، علی رغم اهمیت نقش اهمال کاری کارکنان در بهره وری منابع انسانی، موضوع کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است و در حال حاضر در کشور به دلیل کم توجهی به آن در عرصه اجرایی و دانشگاهی، از فرصت های پیش رو به خوبی استفاده نشده و

طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان/فرشیان، فرحبد، دانشفرد و رضایی کلیدبری

آسیب‌های ناشی از آن رو به گسترش است. بنابراین به نظر می‌رسد جهت به حداقل رساندن پیامدهای ناشی از اهمال کاری، نیاز به ارائه مدل مناسبی در این خصوص می‌باشد. بنابراین در این پژوهش سعی شد تا مدل کاهش اهمال کاری کارکنان در شرکت ملی نفت ایران طراحی شود تا از این طریق خلاء پژوهشی مزبور پر شود. نتایج این تحقیق می‌تواند به مدیران شرکت کمک کند تا درک درستی از چگونگی بروز اهمال کاری کارکنان و نتایج و پیامدهای آن داشته باشند. لذا سوال اصلی تحقیق آن است که: «مدل کاهش اهمال کاری کارکنان در شرکت ملی نفت ایران چگونه است؟» همچنین می‌توان سوالات فرعی پژوهش را به شکل زیر مطرح نمود:

ابعاد مدل کاهش اهمال کاری کارکنان کدامند؟

مولفه‌های مدل کاهش اهمال کاری کارکنان کدامند؟

شاخص‌های مدل کاهش اهمال کاری کارکنان کدامند؟

مبانی نظری پژوهش

پیشینه نظری

اهمال کاری به تعویق انداختن اقدام مربوط به کار با درگیر شدن (از نظر رفتاری یا شناختی) در اقدامات غیر شغلی و جایگزین کردن تکالیف فردی با انجام فعالیت‌های غیر ضروری دیگر، بدون اینکه قصد آسیب رساندن به کارفرما، کارمند، محل کار یا مشتری را داشته باشد، تعبیر شده است (آسیو و همکاران، ۲۰۲۱). در جدول ۱ تعاریف اهمال کاری آمده است.

جدول ۱. تعاریف اهمال کاری کارکنان

ردیف	تعاریف	منبع
۱	اهمال کاری یک رفتار رایج با چندین پیامد منفی است که می‌تواند در محل کار، برای سازمان‌ها و کارکنان مضر باشد	هن و همکاران، ۲۰۲۱
۲	به تعویق انداختن کار بر تمام جنبه‌های زندگی تأثیر می‌گذارد	مالوبابیک و همکاران، ۲۰۲۰
۳	در اهمال کاری فرد اغلب کاری را انجام می‌دهد و خودش را مشغول نگه می‌دارد تا از انجام تکلیفی که باید در آن زمان انجام شود و اولویت دارد، اجتناب کند.	فلت و همکاران، ۲۰۲۰
۴	یک راهبرد اصلی برای زمانی است که از پیامد آن کار، مطمئن نبوده و به اطلاعات بیشتر نیاز باشد.	میلر و میلن، ۲۰۲۰
۵	اهمال کاری، رفتاری رایج در جوامع امروزی است و مشکلی متداول با پیامدهای منفی بلندمدت و مزایای کوتاه مدت محسوب می‌شود.	چاوهران و همکاران، ۲۰۲۰
۶	پیچیل ۸ می‌گوید اهمال کاری در کار در واقع یک زخم خودزنی است که به تدریج ارزشمندترین منبع جهان یعنی زمان را از بین می‌برد.	پیچیل، ۲۰۱۶

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

۷	اهمال کاری یک شکل رایج از شکست در خود نظم بخشی است که در آن به طور معمول فرد کاری را که انتظار می رود به موقع انجام دهد به صورت ارادی و عمدی به تأخیر می اندازد.	دراکوینکس، ۲۰۱۶؛
---	--	------------------

در علم روانشناسی، برای بروز پدیده اهمال کاری، اسباب و علل مختلفی معرفی شده است. این عوامل را می توان به دو دسته کلی تقسیم کرد: عوامل درونی (احساس خودکم بینی، کوتاه بینی، توقع بیش از حد از خود، پایین بودن آستانه تحمل، کمال گرایی و سواس گونه، فقدان قاطعیت، گناه یا شرمساری، افسردگی و اضطراب) و عوامل بیرونی (نارضایتی از وضع موجود، احساس نداشتن مسئولیت در برابر دیگران، لجبازی با دیگران، تلاش برای جلب رضایت همگان، اهمال کاری و پرخاشگری انفعالی، همنشینی و دوستی با همکاران، عوامل هوس انگیز و سرگرم کننده و توقع بیش از حد از دیگران (ساتن، ۲۰۰۹، به نقل از وهاب زاده و همکاران، ۱۴۰۰). برخی دیگر از عوامل شکل گیری اهمال کاری عبارتند از استرس، سلامت روان، اضطراب و افسردگی (خاکپور برازجانی و حشمتی جدا، ۱۳۹۵).

پیشینه تجربی

خلاصه ای از مطالعات انجام شده در خصوص اهمال کاری ارائه شده است.

جدول ۲: خلاصه مطالعات و تحقیقات داخلی انجام شده در ارتباط با موضوع پژوهش (منبع: محقق)

پژوهش گر و سال	عنوان پژوهش	نتایج
وهاب زاده مقدم، خائف الهی و دلخواه (۱۴۰۰)	کاهش اهمال کاری کارکنان با گونه شناسی مزاج	نوع مزاج بر اهمال کاری کارکنان مؤثر است. میانگین مزاج های چهارگانه در زمینه های ابعاد اهمال کاری با یکدیگر تفاوت دارد. میانگین اهمال کاری در «مزاج سودا» بیشتر از مزاج های «دم» و «صفرا» است. «مزاج دم» میانگین اهمال کاری بیشتری نسبت به «مزاج صفرا» و «مزاج بلغم»، میانگین اهمال کاری بیشتری نسبت به «مزاج صفرا» دارد. اهمال کارترین مزاج، «سودا» است و «مزاج صفرا» کمترین اهمال کاری را دارد. کم انرژی ترین مزاج، «دم» و حواس پرت ترین مزاج «سودا» است.
قنبری و معجونی (۱۴۰۰)	نقش رهبری مخرب در فرسودگی شغلی با میانجی گری عدالت سازمانی و اهمال کاری	رهبری مخرب رابطه مستقیم، مثبت و معناداری با فرسودگی شغلی و اهمال کاری معلمان دارد. و عدالت سازمانی به واسطه اهمال کاری رابطه غیرمستقیم و معنادار با فرسودگی شغلی دارد.
قاضی و رحیمی (۱۳۹۹)	تبیین اهمال کاری و بی تفاوتی سازمانی بر اساس ویژگی های شخصیتی و ماهیت شغلی	بین ویژگی های شغلی و شخصیتی با اهمال کاری سازمانی و بی تفاوتی سازمانی کارکنان، رابطه منفی و معنا دار وجود دارد. هم ویژگی های شغلی و هم شخصیتی، قابلیت پیش بینی اهمال کاری و بی تفاوتی سازمانی کارکنان را دارند.
عسکری تبار و عسکری تبار (۱۳۹۹)	ارتباط بین اهمال کاری شغلی پرستاران با اخلاق حرفه ای و حمایت اجتماعی	اخلاق حرفه ای و حمایت اجتماعی بخش زیادی از واریانس اهمال کاری شغلی پرستاران را تبیین می کنند.
برزگر بروبی و عارف	نقش ابعاد چشم انداز زمان و عوامل	بین چشم انداز آینده و اهمال کاری ارتباط منفی و معنادار و بین گذشته منفی و

طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان/فرشیان، فرحبد، دانشفرد و رضایی کلیدبری

منش (۱۳۹۸)	شخصیتی در اهمال کاری دانشجویان	اهمال کاری رابطه مثبت و معنا داری وجود دارد. همچنین ۳۰ درصد از واریانس تمایل به اهمال کاری از طریق ابعاد چشم انداز زمان تبیین شد و بین صفات شخصیتی و اهمال کاری تحصیلی نیز ارتباط معناداری وجود دارد.
حاجی حسنی و همکاران (۱۳۹۷)	سرسختی روان شناختی و اهمال کاری شغلی	بین اهمال کاری شغلی و سخت رویی روان شناختی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۳: خلاصه مطالعات و تحقیقات خارجی انجام شده در ارتباط با موضوع پژوهش (منبع: محقق)

پژوهش گر و سال	عنوان پژوهش	نتایج
ژانگ و همکاران (۲۰۲۲)	برای پایداری کارکنان وقت بگذارید: نقش های رهبری موقت، اهمال کاری کارکنان و هنجارهای زمانی سازمانی	بین در دسترس بودن طولانی مدت کارکنان، اهمال کاری و هنجارهای زمان سازمانی رهبری موقت و هنجارهای زمانی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد.
هن و همکاران (۲۰۲۱)	چگونه اهمال کاری قاطع و عمومی با تعلل در کار ارتباط دارد؟	شخصیت، تعلل در کار را به طور مثبت پیش بینی می کند. همچنین زمینه کاری، رابطه بین تعلل تصمیم گیری و تعلل در کار را تعدیل می کند که برای کارکنان دفتری این روابط قوی تر است. نتایج نشان داد که تعلل در کار تا حدودی با تمایل شخصیت به تعویق انداختن رابطه دارد.
چی او و همکاران (۲۰۲۰)	به تعویق انداختن، وابستگی و طفره رفتن اجتماعی	اهمال کنندگان فعال ترجیح فشار، توانایی ضرب الاجل و قصد تأخیر بالاتری نسبت به تعویق کنندگان منفعل داشتند، اما با درجه مشابهی از کار ضدیت و ترس از شکست و با تعلل کنندگان منفعل. اهمال کنندگان منفعل با دید کم کار، به جای تعلل گران فعال، منجر به پدیده‌ی طفره رفتن اجتماعی بالاتری شدند.
زنتال (۲۰۲۰)	آیا تقویت شرطی در اهمال کاری نقش دارد؟	نتایج به دست آمده نشان داد که اهمال کاری با تقویت شرطی ارتباط معنی داری دارد.
هن (۲۰۱۸)	علل اهمال کاری در یک محل کار آموزشی منحصر به فرد	دلیل اصلی اهمال کاری معلمان، ابهام نقش حرفه‌ای با عوامل احساسی و عوامل موقعیتی است.
گونسو و همکاران (۲۰۱۸)	ارتباط سبک رهبری و تعلل در محل کار	سبک رهبری تحول آفرین، سبک رهبری سرپرست، تمایل به ترک سازمان و رفتار شهروندی سازمانی بر اهمال کاری فرد در محیط کار تأثیر دارند.

همان گونه که ملاحظه می شود، تاکنون تلاش هایی در زمینه اهمال کاری کارکنان انجام شده است؛ اما کاستی موجود در آنها این است و هر کدام از پژوهش ها به چند مورد از عوامل موثر یا پیامدهای اهمال کاری پرداخته اند؛ همچنین عمده پژوهش های انجام شده در قلمرو مکانی و محیط های آموزشی (مدارس و دانشگاه ها) انجام شده است و تحقیقات محدودی به بررسی موضوع در فضای سازمانی پرداخته اند. براساس بررسی های پژوهش گر، پژوهشی با رویکرد تعامل گرایی اجتماعی به بررسی موضوع نپرداخته است. لذا با توجه به شکاف نظری موجود در پیشینه های تجربی در خصوص اهمال کاری

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

کارکنان، می‌توان استراتژی تحقیق کیفی را رویکردی مناسب برای بررسی جامع این مفهوم به شمار آورد. بنابراین با تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی حاصل از جمع‌آوری مصاحبه‌ها و شناسایی ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌ها و دستاوردهای اهمال‌کاری سازمانی، به طراحی مدل در این زمینه پرداخته شد.

روش پژوهش

طرح پژوهش حاضر از نوع کیفی است. نوع پژوهش از لحاظ هدف، جزو پژوهش‌های کاربردی و توسعه‌ای و از نوع استقرایی است. مشارکت‌کنندگان در پژوهش شامل خبرگان دانشگاهی و اجرایی شرکت ملی نفت ایران بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. فرایند انجام مصاحبه‌ها تا زمان دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت و بعد از ۱۸ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد. از این تعداد مشارکت‌کننده در پژوهش، ۹ نفر عضو هیات علمی دانشگاه و ۹ نفر مدیر اجرایی شرکت ملی نفت بودند. که ۱۳ نفر آقا و ۵ نفر خانم بودند. سطح تحصیلات ۱۳ نفر دکتری، ۵ نفر کارشناسی ارشد بود. برای گردآوری داده‌ها از ابزار مصاحبه استفاده شد و برای تحلیل داده‌ها، چارچوب نظریه داده‌بنیاد مد نظر قرار گرفت. فرایند تحلیل داده‌ها در سه مرحله انجام شد؛ در مرحله نخست، یعنی کدگذاری باز، کدها و نشانه‌های اولیه احصا شدند. در مرحله دوم (کدگذاری محوری) با حذف و ادغام مفاهیم موجود، مقوله‌های سطح اول شکل گرفتند، در راستای تشکیل مقوله‌ها، تمام مفاهیم تشکیل شده از طبقه‌بندی نشانه‌ها با یکدیگر مقایسه شدند تا شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود در مقوله‌ها شناسایی شوند. در این فرایند با ترکیب مفاهیم، مقوله‌ها شکل گرفتند. با تکرار این فرایند و ادغام مجدد مقوله‌ها در مرحله سوم کدگذاری (کدگذاری انتخابی)، دسته‌بندی مقولات شکل گرفت و در نهایت از دل مقوله‌ها الگوی نهایی به دست آمد.

روش‌شناسان کیفی به جای استفاده از واژه پایایی و روایی کمی، از ملاک اعتمادپذیری یا قابلیت اعتماد برای ارجاع به ارزیابی کیفیت نتایج کیفی استفاده می‌کنند (صالحی، بازرگان، صادقی و شکوهی‌بکتا، ۱۳۹۴). تعیین اعتبار و پایایی یافته‌ها، مرحله‌ای حیاتی در فرایند مصاحبه است. پایایی به همسانی نتایج حاصل از مصاحبه و اعتبار به توانایی مصاحبه در سنجش اهداف مدنظر اطلاق می‌شود. اعتبار به میزانی گفته می‌شود که یک روش قادر است هدف مطالعه را بسنجد. در پژوهش حاضر، از روش توافق درون موضوعی (پایایی بین دو کدگذار/ارزیاب) برای محاسبه پایایی کدگذاری استفاده شد. برای این منظور، از یک مدرس دانشگاه که بر موضوع پژوهش اشراف داشت، درخواست شد تا به عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در این پژوهش مشارکت کند. سپس محققان به همراه همکار پژوهش، سه

طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان/فرشیان، فرحبد، دانشفرد و رضایی کلیدبری

متن را کدگذاری و درصد توافق درون موضوعی را که به عنوان شاخص پایایی پژوهش به کار می‌رود با استفاده از فرمول ذیل محاسبه کردند که در نهایت ضریب پایایی ۸۷ درصد به دست آمد.

یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از کدگذاری باز

در این پژوهش به منظور شناسایی مفاهیم، در نخستین گام اقدام به جمع‌آوری مبانی نظری پیرامون موضوع گردید. جامعه آماری مورد استفاده برای انجام تحقیق، ترکیبی از مبانی نظری موضوع و مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان دانشگاهی و خبرگان اجرایی بود. نمونه‌گیری در پژوهش تا جایی ادامه یافت که همه دسته‌بندی‌ها اشباع شدند و نمونه‌های بعدی، مطالب تکمیل‌کننده‌ای به اجزای تشکیل دهنده مدل اضافه نمی‌کرد. برای استخراج داده‌ها از متون مورد بررسی و تحلیل داده‌های کیفی از روش کدگذاری نکات کلیدی استفاده شده است. در مرحله کدگذاری باز متن مصاحبه‌ها در نظر گرفته شد و پس از مطالعه خط به خط، نکات مربوط به موضوع به صورت یادداشت‌هایی استخراج شد. حاصل این فرایند، یادداشت‌هایی هستند که به صورت داده‌های اولیه در نظر گرفته شدند که مفاهیم از دل آنها استخراج شد. متن مصاحبه‌های انجام گرفته و همچنین کد(تم) اختصاص یافته به آن‌ها در جدول ۴ قابل مشاهده است.

جدول ۴: کدهای مربوط به مدل کاهش اهمال کاری کارکنان

ردیف	متن مصاحبه	کد
۱	بیشتر وقت خودشان را صرف امور غیر ضروری می‌کنند.	وقت تلف کردن
۲	تعهد داشتن در کار بسیار حائز اهمیت است. افراد اهمال کار در تعهد به قولهایی که به دیگران داداند جدی نیستند.	عدم تعهد به قول‌ها
۳	برخی از افراد اهمال کار به دلیل بلند پروازی زیاد و عدم توانایی در نیل به آرمانهای خود اهمال می‌شوند.	داشتن معیارهای غیرواقع‌گرایانه‌ای (خیلی بالا- غیرقابل دستیابی) برای انجام وظایف
۴	شانس فقط یکبار در خانه آدم را می‌زند. فرصت سوزی و از دست دادن فرصتهای زیادی شغلی را به خاطر تأخیر در تصمیم‌گیری و انجام وظایف یکی از ویژگی‌های افراد اهمال کار می‌باشد.	تأخیر در تصمیم‌گیری و انجام وظایف از دست دادن فرصتهای شغلی
۵	اولویت بندی کارها برای افراد اهمال کار بسیار دشوار است.	اولویت بندی نکردن کارها
۶	نمی‌توانند وقت و فعالیت خود را طوری تنظیم کنند که کارهای محوله را به موقع تمام کنند.	عدم توانایی در تنظیم وقت و فعالیت‌ها
۷	در سازمانها اگر به میز کار افراد اهمال کار نگاه کنید، اغلب کارهایی روی میزشان وجود دارد که میخواستند در روزهای قبل آنها را انجام بدهند اما به روز دیگری موکول نموده‌اند.	انداختن کار امروز به فردا
۸	اگر بعضی از کارها را زودتر انجام می‌دادند، زندگی بهتری داشتند. گاهی هم دل ششان میخوهد کارشان را به موقع تحویل دهند، اما فراموش میکنند یا نمیتوانند.	انجام کارها با تاخیر

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

ردیف	متن مصاحبه	کد
۹	کارکنان اهمال کار، آنقدر از انجام کارها طفره میروند که فرصت‌های پیشرفت شغلی را از دست می‌دهند.	از دست دادن فرصت‌های پیشرفت شغلی
۱۰	عدم انجام کار در زمانی طلایی منجر به هدر رفتن منابع و امکانات سازمان می‌شود.	هدر دادن منابع
۱۱	به دلیل بد قولی‌هاشون اغلب آرزو می‌کنند، قولی را که برای انجام کار به دیگران داده‌ام، فراموش کنند.	بد قولی
۱۲	اغلب تمام کردن کارهای هر چند مهم را بی دلیل به تأخیر می‌اندازند.	تاخیر در انجام کار
۱۳	در هنگام انجام امور شغلی، مدام حواسشان پرت می‌شود.	حواس پرتی در زمان انجام کار
۱۴	کارکنان و مدیران اهمال کار معمولاً با تأخیر به قرارهای ملاقات و جلسات میرسند.	تاخیر جهت حضور در جلسات
۱۵	شروع کار، برایشان سخت است.	شروع سخت جهت انجام کار
۱۶	زمانی که در سازمان کاری بهشون محول میشود، معمولاً نگرانی وجود دارد که مبادا وظیفه شان را به درستی انجام ندهند.	نگرانی ذهنی در مورد وظایف محوله
۱۷	برخی از افراد اهمالکار به دلیل به تاخیر انداختن کارهای خود، گاهی آنقدر کار دارند که نمی‌دانند از کجا باید شروع کنند و احساس غرق‌شدگی در کارهایم دارند.	احساس غرق‌شدگی در کار
۱۸	احساس می‌کنند کسی برای کارشان ارزش قائل نیست و کارشان تأثیری بر خروجی سازمان ندارد لذا تلاش زیاد را ضروری نمی‌دانند	احساس عدم تأثیرگذاری بر سازمان حس عدم ضرورت تلاش زیاد
۱۹	کارشان بیش از مدت زمانی که پیش بینی کرده اند، طول میکشد لذا همیشه دغدغه‌مند و پر استرس هستند.	استرس کارهای عقب افتاده
۲۰	اینگونه افراد خود را برتر و توانمندتر از سایرین می‌دانند و تصور می‌کنند در صورت انجام کار از تلاش آنها سو استفاده خواهد شد.	خودبرتربینی و تصور سو استفاده دیگران
۲۱	فرد توانایی و قابلیت‌های خود را دست کم می‌گیرد و لذا تلاش زیادی نمی‌کند.	عدم باور به قابلیت‌های خود
۲۲	این افراد به دلیل کاهش پیامدهای احتمالی کار نامناسب یا ضعیف خودشان، از کار کردن اجتناب می‌کنند.	پرهیز از عواقب کار
۲۳	تعیین مهلت برای انجام کارها را دوست ندارند.	بیزاری از تعیین مهلت برای انجام کارها
۲۴	کارها را همانطور که پیش می‌آید انجام می‌دهند، بدون اینکه از قبل برایشون برنامه ریزی کرده باشند.	عدم برنامه‌ریزی جهت وظایف شغلی.
۲۵	معتقدند اگر در زمان معین شده کار را انجام دهم، فوراً کار دیگری به من واگذار می‌شود.	عدم اتمام کار جهت پرهیز از پذیرش کار جدید

پس از شناسایی تم‌ها، در مرحله بعد جستجوی تم‌های انجام شد. این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب تم‌های بالقوه و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب تم‌های مشخص شده است. در واقع محقق، تحلیل کدهای خود را شروع کرده، در نظر می‌گیرد که چگونه کدهای مختلف می‌توانند برای ایجاد یک تم کلی ترکیب شوند.

طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان/فرشیان، فرحبد، دانشفرد و رضایی کلیدبری

جدول ۵: مدیریت کاهش اهمال کاری کارکنان

مضمین سازمان دهنده	مضامین فراگیر	مضمون پایه
اهمال کاری	ناکارآمدی	وقت تلف کردن
		عدم تعهد به قولها
		داشتن معیارهای غیرواقع گرایانه‌ای (خیلی بالا-غیرقابل دستیابی) برای انجام وظایف
		تأخیر در تصمیم‌گیری و انجام وظایف و از دست دادن فرصت‌های شغلی
		اولویت‌بندی نکردن کارها
		عدم توانایی در تنظیم وقت و فعالیت‌ها
		انداختن کار امروز به فردا
		انجام کارها با تاخیر
		از دست دادن فرصت‌های پیشرفت شغلی
		هدر دادن منابع
		بد قولی
		تأخیر در انجام کار
	حواس پرتی در زمان انجام کار	
	تأخیر جهت حضور در جلسات	
	شروع سخت جهت انجام کار	
	انگاره‌های ذهنی	نگرانی ذهنی در مورد وظایف محوله
		احساس غرق شدگی در کار
		احساس عدم تاثیرگذاری بر سازمان و عدم ضرورت تلاش زیاد
استرس کارهای عقب افتاده		
خودبرتر بینی و تصور سو استفاده دیگران		
پرهیز از پذیرش مسئولیت	عدم باور به قابلیت‌های خود	
	پرهیز از عواقب کار	
	بیزاری از تعیین مهلت برای انجام کارها	
	عدم برنامه‌ریزی جهت وظایف شغلی.	
مدیریت شرایط شغلی کارکنان	طراحی شغل	عدم اتمام کار جهت پرهیز از پذیرش کار جدید
		کاهش ابهام نقش کارکنان
		مدیریت تعارض نقش‌های کارکنان
		کاهش سکون(فلات زدگی) شغلی
		تدوین استاندارد ارزیابی عملکرد شغلی

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

مضمون پایه	مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده
مشخص نمودن استانداردهای کاری	سبک مدیریت	مضامین سازمان دهنده
تامین نیازمندی‌ها و الزامات شغلی		
مدیریت استرس شغلی کارکنان		
اعتقاد مدیریت به مشارکت کارکنان		
توجه مدیران به تلاش‌های کارکنان		
تقویت توانایی کنترل و نظارت مدیران		
افزایش میزان اشراف مدیران به کم و کیف کار کارکنان		
تقویت نظام آموزش و توانمندسازی کارکنان	ویژگی‌های ساختاری	
رسمیت بالا		
حیطه نظارت محدود		
عدم تمرکز قدرت تصمیم‌گیری		
انعطاف و چابکی سازمانی	فرهنگ و ارزش‌های سازمانی	
تقویت فرهنگ همکاری در سازمان		
غالب نمودن فرهنگ جمع‌گرایی در سازمان		
اعتمادسازی بین افراد		
مدیریت سکوت در سازمان		
مدیریت فرهنگ تنبلی در سازمان		
مدیریت حسادت در محیط کار	ویژگی‌های شخصیتی کارکنان	
تقویت روحیه وظیفه‌شناسی		
تقویت روحیه همکاری	حالات روانشناختی	
احساس ناکارآمدی		
بی‌انگیزگی		
فرسودگی شغلی		
ادراک اهمال کاری همکاران		
ادراک تبعیض و بی‌عدالتی		
عزت نفس پایین		
ادراک طردشدگی در محیط کار		
بدبینی نسبت به سازمان		
واگذاری اختیار تصمیم‌گیری به کارکنان		توسعه و توانمندسازی کارکنان
تقویت مهارت‌های ارتباط موثر		

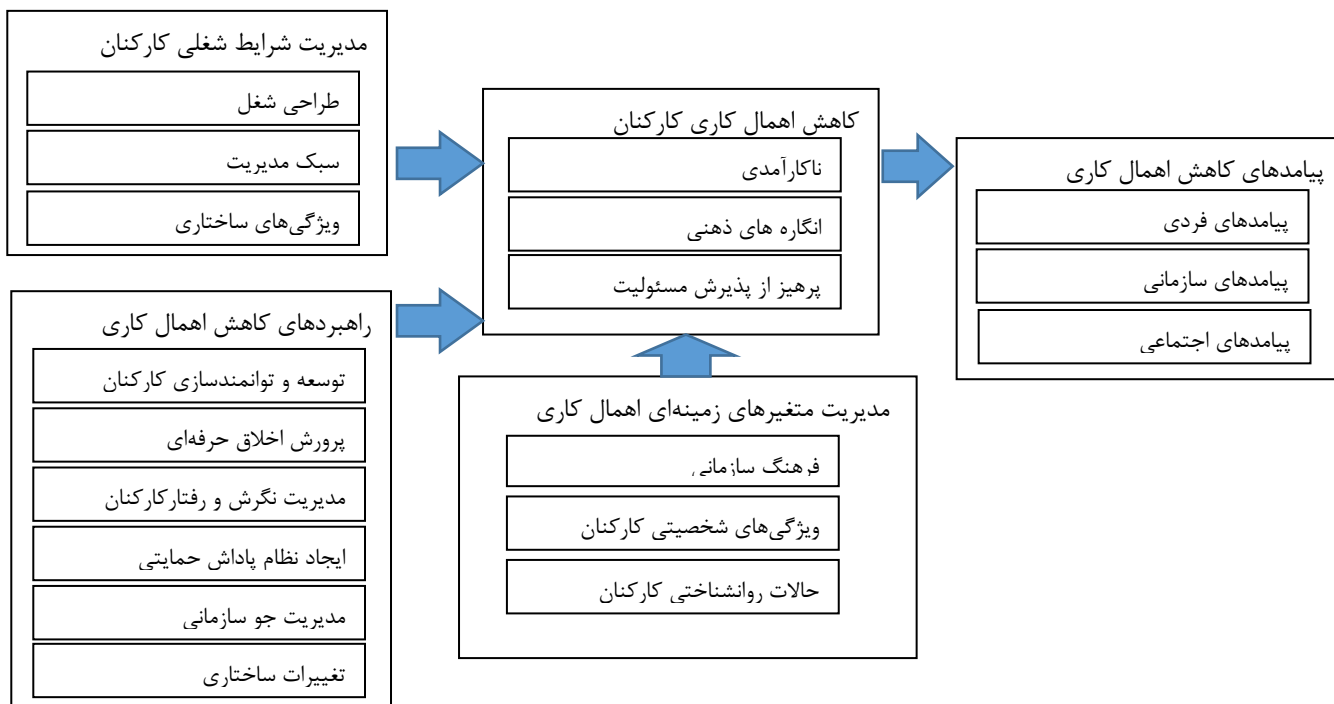
طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان/فرشیان، فرحبد، دانشفرد و رضایی کلیدبری

مضمون پایه	مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده
آموزش هوش معنوی به کارکنان		
تقویت سطح تاب‌آوری کارکنان		
تقویت سرمایه روانشناختی کارکنان		
مشارکت دادن کارکنان در امور		
پرورش وقت شناسی	پرورش اخلاق حرفه‌ای	
پرورش صداقت و پرهیز از فعالیت‌های پنهانی		
تقویت فرهنگ همکاری در سازمان		
اصلاح نگرش‌های منفی و بدبینانه کارکنان	مدیریت نگرش و رفتار کارکنان	
تقویت انگیزه کارکنان		
حمایت از کارکنان		
تقویت تعهد کارکنان		
اصلاح نگرش‌های منفی و بدبینانه کارکنان	ایجاد نظام پاداش حمایتی	
استفاده از مشوق‌های مادی و معنوی		
ارائه گزینه‌های مختلف پاداش جهت کارکنان		
ارائه پاداش مبتنی بر عملکرد	تغییر در جو سازمانی	راهبردهای توسعه سازمانی
تقویت جو انتقادپذیری در سازمان		
تقویت جو کار تیمی و تقویت آن در سازمان		
از بین بردن جو عدم اطمینان در سازمان		
توسعه جو سازمانی همکارانه		
ارائه بازخورد به کارکنان	تغییرات ساختاری	
بازطراحی مشاغل و متناسب‌سازی حجم کار کارکنان		
بهبود نظام ارزشیابی سازمان		
تقویت انعطاف و چابکی سازمانی	پیامدهای فردی	پیامدها
کاهش سطح اضطراب و استرس شغلی کارکنان		
کاهش میزان سکوت سازمانی		
کاهش تمایل به ترک شغل کارکنان خبره		
افزایش رفتارهای فراتر از نقش کارکنان	پیامدهای سازمانی	
بهبود عملکرد سازمانی		
ارزش آفرینی سازمان		
تقویت خلاقیت و نوآوری در سازمان		

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

مضمین سازمان دهنده	مضمین فراگیر	مضمون پایه
		تقویت انسجام سازمانی
		افزایش سلامت سازمانی
	پیامدهای اجتماعی	تامین رضایت ذینفعان فراسازمانی
		پاسخگویی به انتظارات ذینفعان فراسازمانی
		افزایش اعتماد عمومی نسبت به سازمان
		تامین اهداف ذینفعان فراسازمانی

شبکه مضامین، بر اساس روندی مشخص، مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی متن)، مضامین فراگیر (مضامین به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین سازمان دهنده (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به مثابه کل) را نظام‌مند می‌کند؛ سپس این مضامین به صورت نقشه‌های شبکه تارنما، رسم و مضامین برجسته هر یک از این سه سطح همراه با روابط میان آنها نشان داده می‌شود. شبکه مضامین مربوط به کاهش اهمال کاری کارکنان که از تحلیل تم حاصل شده است، در نمودار ۴-۱ قابل مشاهده است.



نمودار ۱: شبکه مضامین کاهش اهمال کاری کارکنان

طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان/فرشیان، فرحبد، دانشفرد و رضایی کلیدبری

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش، طراحی مدلی جهت کاهش اهمال کاری کارکنان بود. مساله پژوهش‌گر بروز برخی از مظاهر اهمال کاری کارکنان در شرکت ملی نفت ایران و بروز پیامدهای منفی آن همچون نارضایتی ذینفعان شرکت و کم توجهی پژوهش‌گران عرصه سازمان و مدیریت به این حوزه مطالعاتی بود. در پاسخ به سوال اول و دوم پژوهش با توجه به نتایج بررسی مبانی نظری و تحلیل مصاحبه‌ها، ابعاد و مولفه‌های مدل کاهش اهمال کاری به شرح زیر تعیین شد: در مجموع ۱۸ مولفه برای مدل کاهش اهمال کاری کارکنان تعیین شد. اولین بعد مدل شامل کاهش اهمال کاری کارکنان شامل سه مولفه کاهش ناکارآمدی، بهبود انگاره‌های ذهنی و پرهیز از پذیرش مسئولیت می‌باشد. دومین بعد مدل شامل مدیریت شرایط شغلی اهمال کاری کارکنان مشتمل بر سه مولفه طراحی شغل، سبک مدیریت و ویژگی‌های ساختاری می‌باشد. سومین بعد مدل شامل مدیریت عوامل زمینه ساز اهمال کاری کارکنان است که شامل سه مولفه مدیریت فرهنگ و ارزش‌های سازمانی، ویژگی‌های شخصیتی کارکنان و حالات روان شناختی کارکنان است. بعد راهبردهای کاهش اهمال کاری کارکنان شامل شش مولفه توسعه و توانمندسازی کارکنان، پرورش اخلاق حرفه‌ای کارکنان، مدیریت نگرش و رفتار کارکنان، ایجاد نظام پاداش حمایتی، مدیریت جو سازمانی و تغییرات ساختاری، جزو چهارمین بعد مدل بوده و در نهایت بعد پنجم مدل پیامدهای کاهش اهمال کاری کارکنان است که شامل سه مولفه پیامدهای فردی، سازمانی و اجتماعی می‌باشد.

براساس نتایج سوال سوم تحقیق و شاخص‌های احصا شده برای هر کدام از مولفه‌ها، در راستای کاهش اهمال کاری از طریق مدیریت شرایط شغلی، کاهش ابهام نقش کارکنان، مدیریت تعارض نقش‌های کارکنان، کاهش سکون (فلات‌زدگی) شغلی، تدوین استاندارد ارزیابی عملکرد شغلی، مشخص نمودن استانداردهای کاری، تامین نیازمندی‌ها و الزامات شغلی، سبک مدیریت و ویژگی‌های ساختاری ضروری می‌باشد. همچنین مدیریت استرس شغلی کارکنان، اعتقاد مدیریت به مشارکت کارکنان، توجه مدیران به تلاش‌های کارکنان، تقویت توانایی کنترل و نظارت مدیران، افزایش میزان اشراف مدیران به کم و کیف کار کارکنان از طریق سبک مدیریت ضرورت دارد. علاوه بر این، کاهش اهمال کاری کارکنان از طریق مدیریت ویژگی‌های ساختاری از طریق تقویت نظام آموزش و توانمندسازی کارکنان، افزایش میزان رسمیت، محدود نمودن حیطه نظارت، عدم تمرکز قدرت تصمیم‌گیری و تقویت انعطاف و چابکی سازمانی باید مورد توجه قرار گیرد.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

شاخص‌های احصا شده در این تحقیق با نتایج مطالعات انجام شده در خصوص اهمال کاری از جمله جونز و رودالت (۱۹۸۲)، سولومون و راث بلوم (۱۹۸۹)، تاکمن (۱۹۹۱) و صفاری نیا و امیرخانی رازلیقی (۱۳۹۰) و استیل (۲۰۰۲) همخوانی دارد. در تبیین نتایج به دست آمده باید گفت مدیریت اهمال کاری کارکنان مستلزم سنجش و پایش مستمر آن است تا از طریق کاهش اهمال کاری کارکنان عملکرد کارکنان تقویت گردد.

طبق نتایج مطالعه قنبری و معجونی (۱۴۰۰) بین عدالت سازمانی و اهمال کاری کارکنان رابطه مستقیم، منفی و معنادار وجود دارد. همچنین سبک رهبری مخرب بر اهمال کاری کارکنان تاثیر دارد. نتایج مطالعه سواری و همکاران (۱۳۹۹)، آذربادکان و همکاران (۱۳۹۷)، باقری شیخانگشسه و شباهنگ (۱۳۹۷) و سپهریان آذر (۱۳۹۰) موید ارتباط استرس افسردگی با اهمال کاری می باشد. طبق نتایج مطالعه رئوف و همکاران (۱۳۹۸) نیز بین کمال‌گرایی منفی و اهمال کاری تحصیلی رابطه‌ی غیر مستقیم و معناداری وجود دارد و همچنین رابطه‌ی مستقیم خودکارآمدی تحصیلی با عزت نفس و خودناتوان سازی تحصیلی و اهمال کاری تحصیلی نیز معنادار است. براساس یافته‌های مطالعه برزگر بفرویی و عارف منش (۱۳۹۸) بین صفات شخصیتی و اهمال کاری تحصیلی ارتباط معناداری وجود دارد و تغییرات متغیر اهمال کاری تحصیلی توسط عوامل شخصیتی قابل تبیین است. طبق نتایج تحقیق تمدنی و همکاران (۱۳۹۸) بین خودکارآمدی عمومی و اهمال کاری تحصیلی و پیشرفت تحصیلی رابطه منفی معنادار وجود دارد. جعفری و سیدخراسانی (۱۳۹۷) نشان داد که بین هوش هیجانی و سرمایه روانشناختی و اهمال کاری رابطه معنی دار وجود دارد. طبق نتایج تحقیق دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۵) بی‌کفایتی مدیران بی‌تعهدی کارکنان، چندشغله‌بودن کارکنان، نظارت ضعیف، جبران بی‌عدالتی‌ها، روابط شخصی با مدیران و حقوق و مزایای ناکافی از مهمترین عوامل اثرگذار بر اهمال کاری کارکنان می‌باشند. همچنین نتیجه مطالعه رضایی و همکاران (۱۳۹۵) و جهانگیری (۱۳۹۵) و یازچیوبلو (۲۰۱۵)، تاکاس (۲۰۱۰)، ون‌ارده (۲۰۰۳) نشان داد که عوامل فردی همچون شخصیت و عوامل سازمانی همچون سبک‌های مدیریت می‌تواند اهمال کاری شغلی مدیران را پیش بینی کند که با یافته‌های این تحقیق همسویی دارد. براساس نتایج مطالعه دردارا و المخالد (۲۰۲۰) سن، جنسیت، افسردگی، استرس، اضطراب و بهزیستی پیش‌بینی‌کننده اهمال کاری هستند که با عوامل فردی شناسایی شده در این مطالعه همسویی دارد. هن (۲۰۱۸) در مطالعه خود دریافت که ابهام نقش حرفه‌ای با عوامل احساسی و عوامل موقعیتی بر اهمال کاری کارکنان تاثیر دارد. نتایج مطالعه گونسو و همکاران (۲۰۱۸) نشان داد که سبک رهبری تحول آفرین، سبک رهبری سرپرست، و

طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان/فرشیان، فرحبد، دانشفرد و رضایی کلیدبری

رفتارهای شهروندی سازمانی بر اهمال کاری کارکنان در محیط کار تأثیر دارند. مبتنی بر نتایج تحقیق متین و همکاران (۲۰۱۸) عواملی همچون خستگی، جدایی روانی، استرس ناشی از شغل و درآمد کم، مکث طولانی یا انجام بازی های رایانه ای در ساعات کار، کمبود احساسات مثبت در محل کار، کسالت شغلی، که حالت کم تحریک در کار، تحریک شناختی-جسمی، درگیر شدن در پیام های فوری یا استراحت های طولانی مدت، وظیفه شناسی با عملکرد تحصیلی با اهمال کاری کارکنان ارتباط دارد. بنا بر عقیده لازاروس و فولکمن (۱۹۸۴) میان استرس و اهمال کاری رابطه وجود دارد که با عوامل شغلی شناسایی شده در این مطالعه همسویی دارد.

نظریه های رفتاری، اهمال کاری را یک مشکل رفتاری در نظر می گیرند و آن را بر حسب نظریه تقویت، نتیجه اثر تقویتی سریعتر و بیشتری که به تأخیر انداختن فعالیت ها دارد و فقدان مشوق برای تشویق و مشارکت در کسب اهداف و انجام وظایفشان تبیین می کنند به عنوان مثال طبق دیدگاه فروید (۱۹۵۳)، رفتارهای اجتنابی را می توان با توجه به نقش اضطراب که عاملی فردی است تشریح کرد چرا که طبق دیدگاه وی انسان با تأخیر در انجام امور، سعی دارد تا از خود در برابر خطرات احتمالی محافظت نماید. براساس دیدگاه بورکا و یوئن (۱۹۸۳) افراد دارای عزت نفس شکننده از اهمال کاری به عنوان یک ابزار حفاظتی استفاده می کنند. طبق دیدگاه سولومون و روتبلوم (۱۹۸۴) افراد مبتلابه اضطراب شدید، به اهمال کاری می پردازند تا از اضطراب مرتبط با آن اجتناب کنند. آلیس و کناس هم به عنوان نظریه پردازان شناختی رفتاری در سال ۱۹۷۷ روی اثر ترس های غیرمنطقی و انتقاد از خود در اهمال کاری تأکید کردند. طبق استدلال آن ها، اهمال کاران به خاطر عدم اطمینان به توانایی خودشان در تکمیل یک تکلیف به اهمال کاری می پردازند. براساس نتایج مطالعات فراری (۲۰۰۸) و کامدن (۲۰۱۳) دیدگاه های خوش بینانه براین باورند که خصوصیات چون رفتار، شناخت و انگیزش عامل اصلی بروز اهمال کاری هستند در حالی که دیدگاه های بدبینانه اهمال کاری را نوعی عادت یا اختلال شخصیت می دانند بنابراین مدیریت علل فردی و سازمانی اهمال کاری با نظریات موجود نیز همخوانی دارد.

علت تاثیرگذاری عوامل فردی بر اهمال کاری کارکنان را می توان ناشی از نقش عوامل فردی همچون شخصیت، توانایی ها، ارزش ها، نگرش ها و... به عنوان پیش آیندهای درونی بروز رفتارهای انسانی دانست. چرا که براساس نظریه های علم رفتار و مکتب رفتارگرایی، عوامل فردی نقش تعیین کننده ای در بروز رفتارها دارند. از این رو عوامل فردی می تواند یکی از عوامل تعیین کننده اهمال کاری کارکنان

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

باشد. بنابراین باید به این حقیقت توجه شود که ویژگی‌های فردی در کنار ویژگی‌های سازمانی همچون سبک مدیریت و ساختار سازمانی می‌توانند بر اهمال کاری کارکنان تاثیر بگذارند.

در راستای مدیریت متغیرهای زمینه‌ای اهمال کاری، مدیریت فرهنگ سازمانی، توجه به ویژگی‌های شخصیتی و حالات روانشناختی کارکنان ضرورت دارد. تقویت فرهنگ همکاری در سازمان، غالب نمودن فرهنگ جمع‌گرایی، اعتمادسازی بین افراد، مدیریت نمودن سکوت در سازمان، مدیریت فرهنگ تنبلی در سازمان و مدیریت حسادت در جهت مدیریت فرهنگ سازمانی ضروری است. همچنین تقویت روحیه وظیفه‌شناسی و تقویت روحیه همکاری، ایجاد احساس کارآمدی، ایجاد انگیزه، مدیریت فرسودگی شغلی، کاهش ادراک اهمال کاری همکاران، مدیریت ادراک تبعیض و بی‌عدالتی، تقویت عزت نفس کارکنان، ایجاد ادراک عدم طردشدگی در محیط کار و خوش بینی نسبت به سازمان در جهت مدیریت ویژگی‌های شخصیتی و حالات روانشناختی کارکنان و کاهش اهمال کاری از آن طریق اجتناب ناپذیر است. عوامل زمینه‌ای به عنوان عوامل بستر ساز کنش‌ها و تعاملات سازمانی، شامل مجموعه عواملی است که به صورت غیرمستقیم بر اهمال کاری کارکنان تاثیر می‌گذارد. بررسی پیشینه پژوهش نشان داد که پژوهشگران زیادی همچون ماکس وبر و تالکوت پارسونز، جان گالبرایت، ابراهیمی حسنی نیاکی (۱۳۷۷) میرسپاسی (۱۳۶۱) و دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۵) به تاثیر فرهنگ جامعه و سازمان بر کم‌کاری کارکنان اشاره کرده‌اند. فرهنگ جامعه بر فرهنگ سازمانی و فرهنگ سازمانی بر تمام جنبه‌های سازمان تاثیر می‌گذارد و در هر سازمان پدیده‌ای به دور از تاثیر فرهنگ نیست. متأسفانه در کشور ما فرهنگ از زیر کار در رفتن و پذیرفتن مسئولیت‌های آسان به فرهنگ کار، مسئولیت‌پذیری و وجدان کاری غالب شده است. نتیجه مطالعه عسکری تبار و عسکری تبار (۱۳۹۹) نشان داد که اخلاق حرفه‌ای و حمایت اجتماعی، واریانس اهمال کاری شغلی پرستاران را تبیین می‌کنند که با نتایج این تحقیق همسویی دارد. نتیجه مطالعه نظری زاده و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که موثرترین عامل پیش‌بینی کننده اهمال کاری سازمانی پویایی گروهی است. طبق نتایج مطالعه سلیمانی و همکاران (۱۳۹۶) استفاده‌ی بیش از اندازه از اینترنت بدون فرهنگ‌سازی یکی از علل اهمال کاری و انواع آن (اهمال کاری عمدی، اهمال کاری ناشی از خستگی جسمانی روانی، اهمال کاری ناشی از بی‌برنامگی) می‌باشد. براساس نتایج تحقیق دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۵) فرهنگ زیرکار در روی حاکم بر جامعه یکی از مهمترین عوامل تاثیر گذار بر اهمال کاری کارکنان می‌باشد. رومنجان و اسدی یونسی (۱۳۹۴) نیز علل اهمال کاری افراد را در چهار حیطه روانی و شخصیتی، محیطی، شناختی و فراشناختی دسته بندی نموده‌اند که با نتایج این تحقیق همسویی دارد. براین اساس کاهش اهمال کاری کارکنان از

طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان/فرشیان، فرحبد، دانشفرد و رضایی کلیدبری

طریق مدیریت متغیرهای زمینه‌ای ضروری است. چرا که سازمان‌ها به عنوان یک سیستم باز در یک بده بستان دائمی با محیط (فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، تکنولوژیک، زیست محیطی، قانونی و...) خود فعالیت دارند. هم محیط بر سازمان اثرگذار است و هم سازمان می‌تواند بر محیط اثرگذار باشد چرا که طبق نظریه نهادگرایی جدید پاول و دیماجیو هنجارها و ارزش‌های محیطی در کنار الزامات قانونی و تقلیدی می‌تواند بر اهمال کاری کارکنان تاثیرگذار باشد؛ از این رو کاهش اهمال کاری کارکنان، بدون توجه به متغیرهای زمینه‌ای محقق نخواهد شد.

توسعه و توانمندسازی کارکنان از واگذاری اختیار تصمیم‌گیری به آنان، تقویت مهارت‌های ارتباط موثر، هوش معنوی کارکنان، تقویت سطح تاب‌آوری کارکنان، توسعه سرمایه روانشناختی کارکنان و مشارکت دادن کارکنان در امور به عنوان یکی از مهمترین راهبردهای کاهش اهمال کاری کارکنان می‌باشد. مضاف بر آن پرورش وقت شناسی، صداقت و پرهیز از فعالیت‌های پنهانی و تقویت فرهنگ همکاری در سازمان در جهت پرورش اخلاق حرفه‌ای کارکنان ضروری است. راهبرد بعدی کاهش اهمال کاری کارکنان مدیریت نگرش و رفتار کارکنان از طریق اصلاح نگرش‌های منفی و بدبینانه آنان، تقویت انگیزه کارکنان، حمایت از کارکنان، تقویت تعهد سازمانی کارکنان، اصلاح نگرش‌های منفی و بدبینانه کارکنان می‌باشد. همچنین استفاده از مشوق‌های مادی و معنوی، ارائه گزینه‌های مختلف پاداش جهت کارکنان و ارائه پاداش مبتنی بر عملکرد نیز در جهت توسعه ایجاد نظام پاداش حمایتی از دیگر راهبردهای موثر در این زمینه می‌باشد. انجام تغییرات ساختاری از طریق ارائه بازخورد به کارکنان، بازطراحی مشاغل و متناسب‌سازی حجم کار کارکنان، بهبود نظام ارزشیابی سازمان و تقویت انعطاف و چابکی سازمانی نیز از دیگر راهبردهای موثر در این زمینه می‌باشد. این نتایج تا حدودی با نتایج مطالعه بهارونداحمدی و سراج خرمی (۱۳۹۸) و جلالی و پورشریفی (۱۳۹۶) همخوانی دارد. نتایج مطالعه آنان نشان داد که مصاحبه‌انگیزی موجب کاهش اهمال کاری تحصیلی و افزایش انگیزه تحصیلی دانش‌آموزان می‌گردد. طبق نتایج مطالعه زنتال (۲۰۲۰) اهمال کاری با تقویت مشروط ارتباط معنی‌داری دارد که با راهبرد توانمندسازی این تحقیق همخوانی دارد. نتیجه مطالعه علمی‌منش (۱۳۹۷) اصفا و همکاران (۱۳۹۶)، آخوندی (۱۳۹۶)، صالحی (۱۳۹۶) و اظه‌ری و همکاران (۱۳۹۶) نشان داد که تقویت سرمایه روانشناختی بر کاهش اهمال کاری مؤثر است. همچنین اصفا و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه خود نشان دادند که اثر مستقیم بهزیستی روان‌شناختی بر اهمال کاری معنادار است. طبق نتایج تحقیق خرمایی و آزادی‌ده بیدی (۱۳۹۶) سازه دینی- اخلاقی صبر بر اهمال کاری دانشجویان است. براساس نتایج مطالعه زارع و همکاران (۱۳۹۴) آموزش شناختی ارتقا امید بر کاهش اهمال کاری

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

کارکنان موثر است بر این اساس راهبردهای بهبود اهمال کاری کارکنان با تحقیقات پیشین همخوانی دارد.

بر اساس نتایج تحقیق، رخداد پیامدهای فردی، سازمانی و اجتماعی نتیجه کنش‌ها و تعاملات ایجاد شده و کاهش اهمال کاری کارکنان می‌باشد که کاهش سطح اضطراب و استرس شغلی، سکوت سازمانی، میزان تمایل به ترک شغل کارکنان خبره و افزایش رفتارهای فراتر از نقش کارکنان می‌باشد که در سطح فردی بروز می‌نماید. علاوه بر این بهبود عملکرد سازمانی، ارزش آفرینی برای سازمان، تقویت خلاقیت و نوآوری سازمانی و تقویت انسجام و سلامت سازمانی جزو پیامدهای سازمانی است که در نهایت به تامین اهداف ذینفعان فراسازمانی و پاسخگویی به انتظارات آنان و افزایش اعتماد عمومی نسبت به سازمان می‌گردد. مطالعه انجام شده توسط رضایی و همکاران (۱۳۹۵) نشان داد که، اهمال کاری کارکنان می‌تواند تاثیرات منفی را هم بر کارکنان و هم بر بازدهی سازمان بر جای بگذارد و می‌توان از آن به عنوان یکی از بزرگ‌ترین موانع کارایی نیروی انسانی، در کاهش عملکرد، بهره‌وری و سلامت کارکنان و سازمان نام برد. طبق نتایج مطالعه هوور (۲۰۰۵) اهمال کاری دارای تبعات منفی بسیاری از جمله، از دست دادن زمان، افزایش استرس، کاهش سلامت فرد، کاهش یادگیری در درازمدت و کاهش اعتماد به نفس می‌شود (زرع و همکاران، ۱۳۹۴). نتایج تحقیقات اوزر و ساکنز (۲۰۱۱) نشان می‌دهند که اهمال کاری تأثیر منفی روی سلامتی و بهداشت و رضایت از زندگی اقشار مختلف دارد (ذراتی و خیر، ۱۳۹۳). طبق نتایج مطالعه ون‌ارده (۲۰۰۳) و تیس و فراری (۲۰۰۰) اهمال کاری کارکنان تأثیر منفی بر نتایج عملکرد فردی و سازمانی دارد. طبق نتایج مطالعه قنبری و معجونی (۱۴۰۰) اهمال کاری معلمان رابطه مستقیم، مثبت و معنادار با فرسودگی شغلی آنان دارد. مطالعه صفاری نیا و امیرخانی رازلیق (۱۳۹۵) نشان داد که اهمال کاری سازمانی با فرسودگی شغلی در کارکنان ارتباط دارد. طبق نتایج تحقیق چی‌او و همکاران (۲۰۲۰) اهمال کاری کارکنان منجر به پدیده‌ی طفره رفتن اجتماعی بالاتری می‌گردد که با پیامدهای فردی شناسایی شده در این مطالعه همسویی دارد. نتایج مطالعه داوتوو (۲۰۲۰) نشان داد که بین میزان اهمال کاری و عملکرد رابطه منفی وجود داشت که با پیامدهای فردی اهمال کاری شناخته شده در این مطالعه همسویی دارد.

از آنجایی که در این پژوهش از داده‌های مقطعی استفاده شده است؛ در تعمیم نتایج باید احتیاط شود چرا که به داده‌های طولی برای افزایش اطمینان به تعمیم نتایج نیاز است. محققان آینده می‌توانند نسبت به طراحی و تبیین الگوی بومی کاهش اهمال کاری کارکنان، برای سازمان‌های تولیدی مشابه

طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان/فرشیان، فرحبد، دانشفرد و رضایی کلیدبری

اقدام نموده و نتایج حاصل را با یافته‌های این تحقیق مقایسه نمایند. در پایان پیشنهادهای کاربردی پژوهش براساس نتایج پژوهش و مدل مفهومی طراحی شده به شرح زیر ارائه شد:

براساس نتایج تحقیق و مدل طراحی شده، توسعه و توانمندسازی کارکنان جزو یکی از راهبردهای مؤثر در کاهش اهمال کاری کارکنان می‌باشد. بنابراین پیشنهاد می‌شود ضمن واگذاری و تفویض اختیار تصمیم‌گیری به کارکنان، نسبت به تقویت مهارت‌های ارتباط موثر، هوش معنوی، تاب‌آوری کارکنان، از طریق تبیین اهمیت آنها در توسعه فردی اقدام شود.

از آنجایی که مدیریت شرایط شغلی و سازمانی، به عنوان یکی از اجزای مهم مدل کاهش اهمال کاری کارکنان می‌باشد، لذا پیشنهاد می‌گردد از طریق اقداماتی همچون بازطراحی مشاغل، همچنین آموزش مدیران نسبت به مدیریت استرس شغلی، جلب مشارکت کارکنان، توجه به تلاش‌های کارکنان و تقویت توانایی کنترل و نظارت مدیران و افزایش میزان انعطاف‌سازمانی و چابکی سازمانی از طریق حذف فرایندهای زاید و دست و پاگیر، زمینه‌های کاهش اهمال کاری کارکنان فراهم شود.

از آنجا که مدیریت عوامل زمینه‌ای اهمال کاری کارکنان، در کاهش آن تاثیرگذار است، پیشنهاد می‌شود از طریق مکانیزم‌های فرهنگ‌سازی، آموزش و توانمندسازی کارکنان، به کارگیری افراد تاثیرگذار و گروه‌های مرجع در سازمان و الگوسازی افراد شاخص، نسبت به تقویت فرهنگ سازمانی همسو و کارکردی همچون حاکمیت فرهنگ همکاری در سازمان، صداقت و شفافیت و اعتماد بین افراد اقدام گردد.

شاخص‌های اهمال کاری احصا شده در این تحقیق به صورت مستمر مورد ارزیابی و پایش قرار گیرد و از طریق به کارگیری آنها در کانون‌های ارزیابی و سنجش عملکرد و شناسایی کارکنان ساعی و پرتلاش نسبت به ایجاد بانک اطلاعات کارکنان شایسته اقدام شود. وجود چنین سیستمی سبب می‌گردد حسب مورد و نیاز، از طریق مراجعه به بانک اطلاعاتی موجود و بررسی پروفایل هر فرد، تصمیم‌گیری مناسب در خصوص ارتقا، انتصاب، اعطای پاداش و مزایا و... اتخاذ نمود.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

منابع

- ۱) برزگر بفرویی، کاظم، عارف منش، مروارید. (۱۳۹۸). نقش ابعاد چشم انداز زمان و عوامل شخصیتی در اهمال کاری دانشجویان دانشگاه یزد. پژوهش در یادگیری آموزشگاهی و مجازی، ۷(۱) (پیاپی ۲۵)، ۶۸-۵۹.
- ۲) حاجی حسنی، مهرداد و محمدی، عاطفه، ۱۳۹۷، سرسختی روان شناختی و اهمال کاری شغلی، ششمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم تربیتی، روانشناسی و مشاوره ایران، تهران.
- ۳) خاکپور، عباس، قلی پور، میترا. (۱۳۹۶). نقش اهمال کاری شغلی در عدالت سازمانی ادراک شده (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه پیام نور همدان). جامعه شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)، ۲۸(۴) (پیاپی ۶۸)، ۱۱۳-۱۲۲.
- ۴) خاکپور برازجانی، ساحل و حشمتی جدا، آرزو، (۱۳۹۵) بررسی اثر تعاملی استرس، سلامت روان، اضطراب و افسردگی با اهمالکاری تحصیلی. همایش بین المللی استرس و بیماریهای روانی. تهران، دانشگاه علامه طباطبائی، ۷۵ و ۷۷ اردیبهشت.
- ۵) خدابخش زاده، سعید، و امیرزاده مرادآبادی، سمیرا، و خدابخش زاده، صادق، و بنی اسدی، محمد (۱۳۹۴). بررسی عوامل موثر بر بهره وری منابع انسانی، موانع و راهکارها (مطالعه موردی: حوزه معاونت آموزشی دانشگاه علوم پزشکی بم). توسعه ی آموزش جندی شاپور، ۶(۴)، ۳۲۳-۳۳۱.
- ۶) خدابخشی، مهدی، و سپهوندی، محمدعلی، شیخ الاسلامی، علی، حبیبی، الهام (۱۳۹۴). پیش بینی اهمال کاری سازمانی و رضایت از زندگی بر اساس فرسودگی شغلی و سابقه خدمت. مجله طب نظامی، ۱۷(۴)، ۲۰۷-۲۱۳.
- ۷) رئوف، کوثر؛ خادمی، ملوک، و نقش، زهرا. (۱۳۹۸). رابطه ی کمال گرایی با اهمال کاری: نقش واسطه ای متغیرهای خودکارآمدی تحصیلی، عزت نفس و خودناتوان سازی تحصیلی. اندیشه های نوین تربیتی، ۱۵(۱)، ۲۰۷-۲۳۵.
- ۸) رومنجان، محمد ابراهیم؛ اسدی یونسی، محمدرضا (۱۳۹۴). علل یابی اهمال کاری، سومین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی. تهران، ۴۵۳۰۷۵ <https://civilica.com/doc/>

طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان/فرشیان، فرحبد، دانشفرد و رضایی کلیدبری

- ۹) قنبری معجونی، حسین. (۱۴۰۰). نقش رهبری مخرب در فرسودگی شغلی با میانجی‌گری عدالت سازمانی و اهمال کاری. پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، ۱۰(۳)، ۶۹-۹۸.
- ۱۰) عسکری تبار، طیبه سادات و عسکری تبار، مرضیه سادات، ۱۳۹۹، بررسی ارتباط بین اهمال کاری شغلی پرستاران با اخلاق حرفه‌ای و حمایت اجتماعی، هشتمین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی، آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی ایران، تهران، <https://civilica.com/doc/1031025>
- ۱۱) نظری‌زاده، امیرعباس؛ موغلی، علیرضا و عباسی، نرگس. (۱۳۹۷). طراحی مدل اهمال کاری سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران (مورد مطالعه: شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران). فصلنامه علمی مدیریت سازمان‌های دولتی، ۶(شماره ۳ (پیاپی ۲۳))، ۱۱-۳۰.
- ۱۲) وهاب‌زاده مقدم، فاطمه سادات؛ خائف‌الهی، احمدعلی؛ دلخواه، جلیل (۱۴۰۰). کاهش اهمال کاری کارکنان با گونه‌شناسی مزاج، مطالعات منابع انسانی، ۱۱(۱)، ۱۲۷-۱۵۰.
- 13) Asio, J. M. R., & Riego de Dios, E. (2021). Demographic Profiles and Procrastination of Employees: Relationships and Determinants
- 14) Biswakarma, G. (2016). Organizational Career Growth and Employees' Turnover Intentions: An empirical evidence from Nepalese Private Commercial Banks. *Human Resource Management*, 3(2), 10-26.
- 15) Chiu, S.-I., Chen, T.-Y., Chang, T.-L., & Chen, C. J. I. J. o. P. R. (2020). Procrastination, dependence and social loafing: comparison in High/low task visibility between ctive/passive procrastinators. *International Journal Psychiatry Research*, 3(2), 1-11. doi: 10.33425/2641-4317.1058
- 16) Dhurup, M., Surujlal, J., & Kabongo, D. M. (2016). Finding Synergic Relationships in Teamwork, Organizational Commitment and Job Satisfaction: A Case Study of a Construction Organization in a Developing Country. *Procedia Economics and Finance*, 35, 485-492.
- 17) Diaz-Morales JF, Cohen JR, Ferrari JR. An integrated view of personality styles related to avoidant procrastination. *Personality and Individual Differences*. 2008; 45:554-558.
- 18) Durakiewicz, T. (2016). A universal law of procrastination. In *Physics Today*, 69 (2), 11-12. DOI: 10.1063/PT.3.3064.
- 19) Fatima, A., Iqbal, M. Z., & Imran, R. (2013). Organizational Commitment and Counterproductive Work Behavior: Role of Employee Empowerment. In *Proceedings of the Sixth International Conference on Management Science and Engineering Management* (pp. 665-679). Springer London.

- 20) Flett, A. L., Haghbin, M., & Pychyl, T. A. (2016). Procrastination and Depression from a Cognitive Perspective: An Exploration of the Associations Among Procrastinatory Automatic Thoughts, umination,
- 21) Göncü Köse, A., & Metin, U. B. (2018). Linking leadership style and workplace procrastination: The role of organizational citizenship behavior and turnover intention. *Journal of prevention & intervention in the community*, 46(3), 245-262.
- 22) Gupta, R., Hershey, D., A. Gaur, J. (2012). Time Perspective and Procrastination in the Workplace: An Empirical Investigation. *Current psychology (New Brunswick, N.J.) (CURR PSYCHOL)*, 31(2), 195-211. doi: <https://doi.org/10.1007/s12144-012-9136-3>.
- 23) Hanaysha, J. (2016). Examining the Effects of Employee Empowerment, Teamwork, and Employee Training on Organizational Commitment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 298-306.
- 24) Hen, M., Goroshit, M., & Viengarten, S. (2021). How decisional and general procrastination relate to procrastination at work: An investigation of office and non-office workers. *Personality and Individual Differences*, 172, 110581.
- 25) Hen, M. (2018). Causes for procrastination in a unique educational workplace. *Journal of prevention & intervention in the community*, 46(3), 215-227.
- 26) Klingsieck, K. B. (2013). Procrastination in different life-domains: Is procrastination domain specific? *Current Psychology*, 32, 175-185. <https://doi:10.1007/s12144-013-9171-8>.
- 27) Kose, A.G., Metin, U. B. (2018). Linking leadership style and workplace procrastination: The role of organizational citizenship behavior and turnover intention. *Journal of Prevention & Intervention in the Community*. 46(3), 245-262. <https://doi: org/10.1080/10852352.2018.1470369>.
- 28) Pychyl, T. A., & Flett, G. L. (2012). Procrastination and self-regulatory failure: An introduction to the special issue. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 30, 203-212.
- 29) Ranto, D. W. P., Tjahjono, H. K., Muafi, M., & Prajogo, W. (2022). The Influence of Organizational Justice on Interpersonal and Organizational Deviance: A Conceptual Paper. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 3(2), 87-97.
- 30) Siebens, H. (2020) Grand Theory of Antisocial and Destructive Behavior. *VODENJE*, 47.

طراحی مدل کاهش اهمال کاری کارکنان/فرشیان، فرحبد، دانشفرد و رضایی کلیدبری

- 31) Van Eerde, W. (2003). A meta-analytically derived nomological network of procrastination. *Personality and individual differences*, 35(6), 1401-1418.
- 32) Wallace, D. M., Luning, C. R., Rosenstein, J. E., Ledford, A., & Cyr-Roman, B. (2020). A culture of respect: Leader development and preventing destructive behavior. *Industrial and Organizational Psychology*, 13(2), 225-229.
- 33) Zentall, T. R. (2020). Does conditioned reinforcement play a role in procrastination: A pigeon model: *Behavioural processes*, 178, 104139.
- 34) Zhang, J., Zhang, S., Liu, F., & Chen, W. (2022). Make Time for Employees to Be Sustainable: The Roles of Temporal Leadership, Employee Procrastination, and Organizational Time Norms. *Sustainability*, 14(14), 8778.

یادداشت‌ها:

- 1 Procrastination
- 2 Kose, Metin
- 3 Klingsieck
- 4 Van Eerde
- 5 Gupta
- 6 Schouwenberg
- 7 Diaz-Morales
- 8 Pychyl
- 9 Zhang
- 10 Hen

**Designing a model to reduce employee procrastination
(Study case: National Iranian Oil Company)**

Receipt: 06/01/2024

Acceptance: 06/06/2024

Reza Farshyian¹

Farzin Farahbod²

Karamolah Daneshfard³

Hamid Rezaei Kalidbari⁴

Abstract

Procrastination means failure in self-regulation and performance of work duties and is one of the behaviors that plays a significant role in reducing the output level of the organization. The purpose of this research is to design a model to reduce employee procrastination in the National Iranian Oil Company. The type of research is applied and developmental in terms of purpose, descriptive-exploratory in terms of execution method and qualitative in terms of data type. The sample of participants in the research included academic and executive experts of National Iranian Oil Company, who were selected by purposive sampling method. Data collection was done with the interview tool; Conducting interviews continued until the theoretical saturation stage was reached and this saturation was achieved after 18 interviews. The data were also analyzed using the theme analysis method. A number of 92 basic themes were identified, which were categorized into 18 overarching themes and 5 main organizing themes, including employee procrastination, management of employees' job conditions, management of contextual factors, strategies and consequences of reducing employee procrastination, which model It describes the reduction of employee procrastination. : Knowing the job conditions, background and procrastination strategies of employees and its consequences using the proposed model can be effective in managing this phenomenon.

Keywords

reducing employee procrastination, management of employees' job conditions, management of background factors, strategies and consequences of reducing procrastination

1-PhD student, Department of Public Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, reza.farshyian@gmail.com

2- Assistant Professor, Department of Management, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran. (Corresponding Author) farzinfarahbod@yahoo.com

3-Professor, Department of Public Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. daneshfard@srbiau.ac.ir

4- Assistant Professor, Department of Management, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran. hrezaee41@yahoo.com



رابطه بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض

در بین مدیران دبیرستان دخترانه شهر اهواز

الهام شیخ پور^۱

مجتبی معظمی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۲/۰۸ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۳/۱۷

چکیده

هدف پژوهش بررسی رابطه بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در بین مدیران است. این پژوهش از نوع همبستگی و جامعه پژوهش کلیه مدیران دبیرستان‌های دولتی دخترانه شهر اهواز بود (۴ ناحیه آموزشی) که در سال ۱۴۰۱ مشغول به فعالیت بودند. جامعه آماری این پژوهش کل نواحی آموزشی شهر اهواز شامل ۴ ناحیه بود. از آنجا که حجم نمونه زیر ۱۰۰ مدرسه می‌باشد تمامی جامعه آماری به عنوان نمونه در نظر گرفته شد. به منظور گردآوری اطلاعات از پرسش‌نامه هوش معنوی کینگ (۲۰۰۸) و پرسش‌نامه راهبردهای مدیریت تعارض پوت نام و ویلسون (۱۹۸۷) استفاده شد. روش پژوهش در این پژوهش "توصیفی" و از نوع "همبستگی" می‌باشد. برای تحلیل داده‌های آماری پژوهش از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و...) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، واریانس یک طرفه و...) استفاده شد. نتیجه داده‌های پژوهش به شرح زیر است: بین هوش معنوی و راهبردهای مدیریت تعارض رابطه مثبت و معنا داری وجود دارد. بین هوش معنوی با مدیریت تعارض رابطه مثبت و معنادرای بدست آمده است.

کلمات کلیدی

هوش، هوش معنوی، مدیریت تعارض، راهبردهای مدیریت تعارض، مدیران

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
elham.sheikhpour@gmail.com

۲- استادیار، گروه مدیریت آموزش عالی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
m_moazzamiii@yahoo.com

بحث مدیریت یکی از مباحث بسیار مهم و ارزشمند در نهادها و سازمانهاست. مدیران نیروهای اصلی جهت موفقیت و ارتقاء کسب و کار و سازمانها هستند. آنان با کمک دانش مدیریت بحرانها را مدیریت می‌کنند و معضلات و مشکلات بحرانی درونی یا محیطی سازمان را حل می‌کنند. یکی از شایستگی‌های محوری که موجب موفقیت سازمان از جمله سازمان‌های آموزشی می‌شود، هوش مدیران است. مدیران نیازمند پرورش هوش خود در تمام سطوح هستند تا بتوانند وظیفه‌شان را به طور متوازن و همه جانبه به انجام برسانند. مدیران با هوش معنوی بالا؛ تصمیمات راهبردی درستی در محیط پیچیده سازمانی و در دنیای کسب و کار اتخاذ می‌کنند، رضایت شغلی کارکنان را بالا می‌برند و سازمان را در مسیر موفقیت جهت می‌دهند (فرخیان، ۱۴۰۲). رایج‌ترین تعریف از اصطلاح هوش درک آن به عنوان درجه‌ای است که فرد می‌تواند با محیط خود سازگار شود. سال‌هاست که معنویت و یافتن معنای زندگی پدیده‌ای اساسی در متن وجود انسان تلقی می‌شود (اسکریپینسا^۲، ۲۰۲۱). در دو دهه اخیر مفهوم معنویت، معنویت کاربردی و معنویت در کار توجه محققان و سازمان‌ها را به خود جلب کرده و این نشان می‌دهد که مردم در پی یافتن احساس معنا و تحقق آن در عملکرد خود هستند (اولوفمی آیولا و اگونومی^۳، ۲۰۱۸). معنویت در محل کار همچنین، باعث ایجاد اعتماد، تقویت خلاقیت و احترام در بین اعضای تیم شده و تیم‌هایی که معنویت بالاتری دارند تمایل بالاتری برای یادگیری و نوآوری نشان می‌دهند (پاندی، گوپاتا و گوپاتا^۴، ۲۰۱۹).

مفهوم هوش معنوی^۵ که در دهه‌های اخیر مطرح شده است در بردارنده نوعی سازگاری و رفتار حل مسأله است که بارزترین سطوح رشد را در حیطه‌های گوناگون شناختی، اخلاقی، هیجانی، بین فردی و غیره شامل می‌شود و فرد را در جهت هماهنگی با پدیده‌های اطرافش و دستیابی به یکپارچگی درونی و بیرونی یاری می‌کند (نقدی کلیشمی و همکاران، ۱۳۹۵). هوش معنوی به عنوان بالاترین هوش وجودی فرد، سبب ایجاد نگرشی جدید و مثبت در فرد نسبت به خود، دیگران و جهان پیرامون او می‌شود و می‌توان گفت که بالابودن هوش معنوی در فرد سبب می‌شود تا معلمان با نگاه مثبتی که نسبت به خودشان پیدا می‌کنند، بتوانند در حین انجام کار نیز مهارت‌های خود را به خوبی به کار بگیرند که بدین ترتیب هوش معنوی بالا، توانمندی بالای معلمان را همراه خواهد داشت (مهدیان، عبودپور و کوهدهشت، ۱۳۹۶). هم‌چنین، معلمان با هوش معنوی بالا می‌توانند موجب پیشرفت در آموزش و پرورش دانش آموزان شوند. از راه هوش معنوی بالا، اثربخشی معلمان بر دانش آموزان می‌تواند افزایش یابد و این امر آنها را قادر می‌سازد با گستره دیدی وسیع‌تر در زندگی شخصی و حرفه‌ای خود آموزش دهند.

رابطه بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در بین مدیران ... / شیخ‌پور و معظمی

هوش معنوی مجموعه‌ای از توانایی‌ها و ظرفیت‌ها و منابع معنوی است که کاربست آنها موجب افزایش انطباق‌پذیری و در نتیجه، ارتقای سلامت روان افراد می‌شود. افراد دارای زندگی معنوی، بدون شک از نظر روانشناختی افراد سالمی‌اند. هوش معنوی باعث ایجاد معنی و هدف برای زندگی می‌شود و افراد دارای این ویژگی، در زمان بحران بهتر با شرایط کنار می‌آیند؛ چون با داشتن امید به خدا، آشفتگی روانی کم‌تری را تجربه می‌کنند (زردشتیان و همکاران، ۱۳۹۷).

هوش معنوی، سازه‌های معنویت و هوش را درون سازه‌های جدید ترکیب می‌کند. در واقع؛ می‌توان سازه هوش معنوی را به عنوان کاربرد ظرفیت‌های معنوی در موقعیت‌های عملی در نظر گرفت (کریمی و همکاران، ۱۳۹۷). هوش معنوی می‌تواند به انسان در دستیابی به باورهای مثبت کمک کند زیرا زندگی انسان هدفمند می‌شود و این هدفمندی، در دست‌یابی به نگرش مثبت در زندگی، بسیار کمک کننده است (رستگار شهیندی، ۱۳۹۷). هوش معنوی، خودآگاهی عمیقی است که فرد بیش‌تر از جنبه‌های درونی‌اش آگاه شده و آنها را درک می‌کند (دانشی لیسار و خسروی بابادی، ۱۳۹۷). ناسل^۶ هوش معنوی را توانایی تشخیص، جستجوی معنا و حل مسائل معنوی تعریف می‌کند. هوش معنوی، مجموعه‌ای از ظرفیت‌های ذهنی مبتنی بر جنبه‌های غیر مادی و متعالی وجود، مانند درک خود، تفکر عمیق وجودی و توسعه معناست (شاطری و همکاران، ۲۰۱۹).

ایمونز^۷ بیان می‌کند هوش معنوی چارچوبی برای شناسایی و سازماندهی مهارت‌ها و توانایی‌های لازم برای استفاده تطبیقی از معنویت است (سریواستاوا^۸، ۲۰۱۶). کینگ^۹، هوش معنوی را مجموعه‌ای از قابلیت‌های سازش روانشناختی مبتنی بر جنبه‌های غیر مادی و متعالی واقعیت، به ویژه مواردی دانست که با ماهیت هستی، معنای شخصی، تعالی و سطح بالاتری از آگاهی مرتبط‌اند. با اجرای این قابلیت‌ها، توانایی منحصر به فرد حل مسئله، تفکر انتزاعی و مقابله تسهیل می‌شود (صفا چالشتری و همکاران، ۲۰۱۷).

افراد دارای هوش معنوی بالا با ملایمت و مهربانی بیش‌تری با خود و دیگران برخورد می‌کنند، در حل مسائل و چالش‌های زندگی موفق‌تر عمل و از راهبردهای مقابله‌ای سازگار استفاده می‌کنند، سختی‌ها و دشواری‌های زندگی بهتر تحمل می‌کنند و به صورت پویاتر، بامعناتر و هدفمندتر به زندگی خود ادامه می‌دهند (لیو^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۱).

تعارض یکی از موضوع‌های مهم در حوزه مدیریت منابع انسانی، رفتار سازمانی و رهبری است و چنانچه به خوبی مدیریت نشود می‌تواند برای سازمان پیامدهای منفی ایجاد کند (عبدل کادر^{۱۱}، ۲۰۱۷). تعارض زمانی اتفاق می‌افتد که در تعامل میان افراد، یکی از طرفین احساس کند طرف مقابل منافع او را به

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

خطر انداخته و یا چنین قصدی دارد (آغاز و همکاران، ۱۳۹۹).

از نظر بسیاری از پژوهشگران تعارض می‌تواند هزینه‌های زیادی برای سازمان داشته باشد؛ از جمله کاهش بهره‌وری، غیبت، استرس، سلامت جسمانی و روانی (آغاز و همکاران، ۱۳۹۹).

بخشی از فعالیت‌های روزانه افراد در هر محیط کاری، به مدیریت تعارض اجتماعی می‌یابد چراکه وجود نیازها و انگیزه‌های متفاوت، تعارض‌هایی را به دنبال دارد که باید در زمان درست و به خوبی مدیریت شوند. فهم تعارض و چگونگی مدیریت آن بر عملکرد افراد و سازمان‌ها تأثیر گذارده و می‌تواند از بسیاری از ناکارآمدی‌ها جلوگیری کند. تعارض در همه جوامع وجود دارد، هرچند در هر آهنگی با توجه به شیوه‌های غالب مدیریت تعارض^{۱۲} در آن جامعه، مدیریت می‌شود. بر اساس برخی پژوهش‌ها، هنجارها و باورهای موجود در سازمان بر شیوه حل تعارض در سطوح گوناگون تأثیر می‌گذارد (عبدل کادر، ۲۰۱۷). چندین دیدگاه نسبت به تعارض وجود دارد. بر اساس دیدگاه سنتی همه تعارض‌ها مضر هستند و باید از آن‌ها اجتناب کرد. دیدگاه کارکردی از تعارض‌هایی که در جهت حمایت از اهداف سازمان و بهبود عملکرد آن هستند دفاع می‌کند و بر اساس دیدگاه تعامل‌گرا تعارض نه تنها یک عامل مثبت پیش‌برنده برای فعالیت‌های سازمان است، بلکه برای عملکرد موثر آن کاملاً ضرورت دارد (رابینز و جاج^{۱۳}، ۲۰۱۹). ایگبوکوه (۲۰۱۴) بر این باور است تعارض شغلی در سطح متوسط می‌تواند با بهره‌وری بالا مرتبط باشد چراکه تعارض بسیار کم منجر به بی‌علاقگی و رکود شده و میزان زیاد آن نیز هرج و مرج و اختلاف در محیط کار را سبب می‌شود. کسب دانش و مهارت‌های مدیریت تعارض به منظور استفاده از آن امری ضروری به نظر می‌رسد، به‌گونه‌ای که به باور برخی از صاحب‌نظران، دانستن نحوه مدیریت تعارض به اندازه خواندن، نوشتن و صحبت کردن اهمیت دارد (لابراگ و حمدان^{۱۴}، ۲۰۱۸). مدیریت اثربخش تعارض به مدیران سازمان آموزش و پرورش کمک می‌کند تا با تحولات جدید در تماس باشد و برای مقابله با تهدیدات و استفاده از فرصت‌ها راه‌حل‌های مناسب بیابد. مدیریت تعارض سعه‌صدر و استقامت می‌طلبد و در سازمان‌های آموزشی امروز تعارض مانند قدرت و سیاست، در سازمان نیرویی اجتناب‌ناپذیر است و گاهی مثبت تلقی می‌شود.

در نهایت، در یک تعریف کلی و جامع می‌توان گفت، تعارض فرایندی است که در آن یک طرف (فرد یا گروه) درمی‌یابد که با مخالفت یا واکنش منفی طرف دیگر مواجه شده است (رضائیان، ۱۳۹۳). از سوی دیگر، از بین ۲۵ عامل موفقیت مدیران، مدیریت تعارض، مهم‌ترین نقش را در موفقیت مدیران ایفا می‌کند (کایتلیدو^{۱۵} و همکاران، ۲۰۱۲). راهبردهای مدیریت تعارض^{۱۶} شامل رقابت، سازش، اجتناب، همکاری و مصالحه می‌باشد. رقابت، سبکی است که در آن

رابطه بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در بین مدیران ... / شیخ‌پور و معظمی

فرد، بدون توجه به دیگران به دنبال اهداف و علایق خویش است. در سازش که نقطه مقابل رقابت است، فرد از علایق و اهداف خویش جهت تحقق اهداف و ارضای نیازهای دیگران، صرف‌نظر می‌کند. زمانی که فرد از موقعیت تعارض، طفره رفته یا آن را به تعویق می‌اندازد و یا از آن کناره‌گیری می‌کند از سبک اجتناب استفاده می‌کند. همکاری که در نقطه مقابل سبک اجتناب قرار دارد شامل تلاش به منظور کار با دیگر افراد برای یافتن راه‌حلی است که موجب تحقق اهداف هر دو فرد می‌شود و بلاخره، سبک مصالحه که بینابین رقابت و سازش بوده و سبکی مشارکت‌جویانه است (اردلان و والی ۲۰۱۷). افراد در تلاش برای مدیریت و رفع تعارض مرادده‌ای راه‌های گوناگونی را بکار می‌برند. پنج سبک و حل روش حل تعارض شامل اجتناب^{۱۷}، رقابت^{۱۸}، سازش^{۱۹}، گذشت^{۲۰} و همکاری^{۲۱} وجود دارد. تعارض می‌تواند فواید مهمی داشته باشد، بویژه زمانی که ماهرانه با آن برخورد شود. تعارض می‌تواند موجب صمیمیت شود، به رشد کودکان کمک کند، پیشرفت فنی را برانگیزد و به پدید آمدن و نو شدن سازمان‌های اجتماعی، مذهبی، سیاسی و بازرگانی کمک کند (بوث^{۲۲} و همکاران ۲۰۱۶).

در دهه‌های اخیر، مدیریت تعارض به یکی از مهم‌ترین چالش‌های مدیریتی در سازمان‌های آموزشی تبدیل شده است. مدیران دبیرستان‌ها با انواع تعارض‌های بین دانش‌آموزان، معلمان و والدین روبرو هستند که نیازمند راهبردهای موثر مدیریت تعارض است. یکی از عواملی که می‌تواند نقش موثری در مدیریت این تعارض‌ها ایفا کند، هوش معنوی مدیران است. هوش معنوی به معنای توانایی فرد در درک معنای عمیق زندگی، شناخت ارتباطات معنوی و بکارگیری این درک در زندگی روزمره و تصمیم‌گیری‌هاست (ایمونز، ۲۰۰۰). اگرچه تحقیقات بسیاری به بررسی تاثیر هوش معنوی در محیط‌های مختلف پرداخته‌اند، اما جنبه‌های خاصی از این موضوع هنوز نامشخص و مبهم باقی مانده است. به عنوان مثال، چگونگی تاثیر هوش معنوی بر انتخاب راهبردهای مختلف مدیریت تعارض در مدارس هنوز به طور کامل بررسی نشده است. همچنین، میزان تاثیرگذاری هوش معنوی بر توانایی مدیران در حل و فصل تعارض‌ها به صورت سیستماتیک و دقیق مورد مطالعه قرار نگرفته است. هوش معنوی شامل مولفه‌هایی نظیر خودآگاهی معنوی، معناجویی، ارزش‌گذاری به اصول اخلاقی و توانایی دیدن فراسوی مسائل روزمره است. راهبردهای مدیریت تعارض نیز شامل روش‌های مختلفی مانند همکاری، مصالحه، رقابت، اجتناب و سازگاری است که هر کدام در شرایط خاصی کاربرد دارند. با توجه به آنچه گفته شد، می‌توان رابطه‌ای میان هوش معنوی و مدیریت تعارض که به صورت شناخت و بررسی تضادها در یک موقعیت معقول و قابل پیش‌بینی، به صورت منصفانه و به روش مؤثر یا عمل‌شناسایی و اداره

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

تعارض با یک شیوه معقول، عادلانه و کارا تعریف شده است، وجود داشته باشد. بنابراین، در این پژوهش این سوال مطرح است که آیا رابطه‌ی معناداری بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در مدیران دبیرستان‌های دخترانه شهر اهواز رابطه وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های زیادی پیرامون مدیریت تعارض و هوش معنوی به صورت مجزا در خارج و داخل کشور صورت گرفته است، ولی بحث‌های اندکی در زمینه رابطه بین استراتژی‌های مدیریت تعارض با هوش معنوی صورت گرفته است. کلانتر کوشه و همکاران (۲۰۱۴) در مطالعه خود به بررسی رابطه بین هوش معنوی و تعهد سازمانی در کارکنان دانشگاه‌های استان تهران پرداخته‌اند. منصور و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود اثربخشی آموزش هوش معنوی بر پیشرفت تحصیلی دانش آموزان مقطع متوسطه دوم را بررسی کردند. نتایج حاصل از مقایسه نشان داد تفاوت معناداری وجود دارد و از آنجا که نمره پس آزمون گروه آزمایش افزایش را نشان می‌دهد، بنابراین می‌توان چنین عنوان نمود که آموزش مؤلفه‌های هوش معنوی بر پیشرفت تحصیلی فرزندان تأثیر دارد. نتایج نشان داد که تفاوتی معنادار در مقدار هوش معنوی و تعهد سازمانی بین مردان و زنان وجود دارد که هر دو در مردان بالاتر است. بین هوش معنوی و تعهد سازمانی میان کارکنان، یک همبستگی قطعی وجود دارد. بازیار و امیریان‌زاده (۱۳۹۶) در پژوهش خود به تبیین رابطه بین هوش هیجانی و هوش معنوی با اثر بخشی معلمان آموزش و پرورش شهرستان سپیدان پرداختند. نتایج نشان دهنده آن است که بین هوش هیجانی و هوش معنوی با اثربخشی رابطه مستقیم معناداری دارند. تمامی ابعاد هوش معنوی بجز توانایی مقابله تعامل با مشکلات با اثربخشی رابطه مستقیم معناداری دارند. هوش هیجانی و هوش معنوی به طور معنی دار قادر به پیش‌بینی اثربخشی می‌باشند. بخشی (۱۳۹۶) در مطالعه خود در تلاش برای شناسایی مفهوم هوش معنوی و نقش آن در آموزش و پرورش بوده است. نتایج نشان داد اگرچه بسیاری از مباحث مستقلاً برای تاثیرگذاری هوش معنوی روی آموزش وجود ندارد ولی بسیاری از روانشناسان و متخصصان اجتماعی غیر مستقیم از تاثیر هوش معنوی در یادگیری حمایت می‌کنند.

شاطری و همکاران (۱۳۹۸) در بررسی رابطه سلامت روانی و هوش معنوی در معلمان مدارس، دریافتند که از بین مؤلفه‌های هوش معنوی، آگاهی متعالی^{۲۳} و تولید معنای شخصی^{۲۴} پیش‌بینی کننده‌های بهتری برای سلامت روان معلمان‌اند. پانت و سرواستاوا^{۲۵} (۲۰۱۹) در بررسی تأثیر هوش معنوی، جنسیت و پیشینه تحصیلی بر سلامت روان دانشجویان، دریافتند که هوش معنوی و سلامت روان در دانشجویان ارتباط معناداری دارد. معظمی و شامرادی (۱۴۰۰) در مطالعه خود به بررسی تاثیر

رابطه بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در بین مدیران ... / شیخ پور و معظمی

هوش معنوی بر سبک‌های تصمیم‌گیری در بین مدیران دانشگاه آزاد اسلامی استان تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد که فقط بین هوش معنوی و سبک تصمیم‌گیری عقلایی همبستگی وجود دارد اما بین هوش معنوی و دیگر سبک‌ها رابطه معناداری مشاهده نشد

سامارتزیس و تالیاس^{۲۶} (۲۰۲۰) در ارزیابی بهبود کیفیت در خدمات بهداشت روان، شاخص‌هایی را مطرح و بر اندازه‌گیری و نظارت نظام‌مند شاخص‌ها برای بهبود کیفیت خدمات بهداشت روان تأکید کردند. عربشاهی و فلاحتی (۱۳۹۹) در بررسی تأثیر سبک زندگی اسلامی بر سلامت روانی با توجه به نقش تعدیل‌گری هوش معنوی به این نتایج رسیدند که در سبک زندگی اسلامی، خدامحوری و حاکمیت ارزش‌های اسلامی از مهم‌ترین معیارها به شمار می‌آیند. اگر اعتقادات، رفتارها و اخلاق افراد بر مبنای ارزش‌های اسلامی و رهنمودهای قرآنی باشد، سلامت روانی در سازمان افزایش می‌یابد. تقویت هوش معنوی افراد در سازمان باعث ایجاد خودآگاهی، باورهای مثبت و هدفمندی می‌شود.

جوان و همکارانش (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای مقطعی به بررسی رابطه سبک‌های مدیریت تعارض، هوش هیجانی و نظریه‌های شخصیت در میان دانشجویان پرستاری دانشکده پرستاری دانشگاه هنگ کنگ پرداختند. نتایج نشان داد که هوش هیجانی با هر پنج سبک مدیریت تعارض (یکپارچه سازی، تحکم، سازش، تسلط، اجتناب) رابطه معناداری دارد؛ به طوری که دانشجویان با هوش هیجانی بالاتر، از سبک‌های مصالحه، تحکم، سازش و تسلط و دانشجویان با هوش هیجانی کم‌تر، از سبک اجتناب بهره می‌گیرند؛ در حالی که نظریه‌های ضمنی شخصیت، تنها با سبک سازش رابطه دارد. سیدعباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) دریافتند که مولفه عقلانیت مربوط به متغیر روحیه با مؤلفه‌های مصالحه، سازش و همکاری مربوط به سبک‌های مدیریت تعارض رابطه مثبت و معنادار و با مولفه رقابت رابطه منفی و معنادار دارد. هم‌چنین، مؤلفه‌های همانندی و تعلق مربوط به روحیه با مؤلفه‌های مصالحه، سازش و همکاری مربوط به سبک‌های مدیریت تعارض رابطه مثبت و معنادار دارند. میان مؤلفه‌های اجتناب با هیچکدام از مؤلفه‌های روحیه معلمان رابطه وجود ندارد. براساس مؤلفه‌های همکاری، مصالحه و رقابت می‌توان روحیه کاری معلمان را به صورت خطی پیش‌بینی کرد. لذا، توجه به سبک‌های اثربخش مدیریت تعارض میان- فردی، روحیه معلمان را ارتقا می‌بخشد. حمیدی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود به همبستگی سبک‌های مدیریت تعارض با مشخصات فردی مدیران پرستاری مرکز آموزشی درمانی شهر همدان پرداختند. یافته‌ها نشان داد که بین سن، وضعیت تأهل، سابقه کار، سابقه کار مدیریتی و وضعیت استخدامی مدیران پرستاری و سبک‌های مدیریت تعارض آنان رابطه معنی‌داری وجود داشت. علی‌آبادی و سلیمان‌پور عمران (۱۳۹۷) در بررسی رابطه رشدیافتگی بر

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

اساس نظریه خود تعیین‌گری با سبک مدیریت تعارض در مدیران مدارس زن و مرد خراسان رضوی به این نتایج رسیدند که میان رشدیافتگی مدیران و نیز هریک از سه مؤلفه آن رابطه وجود دارد و هرچه مقدار رشدیافتگی مدیران زن بالاتر باشد، مقدار استفاده آنان از سبک رقابت، سبک اجتناب و سبک مدارا در مدیریت تعارض بیش‌تر خواهد بود. کوثری و منتظر قائم وسلگی (۱۳۹۸)، به بررسی بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و اتخاذ استراتژی‌های مدیریت تعارض در بین مدیران سازمان‌های فرهنگی کشور پرداختند. یافته‌ها در این مطالعه حاکی از آن است که هراندازه هوش فرهنگی مدیران بالاتر باشد، کاربرد دو استراتژی عدم مقابله و کنترل توسط آنان برای مدیریت تعارض پائین‌تر است و بالعکس.

هم‌چنین، آغاز و طالعی (۱۳۹۹) در بررسی خود به تاثیر ارزش‌های فرهنگی برسبک‌های مدیریت تعارض در دو کشور ایران و چین و مقایسه آن‌ها با یکدیگر پرداختند. بر اساس نتایج این مطالعه، ایرانی‌ها و چینی‌ها برای مدیریت تعارض از سبک‌های متفاوتی استفاده می‌کنند. در حالی که ایرانی‌ها بیش‌تر سبک مصالحه را ترجیح می‌دهند، چینی‌ها بیش‌تر از سبک همکاری برای مدیریت تعارض استفاده می‌کنند که می‌تواند تحت تاثیر ارزش‌های فرهنگی متفاوت آنان باشد. گودرزی و آقاسی و آقداوود (۱۴۰۰) در مطالعه خود به ارائه مدل بهبود خلاقیت فردی با رهیافت تعارض و یکپارچگی مورد مطالعه کارکنان آموزش و پرورش استان کهگیلویه و بویراحمد به این نتیجه رسیدند که مجموعه راهبردهایی که الگوی بهبود خلاقیت فردی کارکنان انتخاب می‌کند و منجر به پیامدهای بهبود خلاقیت فردی می‌شوند، نشان از ایجاد تعارض و یکپارچگی در بین کارکنان در عمل دارد.

عزیززاده، مظفری و آقامحمدی (۱۴۰۰) در بررسی تعارض و راهبردهای مدیریت آن در پرستاران بخش‌های مراقبت ویژه دریافتند که رستاران بخش‌های ویژه از تعارض متوسطی در محیط کار برخوردار بوده و بیش‌تر از راهبرد عدم مقابله برای حل تعارضات خود استفاده می‌کنند.

اهداف و سوالات پژوهش

هدف کلی

هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی رابطه بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در مدیران دبیرستان‌های دولتی دخترانه شهر اهواز است.

اهداف جزئی

۱. بررسی سطح هوش معنوی مدیران دبیرستان‌های دولتی دخترانه شهر اهواز
۲. بررسی رابطه بین هوش معنوی و مدیریت تعارض در مدیران دبیرستان‌های دولتی دخترانه شهر اهواز

رابطه بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در بین مدیران ... / شیخ پور و معظمی

۳. بررسی رابطه بین هوش معنوی و راهبردهای مدیریت تعارض در مدیران دبیرستان های دولتی دخترانه شهر اهواز

۴. شناسایی راهبرد غالب مدیریت تعارض بین مدیران دبیرستان های دولتی دخترانه شهر اهواز

سوال های پژوهش

۱. آیا سطح هوش معنوی مدیران دبیرستان های دولتی دخترانه شهر اهواز در حد مطلوب است؟
۲. آیا رابطه ی معناداری بین هوش معنوی با مدیریت تعارض در مدیران دبیرستان های دولتی دخترانه شهر اهواز وجود دارد؟
۳. آیا رابطه ی معناداری بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در مدیران دبیرستان های دولتی دخترانه شهر اهواز رابطه وجود دارد؟
۴. کدام یک از راهبردهای مدیریت تعارض بین مدیران دبیرستان های دولتی دخترانه شهر اهواز غالب است؟

روش پژوهش

این مطالعه از لحاظ هدف "کاربردی" و از لحاظ پژوهش در زمره پژوهش های "توصیفی" و از نوع "همبستگی" بود. جامعه آماری در این پژوهش جامعه آماری کلیه مدیران دبیرستان های دولتی دخترانه شهر اهواز بود (۴ ناحیه آموزشی) که در سال ۱۴۰۱ مشغول به فعالیت بودند. از آنجا که حجم نمونه زیر ۱۰۰ مدرسه بود، تمامی جامعه آماری به عنوان نمونه در نظر گرفته شد. برای نمونه ها اهمیت و ضرورت پژوهش و آزاد بودن افراد جهت شرکت یا عدم شرکت در پژوهش بیان وبه آنان درباره رعایت نکات اخلاقی از جمله اصول رازداری، محرمانه ماندن اطلاعات شخصی، حفظ حریم شرکت کنندگان و غیره اطمینان خاطر داده شد. در نهایت، پس از موافقت آنها جهت شرکت در پژوهش از آنان خواسته شد تا به ابزارهای پژوهش که در زیر معرفی می شوند به طور کامل و صادقانه پاسخ دهند.

مقیاس هوش معنوی: این مقیاس دارای ۲۴ گویه و شامل چهار مؤلفه تفکر انتقادی وجودی، معناسازی شخصی، آگاهی متعالی و گسترش خودآگاهی می باشد. گویه های پرسش نامه هوش معنوی در طیف پنج درجه ای لیکرت (کاملاً مخالفم، مخالفم، گهگاهی، موافقم، کاملاً موافقم) تنظیم شده اند.

مقیاس مدیریت تعارض: برای سنجش راهبردهای مدیریت تعارض از مقیاس استاندارد شده راهبردهای مدیریت تعارض استفاده شد که هنجاریابی آن را پوت نام و ویلسون انجام داده اند. این مقیاس دارای ۳۰ گویه بوده و مقدار استفاده آزمودنی ها از سه راهبرد عدم مقابله، راه حل گرایی و رقابت

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

در مدیریت تعارض رانشان می‌دهد. پاسخ‌ها به صورت مقیاس هفت گزینه‌ای لیکرت (همیشه، به طور مکرر، غالباً، بعضی اوقات، به ندرت، خیلی به ندرت، هرگز) طراحی شده‌اند (مقیمی، ۱۳۸۶).

یافته‌های پژوهش

این مطالعه پس از بررسی ادبیات نظری و به دست آوردن داده‌های مورد نظر از جامعه آماری مربوطه، داده‌های مستخرج را با استفاده از روش‌های کمی مورد تجزیه و تحلیل قرار داد و پس از آن در این بخش به بررسی سؤال‌های اصلی پژوهش پرداخته خواهد شد.

۱. آیا سطح هوش معنوی مدیران دبیرستان‌های دولتی دخترانه شهر اهواز در حد مطلوب است؟ نتایج پژوهش در جدول ۱ نمایش داده شده است و می‌توان میزان هوش معنوی که مدیران دبیرستان‌های دولتی دخترانه شهر اهواز از آن برخوردار هستند را مشاهده کرد.

جدول ۱. مقایسه حد مطلوب و موجود هوش معنوی مدیران دبیرستان‌های دولتی دخترانه شهر اهواز

میانگین	هوش معنوی
۶۰	حد مطلوب
۸۴/۶۸	وضعیت موجود

همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود میانگین وضعیت موجود (۸۴/۶۸) مرتفع‌تر از میانگین وضعیت مطلوب (۶۰) است.

۲. آیا رابطه‌ی معناداری بین هوش معنوی با مدیریت تعارض در مدیران دبیرستان‌های دخترانه شهر اهواز وجود دارد؟ مطابق با جدول ۲ و آزمون همبستگی، بین هوش معنوی و مدیریت تعارض رابطه معنی داری وجود دارد. ضریب همبستگی این رابطه برابر با ۰/۳۴ است که از آزمون پیرسون بدست آمد. جدول ۲ داده‌های آماری این سوال را ارائه می‌کند.

جدول ۲. مقدار همبستگی بین هوش معنوی با مدیریت تعارض

P	متغیر
۰/۰۰۱	هوش معنوی
۰/۳۴	مدیریت تعارض

۳. آیا رابطه‌ی معناداری بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در مدیران دبیرستان‌های دخترانه شهر اهواز رابطه وجود دارد؟ مطابق با جدول و آزمون همبستگی، بین هوش معنوی و راهبرد عدم مقابله رابطه معنی داری وجود دارد. ضریب همبستگی این رابطه برابر با ۰/۲۸ است که از آزمون پیرسون بدست آمده است. بین هوش معنوی و راهبرد کنترل رابطه معنی داری وجود ندارد. ضریب

رابطه بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در بین مدیران ... / شیخ پور و معظمی

همبستگی این رابطه نیز برابر با ۰/۲۲- بدست آمده است، بین هوش معنوی و راهبرد راه حل‌گرایی رابطه معنی‌داری وجود دارد. ضریب همبستگی این رابطه برابر با ۰/۶۵ بدست آمده است. جدول ۳ داده های آماری این سوال را ارائه می‌کند.

جدول ۳. مقدار ضریب همبستگی بین هوش معنوی با راهبرد های مدیریت تعارض

متغیر	✓	P
راهبرد عدم مقابله	۰/۲۸	۰/۰۰۴
راهبرد کنترل	-۰/۲۲	۰/۸۲۵
راهبرد راه حل‌گرایی	۰/۶۵	۰/۰۰۱

۴. کدام یک از راهبردهای مدیریت تعارض بین مدیران دبیرستان‌های دولتی دخترانه شهر اهواز غالب است؟ بر اساس نتایجی که به دست آمده، خرده مقایس راه‌حل‌گرایی نسبت به خرده مقیاس کنترل و عدم‌مقابله کم‌ترین درصد (۰/۴۰٪) را به خود اختصاص داده است، یعنی از بقیه خرده‌مقیاس‌ها به بیش‌ترین نمره نزدیک‌تر است و به بیانی دیگر، در بین مدیران بیش‌ترین استفاده را داشته است. پس بیش‌ترین راهبرد، راهبرد راه‌حل‌گرایی می‌باشد.

جدول ۴. فراوانی خرده مقیاس های مدیریت تعارض

مدیریت تعارض	فراوانی			درصد فراوانی		
	نمرات کسب شده	نمرات کسب نشده	جمع کل	نمرات کسب شده	نمرات کسب نشده	جمع کل
کنترل	۲۲۶۹	۲۶۳۱	۴۹۰۰	۵۴	۴۶	۱۰۰
راه‌حل‌گرایی	۵۰۰۴	۳۳۹۶	۸۴۰۰	۴۵	۵۵	۱۰۰
عدم مقابله	۴۲۱۹	۳۴۸۱	۷۷۰۰	۴۰	۶۰	۱۰۰

نتیجه‌گیری

هدف اصلی این تحقیق بررسی رابطه بین هوش معنوی و راهبردهای مدیریت تعارض در مدیران دبیرستان‌های شهر اهواز بود. بررسی مجموعه نتایج به دست آمده در این پژوهش و تفاسیر مربوط به نتایج، نشان داد مقدار هوش معنوی در بین مدیران بالاتر از حد مطلوبیت می‌باشد و نیز راهبرد غالب مدیریت تعارض در بین مدیران راهبرد راه‌حل‌گرایی می‌باشد. نتایج این پژوهش هم راستا با نتایج پژوهش پرنده و همکاران (۱۳۹۰) می‌باشد، یافته‌های آنها نیز نشان داد که ۸۲/۷ مدیران پرستاری از هوش معنوی بالا بهره‌مند می‌باشند. حریری و همکاران (۱۳۹۰) نیز وضعیت هوش معنوی کتابداران دانشگاه‌های دولتی شهر اصفهان را در بالا گزارش کردند (حریری، زرین‌آبادی، ۲۰۱۱). بر اساس نتایج

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

بدست آمده بین هوش معنوی و راهبردهای مدیریت تعارض رابطه مثبت و معنا داری وجود دارد. و همچنین، بین هوش معنوی با مدیریت تعارض رابطه مثبت و معنادرای بدست آمده است. گفتنی است که بر اساس جستجوی به دست آمده در این پژوهش، در موتورهای جستجوی گوگل و یاهو و همچنین، در سایت‌های گوناگون و ژورنال‌ها و کتابخانه‌های ملی و بین‌المللی در پژوهش‌های داخلی و خارجی، در زمینه ارتباط با هوش معنوی با مدیریت تعارض مطالعه ای مشابه یافت نشد، همچنین بر اساس جستجوی صورت گرفته پژوهشی که رابطه هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض را بسنجد، بدست نیامد. اما مطالعات انجام شده با اشاره به متغیرهای مشابه پژوهش از جمله توانایی مقابله با مشکلات یکی از مؤلفه‌های اصلی هوش معنوی است که با سلامت روان به‌عنوان مؤلفه سبک زندگی رابطه دارد و با یافته‌های پژوهش چان، پیلر و هو (۲۰۲۱) که به بررسی ارتباط بین تاب‌آوری و سلامت روان پرداختند و نشان دادند تاب‌آوری فردی و خانوادگی هر دو با سلامت روان رابطه مثبت دارد، همسو بود. در این راستا، یافته‌های مطالعه حسن‌دوست و همکاران (۱۳۹۵) نشان می‌دهد که هوش معنوی از طریق مولفه شادکامی باعث افزایش رضایت از زندگی و شاخص کیفیت مراقبت در دانشجویان می‌شود. همچنین نتایج مطالعه آدینه سالاروند و رضایی جمالویی (۱۳۹۹) نشان داد که هوش معنوی می‌تواند به‌واسطه بهبود تاب‌آوری به افزایش سلامت روانشناختی یاری رساند. علاوه بر این، یافته‌های مطالعه عابدی میانده و موسوی (۱۳۹۹) نشان‌دهنده ارتباط بین هوش معنوی و سلامت سازمانی می‌باشد. براین اساس و با توجه به تحلیل یافته‌های پژوهش و همچنین، با نظر داشت ظرفیت هوش معنوی، می‌توان این گونه و در یک جمله به سؤال پژوهش که آیا هوش معنوی می‌تواند تعیین کننده نوع استراتژی مدیریت تعارض باشد، پاسخ داد که بله هوش معنوی این ظرفیت را در خود نهفته دارد که بتواند در تعاملات و ارتباطات بین فرهنگ‌های متنوع، متفاوت و بعضاً متعارض نقشی کلیدی و اثرگذار در تعیین نوع استراتژی مدیریت تعارض، توسط مدیران و کارشناسان عالی در سازمان‌ها در سطوح گوناگون ایفاء نماید. درک درست از مدیریت تعارض در سازمان، یک وجه مهم در مهارت‌های مدیریت است. مدیران اگر درک صحیحی از روش‌های مدیریت تعارض و پیاده‌سازی درست آنها در موقعیت‌های گوناگون نداشته باشند، برای رفع درگیری‌ها و مناقشه‌ها، هیچ برنامه‌ای نخواهند داشت. توجه به چالش‌های پیچیده‌ای که مدیران دبیرستان‌ها با آنها مواجه هستند، داشتن هوش معنوی بالا می‌تواند به بهبود مدیریت تعارض‌ها کمک کند و در نتیجه کیفیت آموزشی را ارتقاء دهد. همچنین، با افزایش هوش معنوی مدیران، آنها می‌توانند تعارضات را قبل از اینکه به مشکلات بزرگ‌تری تبدیل شوند شناسایی و مدیریت کنند. در حال حاضر تحقیقات محدودی به بررسی دقیق

رابطه بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در بین مدیران ... / شیخ پور و معظمی

رابطه بین هوش معنوی و راهبردهای مدیریت تعارض در محیط‌های آموزشی پرداخته‌اند، لذا این تحقیق می‌تواند به پر کردن این خلأ علمی کمک کند. نتایج این پژوهش می‌تواند به توسعه برنامه‌های آموزشی و پرورشی برای مدیران مدارس کمک کند تا مهارت‌های مدیریت تعارض خود را بهبود بخشند.

پیشنهادها

در ادامه بر اساس نتایج به دست آمده از پژوهش، راهکارهایی جهت ارتقاء هوش معنوی و همچنین، به تبع آن آماده کردن مدیران مستعد در سازمان‌ها و مراکز آموزشی برای تعامل مؤثر و کارا در محیط‌های آموزشی متفاوت، ارائه می‌شود:

با استفاده از روش‌های گوناگون نظیر مشاهده، پرسش و تفسیر می‌توان به تجزیه و تحلیل سطوح گوناگون معنوی مدیران سازمان‌ها و مدارس می‌توان اقدام کرد.

در استخدام افراد بایستی انواع گوناگون هوش و به ویژه هوش معنوی مورد استفاده و ارزیابی قرار گیرد.

گنجانیدن تست هوش معنوی و نحوه مدیریت تعارض‌ها در ارزیابی‌های سازمانی، برگرفته از پژوهش‌هایی نظیر این پژوهش، از جمله ایده مناسبی در جهت ارتقاء معنویت و بهبود سایر شاخص‌های هوش معنوی مدیران در مدارس خواهد بود.

بنابراین، آنچه مهم است این است که باید شرایطی را فراهم کرد که هوش معنوی مدیران در دوران تحصیل و آموزش‌های ضمن خدمت به صورت مداوم توصیه شود. همچنین، در مدیریت، معنویت مدیران باعث ایجاد یک فضای معنوی در مدارس خواهد شد. لذا، پیشنهاد می‌شود که مدیران به تقویت جنبه‌های معنویت در محیط کار توجه بیش‌تری شود. در نهایت، به منظور رشد و تقویت هوش معنوی باید شرایطی فراهم شود که به موضوع معنویت مدیران توجه گردیده و معنویت باید مبتنی بر اصولی همچون عشق به هم‌نوع، یافتن معنا در کار، تفکر سیستمی و کل‌نگر، احساس تقدس در انجام همه امور، آگاهی و شکرگزاری بابت موهبت‌های زندگی فردی و سازمانی، اجازه انجام تمرین معنوی، جلسات بازبینی اقدامات سازمان به لحاظ معنوی و غیره باشد. این معنویت می‌تواند مختص افراد مذهبی نباشد و همه سازمان را در برگیرد.

همچنین، توصیه می‌شود مسئولان آموزش ضمن خدمت آموزش و پرورش از راه برگزاری سمینارها و همایش‌های علمی و دوره‌های آموزشی، مدیران، دبیران و مشاوران را با رویکرد راهبردهای مدیریت تعارض و به کارگیری هوش معنوی در زندگی شغلی و خانوادگی آشنا کنند.

منابع

- ۱) آغاز، عسل و طالعی، نازنین. (۱۳۹۹). تاثیر ارزش‌های فرهنگی بر بکارگیری سبک‌های گوناگون مدیریت تعارض: مطالعه‌ای در میان ایرانی‌ها و چینی‌ها. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال پانزدهم، شماره ۶۰، زمستان ۱۴۲۲، صفحه ۵۱-۲۵.
- ۲) بازاریار، علی‌عسگر و امیریان زاده، مژگان. (۱۳۹۶). رابطه بین هوش هیجانی و هوش معنوی با اثر بخشی معلمان آموزش و پرورش شهرستان سپیدان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.
- ۳) دانشی لیسار، فاطمه و علی‌اکبر خسروی بآبادی. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین هوش معنوی، ذهنیت فلسفی و باورهای دینی دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه شهر تهران، پژوهش در برنامه‌ریزی درسی، سال پانزدهم، ش ۳۰. ۱۷۳-۱۶۳.
- ۴) رستگار شهبندی، شبنم (۱۳۹۷). پیش‌بینی مسئولیت‌پذیری بر اساس هوش معنوی با در نظر گرفتن نقش میانجی تاب‌آوری، جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، سال نهم، ش ۹. ۹۴-۷۹.
- ۵) رشیدفرخیان، علی؛ سلاجقه، سنجر؛ منظری توکلی، علیرضا (۱۴۰۲). نقش هوش معنوی در مدیریت با تکیه بر آیات قرآن و روایات، فصلنامه علمی مطالعات قرآن، دوره ۱۴ ش ۵، ۱۶۱-۱۴۶.
- ۶) رضائیان، علی. (۱۳۸۷). مدیریت تعارض و مذاکره (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته). تهران: انتشارات سمت.
- ۷) زردشتیان، شیرین؛ کریمی، جواد و حسینی، مریم. (۱۳۹۷). تبیین رابطه هوش معنوی و پرخاشگری با ملاحظه نقش میانجی تاب‌آوری در بین کنگفو کاران آسیایی، مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، دوره پنجم، ش ۱، ۶۲-۵۶.
- ۸) حمیدی، یدالله؛ بیک‌مرادی، علی؛ عبدی، فاطمه و سلطانیان، علیرضا. (۱۳۹۵). همبستگی سبک‌های مدیریت تعارض با مشخصات فردی مدیران پرستاری مرکز آموزشی درمانی شهر همدان، مجله علمی دانشکده پرستاری و مامائی همدان؛ دوره ۲۵، شماره ۲.
- ۹) کریمی، حمید؛ زارعی، رها و ولی‌زاده، ناصر. (۱۳۹۷). اثر هوش هیجانی، هوش معنوی و سلامت روان بر کاهش فرسودگی تحصیلی و افزایش عملکرد تحصیلی دانشجویان کشاورزی، پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ش ۴۷، ۱۵۵-۱۳۹.
- ۱۰) کوثری، مسعود؛ منتظر قائم، مهدی و سلگی، غلامرضا. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و اتخاذ استراتژی‌های مدیریت تعارض در بین مدیران سازمان‌های فرهنگی کشور (مورد مطالعه: سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی). دوفصلنامه علمی - پژوهشی پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی دانشکده

رابطه بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در بین مدیران ... / شیخ‌پور و معظمی

علوم انسانی اسلامی و قدرت نرم دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین(ع)، سال هشتم، شماره ۷۱، ۸۵-۱۲۲.

۱۱) عربشاهی کریزی، احمد؛ فلاحتی، آمنه. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر سبک زندگی اسلامی بر سلامت روانی با توجه به نقش تعدیل‌گری هوش معنوی، مدیریت در دانشگاه اسلامی ۲۰، سال نهم، ۳۹۲-۳۷۵.

۱۲) عزیززاده، ته‌مین؛ مظفری، ناصر و آقامحمدی، معصومه. (۱۴۰۰). بررسی تعارض و راهبردهای مدیریت آن در پرستاران بخش‌های مراقبت ویژه، فصلنامه مدیریت پرستاری، دوره ۱۰، شماره ۳.

۱۳) علی‌آبادی، سعید و سلیمان‌پور عمران، محبوبه. (۱۳۹۸). بررسی رابطه رشدیافتگی مدیران بر اساس نظریه خودتعیین‌گری با سبک مدیریت تعارض در مدارس ابتدایی، فصلنامه خانواده و پژوهش، سال نوزدهم، ش ۲.

۱۴) معظمی، مجتبی و شامرادی، نیلوفر. (۲۰۲۱). رابطه هوش معنوی و سبک‌های تصمیم‌گیری در بین مدیران دانشگاه آزاد اسلامی استان تهران، مطالعات رفتاری در مدیریت، سال نهم، شماره هفدهم.

۱۵) مهدیان، محمدجعفر. عبودپور، ملوک و کوهدشت، رضا. (۱۳۹۶). رابطه رهبری معنوی و هوش معنوی با توانمندسازی معلمان. دوفصلنامه علمی ترویجی علوم تربیتی از دیدگاه اسلام. سال پنجم، شماره ۲، ۹-۲۴.

۱۶) منصوری، رضا و همکاران. (۱۳۹۵). اثربخشی آموزش مؤلفه‌های هوش معنوی بر پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان مقطع دبیرستان. فصلنامه مرکز مطالعات و توسعه آموزش جندی شاپور. ویژه نامه ۹۵. ص ۸۱-۷۵.

۱۷) نقدی کلیشمی، محسن، و کیلی، نجمه و کردستانی، فرشته. (۱۳۹۵). بررسی رابطه میان هوش معنوی و خودآگاهی و خودکنترلی دانش‌آموزان متوسطه آموزش و پرورش منطقه یک تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.

18) Abedi Miandeh Z, Moosavi SJ. Relationship between spiritual intelligence and organizational health among the staff of the University of Medical Sciences and Department of Sports in Babol. IHJ. 2020; 5(1): 55-62.

19) Abdul Cader, A. (2017). Islamic principles of conflict management: A model for human resource management. International Journal of Cross Cultural Management, 17(3), 345-363.

20) Adineh Salarvand R, Rezaei Jamalouei H. Gratitude to God and spiritual intelligence affecting the increase of frustration tolerance for Iranian students. IHJ. 2020; 5(1): 27-34.

- 21) Ardalan, F., Valiee, R., & Valiee, S. (2017). The level of job conflicts and its management styles from the viewpoint of Iranian nurses. *Nursing Practice Today*. 4(1):44-51.
- 22) Bakhshi, M. (2016). *Spiritual Intelligence and its Role in Education*. JIEB-4. Islamic Azad University, Amol, Iran
- 23) Booth, A., Crouter, A., Clements, M., & Boone-Holladay, T. (2016). *Couples in conflict*. Classic ed: Taylor & Francis.
- 24) George, M. (2006). How intelligent are you...really? From IQ to EQ to SQ, with a little intuition along the way. *Training and Management Development Methods*; 20(4), 425-36.
- 25) George, R. & Visvam, S. (2013). *Spiritual Intelligence, its correlation with Teacher Effectiveness and Academic achievement – A Study*. *International Journal of Education and Psychological Research (IJEPR)*, Volume 2, Issue 2, pp: 106-110.
- 26) Hasandoost F, Alizadeh A, Momeni M, Norouzi Parashkoh N, Hajhashemkhani MA, et al. The relationship between spiritual intelligence and happiness in nursing and midwifery school of Qazvin students in 2015. *Sci J Hamadan Nurs Midwifery Fac*. 2016; 24 (4): 264-71
- 27) Hamadan Nurs Midwifery Fac. 2016; 24 (4): 264-71
- 28) Kaitelidou, D., Kontogianni, A., Galanis, P., Siskou, O., Mallidou, A., & et al. Conflict management and job satisfaction in paediatric hospitals in Greece. *Journal of nursing management*. 2012; 20(4):571-8.
- 29) Kalantarkousheh, et al. (2014). *The Role of Spiritual Intelligence on Organizational Commitment in Employees of Universities in Tehran Province, Iran*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 140 ,499 – 505
- 30) King, M. (2008). *Rethinking claims of Spiritual intelligence: a definition, model, and measure*. Unpublished doctoral dissertation. Trent University. Canada.
- 31) King, N., & Horrocks, C. (2010). *Interviews in qualitative research*, London: Sage.
- 32) Labrague, L.J., Al Hamdan, Z. & McEnroe- Petite D.M. (2018). An integrative review on conflict management styles among nursing professionals: implications for nursing management. *Journal of Nursing Management*. 26 (8):902-17.1.
- 33) Liu, Z., Li, X., Jin, T., Xiao, Q. & Wuyun, T. (2021). Effects of ethnicity and spiritual intelligence in the relationship between awe and life satisfaction among Chinese primary school teachers. *Frontiers in Psychology*, 12(673832), 1-11.
- 34) Mozaffari, F.A., Abbaszadeh, M., & Lebni, J.Y. (2015). A study of role conflict among department chairs at University of Tabriz. *J Stud Soc Sci Hum*. 1(1):22-35.

رابطه بین هوش معنوی با راهبردهای مدیریت تعارض در بین مدیران ... / شیخ یور و معظمی

- 35) Pant, N. & Srivastava, S.K. (2019). "The Impact of Spiritual Intelligence, Gender and Educational Background on Mental Health among College Students". *Journal of Religion and Health*, 58(1):87-108.
- 36) Putnam, L. & Wilson, C. (1982). Communication strategies in organizational conflicts: reliability and validity of measurement scale. In: Burgoon M, editor. *Communication year book 6* Beverly Hills: Sage Publications; p. 629-52.
- 37) Robbins, S. P. & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior*. pearson.
- 38) Safa Chaleshtari, K., Sharifi, T. & Ghasemi Pirbalooti, M. (2017). "A Study of the Effectiveness of Group Spiritual Intelligence Training on Self-Efficacy and Social Responsibility of Secondary School Girls in Shahrekord". *Social Behavior Research & Health (SBRH)*, 1(2): 81-90.
- 39) Samartzis, L. & Talias, M.A. (2020). "Assessing and Improving the Quality in Mental Health Services". *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 17: 249.
- 40) Shateri, K., Hayat, A.A. & Jayervand, H. (2019). "The Relationship between
- 41) Mental Health and Spiritual Intelligence among Primary School Teachers". *Int. J. School Health*, 6(1).
- 42) Skrzypiąska, K. (2021). Does spiritual intelligence (SI) exist? A theoretical investigation of a tool useful for finding the meaning of life. *Journal of religion and health*, 60(1), 500-516.

یادداشت‌ها

1. George & Visvam
2. Skrzypinska
3. Olofme Ayla & Agonomi
4. Pandey, Gupta, & Gupta
5. Spiritual Intelligence
6. Nasel
7. Emmons
8. Srivastava
9. King
10. liu
11. Abdul Cader
12. Conflict Management
13. Robbins & Judge

14. Labrague & Hamdan
15. Kaitelidou
16. Conflict management strategies
17. Avoiding
18. Competing
19. Compromising
- 20 . Accommodating
21. Cooperating
22. Booth
23. Transcendental Awareness
24. Personal Meaning Production
25. Pant & Srivastava
26. Samartzis & Talias
- 27- Harmer
- 28- Garcia & Zamor
- 29- Christ
30. Gambil
31. Ivoshin

The Relationship between Spiritual Intelligence and Conflict Management Strategies Among Female High School Administrators in the City of Ahwaz

Receipt: 27/04/2024

Acceptance: 06/06/2024

**Mojtaba Moazzami¹
Elham Sheikhpour²**

Abstract

The aim of the present study was to investigate the relationship between spiritual intelligence and conflict management strategies among administrators. This research was a correlation study and the research community consisted of all principals of public high schools for girls in Ahwaz (4 educational districts) who were busy in 1401.

The statistical population of this research was the entire educational districts of Ahwaz, including 4 districts. Since the sample size is less than 100 schools, the entire statistical population was considered as a sample. In order to collect information, King's spiritual intelligence questionnaire (2008) and Putnam and Wilson's (1987) conflict management strategies questionnaire were used. The research method in this study is "descriptive" and of the "correlation" type. Descriptive statistics (mean, standard deviation, etc.) and inferential statistics (Pearson's correlation coefficient, one-way variance, etc.) were used to analyze the statistical data of the research. The results of the research data are as follows: There is a positive and meaningful relationship between spiritual intelligence and conflict management strategies. A positive and meaningful relationship has been obtained between spiritual intelligence and conflict management.

Keywords

Spiritual intelligence, Conflict management, Conflict management strategies, Intelligence

1-PhD student, Department of Educational Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. elham.sheikhpour@gmail.com

2-Assistant Professor, Department of Higher Education Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) m_moazzamiii@yahoo.com



تنظیم رفتار کارکنان در سازمان‌ها از طریق فهم شباهت‌های ساختار تفکر خلاف واقع و

مدل فرهنگ‌سازمانی کوبین و کامرون

غلامرضا غنیمتی^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۴/۱۳ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۶/۰۱ زهرا علی‌پوردرویشی^۲

حمیدرضا یزدانی^۳

نادر شیخ‌الاسلامی^۴

چکیده

هدف پژوهش حاضر فهم شباهت‌های ساختار تفکر خلاف واقع و مدل فرهنگ‌سازمانی کوبین و کامرون در راستای تنظیم رفتار کارکنان می‌باشد. این تحقیق با روش فراترکیب انجام شده است که پس از سه مرحله غربالگری ۴۰ مقاله فارسی و انگلیسی مورد تحلیل قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش کدگذاری در سه سطح (مفهوم، زیر مقوله، مقوله) صورت گرفت. ساختار مدل فرهنگ‌سازمانی (فرهنگ‌سازمانی بازاری، فرهنگ‌سازمانی توسعه‌گرا، فرهنگ‌سازمانی سلسله‌مراتبی و فرهنگ‌سازمانی قبیله‌ای) و ساختار تفکر خلاف واقع شامل (مقایسه روبه بالا، مقایسه روبه پایین، ارجاع به دیگران و محیط و ارجاع به خود) بود سپس شباهت‌های این دو شامل ۸ شباهت شناسایی و مورد تحلیل قرار گرفت. روایی تحقیق با روش گوبا و لینکلن و پایایی از طریق ضریب توافقی کاپا مورد بررسی قرار گرفت. از ۸ شباهت به دست آمده ۶ مورد هم‌راستا و ۲ مورد نا هم‌راستا مورد توافق قرار گرفت. نتایج این مقاله می‌تواند جهت آسیب‌شناسی رفتار کارکنان مورد استفاده قرار گیرد.

کلمات کلیدی

تفکر خلاف واقع، فرهنگ‌سازمانی، تنظیم رفتار، منابع انسانی

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. g.ghanimati@iau-tnb.ac.ir
۲- دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) z_alipour@iau-tnb.ac.ir
۳- دانشیار، گروه رهبری و سرمایه انسانی، دانشکده مدیریت دولتی و علوم سازمانی، دانشکده‌گان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. hryazdani@ut.ac.ir
۴- استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. n_sheikhholeslami@iau-tnb.ac.ir

تنظیم رفتار کارکنان در سازمان‌ها از.../غنیمتی، علی پوردرویشی، یزدانی و شیخ الاسلامی

مقدمه

در دنیای امروز، سازمان‌ها با چالش‌های بسیاری روبرو هستند که از جمله مهم‌ترین آن‌ها، تنظیم رفتار کارکنان در راستای اهداف و شرایط پویای فعالیت‌های سازمان می‌باشد. یکی از عوامل مهم مؤثر بر عملکرد فرد و سازمان، فرهنگ‌سازمانی می‌باشد. فرهنگ‌سازمانی برای دوام، پایداری و انعطاف‌پذیری سازمان‌ها در هر نوع و اندازه‌ای حیاتی است (رودریگوئز کونزالس، مادرید کوچی راب، مالدوناد و گزمنیک^۱، ۲۰۲۳). فرهنگ از مهم‌ترین عواملی است که آمادگی کارکنان را برای رویارویی با تحول سازمانی تعیین می‌کند (حفار، الکرآقولی، جبارنی، الهیاری، گباداموسی، اوستر و احمد، ۲۰۲۳). فرهنگ‌سازمانی بخش مهمی از کیفیت رفتار سازمانی منابع انسانی^۲ را تشکیل می‌دهد (بابابی، میرسپاسی، آزاد و فجری، ۱۴۰۱). ارتباط فرهنگ‌سازمانی با بسیاری از موضوعات حوزه منابع انسانی مانند توانمندسازی (سیگلر و پیرسون^۳، ۲۰۰۰)، عملکرد (میوز^۴، ۲۰۱۹)، جو اخلاقی، سلامت سازمانی و ادراک عدالت (اوزکان^۵، ۲۰۲۳)، (نعمتی و عبدالملکی، ۱۴۰۰)، امنیت روانی، رفتار شهروندی، تاب‌آوری سازمانی (سو، بیرد و مونیر^۶، ۲۰۲۳) و غیره مورد مطالعه قرار گرفته است. علیرغم وجود حجم وسیع و متنوعی از تحقیقات فرهنگ‌سازمانی، سازوکارهای چگونگی اثرگذاری فرهنگ بر تنظیم رفتار کارکنان در حوزه منابع انسانی به‌ندرت مورد مطالعه قرار گرفته است (تریگوئرو- سانچز، پنا وینسه، فری پرا^۷، ۲۰۲۲). در واقع فرهنگ نشأت گرفته از تفکر و تجربه افراد است (می‌کوسوا، کلابوسایو و می‌یر^۸، ۲۰۲۳) که تجلی درونی و بیرونی می‌یابد و الگوی رفتاری را در اجتماع هدایت می‌کند. بخش مهمی از تجلی درونی فرهنگ‌سازمانی مربوط به جنبه ادراکی و شناختی افراد است (کاستاناکیس و وویر^۹، ۲۰۱۴). رفتارهای منابع انسانی پیامد ادراک آن‌ها از عوامل درونی نظیر احساسات، عواطف و افکار فرد و عوامل بیرونی نظیر شرایط حاکم بر محیط کار و ارتباطات بین فردی است که در حوزه علوم شناختی نیز قابل مطالعه است (دهقانان و بشیری پور، ۱۳۹۸). از آنجاکه محققین این مقاله به دنبال رویکردهای جدیدتر برای توضیح عمیق‌تر سازوکارهای فرهنگی هستند، مطالعه فرهنگ‌سازمانی با رویکرد شناختی یک مسیر جدید مطالعه است. البته یکی از زیرمجموعه‌های مطالعات شناختی موضوع تفکر خلاف واقع است که تحقیقات مربوطه نقش تفکر خلاف واقع را در تنظیم رفتار کارکنان تأیید می‌کنند (دی بریگارد و پاربخ^{۱۰}، ۲۰۲۰).

اهمیت افکار خلاف واقع، ناشی از نقش اساسی آن بر طیف گسترده‌ای از رفتارهای سازمانی است. تفکر خلاف واقع می‌تواند تأثیرات مختلفی بر احساسات، انگیزه و رفتار افراد داشته باشد و نحوه درک و پاسخ کارکنان و مدیران به رویه‌ها، سیاست‌ها و دست‌آوردهای مختلف منابع انسانی را تحت تأثیر قرار

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

دهد (بیرن^{۱۱}، ۲۰۰۲). آنچه در اینجا آشکار می‌شود کارکرد مشابه فرهنگ‌سازمانی و تفکر خلاف واقع در تنظیم رفتار کارکنان است که این موضوع در مطالعات بین‌رشته‌ای مورد تحقیق قرار نگرفته است. اگر بین کارکرد فرهنگ‌سازمانی به‌عنوان یک عامل زمینه‌ای سازمانی و کارکرد تفکر خلاف واقع به‌عنوان یک عامل ادراکی - شناختی فردی شباهت وجود داشته باشد و بتوان ساختار این شباهت را آشکار نموده و توضیح داد، مدیران منابع انسانی با یک سازوکار جدید آشنا و تجهیز خواهند شد که با استفاده از آن بتوانند رفتار و عملکرد کارکنان را در راستای اهداف سازمانی پیش ببرند. ممکن است این ایراد گرفته شود که واحد ارزیابی فرهنگ‌سازمانی، سازمان است اما واحد ارزیابی تفکر خلاف واقع فرد است و این دو را نمی‌توان مشابهت‌یابی کرد. در این راستا به این تعریف می‌توان استناد کرد که معمولاً فرهنگ یک سازمان به‌مثابه شخصیت در انسان است (افراسیابی و خزاعی، ۱۳۹۸). این تعریف مقایسه ساختار فرهنگ‌سازمانی و تفکر خلاف واقع را موجه می‌کند زیرا که برای فرهنگ جنبه ویژه انفرادی سازمانی قائل شده است. در نهایت، مسأله این تحقیق پاسخگویی به دو سؤال اصلی است: اول، چه شباهت‌هایی بین ساختار تفکر خلاف واقع و فرهنگ‌سازمانی (در این تحقیق مدل کوئین و کامرون) وجود دارد و نقش آن‌ها در تنظیم رفتار کارکنان به چه صورت قابل بررسی است؟ دوم، با تحلیل این شباهت‌ها چه دستاوردهای قابل توجهی در زمینه شناخت رفتار کارکنان و بهبود عملکرد منابع انسانی به دست خواهد آمد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

یکی از سازوکارهای تنظیم رفتار موضوع فرهنگ‌سازمانی است (هیمت اوغلو، آیدوق و بیراک^{۱۲}، ۲۰۲۲). وجه مشترک تعاریف فرهنگ‌سازمانی باورها، اعتقادات و ارزش‌های مشترک نشأت گرفته از اندیشه و تجربه است که زمینه رفتاری را فراهم می‌کند (بلو مکویست^{۱۳}، ۲۰۱۹). در مورد فرهنگ‌سازمانی تعاریف بسیاری موجود است و یکی از این تعاریف که می‌تواند به رویکرد این مقاله که جنبه ادراکی فرهنگ را نشانه گرفته است کمک کند این است: فرهنگ‌سازمانی بین دو حد «روش انجام دادن کارها» و «روش فکر کردن در مورد کارها» قرار گرفته است (فرخ سرشت، فیض و نورزاشرفی، ۱۳۹۵). از طرف دیگر ما نیاز به شناسایی مدل‌های فرهنگ‌سازمانی هستیم که دارای ساختار هستند. با مطالعه ادبیات فرهنگ‌سازمانی به مدل‌هایی می‌رسیم که با دو چشم‌انداز گونه شناسی و ابعادی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. از آنجاکه رویکرد گونه شناسی بیشتر جنبه کیفی/توصیفی دارد از گزینه‌های این تحقیق حذف می‌شود و لذا در این تحقیق مدل‌های ابعادی مورد توجه قرار می‌گیرند که ویژگی اصلی آن‌ها شناسایی و توصیف ابعاد فرهنگ‌سازمانی است که معمولاً قابل سنجش نیز هستند

تنظیم رفتار کارکنان در سازمان‌ها از.../غنیمتی، علی پوردرویشی، یزدانی و شیخ الاسلامی

(رحیم نیا و حسن‌زاده، ۱۳۹۱). در واقع این مدل‌ها برای فرهنگ‌سازمانی ساختار تعریف کرده‌اند که از مهم‌ترین و پرکاربردترین آن‌ها مدل دنیسون (۱۹۹۰) و مدل کویین و کامرون (۱۹۹۹) است. در اینجا مدل دنیسون را هم کنار می‌گذاریم زیرا رویکرد دنیسون بیشتر شبیه مدل کلی اثربخشی سازمانی است و عواملی را شناسایی می‌کند که در اثربخشی سازمان نقش داشته و لزوماً ساختاری را مشخص نمی‌کنند که فرهنگ یک سازمان را به‌طور واحد مشخص کند (افراسیابی و خزاعی، ۱۳۹۸). به‌این‌ترتیب مدل فرهنگ‌سازمانی کویین و کامرون با توجه به ساختار ارزش‌های رقابتی می‌تواند در جهت هدف این تحقیق موردبررسی قرار گیرد.

ساختار مدل فرهنگ‌سازمانی کویین و کامرون

مدل فرهنگ‌های سازمانی کویین و کامرون^{۱۴} (۲۰۰۶) بر دو طیف یا دو ارزش رقابتی تأکید می‌کند: الف) تمرکز داخلی در برابر تمرکز خارجی و ب) کنترل در مقابل انعطاف‌پذیری. به‌این‌ترتیب بر اساس تقاطع این دو طیف مدلی با چهار نوع فرهنگ‌سازمانی تعریف شده است. ۱. فرهنگ سلسله‌مراتبی با ویژگی کنترل بالا و تمرکز داخلی، ۲. فرهنگ قبیله‌ای با ویژگی انعطاف‌پذیری بالا و تمرکز داخلی، ۳. فرهنگ توسعه‌گرا یا ادهوکراسی با ویژگی انعطاف‌پذیری و تمرکز خارجی و ۴. فرهنگ بازاری با ویژگی کنترل بالا و تمرکز خارجی (اوسیا، پاپا دوپولوسب، آکوآسی و ایستاماستید^{۱۵}، ۲۰۲۳). فرهنگ‌سازمانی سلسله‌مراتبی باعث شکل‌گیری رفتارهای قانونمند، کنترل سازمانی، طبقه‌بندی شغلی، صرفه‌جویی، تمرکز قدرت، بوروکراسی، جهت‌گیری درونی و ارتباطات دقیق، معمول‌سازی، رسمی‌سازی و سازگاری، فقدان بیان ایده، تأثیر منفی در روحیه کارکنان، سلسله‌مراتب، تقسیم‌کار، حسابرسی، رسمیت در سازمان می‌شود که در رفتار افراد نمایان می‌شود. فرهنگ‌سازمانی توسعه‌گرا باعث شکل‌گیری رفتارهایی مانند الهام‌بخشی، تعهد مشترک، استقبال از ایده‌ها، نتایج غیرقابل‌پیش‌بینی، تشویق به آزمایش، خلاقیت، نوآوری ریسک‌پذیری، انعطاف زیاد، دارای تمرکز خارجی، ساختاری مدرن و پویا، مشارکت، جرات، ایجاد فرصت‌های توسعه حرفه‌ای در سازمان می‌شود (کلبک و آلیاچیک^{۱۶}، ۲۰۲۲)، (محمد^{۱۷}، ۲۰۲۰). فرهنگ‌سازمانی قبیله‌ای باعث هویت خاصی در سازمان می‌شود و معمولاً سازمان‌های لذت‌بخش تلقی می‌شوند دارای ویژگی‌هایی مانند روابط دوستانه، مشارکتی فرهنگ طایفه‌ای ارتباطات، بازخورد کارکنان، سیستم سنتی، تأکید بر ساختار، جهت‌گیری تیمی، تأکید بر همکاری و تعیین پاداش، اشتراک‌گذاری، تیم‌سازی، افزایش همکاری، ارزش‌های منعطف، انعطاف‌پذیری نقش‌ها و وظایف، سازگاری محیطی، هدف محور، کار گروهی، برنامه‌های مشارکت کارکنان، وفاداری و رسم و عادات و اعتقادات، نقش پدران مدیران، تمرکز داخلی، دارای اختیار

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

انعطاف‌پذیری، تعامل زیاد، جو سازگاری، سبک قبیله‌ای و خانوادگی تأکید بر روابط فردی و بین فردی دارد (کامرون و کوین، ۲۰۱۱). فرهنگ‌سازمانی بازاری داری خصوصیتی مانند تأکید بر پیروزی در رقابت، بازده ملموس، درگیر شدن در کار ذی‌نفعان خارجی مشتریان، پیمانکاران، اتحادیه‌ها محیط خصمانه بوده، مشتریان مشکل‌پسند، مدیران پرتلاش، وظایف سنگین، انتظارات بالا، اهداف دشوار و ایدآل، تأکید بر تشویق و تنبیه، تأکید بر دستاوردها و نتایج سازمان، جهت‌گیری رفتار مردم؛ اصرار بر رعایت انصاف، بردباری و احترام به دیگران؛ ارزیابی دقیق، بررسی موقعیت‌ها و مشکلات، دیدگاه تحلیلی، برانگیختن روحیه تلاش و رقابت، روابط عمومی قوی، هدف‌گرا، اهداف روشن است (وایت، آدیسون و جنکینز^{۱۸}، ۲۰۲۲). باور اصلی در فرهنگ بازار، تعیین اهداف و دستیابی به اهداف از طریق ارتباطات روشن است. از مهم‌ترین پژوهش‌های انجام‌شده در چارچوب ارزش‌های رقابتی کوپین و کامرون در جدول شماره ۱ اشاره شده است:

جدول ۱. مهم‌ترین پژوهش‌های انجام‌شده در چارچوب ارزش‌های رقابتی مدل کوپین کامرون (منبع: یافته‌های پژوهشگر)

نویسنده	عنوان	شرح مختصر
علامه و عسگری باجگرانی (۱۳۹۶)	آسیب‌شناسی فرهنگ‌سازمانی و شناسایی الزامات تغییر آن در شرکت برق منطقه‌ای تهران	برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد کامرون و کوپین به کار گرفته شد. فرهنگ موجود گرایش بالایی به فرهنگ سلسله‌مراتبی دارد، درحالی‌که کارکنان فرهنگ مطلوب برای سازمان را فرهنگ قبیله‌ای معرفی کردند.
رستگار و کوشش تبار (۱۳۹۶)	بررسی تأثیر و اولویت‌بندی انواع فرهنگ‌سازمانی (مدل کامرون و کوپین) بر شادکامی در سازمان با میانجی‌گیری معنویت در محیط کار	نتایج نشان داد که تأثیر فرهنگ‌سازمانی بر شادکامی و معنویت در محیط کار مثبت و معنی‌دار می‌باشد، مشخص شد که نقش میانجی معنویت در محیط کار در ارتباط بین فرهنگ‌سازمانی و شادکامی مثبت و معنی‌دار می‌باشد.
گرور، تسونگ و پو ^{۱۹} (۲۰۲۲)	یک چشم‌انداز نظری بر فرهنگ‌سازمانی و دیجیتال شدن	در این مقاله دیدگاه جدیدی در مورد فرهنگ‌سازمانی در دنیای دیجیتال ارائه شده است. با شناسایی منابع فرهنگی دیجیتال تأثیر آن بر چهار بعد فرهنگی کوپین و کامرون، مفهوم‌سازی فرهنگ دیجیتال در این مدل انجام شده است.
می‌کوسوا، کلابوسایو و می یر ^{۲۰} (۲۰۲۳)	ارزیابی ابعاد فرهنگ‌سازمانی و تغییرات آن به سبب دوران پاندمی	این مقاله باهدف تعیین تأثیرات پاندمی کوید-۱۹ بر تغییرات فرهنگ‌سازمانی بر اساس مدل کوپین و کامرون انجام شده است. جمع‌آوری داده‌ها از معلمان مدارس متوسطه کشور چک انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که بعد از پاندمی کرونا فرهنگ ادوکراسی و بازاری بر فرهنگ سلسله‌مراتبی به‌صورت معناداری غلبه یافته است.
حفار، ال‌کراقولی، جبارنی، الهیاری، گباداموسی، اوستر و احمد ^{۲۱} (۲۰۲۳)	فرهنگ‌سازمانی و تعهد عاطفی بر تغییرات یادگیری الکترونیکی در خلال دوره پاندمی کوید ۱۹: اثرات اساسی آمادگی برای تغییر	تحقیق در ۱۲۰۰ موسسه آموزشی در اردن انجام شده است و نشان می‌دهد که ابعاد فرهنگ‌سازمانی کوپین و کامرون چگونه بر آمادگی برای تغییرات ناشی از کرونا در سیستم‌های یادگیری الکترونیکی تأثیر معناداری دارند.

ساختار تفکر خلاف واقع

ذهن انسان در موقعیت یا شرایط دور از انتظار، اقدام به مقایسه و ارزیابی شرایط موجود با مطلوب می‌کند چنانچه شرایط در تضاد با انتظارات و خارج از کنترل فرد باشد، ارزیابی از موقعیت، منفی بوده و موجب احساسات منفی می‌شود و متعاقباً، افکار خلاف واقع فعال می‌شود. اهمیت خلاف واقع‌ها از جنبه نقشی اساسی آن‌ها در تنظیم رفتار است (لوئیس^{۲۲}، ۱۹۷۳). این افکار تحت تأثیر مکانیزم‌های " اثر تضاد" و اثر "استنباط علی" فعال شده و پیامدهایی (مثبت یا منفی) برای فرد و سازمان دارند. از زمان ادراک فرد تا زمان انجام یک اقدام (رفتار)، یک مکانیزم ذهنی شکل می‌گیرد که افکار خلاف واقع نام دارد. فعال شدن افکار خلاف واقع بر طیف گسترده‌ای از رفتارهای سازمانی می‌تواند مؤثر واقع شود و پیامدهای خوشایند و ناخوشایندی می‌تواند برای افراد به همراه داشته باشد (تران، استریژاکوا، لیو و گلگسی^{۲۳}، ۲۰۲۱). درگیر شدن در تفکر خلاف واقع، انگیزه پردازش دقیق و عمیق اطلاعات، افزایش ادراک از خودکارآمدی و کنترل، تأثیرگذاری بر نگرش نسبت به مسائل اجتماعی دارد و پیامدهایی برای نیات رفتاری و انجام رفتارهای بعدی است. تفکر خلاف واقع بر این تمرکز دارد که چگونه گذشته ممکن است متفاوت بوده باشد یا حال می‌تواند متفاوت باشد (ون هوک، واتسون و باری^{۲۴}، ۲۰۱۵). این افکار معمولاً توسط رویدادهای منفی ایجاد می‌شوند که مانع از رسیدن به اهداف و خواسته‌های فرد می‌شوند. افکار خلاف واقع تأثیرات گوناگونی بر احساسات، باورها و رفتار می‌گذارند که پشیمانی رایج‌ترین احساس ناشی از آن است (کاهنمن و میلر^{۲۵}، ۱۹۸۶). معمولاً اتفاق رخ داده شده را با این چهار مکانیسم ذهنی شامل ساختار افکار (افزایشی/کاهشی)، جهت افکار (رو به بالا/رو به پایین)، معیار ارجاع (ارجاع به خود/دیگران/محیط) و مسیر محتوی افکار (محتوای خنثی/محتوای خاص) تحلیل می‌کند و قضاوت می‌کند و سپس تصمیم می‌گیرد (اسمالمن، سامرویل^{۲۶}، ۲۰۱۸)؛ اما این مکانیسم تحت تأثیر عواملی مانند باورها، یادگیری‌ها تحصیلات و تجربه‌های مثبت و منفی تلخ و شیرین فرد هستند که به عبارتی می‌توان گفت یک معیار یا شاخص درونی شده و شناختی افراد که مکانیسم افکار را انتخاب می‌کند، فرهنگ افراد است (پیگین، بیرن و تنتوری^{۲۷}، ۲۰۲۱). خلاف واقع‌های رو به بالا افکاری در مورد اینکه چگونه ممکن است یک موقعیت یا شرایط بهتر و مطلوب‌تر شود را فعال می‌کنند (بیرن و جانسون-لیرد^{۲۸}، ۲۰۲۰). به‌عنوان مثال، راننده‌ای که باعث یک تصادف رانندگی جزئی می‌شود ممکن است فکر کند: "اگر زودتر منحرف‌شده بودم، می‌توانستم از تصادف جلوگیری کنم." در مقابل، خلاف واقع‌های رو به پایین نحوه بدتر شدن یک وضعیت را بیان می‌کنند؛ یعنی همان راننده می‌توانست فکر کند: "اگر تندتر رانندگی می‌کردم، ممکن بود اکنون مرده باشم." به نظر می‌رسد خلاف

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

واقع‌های روبه بالا رایج‌ترین موارد در زندگی روزمره باشد (اپیستود و رز^{۲۹}، ۲۰۰۸). اگرچه این موضوعی است که به‌شدت در برخی از حوزه‌های علوم اجتماعی (مانند روان‌شناسی، علوم سیاسی، جامعه‌شناسی، حقوق) مورد مطالعه قرار گرفته است اما در بستر فرهنگ‌سازمانی و مسائلی که می‌تواند در این بستر ایجاد کند تاکنون به‌طور مناسبی پرداخته نشده است مشکلاتی مانند ادراک بی‌عدالتی، پیامدهای منفی نظیر کاهش سطح رضایت شغلی (دیفندورف، ریچارد و یانگ^{۳۰}، ۲۰۰۸) و کاهش عملکرد، ترک سازمان، رفتار غیر شهروندی میل به خشونت و شورش در محیط کار، سایش اجتماعی (خائف الهی و علی‌پور درویشی، ۱۳۸۸)، پرخاشگری (داگلاس و مارتینکو^{۳۱}، ۲۰۰۱)، انتقام (بیس، تریپ و کرم^{۳۲}، ۱۹۹۷)، (اسکارلیکی و فولگر^{۳۳}، ۱۹۹۷)، اعتراض (کلوی، پروسر و کامرون^{۳۴}، ۲۰۱۰) به همراه دارد (نیکلین^{۳۵}، ۲۰۱۲). تأثیر رفتارهای ضد بهره‌وری نظیر (شایعه‌سازمانی، دزدی، کلاهبرداری، اختلاس، کم‌کاری، کارشکنی و غیبت، کلاهبرداری، سوءاستفاده‌های جنسی، قلدری و اوباشگری می‌توانند به‌صورت فردی و جمعی) بر سازمان و فرهنگ‌سازمانی هزینه‌های قابل‌توجهی را به سازمان تحمیل کند (رمزی، ال بدای و ماهر^{۳۶}، ۲۰۱۸). فرآیند افکار خلاف واقع، به یکی از دو روش زیر موجب افزایش عملکرد فرد درآینده می‌شود، روش اول، تفکرات خلاف واقع به‌عنوان جایگزینی برای واقعیت فعلی، ممکن است موجب جهت‌گیری شناختی فرد شوند (گالینسکی و کری^{۳۷}، ۲۰۰۴). روش دوم، تفکرات خلاف واقع موجب می‌شود افراد بتوانند از طریق آگاهی‌بخش تجربیات فردی، ارتباط مؤثری را میان سوابق تجربه گذشته و پیامدهای عملکرد آتی برقرار نمایند، برای انجام این اقدامات در آینده، قصد یا نیت افراد باعث ارتقاء عملکرد آن‌ها سازمان خواهد شد یا به‌بیان‌دیگر فرهنگ‌سازمانی آینده را شکل خواهد داد (لو، وو، لیو و وانگ^{۳۸}، ۲۰۱۸)، (کیم، تام، کیم و ری^{۳۹}، ۲۰۱۷)، (اسماعیل و عمر باکی^{۴۰}، ۲۰۱۷). از مهم‌ترین پژوهش‌های انجام‌شده در مورد تفکر خلاف واقع و کارکرد مرتبط با فرهنگ‌سازمانی در جدول شماره ۲ اشاره شده است:

جدول ۲. پژوهش‌های انجام‌شده در مورد تفکر خلاف واقع و کارکرد مرتبط با فرهنگ‌سازمانی (منبع: یافته‌های پژوهش‌گر)

نویسنده	عنوان	شرح مختصر	حلقه اتصال و کارکرد مشابه تفکر خلاف واقع و فرهنگ مدل کوپین و کامرون
لین استون، بیات و روچ ^{۴۱} (۲۰۲۴)	چگونه تفکر خلاف واقع در ریسک سازمانی و فعالیت‌های تاب‌آوری ادغام می‌شود؟	این مقاله به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه تفکر خلاف واقع می‌تواند به افراد کمک کند که راه‌های باثبات‌تری برای تحلیل و مدیریت ریسک و تاب‌آوری هدفمند پیدا کنند.	تنظیم رفتار از طریق مواجهه با ابهام، ریسک و تاب‌آوری

تنظیم رفتار کارکنان در سازمان‌ها از.../غنیمتی، علی پور درویشی، یزدانی و شیخ الاسلامی

تنظیم رفتار تبعیض‌آمیز از طریق مواجهه با محیط ریسکی و ایجاد ثبات	توسعه و مدل‌سازی الگوهای شناختی پرسنل بیمارستانی هنگام قضاوت بیماران مبتلا به ایدز با استفاده از تفکر خلاف واقع و شناسایی شش الگوی داغ ننگ که نوع تبعیض میان بیماران را روشن می‌کند.	مدل‌سازی فازی داغ ننگ به بیماران اچ-آی - وی توسط پرسنل بیمارستانی در چارچوب تفکر خلاف واقع: رویکرد آمیخته	علی پور درویشی، درودی و مدنی (۲۰۱۸)
تنظیم رفتار سوگیری از طریق نگاه به بیرون و ارجاع به دیگری مشابه به تمرکز بر بیرون و داخل	افراد در خود - ارزیابی بر اساس تفکر خلاف واقع ارجاع به خود یا دیگران دچار سوگیری می‌شوند. همین‌طور افکار خلاف واقع می‌توانند از طریق ایجاد یک حس غلط شایستگی بهبود عملکرد تحصیلی را مختل کنند.	تنها اگر می‌توانستم افکار خلاف واقع را قطع کنم: وقتی افکار خلاف واقع با عملکرد تحصیلی تداخل پیدا می‌کند.	پتروسلی، ستا و ستا ^{۴۲} (۲۰۱۲)
شکل‌گیری ادراک با سناریوهای خلاف واقع مشابه با درجه کنترل - انعطاف‌پذیری فرهنگی	هدف مقاله طراحی و اعتباریابی یک سنجح با متدولوژی فازی برای اندازه‌گیری ادراک عدالت کارکنان با رویکرد تئوری انصاف بر مبنای تفکر خلاف واقع (می‌بایست - می‌توانست - هست) می‌باشد که در سه بانک ایرانی اجرا شده است.	توسعه و اعتباریابی یک سنجح برای اندازه‌گیری ادراک عدالت رویکردی فازی به ادراک عدالت در چارچوب تئوری انصاف - رویکرد فازی	آذر و علی‌پور درویشی (۲۰۱۱)
تنظیم انگیزه و قصد رفتاری مشابه با درجه کنترل - انعطاف‌پذیری فرهنگی	ارتباط خلاف واقع و تنظیم رفتار مقاله نشان می‌دهد که چگونه تفکر خلاف واقع از طریق مسیر محتوای ویژه قصد رفتاری را بالا می‌برد و از طریق مسیر محتوای خنثی بر انگیزه و طرز فکر اثر می‌گذارد	افکار خلاف واقع قصد رفتاری را تسهیل می‌کنند.	اسمالمن و رز (۲۰۰۹)
تنظیم رفتار ریسک‌پذیری و نوآوری مشابه با درجه کنترل - انعطاف‌پذیری فرهنگی	مقایسه دانشجویان آمریکایی و چینی و یافتن تفاوت‌های فرهنگی سیستماتیک بر اساس ایجاد خلاف واقع‌های کاهنده و افزایش‌دهنده	فرهنگ و تفکر خلاف واقع: در اهمیت حوزه‌های زندگی	چن، یو چویی، رز، پونگ تام، بی من لائو ^{۴۳} (۲۰۰۶)
تنظیم رفتار مقاومت مشابه با درجه کنترل - انعطاف‌پذیری فرهنگی	بررسی تأثیر تفکر خلاف واقع رو به بالا و رو به پایین در ارزیابی عملکرد تحریف‌شده و پافشاری و مقاومت بر آن	تفکر خلاف واقع، مقاومت و عملکرد: یک آزمایش از مدل بازتابی و اندازه‌گیری	مارکمن و میلر (۲۰۰۶)

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از جهت هدف، کاربردی با رویکرد کیفی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها، کتابخانه‌ای است. این مقاله به بررسی نظام‌مند ادبیات با راهبرد فراترکیب پرداخته است. از آنجاکه راهبرد فراترکیب در توسعه و بسط و همچنین شناخت عمیق نظریه‌ها مورد استفاده قرار گرفته، پژوهشگر را در درک و استنباط از شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود در مطالعات کیفی یاری می‌دهد (آگوئیر و بولتن^{۴۴}، ۲۰۱۴) و نیز باهدف این مقاله که درک شباهت ساختار تفکر خلاف واقع و مدل فرهنگ‌سازمانی کویین و کامرون در تنظیم رفتار کارکنان تناسب قابل‌قبولی دارد. در این تحقیق از رویکرد هفت

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

مرحله‌ای سندلوسکی و بارسو (۲۰۰۷) استفاده شده است که در شکل شماره ۱ مشاهده می‌شود.

مرحله اول - طراحی سؤالات پژوهش

سؤالات عملاً در این چارچوب انجام شده است: مقوله‌های اصلی ساختار تفکر خلاف واقع و فرهنگ‌سازمانی مدل کوبین و کامرون کدامند؟ و چه شباهتهایی دارند؟

مرحله دوم - بررسی نظام‌مند ادبیات

در این مرحله کلیدواژه‌های اصلی در مقالات نمایه شده در پایگاه‌های ایرانی (سید و مگیران^{۴۵}) و خارجی (ساینس دایرکت^{۴۶}، امرالد^{۴۷} و اسکوپوس^{۴۸}) در بازه زمانی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۳ مورد بررسی قرار گرفت که جمعاً ۳۲۵ مقاله دریافت شد.

مرحله ۳ - جستجوی مقالات مناسب و غربالگری آن‌ها

از مجموع ۳۲۵ مقاله اولیه، تعداد ۲۹۱ مقاله با بررسی عنوان حذف شدند و ۱۳۴ مقاله باقیمانده شامل ۴۰ مقاله داخلی و ۹۴ مقاله انگلیسی مورد بررسی چکیده قرار گرفتند؛ که در این مرحله ۶۳ مقاله از رده خارج شدند در مرحله بعد محتوای ۷۱ مقاله باقیمانده بررسی و ۳۱ مقاله حذف و نهایتاً ۴۰ مقاله انتخاب و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

مرحله ۴ - استخراج اطلاعات

مقاله‌های منتخب در فرایند تجزیه و تحلیل به‌طور مستمر بررسی و هرکدام از واحدهای معنایی و کدهای استخراج شده تحت مفهوم کلان‌تر (کد مفهوم - زیر مقوله - مقوله) دسته‌بندی شدند. مقوله‌های فرهنگ‌سازمانی شامل (فرهنگ‌سازمانی بازاری، فرهنگ‌سازمانی توسعه‌گرا، فرهنگ‌سازمانی سلسله‌مراتبی و فرهنگ‌سازمانی قبیل‌ای) و مقوله‌های اصلی تفکر خلاف واقع شامل (مقایسه روبه بالا، مقایسه روبه پایین، ارجاع به دیگران و محیط و ارجاع به خود) بود.

مرحله ۵ - تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌ها

در این مرحله لیست کردن مفاهیم کلیدی، مقایسه و مقابله مفاهیم کلیدی، ترجمه و تفسیر مفاهیم کلیدی، تولید یک تفسیر از شباهت‌های ساختاری فرهنگ‌سازمانی مدل کوبین و کامرون و تفکر خلاف واقع انجام شده است (تاجیک، ماکویی و محمدپور تویسرکانی، ۲۰۲۳). تجزیه و تحلیل یافته‌ها در جداول شماره ۲ و ۳ و ۴ دیده می‌شوند.

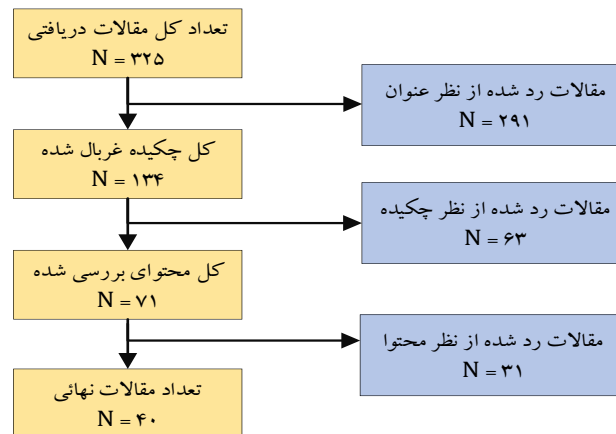
تنظیم رفتار کارکنان در سازمان‌ها از.../غنیمتی، علی پوردرویشی، یزدانی و شیخ الاسلامی

مرحله ۶- کنترل کیفیت

با توجه به اینکه نحوه اعتبارسنجی در فراترکیب معمولاً متکی بر تأیید خبرگان بر دستاوردهای پژوهش است، برای اعتبارسنجی الگوی به‌دست‌آمده از شاخص قابلیت اعتماد یا اعتمادپذیری گوبا و لینکلن^{۴۹} (انور و ۵۰، ۲۰۲۳) استفاده شد. در این راستا نتایج به‌دست‌آمده ابتدا توسط سه نفر از اساتید رشته مدیریت منابع انسانی مورد بررسی قرار گرفته و مورد جرح و تعدیل قرار گرفت (جدول شماره ۳). ارزیابی پایایی پژوهش از طریق ضریب توافقی کاپا انجام شده است. به این ترتیب که یک گروه خبره شامل ۶ نفر از مدیران دولتی صاحب‌نظر با تحصیلات دکترای مدیریت، اقتصاد و روانشناسی که حداقل ۵ سال سابقه پست‌های مدیریتی داشته‌اند انتخاب شدند و در یک گروه کانونی نتایج به‌دست‌آمده توسط محقق توضیح داده شد و سپس یک پرسشنامه شامل سؤال ۸ سؤال به افراد گروه داده شد و بر اساس آن ضریب توافقی کاپا به دست آمد، نتایج در تمام موارد بالای ۰٫۶ می‌باشد که نتایج در جدول شماره ۵ دیده می‌شود.

مرحله هفتم- ارائه یافته‌ها

مراحل غربالگری مقالات در شکل شماره ۱ آورده شده است.



شکل ۱. فرآیند هفت مرحله‌ای سندلوسکی و بارسو (۲۰۰۷)

یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق، مبتنی بر پاسخ به مؤلفه‌های سؤال تحقیق به ترتیب زیر در جداول شماره ۳، ۴، ۵ و ۶ آورده شده است:

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

جدول ۳. مقوله‌های اصلی ساختار تفکر خلاف واقع بر اساس مقایسه روبه بالا (قضاوت منفی) (منبع: یافته‌های پژوهش‌گر)

مقوله	زیر مقوله	کد مفهوم	پژوهشگران
پیامدهای رفتاری ارجاع روبه بالا	ارجاع به خویش	تکرار فعل‌های شرطی گذشته، جایگزین‌هایی برای رویدادهای گذشته، ناکامی، منفی‌گرایی، افسردگی، وسواس فکری، اختلال خواب، اضطراب، استرس، عاطفه منفی، نشخوار فکری، جایگزین‌هایی برای رویدادهای گذشته، مقایسه تصمیم‌های فردی، واکاوی خطاهای تصمیم‌گیری خطاهای تصمیم، تخیل عقلانی- بازاندیشی ناکامی- احساس آسیب- ناتوانی در قبول مسئولیت- کاهش انگیزش- تغییر در ارزش‌ها- فقدان تحلیل شناختی- عدم دانش‌افزایی شغلی- فقدان توسعه مهارت‌های شغلی	مارتینز سالیانو و گورینا ^{۵۱} (۲۰۲۲); بروم هال، فیلیپس و وندی، وو، آنیس ^{۵۲} (۲۰۲۰); کریم، سنا و هارت ^{۵۳} (۲۰۲۲); ژنگ، لیائو، لی یو، اوپو، چن، لی یو و ژنگ ^{۵۴} (۲۰۲۱); گراندمن، اسمالن، اپیستود ^{۵۵} (۲۰۲۲)
پیامدهای رفتاری ارجاع روبه بالا	ارجاع به محیط و دیگران	تکرار فعل‌های شرطی گذشته، عدم تعامل با محیط- فقدان درک دستورالعمل‌ها- خروج نیروها- آرزوی رفتن به سازمان دیگر- عوض شدن جایگاه خادم و مخدوم- بدبینی به مدیران- افسردگی سازمانی- احساس تبعیض فردی و سازمانی- قدرت گرفتن خرده‌فرهنگ‌ها- غلبه خرده‌فرهنگ‌ها بر فرهنگ سازمانی- عدم پرورش استعدادها، عدم جان‌شیر پروری، عدم تفویض اختیار عدم مسئولیت‌پذیری- عدم تعلق سازمانی افراد- تعارض- فقدان تعهد- هنجارشکنی- مقایسه بین فردی- افت سرمایه سازمان- (درک بی‌عدالتی تعاملی / رویه‌ای و توزیعی)- اولویت منافع فردی- انحصار طلبی- خطاهای تصمیم- پیشرو نبودن سازمان و ناکامی در اهداف- تضعیف‌کننده روحیه کارکنان- مقاومت برای یادگیری سازمانی- خشونت در محیط کار- کم‌کاری- عدم رعایت کرامت انسانی- رابطه به‌جای ضابطه- افزایش فساد اداری- عدم توجه به نیازهای کارکنان- عدم وجود نگرش سیستمی و یکپارچه نبودن سازمان- تأثیر نهادهای بالادستی و محیط بر سازمان- عدم توجه به سیستم‌های اطلاعاتی- پیشرو نبودن سازمان و انفعال جامعه‌سازمانی- سلسله‌مراتب ارتباطات از بالا به پایین- قضاوت عجولانه- نفوذ افراد و دسته‌های مافیایی در سازمان- فقدان شفافیت اطلاعات- عدم پیگیری در احقاق حق- عدم شناخت حقوق قانونی- سکوت سازمانی- بی‌تفاوتی سازمانی- بی‌اعتمادی سازمانی- بی‌مسئولیتی مدیران- فقدان شایسته‌سالاری- آشوب سازمانی	گمیلن، اسمالن، اپیستود و رز ^{۵۶} (۲۰۲۰); پریخ، کوین، لابر، دی برگ ^{۵۷} (۲۰۲۰); نیازی، بهروزیان، سخایی و حسینی زاده آرانی (۱۳۹۶); تاگینی، سولکا، توری، بروگنرا، سیامولا، مزروکوو، فروسی، سیلانی، پاراوتونی و پولتی ^{۵۸} (۲۰۲۱); خودری و سادی یا (۲۰۲۲); علی پور درویشی، درودی و مدنی (۲۰۱۸); اسمالمن و رز (۲۰۰۹); چن، یو چویی، رز، پونگ تام، بی من لائو (۲۰۰۶); آذر و علی پور درویشی (۲۰۱۱)

جدول ۴. مقوله‌های اصلی ساختار تفکر خلاف واقع بر اساس مقایسه روبه پایین (قضاوت مثبت) (منبع: یافته‌های پژوهش‌گر)

مقوله	زیر مقوله	کد مفهوم	پژوهشگران
پیامدهای رفتاری ارجاع روبه پایین	ارجاع به خویش	روحیه پژوهشگری، واقعیت‌نگری، بازکاوی و حقیقت‌جویی خوش‌بینی و مثبت‌اندیشی، عاطفه مثبت، عزت‌نفس ارزش، رضایت و لذت، شادکامی- حس رضایت از اینکه اوضاع بدتر نیست- تفکر خنثی و کاهش تلاش- مثبت‌اندیشی- ارتباط متناسب رفتار و باورهای فرد در تولید ارزش‌های- تقویت باورهای معنوی- توجیه وضع موجود و ساختن مزایا برای سازمان- قابل‌قبول بودن بعضی از سازه‌های سازمانی به‌عنوان ارزش سازمانی- پذیرش فرهنگ‌ها- کاهش تعارض- تغییر تقویت و حفظ کرامت انسانی توجه به هماهنگی‌های بیرونی و سعی در هماهنگ‌سازی فردی- رقابت‌پذیری- انعطاف‌پذیری- فرهنگ همکاری	الخادرا، خاوالده، الدهایت ^{۵۹} (۲۰۲۳); دی بریگارد و پاربخ (۲۰۱۹); لیندن، بست، الیز، روبرتز، برانگان، تی، گروسامی ^{۶۰} (۲۰۲۳); خائف‌الهی و علی پور درویشی (۱۳۸۸); جنی، کویرالا، گریگوری، فرانکوس، نیمان، اهرنر کاروال هایس ^{۶۱} (۲۰۱۹)

تنظیم رفتار کارکنان در سازمان‌ها از.../غنیمتی، علی پوردرویشی، یزدانی و شیخ الاسلامی

<p>گونل، اپل بای، آرنژمن، هاتون، جان و کاپون^{۶۲} (۲۰۲۰)؛ کارتیک و وستاکمار^{۶۳} (۲۰۲۲)؛ صالحی، علی پور درویشی، آذر، میرسپاسی (۱۴۰۱)؛ آذر، علی پور درویشی و دانایی فرد (۲۰۱۰)</p>	<p>تعلق و هویت سازمانی - تقویت نگرش‌ها، انگیزه‌ها و عملکردها - انسجام سازمانی - کیفیت خدمات - توجه و تقویت ارزش‌های انسانی - یادگیری سازمانی - همدلی سازمانی - توسعه نگرش و رفتار سازمانی مناسب - مزیت رقابتی تعلق و هویت سازمانی - مزیت رقابتی - فرهنگ مشارکتی - ترویج نظم و انضباط به‌عنوان ارزش - هویت اجتماعی مقبول - پویایی روابط انسانی - پذیرش قوانین جمعی - تسهیم اطلاعات - رضایت جمعی از پاداش‌های توزیع شده - کار تیمی - توجه به ارزش‌های انسانی - تقویت باورهای سازنده - تفسیر مثبت تبعیض (تفسیر چندگانه همراه با مثبت اندیشی) - تاب‌آوری فردی - نوآوری و خلاقیت فردی - تعهد و وفاداری - درک مثبت از عدالت - بازاندیشی فردی - تفکر سیستمی - توسعه دیدگاه‌ها در پذیرش عدالت - اشتراک‌گذاری اطلاعات - رضایتمندی کارکنان - اطلاع‌رسانی شفاف - درک عدالت در توزیع پاداش‌ها - مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی سازمانی - تناسب مأموریت با توان</p>	<p>محیط و دیگران</p>	<p>پیامدهای ارجاع کاهنده</p>
---	--	----------------------	------------------------------

جدول ۵. مقوله‌های اصلی ساختار مدل فرهنگ سازمانی کویین و کامرون (منبع: یافته‌های پژوهش‌گر)

پژوهشگران	کد مفهوم	زیر مقوله	مقوله
<p>لی‌یو، تسو، یانگ و چوان^{۶۴} (۲۰۱۷)؛ کامکار و پاشایی هولاسو (۱۳۹۷)؛ لمسام و چارونسوکمانگ کول^{۶۵} (۲۰۲۲)؛ نگوین و جونز^{۶۶} (۲۰۲۲)؛ الخادرا، خاوالده و الدهایت (۲۰۲۲)؛ بلومکوئیست (۲۰۱۹)؛ وم، جیا، نگ و هو^{۶۷} (۲۰۲۲)؛ کیم، تام، کیم و ری (۲۰۱۷)؛ کاشیف، زارکادا و توراسامی^{۶۸} (۲۰۱۷)؛ نعمتی و عبدالملکی (۱۴۰۰)؛ نیک منش و اروجلو (۱۴۰۰)؛ ساری و بیری (۱۴۰۱)؛ حمزوی و حاجی آقایی (۱۴۰۱)</p>	<p>تأکید بر پیروزی در رقابت، سودآوری، بازده ملموس، قدرت در بازار، محیط خارجی. درگیر شدن در کار ذی‌نفعان خارجی مشتریان، پیمانکاران، اتحادیه‌ها محیط خصمانه بوده، مشتریان مشکل‌پسند، مدیران پرتلاش، وظایف سنگین، انتظارات بالا، اهداف دشوار و ایدآل، تأکید بر تشویق و تنبیه، تأکید بر دستاوردها و نتایج سازمان؛ اصرار بر رعایت انصاف، بردباری و احترام به دیگران؛ ارزیابی دقیق، بررسی موقعیت‌ها و مشکلات، دیدگاه تحلیلی، برانگیختن روحیه تلاش و رقابت، روابط عمومی هدف‌گرا، اهداف روشن - استراتژی پرتکاپو - کارایی - کار نتیجه‌مدار - شراکت و نفوذ در بازار - توجه به و مقایسه با محیط خارجی</p>	<p>تمرکز بر بیرون و کنترل بالا برای حفظ ثبات متکی بر رقابت و نتیجه‌محور</p>	<p>فرهنگ بازاری</p>
	<p>ارزش فردی، نوآوری، خلاقیت، ریسک‌مدیران مبتکر، الهام‌بخشی، تعهد مشترک، استقبال از ایده‌ها، نتایج غیرقابل‌پیش‌بینی، تشویق به آزمایش و نوآوری و ریسک‌پذیری - انعطاف‌داری تمرکز خارجی - ساختار مدرن و پویا - مشارکت - فرصت‌های توسعه حرفه‌ای - آسیب‌پذیری ایده‌های جدید رقابت - رقابتی سمی در محیطی متشنج - قدرت سازمانی - مزایای رقابتی در بازار - جذب سرمایه اجتماعی</p>	<p>تمرکز بر بیرون و انعطاف‌پذیری متکی بر ریسک‌پذیر بر رویکرد کارآفرینی و خلاقیت</p>	<p>فرهنگ توسعه‌گرا</p>

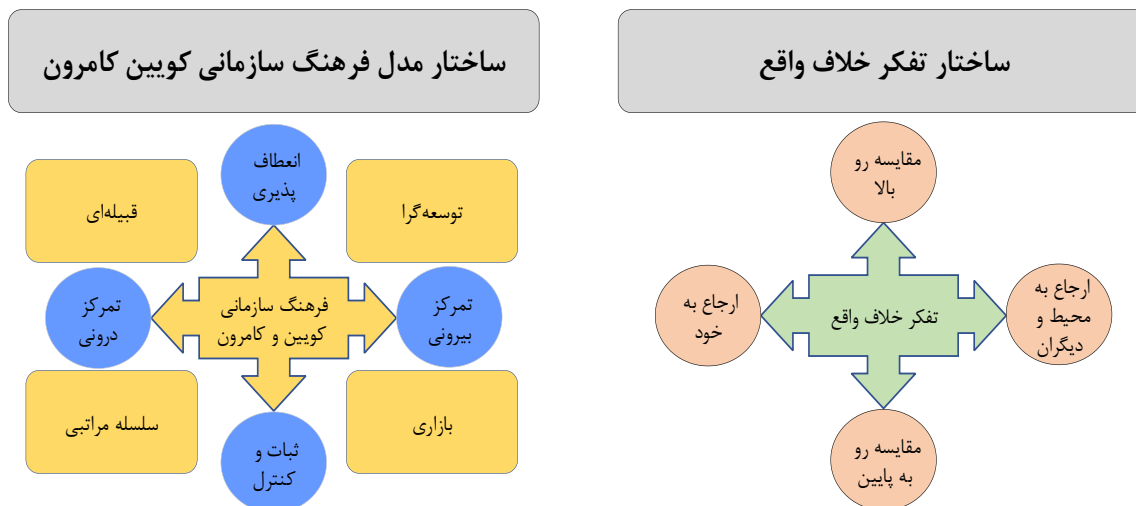
فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

	<p>انسجام سازمان - قوانین و ضوابط - رعایت سلسله مراتب - قوانین و رویه‌های استاندارد شده، رسمیت، فرایند محوری، اهداف بلندمدت پایدار، امنیت شغلی، هماهنگی مبتنی بر کارایی - سخت کوشی منسجم، نتایج قابل پیش بینی - شفافیت شرح وظایف، تلاش مستمر و کند - توجه به کیفیت و کارایی، مدیریت قاطع، جریان اطلاعات و ارتباطات از بالا به پایین، ارزش‌های اصلی مشترک، تصمیم‌گیری از بالا به پایین، ساختار سخت گیرانه - تأکید بر سنت‌ها، نظم - ثبات - حذف ریسک - زنجیره فرمان - وضوح نقش‌ها و مسئولیت‌ها - استفاده از دانش بالادستی - تأکید بر عناوین شغلی، فقدان مشارکت کارکنان - تکمیل و گردش کار ساده، فقدان خلاقیت و نوآوری - عدم تفویض اختیار - تأکید بر رویه‌ها، دستورالعمل‌ها و پروتکل‌ها - تأکید بر سازمان‌دهی - پاداش فردی - تأکید بر افزایش بهره‌وری و کارایی، پاسخگویی مشخص - حفاظ در برابر تصمیمات تکانشی - تمرکز بر قابلیت اطمینان - کنترل سازمانی - طبقه‌بندی مشاغل، صرفه‌جویی - بوروکراسی - فقدان بیان ایده - تأثیر منفی در روحیه کارکنان - تخصص‌گرایی - شایسته‌سالاری - تطبیق و سازگاری - ثبات شغلی</p>	<p>تمرکز بر داخل و حفظ ثبات فرهنگی متکی بر کنترل ساختارمند و فرایند-محور</p>	<p>فرهنگ سلسله‌مراتبی</p>
<p>لی‌بو، تسو، یانک و چوان^{۶۴} (۲۰۱۷)؛ کامکار و پاشایی هولاسو (۱۳۹۷)؛ لمسام و چارونسو کمانگ کول^{۶۵} (۲۰۲۲)؛ نگوین و جونز^{۶۶} (۲۰۲۲)؛ الخادرا، خاوالده و الدهایت (۲۰۲۲)؛ بلومکوئیست (۲۰۱۹)؛ وم، جیا، نگ و هو^{۶۷} (۲۰۲۲)؛ کیم، تام، کیم و ری (۲۰۱۷)؛ کاشیف، زارکادا و توراسامی^{۶۸} (۲۰۱۷)؛ نعمتی و عبدالملکی (۱۴۰۰)؛ نیک منش و اروجلو (۱۴۰۰)؛ ساری و بیری (۱۴۰۱)؛ حمزوی و حاجی آقایی (۱۴۰۱)</p>	<p>روابط دوستانه و مشارکتی - فرهنگ طایفه‌ای - ارتباطات باز، سیستم سنتی، تأکید بر ساختار و ثبات سازمان، جهت‌گیری تیمی؛ تأکید بر همکاری، یادگیری و به اشتراک‌گذاری تیمی، تیم‌سازی، عملکرد منسجم و هماهنگ - افزایش همکاری، ارزش‌های منعطف، انعطاف‌پذیری نقش‌ها و وظایف، سازگاری محیطی - هدف محوری - کار گروهی - برنامه‌های مشارکت کارکنان - تعهد سازمانی - توسعه منابع انسانی - تعهد و وفاداری کارکنان - وفاداری و رسم و عادات و اعتقادات - نقش پدران مدیران - همبستگی و انسجام و روحیه افراد - تمرکز داخلی - تفویض اختیار - انعطاف‌پذیری - تعامل زیاد - جو سازگاری - سبک قبیله‌ای و خانوادگی</p>	<p>تمرکز بر داخل و انعطاف‌پذیری فرهنگی متکی بر مشارکت، ارتباط دوستانه و مردم-محور</p>	<p>فرهنگ قبیله‌ای</p>

تنظیم رفتار کارکنان در سازمان‌ها از.../اغنیمتی، علی پوردرویشی، یزدانی و شیخ الاسلامی

جدول ۶. شباهت ساختار تفکر خلاف واقع و فرهنگ‌سازمانی و ضریب توافقی کاپا (منبع: یافته‌های پژوهش‌گر)				
ردیف	فرهنگ‌سازمانی	تفکر خلاف واقع	شباهت	درصد توافق
۱	فرهنگ‌سازمانی بازاری (حفظ ثبات و کنترل)	مقایسه رو به پایین	هم‌راستایی به‌سوی حفظ وضع موجود	٪۷۷
۲	فرهنگ‌سازمانی بازاری (تمرکز بر بیرون/محیط)	ارجاع به دیگری	ناهم‌راستا	٪۷۱
۳	فرهنگ‌سازمانی توسعه‌گرا (انعطاف‌پذیری)	مقایسه روبه بالا	هم‌راستایی به‌سوی پویایی و یادگیری	٪۸۳
۴	فرهنگ‌سازمانی توسعه‌گرا (تمرکز بر بیرون/محیط)	ارجاع به دیگری	ناهم‌راستا	٪۶۸
۵	فرهنگ‌سازمانی قبیله‌ای (انعطاف‌پذیری)	مقایسه روبه بالا	هم‌راستایی به‌سوی پویایی و یادگیری	٪۸۱
۶	فرهنگ‌سازمانی قبیله‌ای (تمرکز بر درون)	ارجاع به خود	هم‌راستایی به‌سوی مسئولیت‌پذیری و انسجام	٪۶۸
۷	فرهنگ‌سازمانی سلسله‌مراتبی (حفظ ثبات و کنترل)	مقایسه روبه پایین	هم‌راستایی به‌سوی حفظ وضع موجود	٪۷۱
۸	فرهنگ‌سازمانی سلسله‌مراتبی (تمرکز بر درون)	ارجاع به خود	هم‌راستایی به‌سوی مسئولیت‌پذیری و هماهنگی	٪۶۸

بر اساس یافته‌های فوق، شباهت ساختاری تفکر خلاف واقع با مدل فرهنگ‌سازمانی مورد مطالعه در شکل شماره ۲ آورده شده است:



شکل ۲. شماتیک شباهت ساختار تفکر خلاف واقع و فرهنگ‌های سازمانی

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش باهدف یافتن پاسخی برای این پرسش انجام شده است: شباهت ساختار تفکر خلاف واقع با مدل فرهنگ‌سازمانی کویین و کامرون در تنظیم رفتار کارکنان چیست؟ این شباهت‌ها و نقش آن‌ها در تنظیم رفتار کارکنان به شرح زیر می‌باشد:

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

شباهت ۱: حفظ ثبات و کنترل در فرهنگ‌سازمانی بازاری با مقایسه رو به پایین در تفکر خلاف واقع (ضریب توافق)

این شباهت نقش هم‌راستایی در تنظیم رفتار کارکنان دارد. در این حالت در فرهنگ‌سازمانی بازاری تمایل به حفظ وضع موجود می‌باشد مانند تأکید بر بازده ملموس، بردباری و احترام، ارزیابی دقیق، کارایی و تأکید بر تشویق و تنبیه (انوری، نرگسیان، عسگری و محمد اسماعیلی، ۱۴۰۲). از طرفی در مقایسه رو به پایین در تفکر خلاف واقع فرد شرایط خودش را با وضعیت بدتر مقایسه می‌کند و لذا به قضاوت مثبت، واقعیت‌نگری، بازکاوی و حقیقت‌جویی از طریق خوش‌بینی و مثبت‌اندیشی، عاطفه مثبت، عزت‌نفس، پذیرش، لذت، شادکامی و حس رضایت از اینکه اوضاع بدتر نیست می‌پردازد. هم‌راستایی این دو بعد در تنظیم رفتار کارکنان به تفکر خنثی، کاهش تلاش، تصمیم‌گیری با پذیرش ریسک پایین، تناسب رفتار و باورهای فرد در تولید ارزش‌های موردقبول سیستم، تقویت باورهای معنوی، توجیه وضع موجود و ساختن مزایا برای ثبات سازمانی - قابل‌قبول بودن بعضی از سازه‌های سازمانی به‌عنوان ارزش سازمانی - تأثیرگذاری فرهنگی مثبت، پذیرش خرده‌فرهنگ‌های موجود، کاهش تعارض و حفظ احترام در روابط می‌انجامد.

شباهت ۲: تمرکز بر محیط بیرونی در فرهنگ‌سازمانی بازاری با ارجاع به محیط و دیگران در تفکر خلاف واقع (ضریب توافق)

در واقع شباهت شماره ۲ در تنظیم رفتار کارکنان با هم هم‌راستا نیستند. در این حالت در فرهنگ‌سازمانی بازاری تمایل به پی‌گیری شرایط رقبا، پایش تغییرات محیطی و فناوری‌های جدید، برانگیختن روحیه تلاش، روابط عمومی قوی، تدوین استراتژی‌های رقابتی و سرآمدی در محیط کسب‌وکار وجود دارد (مولاکدی و بوچما^۶، ۲۰۲۰). از طرف دیگر در تفکر خلاف واقع ارجاع به محیط و دیگران این پردازش صورت می‌گیرد که رخدادها نتیجه پدیده‌های بیرونی هستند و فرد عدم مسئولیت‌پذیری، تعهد پایین و نیز بی‌تفاوتی نسبت به پیگیری در احقاق حق را توجیه می‌کند. در این حالت در تنظیم رفتار افراد در سازمان می‌توان با بالا رفتن احتمال عدم شناخت حقوق قانونی، سهولت نفوذ افراد و دسته‌های مافیایی در سازمان، سکوت سازمانی، بی‌تفاوتی سازمانی، تقویت بی‌مسئولیتی مدیران، عدم حساسیت به شایسته‌سالاری، تضعیف روحیه کارکنان، مقاومت برای یادگیری سازمانی - رفتارهای ضد بهره‌وری، عدم رعایت کرامت انسانی، فقدان تلاش برای درک دستورالعمل‌ها، خروج نیروها و آرزوی رفتن به سازمان دیگر، بدبینی به مدیران، افسردگی سازمانی، احساس تبعیض فردی و

تنظیم رفتار کارکنان در سازمان‌ها از.../غنیمتی، علی پوردرویشی، یزدانی و شیخ الاسلامی

سازمانی - قدرت گرفتن روابط غیررسمی و غلبه خرده‌فرهنگ‌ها بر فرهنگ‌سازمانی و عدم پرورش استعدادها مواجه شود.

شباهت ۳: انعطاف‌پذیری در فرهنگ‌سازمانی توسعه‌گرا با مقایسه رو به بالا (مثبت) در تفکر خلاف واقع (ضریب توافق)

این دو ویژگی در تنظیم رفتار کارکنان به‌سوی یادگیری و پویایی هم‌راستا هستند. فرهنگ‌سازمانی توسعه‌گرا به دنبال تغییر وضعیت موجود، رشد افراد از طریق یادگیری، تاب‌آوری در بحران و تحول سازمانی هستند. از طرفی در تفکر خلاف واقع مقایسه رو به بالا یعنی مقایسه با شرایط بهتر از شرایط فعلی، دو نوع قضاوت مثبت و منفی اتفاق می‌افتد. مقایسه روبه بالا (مثبت) باعث شکل‌گیری انعطاف‌پذیری و تاب‌آوری سازمانی، پژوهشگری، مواجهه با مشکلات و توانایی حل مسئله می‌شود، زیرا فرد می‌خواهد به شرایط بهتر برسد و در اینجا تلاش برای یادگیری، پیشرفت و تحول اتفاق می‌افتد (سینداکیس، کیتسیوس، آگاروال و کاماریاتویو^{۷۰}، ۲۰۲۲)، (ورکمن استارک^{۷۱}، ۲۰۲۱)؛ اما در مقایسه روبه بالا (منفی) فرد احساس ناکامی، منفی‌گرایی، افسردگی، وسواس فکری، اختلال خواب، اضطراب، استرس، عاطفه منفی، نشخوار فکری دارد که معمولاً مانع پویایی و پیشرفت افراد می‌شود. لذا تفکر رو به بالا با بخش قضاوت منفی هم‌راستا با فرهنگ‌سازمانی توسعه‌گرا نمی‌باشد.

شباهت ۴: تمرکز بر بیرون (محیط) در فرهنگ‌سازمانی توسعه‌گرا با ارجاع به محیط و دیگران در تفکر خلاف واقع (ضریب توافق)

درواقع شباهت شماره ۴ در تنظیم رفتار کارکنان باهم هم‌راستا نیستند و وضعیتی مشابه با شباهت ۲ اتفاق می‌افتد. فرهنگ‌سازمانی توسعه‌گرا مانند فرهنگ بازاری بر بیرون از سازمان، رقابت، پویایی، یادگیری از محیط و تعالی در زمینه کسب‌وکار تأکید دارد (جهانزب و موهانتی^{۷۲}، ۲۰۲۰)، (سیمبرینگ، نیمران، آستوتی و یوتامی^{۷۳}، ۲۰۲۰). درحالی‌که ارجاع به محیط و دیگران به عدم مسئولیت‌پذیری و شانه خالی کردن از یادگیری و رقابت می‌انجامد.

شباهت ۵: انعطاف‌پذیری در فرهنگ‌سازمانی قبيله‌ای با مقایسه رو به بالا (مثبت) در تفکر خلاف واقع (ضریب توافق)

این دو ویژگی مانند شباهت ۳ در تنظیم رفتار کارکنان به‌سوی یادگیری و پویایی و تحول‌گرایی هم‌راستا هستند.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

شباهت ۶: تمرکز بر درون در فرهنگ‌سازمانی قبيله‌ای با ارجاع به خود در تفکر خلاف واقع (ضریب توافق)

در اینجا هم‌راستایی به‌سوی مسئولیت‌پذیری و انسجام درون‌سازمانی می‌رود با این جزئیات که افراد در قبال عملکردشان متعهد هستند و به یکدیگر بازخور می‌دهند و از طریق به اشتراک‌گذاری دانش و بازخوردهای گروهی یادگیری را تشویق می‌کنند. توانمندسازی کارکنان یکی از کلیدواژه‌های اصلی این فرهنگ است معمولاً با ارزش‌های درون‌گروهی همراه می‌شود. همچنین برای رشد سازمان از طریق کار گروهی، روابط دوستانه و مشارکت تیمی فعالیت می‌کنند و مسئولیت‌هایشان را به‌طور گروهی تسهیم می‌کنند (وم، جیا، نگ و هو، ۲۰۲۲)، (هیمنت اوغلو، آیدوق، بیراک، ۲۰۲۲).

شباهت ۷: حفظ ثبات و کنترل در فرهنگ‌سازمانی سلسله‌مراتبی با مقایسه رو به پایین در تفکر خلاف واقع (ضریب توافق).

هم‌راستایی به‌سوی حفظ وضع موجود و تحمل پایین ریسک با تأکید بر سنت‌ها، نظم، وضوح نقش‌ها و مسئولیت‌ها انجام می‌شود. تأکید بر عناوین شغلی، فقدان مشارکت کارکنان، تکمیل و گردش کار ساده، ارتباطات رسمی مدیریت، تأکید بر سازمان‌دهی و هماهنگی، تأکید بر رویه‌ها، فقدان انعطاف‌پذیری، ساختار ثابت که در شرایط محیطی باثبات، بدون ابهام و کم ریسک مناسبیت دارد (اوزکان، ۲۰۲۳)، (سو، بیرد و منیر، ۲۰۲۳)، (نگوین و جونز، ۲۰۲۲). در اینجا مشابه مقایسه با شرایط بدتر در تفکر خلاف واقع، سازمان ترجیح می‌دهد برای مواجهه نشدن با شرایط بدتر، شرایط فعلی را حفظ کند لذا حفظ نظم و کنترل اولویت اصلی سازمان می‌باشد.

شباهت ۸: تمرکز بر درون در فرهنگ‌سازمانی سلسله‌مراتبی با ارجاع به خود در تفکر خلاف واقع (ضریب توافق)

این دو ویژگی به‌سوی مسئولیت‌پذیری از طریق روابط رسمی، مسئولیت فردی و ارزیابی عملکرد فردی هم‌راستا هستند. از سوی دیگر به دلیل ارتباطات رسمی سلسله‌مراتبی هدایت و هماهنگی کارکنان اهمیت بسیاری دارد و کارکنان نسبت به انحراف از استانداردهای سازمان به‌طور فردی پاسخگو هستند (نعمتی و عبدالملکی، ۱۴۰۰). اگر روابط خشک و دستوری، حجم کار بالا و غیرمنصفانه و فقدان تحلیل شناختی / رفتاری در سازمان اتفاق بیفتد، کارکنان دچار احساس آسیب، ناتوانی در قبول مسئولیت، کاهش انگیزش، تغییر در ارزش‌ها می‌شوند. از طرف دیگر در حالت ارجاع به خود در تفکر خلاف واقع فرد خودش را مسئول تمام ناکامی‌ها و مشکلات می‌داند و اگر حجم مشکلات بالا باشد و فرد توسط سازمان توانمند نشود ممکن است دچار بی‌انگیزگی، بیماری‌های عصبی و انفعال

تنظیم رفتار کارکنان در سازمان‌ها از.../غنیمتی، علی پوردرویشی، یزدانی و شیخ الاسلامی

شود در اینجا سازمان نیاز به سیستم‌های توانمندسازی، تشویقی / انگیزشی دارد تا کارکنان بتوانند در این شرایط باقی بمانند (صیدی و صغری، ۱۴۰۰).

این مقاله با مقایسه ساختار فرهنگ‌سازمانی مدل کویین و کامرون و ساختار تفکر خلاف واقع به پژوهشگران حوزه رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی نشان می‌دهد که برای آسیب‌شناسی عملکرد کارکنان و رسیدن به اهداف سازمانی چگونه می‌توان با شناخت فرهنگ ویژه آن سازمان و شناسایی نقشه شناختی افراد با رویکرد تفکر خلاف واقع به سازوکارهای اثربخش‌تر و خلاق‌تر مبتنی بر علم شناخت رسید. این مقاله نشان داد که چگونه می‌توان از افکار خلاف واقع برای بازنمایی ذهنی واقعیت نامطلوب و ساخت سناریوهای احتمالی، دانش و تجربیات و مهارت‌های آموخته‌شده فرد را در بستر و محتوای فرهنگ‌سازمانی قرارداد و سناریوهای تنظیم رفتار کارکنان را با ساخت سناریوهای دانشی متنوعی که رخ نداده‌اند ایجاد کنند. بنابراین سازمان‌ها می‌توانند خلاف واقع‌های کارکنان را به‌عنوان سرمایه دانشی سازمان تلقی کنند و از ظرفیت دانشی نهفته در افکار کارکنان خود بهره ببرند (علی‌پور درویشی، ۱۳۹۱). این مهم وقتی قابل‌اجرا می‌شود که مدیران با شناخت نوع فرهنگ‌سازمانی خود بر اساس مدل کویین و کامرون، شباهت آن با ساختار افکار خلاف واقع کارکنان خود را تعیین کرده و از آن به‌عنوان یک سرمایه دانشی در راستای آسیب‌شناسی و جهت‌دهی به رفتار کارکنان استفاده نمایند.

منابع

- ۱) آذر، عادل و علی پوردرویشی، زهرا. (۱۳۸۹). طراحی الگوی ارتباط فرهنگ‌سازمانی و فرهنگ فردی با ادراک عدالت کارکنان (مطالعه موردی: بانک‌های دولتی). اخلاق در علوم و فناوری، ۵(۳-۴)، ۵-۱۴.
- ۲) آذر، عادل، علی پوردرویشی، زهرا و دانایی‌فرد، حسن. (۱۳۸۹). رویکردی فازی به ادراک عدالت در چارچوب تئوری انصاف بانک ملت. پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۱۴(۳) (پیاپی ۶۸)، ۶۱-۸۹.
- ۳) افراسیابی ر. خزاعی م. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر فرهنگ‌سازمانی دنیسون بر عملکرد سازمانی با میانجی‌گری رفتار شهروندی سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان بانک صادرات شهر مشهد). نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۳(۹)، ۳۶۶-۳۴۵. Retrieved from <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/19>
- ۴) انوری، زهره، نرگسیان، عباس، عسگری، ناصر و محمد اسمعیلی، ندا. (۱۴۰۲). شناسایی پیشران‌ها و بازدارنده‌های ارتقای یکپارچه‌سازی فرهنگ‌سازمانی پس از ادغام و اکتساب: مرور نظام‌مند ادبیات. مجله علمی مدیریت فرهنگ‌سازمانی
- ۵) بابایی، بهزاد، میرسپاسی، ناصر، آزاد، ناصر و قجری، سمیه. (۱۴۰۱). طراحی الگوی فرهنگ‌سازمانی در سازمان‌های حاکمیتی-میانمداری. مطالعات رفتار سازمانی، ۱۱(۱) (پیاپی ۴۱)، ۸۳-۱۱۴.
- ۶) دهقانان، حامد و بشیرپور، مهدی، ۱۳۹۸، فراترکیبی از تأثیر ابعاد روان‌شناختی و علوم شناختی بر رفتارهای سازمانی افراد، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، مهندسی صنایع، اقتصاد و حسابداری، <https://civilica.com/doc/933376>
- ۷) حمزوی، حسین و حاجی‌آقایی، آرمین، (۱۴۰۱)، تأثیر عدالت‌سازمانی، فرهنگ‌سازمانی و حمایت سازمانی ادراک‌شده بر تعهد سازمانی کارکنان (مورد مطالعه: کارکنان اداره گاز استان بوشهر)، پنجمین همایش ملی تحقیقات میان‌رشته‌ای در مدیریت و علوم انسانی، تهران، <https://civilica.com/doc/1574823>
- ۸) رحیم‌نیا، فریبرز و فرزانه حسن‌زاده، ژاله. (۱۳۹۱). تأثیر فرسودگی شغلی بر ابعاد فرهنگ‌سازمانی دنیسون. مدیریت فردا، ۱۱(۳۳)، ۱۲۹-۱۴۳. <https://sid.ir/paper/fa520332SID>
- ۹) رستگار، عباسعلی و کوشش تبار، محسن. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر و اولویت‌بندی انواع فرهنگ‌سازمانی (مدل کامرون و کوپین) بر شادکامی در سازمان با میانجی‌گری معنویت در محیط کار (مطالعه موردی: کارکنان سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران). مدیریت شهری، ۱۶(۴۶)، ۳۹۳-۴۰۸. [SID. https://sid.ir/paper/91989/fa](https://sid.ir/paper/91989/fa)

تنظیم رفتار کارکنان در سازمان‌ها از.../غنیمتی، علی پوردرویشی، یزدانی و شیخ الاسلامی

- ۱۰) ساری، مهدی و بیری، لیلا، ۱۴۰۱، بررسی رابطه عدالت سازمانی و تعهد سازمانی با میانجیگری فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی و نقش تعدیلگری جنسیت، دومین کنفرانس علوم اجتماعی، روانشناسی، علوم تربیتی و علوم انسانی، <https://civilica.com/doc/1448667>
- ۱۱) صالحی احسان، درویش زهرا علی پور، آذر عادل، میرسپاسی ناصر. (۱۴۰۱) اندازه‌گیری سبک‌های رهبری در سازمان با رویکرد تفکر خلاف واقع (مورد مطالعه شرکت نفت فلات قاره ایران). مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی. ۱۴۰۱؛ ۱۴ (۵۵): ۶۱-۷۸
- ۱۲) صیدی، راحله و سینا، فاطمه صغری. (۱۴۰۰). پیش‌بینی توانمندسازی دبیران، مبتنی بر مدیریت دانش و فرهنگ سازمانی: مورد مطالعه دبیران مقطع متوسطه اول شهر پردیس. پژوهش‌های جامعه‌شناسی، ۱۵(۱)، ۱۴۱-۱۶۱.
- ۱۳) عابدی جعفری، عابد و امیری، مجتبی. (۱۳۹۸). فرا ترکیب، روشی برای سنتز مطالعات کیفی. روش‌شناسی علوم انسانی، ۲۵(۹۹)، ۷۳-۸۷. doi: ۱۰.۳۰۴۷۱/mssh.۱۰.۳۰۴۷۱.۲۰۱۹.۱۶۲۹
- ۱۴) علامه، سیدحسن و عسکری باجگرانی، محبوبه. (۱۳۹۶). آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی و شناسایی الزامات تغییر آن در شرکت برق منطقه ای اصفهان. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۵(۳)، ۵۷۵-۶۰۳. <https://sid.ir/paper/196375/fa> SID.
- ۱۵) علی پوردرویشی، زهرا، خائف‌الهی، احمدعلی. (۱۴۰۰). طراحی مدل سایش اجتماعی نیروی انسانی و پیامدهای ارتباطات میان فردی. پژوهش‌های مدیریت در ایران، 4(2), 45-66. <https://sid.ir/paper/fa355997>
- ۱۶) علی پور درویشی، زهرا. (۱۳۹۱). ارائه مدل عوامل مؤثر بر تسهیم دانش گروه‌های آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی (پیمایشی پیرامون واحد تهران شمال و علوم و تحقیقات). مدیریت فناوری اطلاعات، ۴(۱۰)، ۹۱-۱۱۶.
- ۱۷) فرخ سرشت، بهزاد و فیض، محمد و نوروز اشرفی، رضا. ۱۳۹۵، نقش فرهنگ در کارکرد سازمانی، کنفرانس جامع علوم مدیریت و حسابداری، تهران، <https://civilica.com/doc/605992>
- ۱۸) کامکار، مهدی، پاشایی هولاسو، امین. (۱۳۹۷). مدل تاثیرگذاری معنویت و عدالت سازمانی بر عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: یکی از سازمان‌های تولیدی نیروهای مسلح). مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، ۲(۶)، ۹۹-۱۳۰.
- ۱۹) نیک منش، شمس‌الدین و عروجلو، حمید، (۱۴۰۰)، مدل‌سازی تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر رفتار شهروندی و رضایت شغلی با توجه به نقش تعدیل گر رهبری توزیعی، ششمین

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

کنفرانس مطالعات مدیریت اقتصاد و حسابداری صنعت محور،

تهران، <https://civilica.com/doc/1373100>

۲۰) نعمتی لیلا، عبدالملکی بابک. (۱۴۰۰) رابطه فرهنگ سازمانی و جواخلاقی در تعالی بخشیدن به سلامت سازمانی: نقش میانجی یگانگی فرد- سازمانی. اخلاق در علوم و فناوری ۱۴۰۰؛ ۱۶ (۱): ۷۶-۸۳

۲۱) نیازی، محسن، بهروزیان، بهروز، سخایی، ایوب و حسینی زاده آرانی، سیدسعید. (۱۳۹۶). فراتحلیل مطالعات رابطه بین ادراک عدالت سازمانی و فرهنگ کار. مدیریت سازمان‌های دولتی، ۵(۲)، ۴۳-۵۹.

22) Aguirre, R. & Bolton, K. (2014). A Qualitative Interpretive Meta-Synthesis in Social Work Research: Uncharted Territory. *Journal of Social Work*, 14, 279-294. <https://doi.org/10.1177/1468017313476797>

23) Alipour Darvishi, Zahra & Doroudi Fardad, & Madani Navid (2018) Fuzzy Modeling of the Enactment of Stigma by Healthcare Personnel Toward People Living with HIV in the Frame of Counterfactual Thinking: A Mixed-Method Approach. *AIDS RESEARCH AND HUMAN RETROVIRUSES*, 2018, Vol.34:9, <https://doi.org/10.1089/aid.2018.0166>

24) Alkhadra, W.A. Khawaldeh, S. and Aldehayyat, J. (2023), "Relationship of ethical leadership, organizational culture, corporate social responsibility and organizational performance: a test of two mediation models", *International Journal of Ethics and Systems*, Vol. 39 No. 4, pp. 737-760. <https://doi.org/10.1108/IJOES-05-2022-0092>

25) Azar, A. & Darvishi, Z. A. (2011). Development and validation of a measure of justice perception in the frame of Fairness theory-Fuzzy approach. *Expert Systems with Applications*, 38(6), 7364-7372.

26) Azar, Adel, Alipour Darvishr, Zahra, & Danaeifard, Hassan. (2010). A fuzzy approach to justice perception in the frame of the fairness theory (case study: melat bank). *modarres human sciences*, 14(3 (tome 68)), 61-89. [sid. https://sid.ir/paper/582867/en](https://sid.ir/paper/582867/en)

27) Bies, R. J. Tripp, T. M. & Kramer, R. M. (1997). At the breaking point: Cognitive and social dynamics of revenge in organizations. In R. A. Giacalone & J. Greenberg (Eds.), *Antisocial behavior in organizations* (pp. 18-36). Sage Publications, Inc

28) Blomquist, W. (2019). The policy process and large-N comparative studies. In *Theories of the Policy Process*, Second Edition (pp. 261-289). Routledge.

29) Broomhall, A. G. & Phillips, W. J. (2020). Collective harmony as a moderator of the association between other-referent upward counterfactual thinking and depression. *Cogent Psychology*, 7(1), 1714833.

- 30) Byrne, Ruth M.J. Mental models and counterfactual thoughts about what might have been, *TRENDS in Cognitive Sciences* Vol.6 No.10 October 2002.
- 31) Byrne, R. M. J. & Johnson-Laird, P. N. (2020). If and or: Real and counterfactual possibilities in their truth and probability. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 46 (4), 760–780.
- 32) Cameron, K. S. & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework* (3rd ed). San Francisco: Jossey-Bass.
- 33) Chen, J. Chiu, C. Y. Roese, N. J. Tam, K. P. & Lau, I. Y. M. (2006). Culture and counterfactuals: On the importance of life domains. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 37(1), 75-84.
- 34) De Brigard, F. & Parikh, N. (2019). Episodic Counterfactual Thinking. *Current Directions in Psychological Science*, 28(1), 59-66.
- 35) Diefendorff, J. M. Richard, E. M. & Yang, J. (2008). "Linking emotion regulation strategies to affective events and negative emotions at work". *Journal of Vocational Behavior*, 73, 498–508.
- 36) Douglas, S. C. & Martinko, M. J. (2001). Exploring the role of individual differences in the prediction of workplace aggression. *Journal of Applied Psychology*, 86(4), 547–559.
- 37) Enworo, O. C. (2023). Application of Guba and Lincoln's parallel criteria to assess trustworthiness of qualitative research on indigenous social protection systems. *Qualitative research journal*, 23(4), 372-384.
- 38) Galinsky, A. D. & Kray, L. J. (2004). From thinking about what might have been to sharing what we know: The effects of counterfactual mind-sets on information sharing in groups. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40(5), 606-618.
- 39) Gamlin J, Smallman R, Epstude K, Roese NJ (2020) Dispositional optimism weakly predicts upward, rather than downward, counterfactual thinking: A prospective correlational study using episodic recall. *PLoS ONE* 15(8): e0237644.
- 40) Gunnell, D. Appleby, L. Arensman, E. Hawton, K. John, A. Kapur, N. ... & Yip, P. S. (2020). Suicide risk and prevention during the COVID-19 pandemic. *The Lancet Psychiatry*, 7(6), 468-471.
- 41) Grundmann, F. Smallman, R. & Epstude, K. (2022). Grandiose narcissism shapes counterfactual thinking (and regret): Direct and indirect evidence. *Journal of Research in Personality*, 99, 104235.
- 42) Grover, V. Tseng, S. L. & Pu, W. (2022). A theoretical perspective on organizational culture and digitalization. *Information & Management*, 103639.

- 43) Haffar, M. Al-Karaghoul, W. Djebarni, R. Al-Hyari, K. Gbadamosi, G. Oster, F. ... & Ahmed, A. (۲۰۲۳). Organizational culture and affective commitment to e-learning'changes during COVID-۱۹ pandemic: The underlying effects of readiness for change. *Journal of business research*, ۱۵۵, ۱۱۳۳۹۶.
- 44) Himmetoğlu, B. Ayduğ, D. and Bayrak, C. (2022), "Relationships among teachers' perceptions on coworker social loafing, organizational justice and task visibility", *International Journal of Educational Management*, Vol. 36 No. 3, pp. 247-260.
- 45) Ismail, M. and Umar Baki, N. (2017), "Organizational factors of justice and culture leading to organizational identification in merger and acquisition", *European Journal of Training and Development*, Vol. 41 No. 8, pp. 687-704.
- 46) Jehanzeb, K. and Mohanty, J. (2020), "The mediating role of organizational commitment between organizational justice and organizational citizenship behavior: Power distance as moderator", *Personnel Review*, Vol. 49 No. 2, pp. 445-468.
- 47) Jenny, J. P. Koirala, S. Gregory-Eaves, I. Francus, P. Niemann, C. Ahrens, B. ... & Carvalhais, N. (2019). Human and climate global-scale imprint on sediment transfer during the Holocene. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(46), 22972-22976.
- 48) Petrocelli, J. V. Seta, C. E. & Seta, J. J. (2012). Prefactual potency: The perceived likelihood of alternatives to anticipated realities. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(11), 1467-1479.
- 49) Kahneman, D. & Miller, D. T. (1986). Norm theory .Comparing reality to its alternatives. *Psychological Review*, 93(2), 136.
- 50) Karim, M. S. Sena, V. & Hart, M. (2022). Developing entrepreneurial career intention in entrepreneurial university: the role of counterfactual thinking. *Studies in Higher Education*, 47(5), 1023-1035.
- 51) Karthik KR, V. & Vasanthakumar, V. (2022). Caste, then Class. *CASTE: A Global Journal on Social Exclusion*, 3(1), 107-122.
- 52) Kashif, M. Zarkada, A. & Thurasamy, R. (2017). The moderating effect of religiosity on ethical behavioural intentions: An application of the extended theory of planned behaviour to Pakistani bank employees. *Personnel Review*, 46(2), 429-448.
- 53) Kastanakis, M. and Voyer, Benjamin G. (2014) The effect of culture on perception and cognition: a conceptual framework. *Journal of Business Research*, 67 (4).

- 54) Kelebek, E. E. & Alniacik, E. (2022). Effects of Leader-Member Exchange, Organizational Identification and Leadership Communication on Unethical Pro-Organizational Behavior: A Study on Bank Employees in Turkey. *Sustainability*, 14(3).
- 55) Kim, S. Tam, L. Kim, J.N. and Rhee, Y. (2017), "Determinants of employee turnover intention: Understanding the roles of organizational justice, supervisory justice, authoritarian organizational culture and organization-employee relationship quality", *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 22 No. 3, pp. 308-328.
- 56) Kahneman, D. & Miller, D. T. (1986). Norm theory: Comparing reality to its alternatives. *Psychological Review*, 93(2), 136–153.
- 57) Kelloway, E. K. Francis, L. Prosser, M. & Cameron, J. E. (2010). Counterproductive work behavior as protest. *Human resource management review*, 20(1), 18-25.
- 58) Khudri, M. M. & Sadia, A. T. (2022). Employer branding attractiveness for potential employees in an emerging economy: evidence of heterogeneity. *International Journal of Export Marketing*, 5(3-4), 320-344.
- 59) Lamsam, N. & Charoensukmongkol, P. (2022). Effect of CEO transformational leadership on organizational ethical culture and firm performance: the moderating effect of competitive intensity. *Journal of Asia Business Studies*, 17(3), 539-558.
- 60) Lewis, David (۱۹۷۳). Causation. *Journal of Philosophy* ۷۰ (۱۷):۵۶۷-۵۵۶.
- 61) Lin, Y. C. Stone, A. B. Byatt, G. & Rotche, L. (2024). How is counterfactual thinking integrated in organizational risk and resilience practices? *Journal of Risk Research*, 27(1), 63-84.
- 62) Linden, A. Best, L. Elise, F. Roberts, D. Branagan, A. Tay, Y. B. E. ... & Gurusamy, K. (2023). Benefits and harms of interventions to improve anxiety, depression, and other mental health outcomes for autistic people: A systematic review and network meta-analysis of randomised controlled trials. *Autism*, 27(1), 7-30.
- 63) Liu, F. Tso, K. F. G. Yang, Y. & Guan, J. (2017). Multilevel analysis of employee satisfaction on commitment to organizational culture: Case study of chinese state-owned enterprises. *Mathematical and Computational Applications*, 22(4), 46.
- 64) Lu, H. Wu, T. Liu, D. & Wang, Z. (2018). Thinking of better or worse? How goal orientation affects safety behavior in near misses. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 46(3), 375-386.

- 65) Markman, K. D. & Miller, A. K. (2006). Depression, control, and counterfactual thinking: Functional for whom? *Journal of Social and Clinical Psychology*, 25(2), 210-227.
- 66) Osei, M. B. Papadopoulos, T. Acquaye, A. & Stamati, T. (2023). Improving sustainable supply chain performance through organisational culture: A competing values framework approach. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 29(2), 100821.
- 67) Martinez-Saito, M. & Gorina, E. (2022). Learning under social versus nonsocial uncertainty: A meta-analytic approach. *Human Brain Mapping*, 43(13), 4185-4206.
- 68) Mews, J. (2019) Effective Leadership in Higher Education: A Review of Leadership Style Preferences among Faculty and Staff within the United States. *Open Journal of Leadership*, 8, 58-74.
- 69) Mikušová M, Klabusayová N, Meier V. Evaluation of organisational culture dimensions and their change due to the pandemic. *Eval Program Plann.* 2023 Apr;97:102246.
- 70) Mohammed, A. (2020) The Status of Teachers' Professional Development and Code of Ethics: The Case of Madda Walabu University—Ethiopia. *Library Journal*, 7, 1-19
- 71) Moulakdi, A. and Bouchamma, Y. (2020) Professional Development for Primary School Teachers in Cameroon: Is the Cascade PD Model Effective? *Creative Education*, 11, 1129-1144
- 72) Parikh, N. LaBar, K. S. & De Brigard, F. (2020). Phenomenology of counterfactual thinking is dampened in anxious individuals. *Cognition and Emotion*, 34(8), 1737-1745.
- 73) Nicklin, J. M. (2013). Expertise, counterfactual thinking, and fairness perceptions: A test of fairness theory. *Social Justice Research*, 26, 42-60.
- 74) Nguyen, M. H. & Jones, T. E. (2022). Building eco-surplus culture among urban residents as a novel strategy to improve finance for conservation in protected areas. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 1-15.
- 75) Özkan, A.H. (2023), "Organizational justice perceptions and turnover intention: a meta-analytic review", *Kybernetes*, Vol. 52 No. 8, pp. 2886-2899.
- 76) Parikh, N. LaBar, K. S. & De Brigard, F. (2020). Phenomenology of counterfactual thinking is dampened in anxious individuals. *Cognition and Emotion*, 34(8), 1737-1745.
- 77) Pighin, S. Byrne, R. M. J. & Tentori, K. (2022). "If only" Counterfactual thoughts about cooperative and uncooperative decisions in social dilemmas. *Thinking & Reasoning*, 28(2), 193–225.

- 78) Ramzy, O. El Bedawy, R. Maher, A. & others. (2018). Dysfunctional Behavior at the Workplace and Its Impact on Employees' Job Performance. *International Journal of Business Administration*, 9(4), 224–233.
- 79) Rodríguez-González, R. M. Madrid-Guijarro, A. & Maldonado-Guzmán, G. (2023). Digital organizational culture and absorptive capacity as precursors to supply chain resilience and sustainable performance. *Journal of Cleaner Production*, 420, 138411.
- 80) Epstude, K. & Roese, N. J. (2008). The functional theory of counterfactual thinking. *Personality and social psychology review*, 12(2), 168-192.
- 81) Sandelowski, M. Barroso, J. & Voils, C. I. (2007). Using qualitative metasummary to synthesize qualitative and quantitative descriptive findings. *Research in nursing & health*, 30(1), 99-111.
- 82) Sembiring, N. Nimran, U. Astuti, E.S. and Utami, H.N. (2020), "The effects of emotional intelligence and organizational justice on job satisfaction, caring climate, and criminal investigation officers' performance", *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 28 No. 5, pp. 1113-1130.
- 83) Sigler, T. H. & Pearson, C. M. (2000). Creating an empowering culture: examining the relationship between organizational culture and perceptions of empowerment. *Journal of quality management*, 5(1), 27-52.
- 84) Sindakis, S. Kitsios, F. Aggarwal, S. and Kamariotou, M. (2022), "Entrepreneurial strategies and family firm culture in the Arab world: a systematic literature review", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 29 No. 7, pp. 994-1016.
- 85) Skarlicki, D.P. and Folger, R. (1997) Retaliation in the Workplace: The Roles of Distributive, Procedural, and Interactional Justice. *Journal of Applied Psychology*, 82, 434-443.
- 86) Smallman, R. & Summerville, A. (2018). Counterfactual thought in reasoning and performance. *Social and Personality Psychology Compass*, 12(4), e12376.
- 87) Smallman, R. & Roese, N. J. (2009). Counterfactual thinking facilitates behavioral intentions. *Journal of experimental social psychology*, 45(4), 845-852.
- 88) Su, S. Baird, K. and Munir, R. (2023), "Organisational resilience: the role of organisational culture from an organisational life cycle perspective", *International Journal of Manpower*, Vol. 44 No. 3, pp. 403-421.
- 89) Tagini S, Solca F, Torre S, Brugnera A, Ciammola A, Mazzocco K, Ferrucci R, Silani V, Pravettoni G, Poletti B. Counterfactual thinking in psychiatric and neurological diseases: A scoping review. *PLoS One*. 2021 Feb 16;16(2):e0246388.

- 90) Tajik, M. Makui, A. & Tosarkani, B. M. (2023). Sustainable cathode material selection in lithium-ion batteries using a novel hybrid multi-criteria decision-making. *Journal of Energy Storage*, 66, 107089.
- 91) Tran, H. A. Strizhakova, Y. Liu, H. & Golgeci, I. (2021). "If only...": customer counterfactual thinking in failed recovery. *European Journal of Marketing*, 55(12), 3221-3249.
- 92) Triguero-Sánchez, R. Peña-Vinces, J. & Ferreira, J. J. M. (2022). The effect of collectivism-based organisational culture on employee commitment in public organisations. *Socio-Economic Planning Sciences*, 83, 101335.
- 93) Van Hoeck, N. Watson, P. D. & Barbey, A. K. (2015). Cognitive neuroscience of human counterfactual reasoning. *Frontiers in human neuroscience*, 9, 420.
- 94) Vem, L. J. Cheah, J. H. Ng, S. I. & Ho, J. A. (2023). Unethical pro-organizational behavior: how employee ethical ideology and unethical organizational culture contribute. *International Journal of Manpower*, 44(4), 577-598.
- 95) White, M. S. Addison, C. C. & Jenkins, B. W. (2022). Beliefs and practices regarding spirituality as a healthcare strategy. *Open Journal of Preventive Medicine*, 12(3), 59-72.
- 96) Workman-Stark, A. (2021), "Countering a masculinity contest culture at work: the moderating role of organizational justice", *International Journal of Organization Theory & Behavior*, Vol. 24 No. 1, pp. 6-23.
- 97) Zheng, Q. Liao, M. Liu, B. Ou, W. Chen, W. Liu, J. & Zhang, Y. (2021). Counterfactual thinking-related emotional responses in patients with major depressive disorder. *Frontiers in Psychiatry*, 11, 589335.

یادداشت‌ها:

1. Rodríguez-González, Antonia Madrid-Guijarrob, Gonzalo Maldonado and Guzmanc
2. Quality Of Organizational Behavior
3. Sigler and Pearson
4. Mews
5. Özkan
6. Su, Baird, and Munir
7. Triguero-Sánchez, Peña-Vinces, and Ferreira
8. Mikušová, Klabusayová, and Meier
9. Kastanakis and Voyer
10. De Brigard and Parikh
11. Byrne
12. Himmetoğlu, Ayduğ and Bayrak
13. Blomquist
14. Quinn and Cameron
15. Oseia, Papadopoulosb, Acquayec, and Stamatid
16. Kelebek and Alniacik
17. Mohammed
18. White, Addison and Jenkins
19. Grover, Tseng, and Pu
20. Mikušová, Klabusayová, and Meier
21. Haffar, Al-Karaghoul, Djebarni, Al-Hyari, Gbadamosi, Oster, and Ahmed
22. Lewis
23. Tran, Strizhakova, Liu, and Golgeci
24. Van Hoeck, Aron and Barbey
25. Kahneman and Miller
26. Smallman and Summerville
27. Pighin, Byrne and Tentori
28. Byrne and Johnson-Laird
29. Epstude and Roese
30. Diefendorf
31. Douglas and Martinko
32. Bies, Tripp, and Kramer
33. Skarlicki and Folger
34. Kelloway, Francis, Prosser and Cameron
35. Nicklin
36. Ramzy, Bedawy, and Maher
37. Galinsky and Carey
38. Lu, Wu, Liu, and Wang
39. Kim, Tam, Kim, and Rhee
40. Ismail and Umar Baki

41. Lin, Stone, Byatt, and Rotche
42. Petrocelli, Seta, and Seta
43. Chen, Jing, Chi-Yue Chiu, Roese, Kim-Pong Tam and Ivy Yee-Man Lau
44. Aguirre and Bolton
45. SID and Magiran
46. Science Direct
47. Emerald
48. Scopus
49. Guba and Lincoln
50. Enworo
51. Martinez-Saito and Gorina
52. Broomhall, Anne Gene, Phillips, Wendy, Wu, and Anise
53. Karim, Sena, and Hart
54. Zheng, Liao, Liu, Ou, Chen, Liu, and Zhang
55. Grundmann, Smallman, and Epstude
56. Gamlin, Smallman, Epstude, Roese
57. Parikh, Kevin, LaBar and Brigard
58. Tagini, Solca, Torre, Brugnera, Ciammola, Mazzocco, Ferrucci, Silani, Pravettoni, Poletti
59. Alkhadra, Khawaldeh, and Aldehayyat
60. Linden, Best, Elise, Roberts, Branagan, Tay, and Gurusamy
61. Jenny, Koirala, Gregory-Eaves, Francus, Niemann, Ahrens and Carvalhais
62. Gunnell, Appleby, Arensman, Hawton, John, and Kapur
63. Karthik and Vasanthakumar
64. Liu, Tso, Yang, and Guan
65. Lamsam and Charoensukmongkol
66. Nguyen and Jones
67. Vem, Cheah, Ng, and Ho
68. Kashif, Zarkada, and Thurasamy
69. Moulakdi and Bouchamma
70. Sindakis, Kitsios, Aggarwal, and Kamariotou
71. Workman-Stark
72. Jehanzeb and Mohanty
73. Sembiring, Nimran, Astuti, and Utami

Regulating employee behavior in organizations through understanding the similarities of counterfactual thinking structure and Quinn and Cameron's organizational culture model

Gholamreza Ghanimati¹

Zahra Alipour Darvishi²

Receipt: 03/07/2024 Acceptance: 22/08/2024 Hamidreza Yazdani³

Nader Sheikh Al-Islami⁴

Abstract

The aim of the current research is to understand the similarities between the structure of counterfactual thinking and the organizational culture model of Quinn and Cameron in order to regulate the behavior of employees. This research has been done with meta-synthesis method, which was analyzed after three stages of screening 40 Persian and English articles. Data analysis was done using three-level coding method (concept, subcategory, category). The structure of the organizational culture model (market organizational culture, developmental organizational culture, hierarchical organizational culture and tribal organizational culture) and the structure of counterfactual thinking included (upward comparison, downward comparison, reference to others and the environment, and self-reference) Then the similarities between these two were identified and analyzed including 8 similarities. The validity of the research was examined by the method and reliability through the Kappa coefficient of agreement. Out of the 8 similarities obtained, 6 were aligned and 2 were not aligned. The results of this article can be used to diagnose the behavior of employees.

Keywords

counterfactual thinking, organizational culture, behavior regulation, human resources

1-PhD student, Department of Public Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. g.ghanimati@iau-tnb.ac.ir

2- Associate Professor, Department of Business Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) z_alipour@iau-tnb.ac.ir

3- Associate Professor, Department of Leadership and Human Capital, Faculty of Public Administration and Organizational Sciences, School of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. hryzdani@ut.ac.ir

4-Assistant Professor, Department of Public Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. n_sheikholeslami@iau-tnb.ac.ir



اعتبار سنجی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور با تأکید بر مؤلفه‌های رفتاری

افشین هاشمی^۱

داریوش غلامزاده^۲

احمد ودادی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۲۸ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۱۱/۱۵

چکیده

هدف از این پژوهش اعتبار سنجی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور با تأکید بر مؤلفه‌های رفتاری بوده است. این پژوهش از نظر هدف و ماهیت توسعه‌ای است و به روش آمیخته کیفی و کمی انجام گرفت. جامعه آماری بخش کیفی شامل افراد صاحب‌نظر در رابطه با سازمان امور مالیاتی کشور و در بخش کمی نمونه ۳۶۰ نفری از کارشناسان و کارکنان سازمان امور مالیاتی شهر تهران انتخاب شدند. در بخش کیفی از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته و در بخش کمی از پرسشنامه محقق استفاده شد. حاصل پژوهش که از ترکیب داده‌های حاصل از مصاحبه و مطالعه ادبیات است که در قالب یک مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور با تأکید بر مؤلفه‌های رفتاری با سه بُعد الزامات اولیه شامل مؤلفه ویژگی‌های فردی، شایستگی عمومی و شایستگی حرفه‌ای، بُعد بستر و زمینه که مؤلفه‌هایی چون ارزش‌های سازمانی، اهداف و استراتژی‌های سازمان و استانداردهای عملکرد حرفه‌ای را دارد و نهایتاً بُعد رشد و توسعه‌سازمانی که شامل عوامل هدایت و سرپرستی، توسعه عملکرد، آموزش، مانیتورینگ و رصد، جبران خدمت، جذب و استخدام جمعاً با ۱۰۱ شاخص ارائه شد، نتایج نشان داد این مدل از اعتبار و مطلوبیت (برازش نکو) کافی برخوردار است. همه ابعاد و مؤلفه‌های مدل دارای اعتبار و مطلوبیت کافی بوده و فقط چهار شاخص تأیید کافی را به دست نیاوردند و از مدل حذف شدند به همین دلیل مدل نهایی دارای ۹۷ شاخص می‌باشد.

کلمات کلیدی

عملکرد کارکنان، مدیریت عملکرد با تأکید بر مؤلفه‌های رفتاری، رشد و توسعه‌سازمانی.

۱- گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. afshinhashemi48@yahoo.com

۲- گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) golamzadeh33@yahoo.com

۳- گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. ahvedadi@gmail.com

مقدمه

امروزه محیط بی‌ثبات اقتصادی، سازمان‌ها را ملزم می‌کند که به‌منظور کسب موفقیت پایدار و رقابت با سایر سازمان‌ها، کارکنان متعهد به عملکردهای بالای شغلی باشند (عبدو الغنیا، محمد یونس، بحری، ۲۰۱۶). توجه به عملکرد نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی بسیار حیاتی است چراکه هزینه‌های انسانی درصد بالایی از هزینه‌های آن‌ها را شامل می‌شود و سرمایه‌های انسانی مستقیم بر عملکرد آن‌ها اثر می‌گذارد با توجه به اینکه اهداف نظام مدیریت عملکرد شامل برانگیختن عملکرد، کمک به افراد برای توسعه مهارت‌هایشان و ایجاد یک فرهنگی عملکرد می‌باشد، بدون شک نظام مدیریت عملکردی که بتواند این اهداف را برآورده سازد، سهم زیادی در اثربخشی سازمانی دارد.

منابع انسانی گنجینه‌ای از نیروهای بالقوه سازمان هستند که می‌توانند به‌صورت راهبردی توسعه‌یافته و به‌منظور دستیابی به تعالی حرکت نمایند. بقا و موفقیت سازمان به‌طور فزاینده‌ای به ماندگاری و آزاد کردن پتانسیل کامل نیروی انسانی بستگی دارد؛ بنابراین، یکی از چالش‌های پیش روی سازمان‌ها، اتخاذ تدابیر و سازوکارهایی جهت افزایش رضایت و تعهد و درنهایت پایداری کارکنان است (آهاکوا^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). اهمیت نقش نیروی انسانی در سازمان‌ها غیرقابل‌انکار است، نیروی انسانی کارسازترین ابزار جهت دستیابی به اهداف از پیش تعیین‌شده است و عدم توجه به فراهم کردن محیط و ابزار مناسب بهسازی جهت ماندگاری آن‌ها می‌تواند مشکلات زیادی را برای سازمان‌ها به وجود آورد. در دنیایی که تأثیرات و چالش‌های آن با حرکت به سمت جهانی‌سازی اقتصاد روبرو شده است، توجه به مسئله تأثیر پایداری منابع انسانی بر عملکرد سازمان افزایش‌یافته است. تحقیقات زیادی وجود دارد که ثابت می‌کند بین ماندگاری منابع انسانی و عملکرد یک سازمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (باربا آراجون^۲ و همکاران، ۲۰۲۰). سازمان‌ها به‌طور فزاینده‌ای به‌جای پذیرش پارادایم سنتی فرمان، کنترل و انطباق مدیریتی که «نمی‌تواند شرایط و شایستگی لازم برای رویارویی موفقیت‌آمیز با چالش‌ها (نوآوری بی‌پایان، مهندسی مجدد و کار چند فرهنگی) را فراهم کند»، شروع به استفاده از پارادایم مدیریتی جدید مبتنی بر توانمندسازی می‌کنند. مدیران سازمان‌ها باید به عوامل ماندگاری کارکنان توجه کافی داشته تا بتوانند مهارت‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای افراد را تحت تأثیر قرار داده تا کارکنان بتوانند کارشان را با تعهد انجام دهند و به اهداف تعیین‌شده دست پیدا کنند (نوی و همکاران، ۲۰۱۷).

از طرفی عملکرد منابع انسانی در سازمان از دهه‌های گذشته موردعلاقه هم محققین دانشگاهی و هم مدیران بخش‌های اجرایی بوده است چراکه نتیجه نهایی استفاده از منابع ملموس و ناملموس

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

در سازمان‌ها است. هرچند که منابع ناملموس برای سازمان‌ها اهمیت بیشتری دارد. از آنجاکه منابع یک کشور عموماً محدود است، افزایش عملکرد منابع انسانی در سازمان به‌عنوان یک ضرورت اساسی برای ارتقای استاندارد زندگی یک ملت، اهمیت پیدا می‌کند. در جهان امروز، با توجه به محدودیت عوامل مختلف تولید، نیاز به بهره‌وری چه در کشورهای پیشرفته و چه در کشورهای در حال توسعه امری حیاتی و ضروری است. اهمیت عملکرد سازمانی با توجه به گسترش سطح رقابت، پیچیدگی فناوری، سرعت تبادل اطلاعات، تنوع سلیقه‌ها بر کسی پوشیده نیست. امروزه افزایش عملکرد و کارایی منابع انسانی در سازمان جایگاه ارزشمندی در نزد مدیران دارد و همه در جستجوی کارایی بیشتر و اثربخشی فزون‌ترند و تلاش آنان نیز در همین راستا شکل می‌گیرد تا ثبات سازمان را در دنیای پررقابت تضمین کند. افزایش عملکرد به شکل فزاینده‌ای مبتنی بر دانش، مهارت‌ها و توانایی‌های عقل انسان آموزش‌دیده است. بهبود عملکرد منابع انسانی در سازمان، زمینه‌ای حرفه‌ای در فعالیتهای اجتماعی و پژوهش در عمل است. بهبود عملکرد منابع انسانی در سازمان، طیف وسیعی از فعالیتهایی با تحولات بی‌پایان را دربر می‌گیرد. بهبود عملکرد منابع انسانی در سازمان، کاربرد نظام‌مند دانش رفتاری در تحول سازمان از پیش طراحی‌شده، بهبود و تقویت مجدد راهبردها، ساختارها و فرآیندی است که به اثربخشی سازمان می‌انجامد. (زارعی متین، ۱۳۹۴)

سازمان امور مالیاتی کشور به‌عنوان تأمین‌کننده بخش مهمی از بودجه کشور فاقد مدل مدیریت عملکرد کارکنان می‌باشد به همین دلیل در بخش کیفی این پژوهش که در مقاله جداگانه ارائه شده است پژوهشگر به تدوین درخت مضامین (مدل کیفی) مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی پرداخته است و در ادامه اعتبارسنجی این مدل در محیط واقعی سازمان امور مالیاتی انجام شده است. در واقع دغدغه محقق در اینجا پاسخ به این سؤال است، آیا مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی با تأکید بر مؤلفه‌های رفتاری دارای اعتبار کافی است؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مدیریت عملکرد به‌عنوان یک فرایند مستمر در نظر گرفته می‌شود که از ارتباطات مداوم، بازخورد و گفتگو درباره اهداف سازمانی حمایت کرده و بر روابط میان واحدهای فرایندها، تیم‌ها و کارکنان تمرکز می‌کند (Halachmi، ۲۰۰۵). این سیستم با برنامه‌ریزی شروع شده و در آن مشخص می‌شود که کارکنان چه چیزی را چگونه باید تحقق دهند و از طریق نظارت و فیدبک‌های غیررسمی و مستمر در مورد پیشرفت‌ها در جهت اهداف تنظیم شده ادامه پیدا می‌کند. در پایان دوره مدیریت عملکرد، سرپرست و کارمند همدیگر را ملاقات می‌کنند تا دستاوردها و چالش‌ها را جمع‌بندی کنند و با استفاده

اعتبارسنجی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی.../هاشمی، غلامزاده و ودادی

از فرم مدیریت عملکرد موضوعات این جلسه را مستند می‌کنند. لذا اندازه‌گیری عملکرد از حالت ارزیابی سالانه به فرایند مستمر و روزمره مدیریت عملکرد تبدیل شده است (۲۰۰۶: ۱-۴، et al Sajini). از جمله معیارهای موفقیت مدیریت عملکرد اجرای منظم و استفاده از اطلاعات حاصل از آن در تصمیم‌گیری‌ها است (۲۰۰۶، biticii et al). در پیشبرد اهداف مدیریت عملکرد موفق توجه به عوامل انسانی در قالب فاکتورهای رفتار سازمانی یکی از مهم‌ترین محورها است. (Elzinga et al, 2008). درک رفتار سازمانی در هیچ زمانی مانند امروز برای مدیران مهم نبوده است. در عصر حاضر رفتار سازمانی عبارت است از مطالعه سیستمی ادراکات و رفتارهای شخصی و درون شخصی کارکنان و توصیف روابط بین عوامل شکل‌دهنده رفتار به‌منظور پیدا کردن روابط علت و معلولی و حل مسائل رفتاری سازمان است (افجه، ۱۳۹۹).

در دهه‌های اخیر اهمیت تجدید حیات سازمانی به خاطر سرعت پیشرفت و تغییر و تحول در محیط درونی و بیرونی آن‌ها را مجبور به بازنگری و ارزیابی عملکرد خود در ابعاد فردی و سازمانی کرده است. مدیریت سازمان جهت ایجاد سازمانی با نیروی انسانی کارآمد و توانمند راهی جز توجه به آموزش تقویت قدرت خلاقیت و ابتکار، بالا بردن روحیه و انگیزه، رشد شخصیت کارکنان و مسائلی از این دست ندارد. جهت دستیابی به این اهداف، در مرحله نخست باید کارکنان به نحو مطلوب مورد ارزیابی و سنجش قرار گیرند و پس از مشخص شدن نقاط ضعف و قوت کارکنان در زمینه‌های فوق نسبت به رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت اقدام نمود. به عبارت بهتر با ارزیابی عملکرد باید در بهسازی و پرورش نیروی انسانی کوشید (chan, 2015). تأملی کوتاه در کتب منابع انسانی نیز مبین آن است که اکثر صاحب‌نظران بر این عقیده‌اند سازمان‌ها باید پیش از هر تصمیم‌گیری مهمی مانند ارتقاء، افزایش حقوق و دستمزد، تخصیص پاداش، برنامه‌ریزی آموزشی، طراحی برنامه‌های توسعه و بهسازی، جابجایی، انتصاب و برکناری، اقدام به ارزشیابی کارکنان از خود نموده و بر اساس معیارهای مناسب توانایی، مهارت، رفتار شایستگی، عملکرد، استعدادها بالقوه و بالفعل آن‌ها را مورد سنجش قرار دهند، چراکه در فرایند تحقق اهداف سازمان و نیز بقاء، رشد و پویایی آن نقش منابع انسانی محوری و تعیین‌کننده است (خوشوقتی و همکاران، ۱۳۹۴). دلایل وجود یک مدل مدیریت عملکرد کارکنان در سازمان‌ها، بر کسی پوشیده نیست. به همین دلیل محققان و دانشمندان بسیاری در خارج و حتی در داخل کشور در مقالات، پژوهش‌ها و کتاب‌های فراوان به این مهم پرداخته‌اند. مدل مدیریت عملکرد کارکنان در شرکت ملی پتروشیمی که باهدف نهایی و تحقق عملکرد مورد انتظار از کارکنان شرکت و بهبود مستمر آن طراحی شده است (اداره کل برنامه‌ریزی منابع انسانی پتروشیمی ایران)، مدل مبتنی بر مدل TTM در

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

شرکت طبیعت زنده که به بررسی مدیریت عملکرد و تفاوت آن با ارزیابی عملکرد کارکنان باهدف طراحی مدل گام‌به‌گام مدیریت عملکرد پرداخته است و یا مدل مدیریت عملکرد کارکنان مایکل آرمسترانگ به‌صورت جامع و کامل در خصوص نیاز سازمان‌ها به مدیریت عملکرد در سه سطح فرد، تیم و سازمان اشاره نموده است (آرمسترانگ، ۲۰۰۶: ۱۴۱-۱۴۵). ولی این‌گونه مدل‌ها فقط برای سازمان‌ها با مشخصات آن سازمان توسط پژوهشگران طراحی شده‌اند و یا همانند مدل آرمسترانگ به‌صورت جنرال و کلی طراحی شده‌اند و جوابگوی نیازهای سازمان امور مالیاتی کشور با ویژگی‌های سازمانی آن سازمان نمی‌باشند. مطالعات انجام‌شده در این زمینه در جدول ۱ خلاصه شده است.

جدول ۱ مقایسه ابعاد مدل ارائه‌شده با مطالعات محققان

عناصر شناسایی شده مدیریت عملکرد کارکنان	نویسنده (سال)
جبران خدمات کور؛ جبران خدمات عملکردگرا	قلی پور و همکاران (۱۴۰۱)
کار تیمی	قلی پور و همکاران (۱۴۰۱) و کوماری و سینگ (۲۰۱۸)
مدیریت تحول	مطالعه ایلکا (۱۴۰۱)
نظام پیشنهادها	قلی پور و همکاران (۱۴۰۱)
مربی‌گری	تحمیدی و همکاران (۱۴۰۱)، فهیما و همکاران (۱۳۹۹)
شایسته‌سالاری	قلی پور و همکاران (۱۴۰۱)، مقدمی‌کیا (۱۳۹۷) و شاهنوشی و دادخواه (۱۳۹۶)
ارزش‌ها و نگرش‌ها، ویژگی‌های شخصیتی، دانش و مهارت شخصی	محمدی و همکاران (۱۳۹۹)
مهارت‌ها و توانمندی‌های مدیریتی	محمدی و همکاران (۱۳۹۹)
دانش و مهارت سازمانی	محمدی و همکاران (۱۳۹۹)
صداقت، رعایت عدالت و شفافیت، معنویت و دینداری	خوشدل (۱۳۹۹)
مهارت‌های فردی	رستمی و همکاران (۱۳۹۹)
توسعه و ایجاد اهداف	فهیما و همکاران (۱۳۹۹)
وجدان کاری	خوشدل (۱۳۹۹)
برنامه استراتژیک سازمان، مدیریت دانش، تمرکز بر تحقیق و توسعه در زمینه مالیات، برگزاری کارگاه‌ها و سمینارهای علمی و تمرکز بر آموزش مستمر کارکنان، آموزش و بهسازی	خوشدل و همکاران (۱۳۹۹)
عوامل فردی و صلاحیت‌های ویژه اعتقادی و فردی	چراغ بیرجندی و همکاران (۱۳۹۹)
ویژگی‌های روان‌شناختی فردی	شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۸)
سیستم مدیریت منابع انسانی	مقدمی‌کیا (۱۳۹۷)
عوامل نظارتی	مقدمی‌کیا (۱۳۹۷)

اعتبارسنجی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی... / هاشمی، غلامزاده و ودادی

مانیتورینگ و رصد دقیق سازمانی	شاهنوشی و دادخواه (۱۳۹۶)
ویژگی‌های شخصیتی	شاهنوشی و دادخواه (۱۳۹۶)
رعایت مقررات و قوانین	شاهنوشی و دادخواه (۱۳۹۶)
ویژگی‌های شخصی	شاهنوشی و دادخواه (۱۳۹۶)
شایستگی‌های مدیریتی، شایستگی‌های عمومی و شایستگی‌های تخصصی	پور عبادی و همکاران (۱۳۹۵)
استراتژی و کارکردهای مدیریت منابع انسانی	حقیقیان (۱۳۹۴)
اقدامات و استراتژی‌ها	ازنواتولو و اتوکولو (۲۰۲۱)
تقویت مهارت‌ها و شایستگی‌های عمومی	ابین و برانیا (۲۰۲۱)
حمایت کارکنان، مدیریت حمایتی، روابط حمایتی	ابین و برانیا (۲۰۲۱)، گوندر و بوسین (۲۰۲۰) و ملای و همکاران (۲۰۲۰)
سوابق کاری افراد، اطلاع از قانون و مقررات	دی واس و همکاران (۲۰۲۰)
صلاحیت‌ها و شایستگی‌های حرفه‌ای	اریک (۲۰۲۰)
دانش حرفه‌ای	گوندر و بوسین (۲۰۲۰)
حفظ کرامت انسانی	لین و چن (۲۰۲۰)
عدالت در پرداخت‌ها	لین و چن (۲۰۲۰)
جبران خدمات	ملای و همکاران (۲۰۲۰)
توسعه رضایت شغلی	گوندر و بوسین (۲۰۲۰)
تناسب فرد - سرپرست و تناسب شخص - شغل	گورلیک و ایگور (۲۰۲۰)
ارزیابی نظامند	آدام (۲۰۲۰)
محیط کار و پشتیبانی مدیریت	دیامانتیس و چازوگولو (۲۰۱۹)
تحصیلات عالی	کاپنس و همکاران (۲۰۱۸)
همسویی با فرهنگ سازمانی	کوماری و سینگ (۲۰۱۸)
اخلاص، حسن عمل، وفاداری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی-سازمانی	ظریفی (۲۰۱۸)
اهداف و اقدامات سازمانی	راستوما و همکاران (۲۰۱۸)
برنامه‌ریزی عملکرد	کردون تلین (۲۰۱۸)
خدمات رفاهی برای خود و خانواده افسران پلیس	کردون تلین (۲۰۱۸)
مسئولیت‌پذیری	ظریفی (۲۰۱۸)
حقوق پایه، پاداش‌ها	فردریکسن و همکاران (۲۰۱۷)
جنسیت	نیلسون و ماتیس (۲۰۱۶)
شایستگی ارتباطی	کیونگو (۲۰۱۶)

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

مدیریت عملکرد کارکنان با شاخص‌های: میزان اثربخشی دولت، میزان فساد، میزان حاکمیت قانون، میزان استقلال دستگاه قضایی، حق مالکیت و اعتماد سیاسی	چارون و همکاران (۲۰۱۵)
عدالت	ابوبکر و همکاران، (۲۰۱۳) و نعمت‌الله شاه و همکاران (۲۰۱۱)
تعهد سازمانی	ابوبکر و همکاران (۲۰۱۳) و خوشدل (۱۳۹۹)
پاداش	خان دکار و شرما (۲۰۱۱)
رهبری تحوّل‌گرا	لین و کوئو (۲۰۱۲)
جو حمایتی، کار تیمی، انعطاف‌پذیری	خان دکار و شرما (۲۰۱۱)
ارزیابی عملکرد	خان دکار و شرما (۲۰۱۱)
یادگیری سازمانی، آموزش، خلق دانش	خان دکار و شرما (۲۰۱۱)

منبع: پژوهش حاضر

روش‌شناسی

روش پژوهش حاضر از نظر هدف و ماهیت توسعه‌ای و از لحاظ مسیر اجرا اکتشافی متوالی می‌باشد که به صورت ترکیبی (کیفی و کمی) انجام گرفت. در این روش ابتدا بخش کیفی و سپس بخش کمی تحقیق انجام گرفت. مقاله حاضر به بخش کمی پژوهش می‌پردازد. در مرحله کمی جهت تعیین وضعیت، تبیین شاخص‌ها و اعتبار سنجی مدل از نظر کارکنان و کارشناسان سازمان امور مالیاتی شهر تهران استفاده شد. برای تعیین حجم نمونه آماری از آنجائی که حجم کل نمونه که برابر ۵۵۴۰ نفر بود که بر اساس جدول مورگان، ۳۶۰ نفر به عنوان نمونه به روش تصادفی-ساده انتخاب شدند.

در این بخش با استفاده از مضامین پایه و مضامین سازمانده درخت مضامین (مدل کیفی) مدیریت عملکرد کارکنان مستخرج از بخش کیفی - نتایج مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته و مطالعه ادبیات - پرسشنامه محقق ساختی مشتمل بر ۱۰۱ گویه در قالب ۱۲ مؤلفه بر اساس ساخته شد که بر اساس آن، اعتبارسنجی کمی مدل ارزیابی شده است. برای سنجش پایایی از محاسبه ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. برای تعیین روایی سازه‌ها از تحلیل عاملی و برای برازش مدل روش معادلات ساختاری به کار گرفته شد.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش مقدار چولگی مشاهده شده برای متغیرهای مورد مطالعه در بازه (۲، ۲) قرار نگرفت یعنی از لحاظ چولگی متغیرهای پژوهش نرمال نبوده و توزیع آن‌ها متقارن نیست. مقدار کشیدگی متغیرها نیز در بازه (۲، -۲) قرار ندارد. این نشان می‌دهد توزیع متغیرها از کشیدگی نرمال برخوردار

اعتبارسنجی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی.../هاشمی، غلامزاده و ودادی

نیست؛ بنابراین با توجه به غیر نرمال بودن توزیع داده‌ها از نرم‌افزار اسمارت پلاس که به نرمال یا غیر نرمال بودن داده حساس نیست برای تبیین فرضیه‌های تحقیق استفاده می‌شود. در مرحله بعد از ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی جهت بررسی پایایی مدل استفاده شد؛ که نتیجه آن در جدول ۲ قابل مشاهده است.

جدول ۲ - میزان ضریب آلفای کرونباخ

مقیاس / خرده مقیاس	پایایی ترکیبی CR	آلفای کرونباخ (>۰/۷)
مدیریت عملکرد کارکنان	۰/۹۳۶	۰/۸۸۶
الزامات اولیه	۰/۷۷۸	۰/۷۷۲
بستر و زمینه‌ها	۰/۸۱۲	۰/۷۷۴
رشد و توسعه‌سازمانی	۰/۷۳۷	۰/۷۳۸
ویژگی‌های فردی	۰/۷۶۸	۰/۷۶۶
شایستگی‌های حرفه‌ای	۰/۸۵۵	۰/۸۵۰
شایستگی‌های عمومی	۰/۷۸۸	۰/۷۷۷
ارزش‌های سازمانی	۰/۸۱۷	۰/۷۹۶
اهداف و استراتژی‌های سازمان	۰/۷۸۵	۰/۷۸۱
استانداردهای عملکرد حرفه‌ای	۰/۸۵۳	۰/۸۴۹
نظام جبران خدمت	۰/۷۹۹	۰/۷۷۵
نظام جذب، استخدام	۰/۷۰۷	۰/۷۰۶
هدایت و سرپرستی	۰/۷۹۲	۰/۷۶۶
مانیتورینگ و رصد	۰/۸۵۴	۰/۸۵۳
آموزش کارکنان	۰/۷۳۱	۰/۷۲۴
توسعه عملکرد کارکنان	۰/۸۷۸	۰/۸۷۲

منبع: پژوهش حاضر

در مدل همه مقادیر آلفای کرونباخ و CR (پایایی و پایایی ترکیبی) همه متغیرها و زیر مؤلفه‌های آن‌ها بالاتر از (۰/۷) که نشانگر پایایی مورد تأیید و بالایی است.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

به منظور سنجش روایی از دو گروه آزمون‌های روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شده است که نتیجه آن در جدول دو آورده شده است.

جدول ۳ - بررسی روایی همگرا و واگرا به روش معادلات ساختاری

عوامل	مدیریت عملکرد کارکنان	الزامات اولیه	بستر و زمینه	رشد و توسعه سازمانی	AVE
مدیریت عملکرد کارکنان	۰,۸۲۹				۱
الزامات اولیه	۰,۸۱۲	۰,۸۰۸			۰/۶۶۸
بستر و زمینه	۰,۷۳۲	۰,۷۸۲	۰,۶۳۲		۰/۶۵۳
رشد و توسعه سازمانی	۰,۶۴۳	۰,۴۳۸	۰,۵۴۱	۱	۰/۴۹۹

منبع: پژوهش حاضر

با توجه به نتایج جدول ۳ روایی واگرای مدل‌های اندازه‌گیری مورد تأیید می‌باشد. سپس به منظور تعیین روایی سازه و تبیین عوامل شناسایی شده از آزمون تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد که نتایج آن به شرح زیر ارائه می‌گردد.

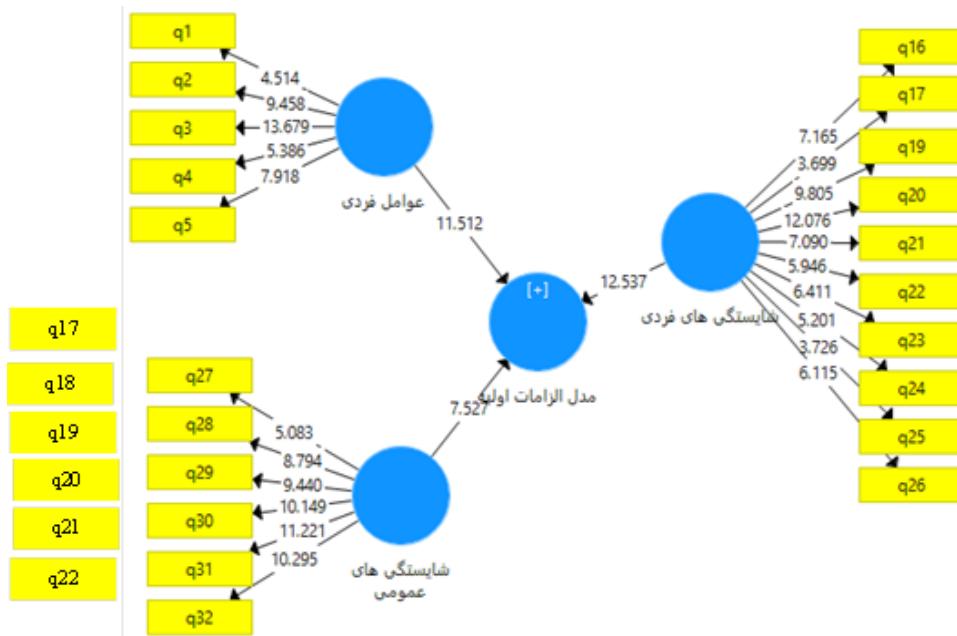
اعتبار سنجی عناصر مدل

➤ بعد الزامات اولیه

بعد از تحلیل عاملی و تشکیل معادلات ساختاری مربوط به این بعد مدل، با توجه به ضرایب مسیر غیراستاندارد مقدار شاخص ۸ (توانایی برخورد با چالش‌های سازمانی) مربوط به مؤلفه شایستگی‌های حرفه‌ای کمتر از ۰/۴ می‌باشد لذا شاخص ۸ از مدل حذف شد.

در ادامه ضرایب مسیر استاندارد بعد الزامات اولیه با حذف شاخص ۸ محاسبه شد. مقادیر ضرایب استاندارد برای همه مؤلفه و شاخص‌ها بالاتر از ۰/۴ می‌باشد لذا کلیه مقادیر دارای بار عاملی قابل قبول می‌باشند. در نهایت مقادیر بحرانی محاسبه گردید. نمودار یک نشان‌دهنده مقادیر بحرانی بعد الزامات اولیه است.

اعتبارسنجی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی... /هاشمی، غلامزاده و ودادی



نمودار ۱ - مقادیر آماره بحرانی بعد الزامات اولیه مدل تحقیق

منبع: پژوهش حاضر

با توجه به یافته‌های نمودار سه مقادیر آماره بحرانی برای همه مؤلفه و شاخص‌ها بالاتر از ۲ می‌باشد لذا معناداری همه مؤلفه و شاخص‌های بعد الزامات اولیه پژوهش در سطح ۰/۰۵ اطمینان تأیید می‌شود.

جدول ۴ - مقادیر مربوط به مدل اندازه‌گیری روابط مستقیم در بعد الزامات اولیه

روابط	ضریب استاندارد	آماره t	سطح معناداری	نتیجه
ویژگی‌های فردی ← الزامات اولیه	۰/۳۹۴	۱۱/۵۱۲	۰/۰۱	تأیید
شایستگی عمومی ← الزامات اولیه	۰/۴۲۵	۱۲/۵۷۳	۰/۰۱	تأیید
شایستگی حرفه‌ای ← الزامات اولیه	۰/۳۹۳	۷/۵۲۷	۰/۰۱	تأیید

منبع: پژوهش حاضر

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود شاخص‌های بعد الزامات اولیه و مؤلفه‌های آن، همگی دارای مقادیر قابل قبول t بودند؛ به عبارت دیگر وجود مقادیر بالاتر از ۲ برای تمامی ضرایب مسیر باقی‌مانده در مدل نشان می‌دهد که همه سازه‌های مورد مطالعه به بهترین شکل با سؤالات سنجیده شده‌اند. لذا می‌توان نتایج حاصله از سؤالات هر سازه را معتبر و قابل تحلیل دانست، زیرا اولاً آنچه را که

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

محقق در نظر داشته است دقیقاً سنجیده‌اند و ثانیاً برداشت ذهنی تمام پاسخگویان از آن یکی بوده است؛ بنابراین مؤلفه‌های ویژگی‌های فردی، شایستگی عمومی و شایستگی حرفه‌ای تبیین‌کننده بعد الزامات اولیه مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور هستند.

جدول ۵ - شاخص‌های برازش مربوط به مدل الزامات اولیه

شاخص‌های برازندگی	شاخص برازش	مقدار	حداقل مقدار قابل قبول
نسبت مجذور کای دو به درجه آزادی	$\frac{\chi^2}{df}$	۰/۰۰۴	این معیار در یک برازش ایده ال برابر با یک خواهد بود
ریشه دوم برآورد میانگین واریانس خطای تقریب	RMSEA ^۳	۰/۰۴۱	کمتر از ۰/۱
شاخص نیکویی برازش	GFI ^۴	۰/۹۴	۰/۹
ریشه میانگین مجذور باقیمانده	RMR	۰/۱۰۹	هرچقدر کوچک‌تر و نزدیک به صفر باشد، حاکی از برازش بهتر مدل است.
شاخص برازندگی تطبیقی	CFI	۰/۹۱	۰/۹
شاخص نکوئی برازش	GOF	۰/۴۶۹	در حال ایده ال بالاتر از ۰/۴ می‌باشد

منبع: پژوهش حاضر

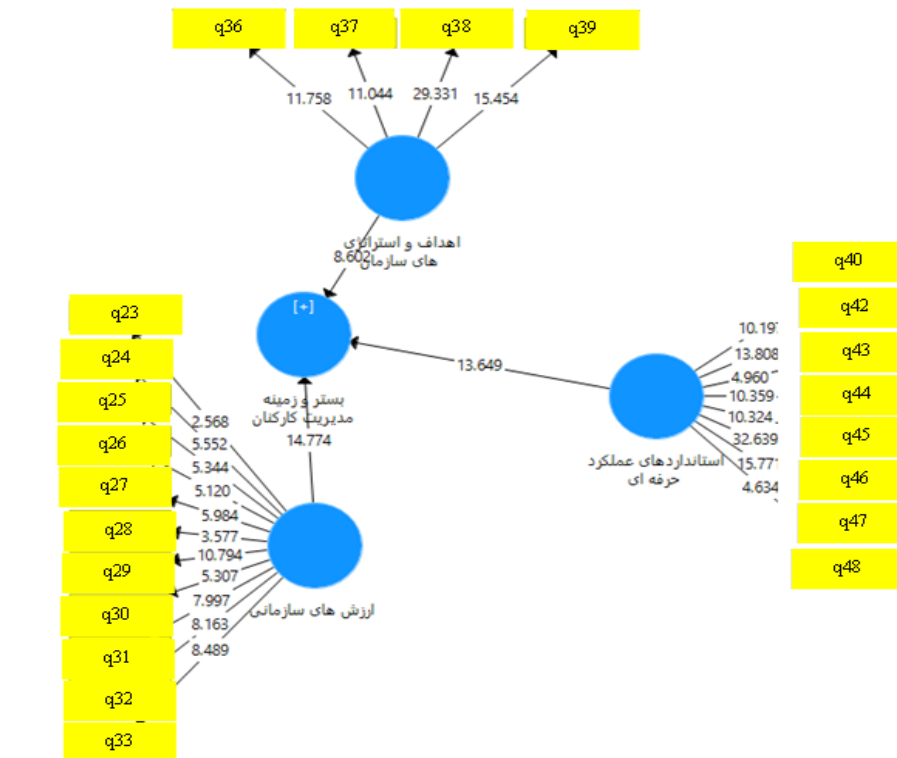
با توجه به مقادیر جدول ۵ مقدار برازش کلی یا معیار GOF برابر با ۰/۴۶۹ می‌باشد که نشان از برازش کلی قوی مدل پژوهش دارد. همچنین با توجه به اینکه همه معیارهای برازش از مطلوبیت برخوردارند لذا مدل از برازش نکوئی برخوردار است.

➤ بعد بستر و زمینه‌ها

بعد از تحلیل عاملی و تشکیل معادلات ساختاری مربوط به این بعد مدل، با توجه به ضرایب مسیر غیراستاندارد مقدار شاخص‌های ۳۴ (معنویت و دینداری) و ۳۵ (رضایت ارباب‌رجوع) مربوط به مؤلفه ارزش‌های سازمانی و شاخص ۴۱ (نگرش مثبت به شغل) مربوط به مؤلفه استاندارد عملکرد حرفه‌ای کمتر از ۰/۴ می‌باشد لذا شاخص‌های ۳۴، ۳۵ و ۴۱ از مدل حذف شدند.

در ادامه ضرایب مسیر استاندارد بعد بستر و زمینه‌ها با حذف شاخص‌های ۳۴، ۳۵ و ۴۱ محاسبه شد. مقادیر ضرایب استاندارد برای همه مؤلفه و شاخص‌ها بالاتر از ۰/۴ می‌باشد لذا کلیه مقادیر دارای بار عاملی قابل قبول می‌باشند. درنهایت مقادیر بحرانی محاسبه گردید. نمودار ۲ نشان‌دهنده مقادیر بحرانی بعد بستر و زمینه‌هاست.

اعتبارسنجی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی... /هاشمی، غلامزاده و ودادی



نمودار ۲ - مقادیر آماره بحرانی بعد بستر و زمینه‌ها مدل تحقیق

منبع: پژوهش حاضر

با توجه به یافته‌های نمودار ۲ مقادیر آماره بحرانی برای همه متغیرها و زیر مؤلفه‌ها بالاتر از ۲ می‌باشد لذا معناداری همه مؤلفه و شاخص‌های پژوهش در سطح ۰/۰۵ اطمینان تأیید می‌شود.

جدول ۶- مقادیر مربوط به مدل اندازه‌گیری روابط مستقیم در مدل بستر و زمینه

نتیجه	سطح معناداری	آماره t	ضریب استاندارد	روابط
تأیید	۰/۱	۱۴/۷۴۴	۰/۵۲۴	ارزش‌های سازمانی ← بستر و زمینه‌ها
تأیید	۰/۱	۸/۶۰۲	۰/۲۶۱	اهداف و استراتژی‌های سازمان ← بستر و زمینه‌ها
تأیید	۰/۱	۱۳/۶۴۹	۰/۴۵۵	استانداردهای عملکرد حرفه‌ای ← بستر و زمینه‌ها

منبع: پژوهش حاضر

همان‌طور که در جدول ۶ بعد بستر و زمینه‌ها، مؤلفه و شاخص‌های آن، همگی دارای مقادیر قابل قبول t بودند؛ به عبارت دیگر وجود مقادیر بالاتر از ۲ برای تمامی ضرایب مسیر باقی‌مانده در مدل

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

نشان می‌دهد که همه سازه‌های مورد مطالعه به بهترین شکل با سؤالات سنجیده شده‌اند. لذا می‌توان نتایج حاصله از سؤالات هر سازه را معتبر و قابل تحلیل دانست، زیرا اولاً آنچه را که محقق در نظر داشته است دقیقاً سنجیده‌اند و ثانیاً برداشت ذهنی تمام پاسخگویان از آن یکی بوده است؛ بنابراین عناصر ارزش‌های سازمانی، اهداف و استراتژی‌های سازمان و استانداردهای عملکرد حرفه‌ای تبیین‌کننده بعد بستر و زمینه مدیریت کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور هستند.

جدول ۷- شاخص‌های برازش مربوط به بعد بستر و زمینه‌ها

شاخص‌های برازندگی	شاخص برازش	مقدار	حداقل مقدار قابل قبول
نسبت مجذور کای دو به درجه آزادی	$\frac{\chi^2}{df}$	۱/۰۰۲۱	این معیار در یک برازش ایده ال برابر با یک خواهد بود
ریشه دوم برآورد میانگین واریانس خطای تقریب	RMSEA	۰/۰۹۶	کمتر از ۰/۱
شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۹۱	۰/۹
ریشه میانگین مجذور باقیمانده	RMR	۰/۱۶۰	هرچقدر کوچک‌تر و نزدیک به صفر باشد، حاکی از برازش بهتر مدل است.
شاخص برازندگی تطبیقی	CFI	۰/۹	۰/۹
شاخص نکوئی برازش	GOF	۰/۵۳۹	در حال ایده ال بالاتر از ۰/۴ می‌باشد

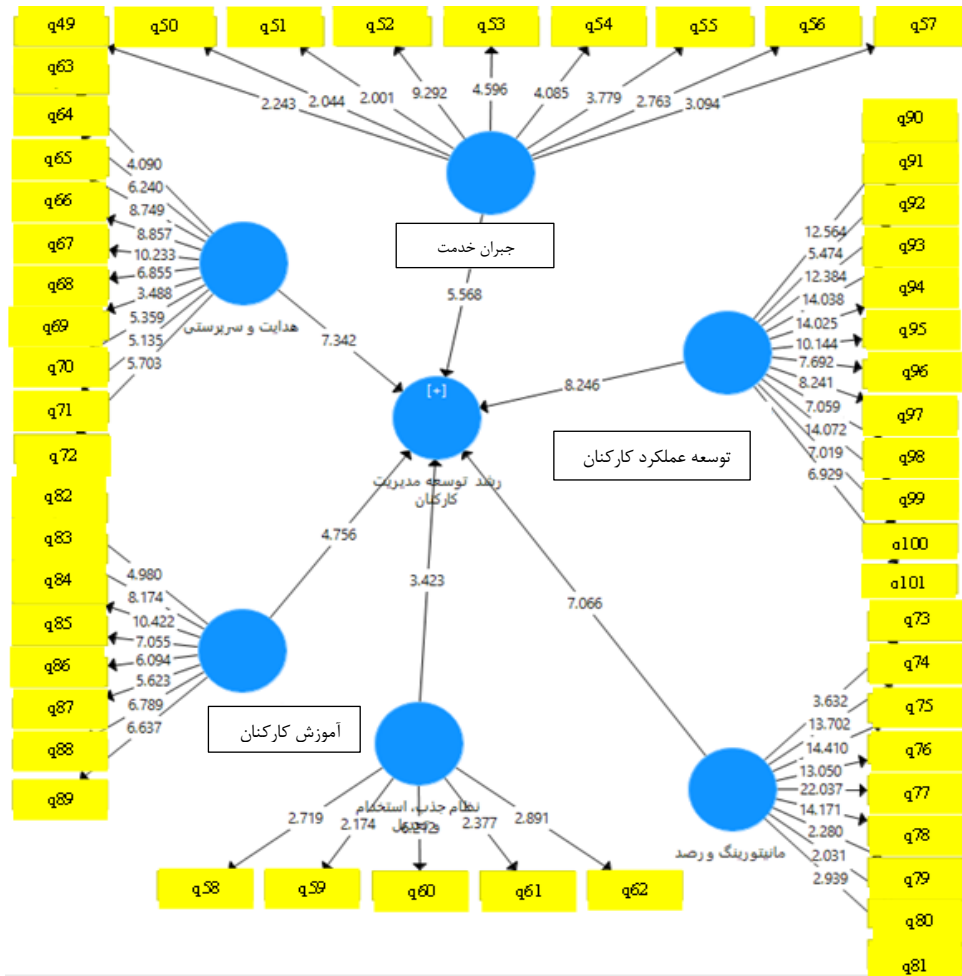
منبع: پژوهش حاضر

با توجه یافته‌های جدول ۷ مقدار برازش کلی یا معیار GOF برابر با ۰/۵۳۹ می‌باشد که نشان از برازش کلی قوی مدل پژوهش دارد. همچنین با توجه به اینکه همه معیارهای برازش از مطلوبیت برخوردارند لذا مدل از برازش نکوئی برخوردار است.

➤ بعد رشد و توسعه‌سازمانی

بعد از تحلیل عاملی و تشکیل معادلات ساختاری مربوط به این بعد مدل، ضرایب مسیر استاندارد همه مؤلفه و شاخص‌ها، بالاتر از ۰/۴ می‌باشد لذا کلیه مقادیر دارای بار عاملی قابل قبول می‌باشند. در ادامه مقادیر بحرانی مدل محاسبه گردید. نمودار ۳ نشان‌دهنده مقادیر بحرانی بعد رشد و توسعه‌سازمانی است.

اعتبارسنجی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی... /هاشمی، غلامزاده و ودادی



نمودار ۳ - مقادیر آماره بحرانی بعد رشد و توسعه سازمانی مدل تحقیق

منبع: پژوهش حاضر

با توجه به یافته‌های نمودار ۳ مقادیر آماره بحرانی برای همه مؤلفه و شاخص‌ها بالاتر از ۲ می‌باشد لذا معناداری همه مؤلفه و شاخص‌های پژوهش در سطح ۰/۰۵ اطمینان تأیید می‌شود.

جدول ۸- مقادیر مربوط به مدل اندازه‌گیری روابط مستقیم در بعد توسعه و رشد سازمانی مدل

روابط	ضریب استاندارد	آماره t	سطح معناداری	نتیجه
هدایت و سرپرستی ← توسعه و رشد	۰/۲۷۴	۷/۳۲۴	۰/۱	تائید
توسعه عملکرد ← توسعه و رشد سازمانی	۰/۳۲۴	۸/۲۴۶	۰/۱	تائید
آموزش کارکنان ← توسعه و رشد سازمانی	۰/۱۶۷	۴/۷۵۶	۰/۱	تائید
مانیتورینگ و رصد ← توسعه و رشد سازمانی	۰/۳۳۵	۷/۰۰۶	۰/۱	تائید
جبران خدمت ← توسعه و رشد سازمانی	۰/۲۰۳	۵/۵۶۸	۰/۱	تائید
جذب، استخدام ← توسعه و رشد سازمانی	۰/۱۰۹	۳/۴۲۳	۰/۱	تائید

منبع: پژوهش حاضر

همان‌طور که در جدول ۸ مؤلفه‌های بعد رشد و توسعه‌سازمانی و شاخص‌های آن، همگی دارای مقادیر قابل قبول t بودند؛ به عبارت دیگر وجود مقادیر بالاتر از ۲ برای تمامی ضرایب مسیر مدل نشان می‌دهد که همه سازه‌های مورد مطالعه به بهترین شکل با سؤالات سنجیده شده‌اند. لذا می‌توان نتایج حاصله از سؤالات هر سازه را معتبر و قابل تحلیل دانست، زیرا اولاً آنچه را که محقق در نظر داشته است دقیقاً سنجیده‌اند و ثانیاً برداشت ذهنی تمام پاسخگویان از آن یکی بوده است؛ بنابراین مؤلفه‌های هدایت و سرپرستی، توسعه عملکرد، آموزش، مانیتورینگ و رصد، جبران خدمت و جذب، استخدام و تعدیل تبیین‌کننده بعد رشد و توسعه‌سازمانی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور هستند.

جدول ۹- شاخص‌های برازش مربوط به مدل توسعه و رشد سازمانی

شاخص‌های برازندگی	شاخص برازش	مقدار	حداقل مقدار قابل قبول
نسبت مجذور کای دو به درجه آزادی	$\frac{\chi^2}{df}$	۱/۰۱۲۱	این معیار در یک برازش ایده‌آل برابر با یک خواهد بود
ریشه دوم برآورد میانگین واریانس خطای تقریب	RMSEA	۰/۰۷۵	کمتر از ۰/۱
شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۹	۰/۹
ریشه میانگین مجذور باقیمانده	RMR	۰/۱۱۱	هرچقدر کوچک‌تر و نزدیک به صفر باشد، حاکی از برازش بهتر مدل است.
شاخص برازندگی تطبیقی	CFI	۰/۹۲	۰/۹
شاخص نکویی برازش	GOF	۰/۵۹۲	در حال ایده‌آل بالاتر از ۰/۴ می‌باشد

منبع: پژوهش حاضر

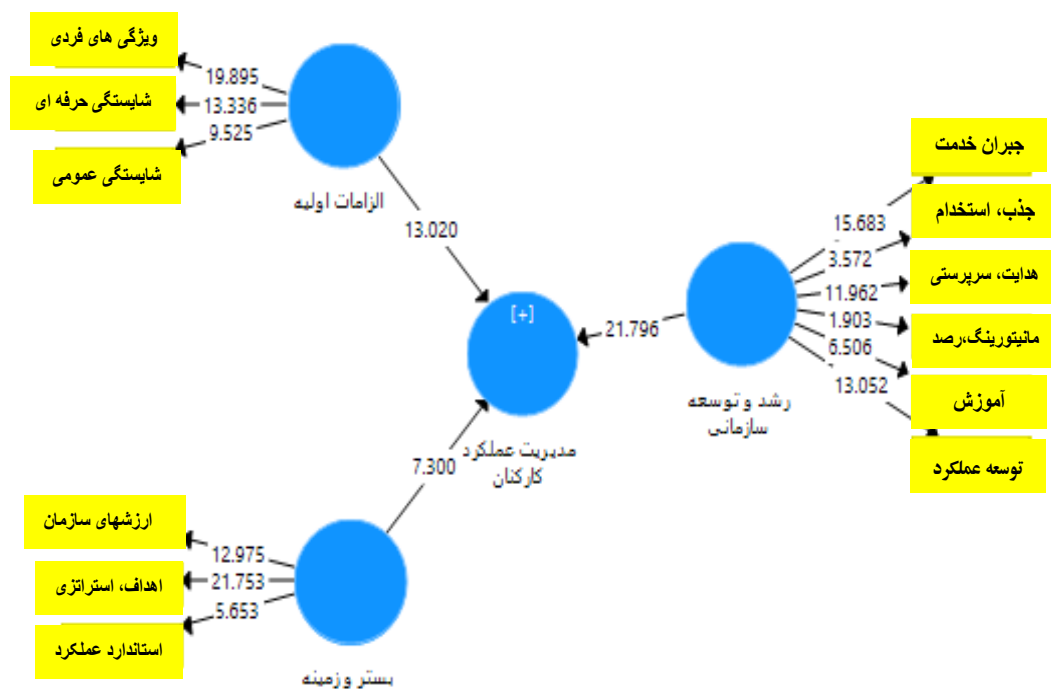
اعتبارسنجی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی... / هاشمی، غلامزاده و ودادی

با توجه یافته‌های جدول ۹ مقدار برازش کلی یا معیار GOF برابر با ۰/۵۹۲ می‌باشد که نشان از برازش کلی قوی مدل پژوهش دارد. همچنین با توجه به اینکه همه معیارهای برازش از مطلوبیت برخوردارند لذا مدل از برازش نکوئی برخوردار است.

اعتبارسنجی مدل پژوهش

➤ مدل مدیریت عملکرد کارکنان

بعد از تحلیل عاملی و تشکیل معادلات ساختاری مدل، ضرایب مسیر استاندارد همه ابعاد و مؤلفه‌های مدل، بالاتر از ۰/۴ می‌باشد لذا کلیه مقادیر دارای بار عاملی قابل قبول می‌باشند. در ادامه مقادیر بحرانی مدل محاسبه گردید. نمودار ۴ نشان‌دهنده مقادیر بحرانی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور است.



نمودار ۴- مقادیر آماره بحرانی مدل تحقیق

منبع: پژوهش حاضر

با توجه به یافته‌های نمودار ۴ مقادیر آماره بحرانی برای همه ابعاد و مؤلفه‌ها بالاتر از ۰/۲ می‌باشد لذا

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

معناداری همه ابعاد و مؤلفه‌ها پژوهش در سطح ۰/۰۵ اطمینان تأیید می‌شود.

جدول ۱۰- مقادیر مربوط به مدل اندازه‌گیری روابط مستقیم در مدل پیشنهادی

روابط	ضریب استاندارد	آماره t	سطح معناداری	نتیجه
الزامات اولیه ← مدیریت عملکرد کارکنان	۰/۳۴۴	۱۳/۰۲۰	۰/۱	تأیید
بستر و زمینه ← مدیریت عملکرد کارکنان	۰/۳۲۵	۷/۳۰۰	۰/۱	تأیید
رشد و توسعه ← مدیریت عملکرد کارکنان	۰/۵۹۵	۲۱/۷۹۶	۰/۱	تأیید

منبع: پژوهش حاضر

همان‌طور که در جدول ۱۰ مدل مدیریت کارکنان امور مالیاتی کشور و ابعاد آن، همگی دارای مقادیر قابل قبول t بودند؛ به عبارت دیگر وجود مقادیر بالاتر از ۲ برای تمامی ضرایب مسیر باقی‌مانده در مدل نشان می‌دهد که همه سازه‌های مورد مطالعه به بهترین شکل با سؤالات سنجیده شده‌اند. لذا می‌توان نتایج حاصله از سؤالات هر سازه را معتبر و قابل تحلیل دانست، زیرا اولاً آنچه را که محقق در نظر داشته است دقیقاً سنجیده‌اند و ثانیاً برداشت ذهنی تمام پاسخگویان از آن یکی بوده است؛ بنابراین ابعاد الزامات اولیه، بستر و زمینه و رشد و توسعه‌سازمانی تبیین‌کننده مدل مدیریت کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور هستند.

جدول ۱۱ شاخص‌های برازش مربوط به مدل پژوهش

شاخص‌های برازندگی	شاخص برازش	مقدار	حداقل مقدار قابل قبول
نسبت مجذور کای دو به درجه آزادی	$\frac{\chi^2}{df}$	۰/۹۸۶	این معیار در یک برازش ایده‌آل برابر با یک خواهد بود
ریشه دوم برآورد میانگین واریانس خطای تقریب	RMSEA	۰/۰۸۹	کمتر از ۰/۱
شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۹	۰/۹
ریشه میانگین مجذور باقیمانده	RMR	۰/۱۳۱	هرچقدر کوچک‌تر و نزدیک به صفر باشد، حاکی از برازش بهتر مدل است.
شاخص برازندگی تطبیقی	CFI	۰/۹۴	۰/۹
شاخص نکوئی برازش	GOF	۰/۵۲۲	در حال ایده‌آل بالاتر از ۰/۴ می‌باشد

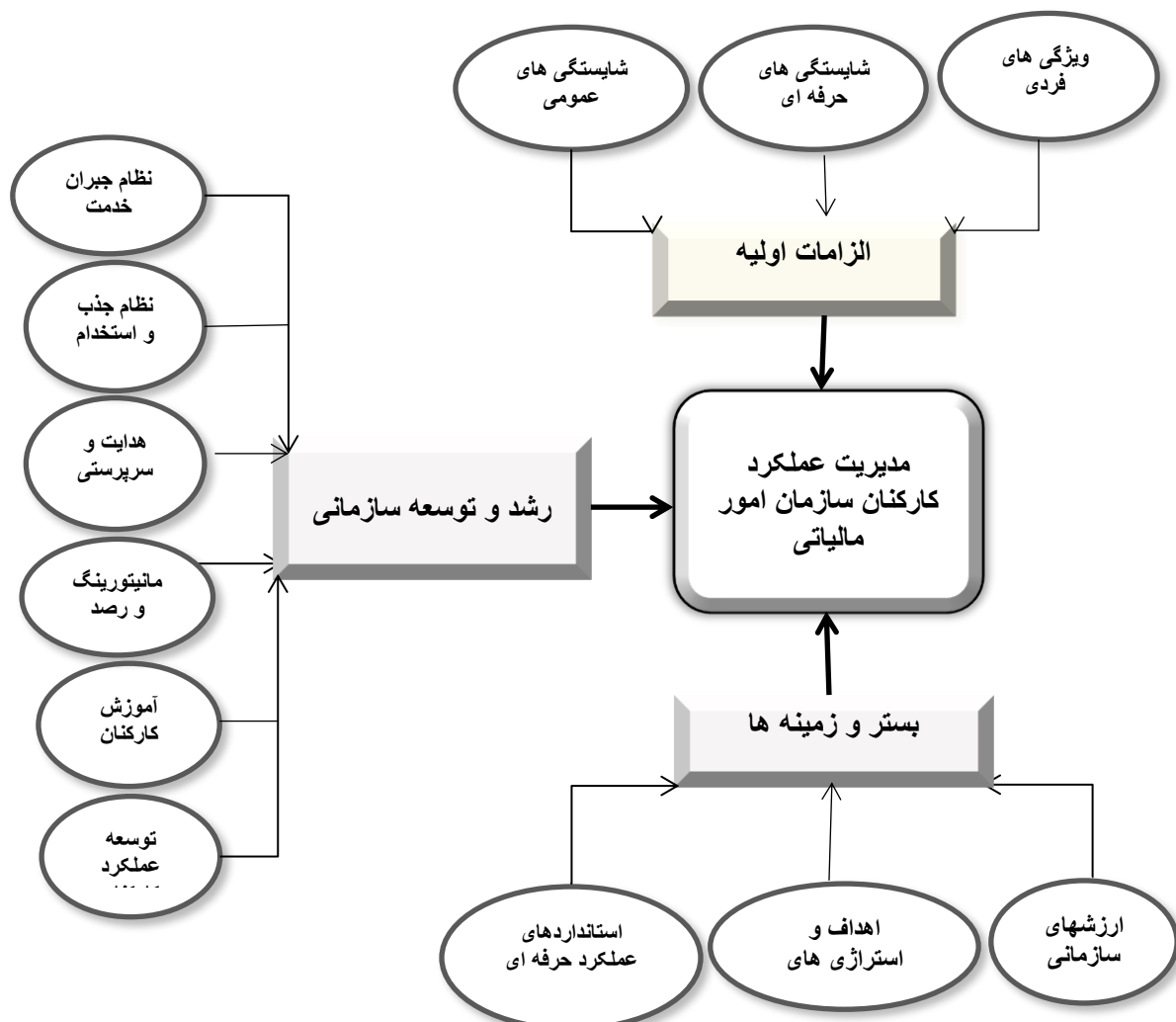
منبع: پژوهش حاضر

اعتبارسنجی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی.../هاشمی، غلامزاده و ودادی

با توجه مقادیر جدول ۱۱ مقدار برازش کلی یا معیار GOF برابر با ۰/۵۲۲ می‌باشد که نشان از برازش کلی قوی مدل پژوهش دارد. همچنین با توجه به اینکه همه معیارهای برازش از مطلوبیت برخوردارند لذا مدل از برازش نکوئی برخوردار است.

بحث و نتیجه‌گیری

مدل پژوهش (درخت مضامین) که حاصل بخش کیفی تحقیق است شامل ۳ مضمون فراگیر، ۱۲ مضمون سازمانده و ۱۰۱ مضمون پایه می‌باشد که در این مقاله به اعتبارسنجی کیفی آن پرداخته شد. داده‌های بخش کمی از طریق پرسشنامه محقق ساخته مشتمل بر ۱۲ مؤلفه و ۱۰۱ گویه مستخرج از بخش کیفی و مطالعه ادبیات، به دست آمده است. همان‌طور که در قسمت قبل مشاهده می‌شود مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی ارائه شده در این پژوهش از اعتبار و برازش کافی برخوردار است و مدیران سازمان امور مالیاتی کشور می‌توانند با به‌کارگیری آن، عملکرد کارکنان خود را بهبود ببخشند. علاوه بر آن مشاهده می‌شود، هر سه بعد و ۱۲ مؤلفه مدل؛ بُعد الزامات اولیه که شامل مؤلفه ویژگی‌های فردی، شایستگی عمومی و شایستگی حرفه‌ای بود بُعد بستر و زمینه‌ها که مؤلفه‌هایی چون ارزش‌های سازمانی، اهداف و استراتژی‌های سازمان و استانداردهای عملکرد حرفه‌ای را دارا است و نهایتاً بُعد رشد و توسعه سازمانی که شامل عوامل هدایت و سرپرستی، توسعه عملکرد، آموزش، مانیتورینگ و رصد، جبران خدمت، جذب و استخدام از اعتبار و مطلوبیت کافی برخوردارند. در نتیجه به‌کارگیری مدل مدیریت عملکرد کارکنان شکل ۱ که حاصل پژوهش حاضر است به سازمان امور مالیاتی کشور پیشنهاد می‌شود.



شکل ۱- مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور

منبع: پژوهش حاضر

از ۱۰۱ شاخص به دست آمده در بخش کیفی ۴ شاخص توانایی برخورد با چالش‌های سازمانی از مؤلفه شایستگی‌های حرفه‌ای، شاخص‌های معنویت و دینداری و رضایت ارباب‌رجوع از مؤلفه‌ی ارزش‌های حرفه‌ای و همچنین شاخص نگرش مثبت به شغل از مؤلفه استاندارد عملکرد حرفه‌ای بار تأییدی لازم را نیاوردند و از مدل حذف شدند و در نهایت مدل شامل ۹۷ شاخص در ۱۲ مؤلفه و سه بعد می‌باشد.

اعتبارسنجی مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی.../هاشمی، غلامزاده و ودادی

مدیریت منابع انسانی در هر سازمانی وظیفه حیاتی برای شکل دادن به سیاست‌های موردنظر دارد و باید کارکنان را به سمت اهداف سازمانی هدایت کند. (شعبان، ۲۰۱۹). امروزه پایداری منابع انسانی یکی از چالش‌های اساسی سازمان است، زیرا در زمینه نوآوری، کیفیت، رشد مستمر و سایر داده‌های مهمی که برای بقا در دنیای رقابتی، انسان‌ها هستند که خلق ایده می‌کنند. آخرین تکنولوژی را می‌توان به دست آورد و به کار گرفت اما دانش و مهارت‌های انسان پیچیده‌تر بوده و کسب آن نیاز به زمان و هزینه بسیاری دارد (کاتارزینا^۵، ۲۰۲۱).

نتایج این پژوهش با نتایج بسیاری از پژوهش‌های صورت گرفته همانند پژوهش قلی پور و همکاران (۱۴۰۱) با مؤلفه‌های جبران خدمات کور؛ جبران خدمات عملکردگرا، پژوهش قلی پور و همکاران (۱۴۰۱) و کوماری و سینگ (۲۰۱۸) با مؤلفه کار تیمی، پژوهش محمدی و همکاران (۱۴۰۱)، فهیما و همکاران (۱۳۹۹) با مؤلفه مربی‌گری، پژوهش قلی پور و همکاران (۱۴۰۱)، مقدمی‌کیا (۱۳۹۷) و شاهنوشی و دادخواه (۱۳۹۶) با مؤلفه شایسته‌سالاری، محمدی و همکاران (۱۳۹۹) با مؤلفه‌های ارزش‌ها و نگرش‌ها، ویژگی‌های شخصیتی، دانش و مهارت شخصی، پژوهش خوشدل و همکاران (۱۳۹۹) با مؤلفه‌های برنامه استراتژیک سازمان، مدیریت دانش، تمرکز بر تحقیق و توسعه در زمینه مالیات، برگزاری کارگاه‌ها و سمینارهای علمی و تمرکز بر آموزش مستمر کارکنان، آموزش و بهسازی، پژوهش ازنوتولو و اتوکولو (۲۰۲۱) با مؤلفه‌های اقدامات و استراتژی‌ها، پژوهش ابین و برانیا (۲۰۲۱)، گوندر و بوسین (۲۰۲۰) و ملای و همکاران (۲۰۲۰) با مؤلفه‌های حمایت کارکنان، مدیریت حمایتی، روابط حمایتی پژوهش دی واس و همکاران (۲۰۲۰) با مؤلفه‌های سوابق کاری افراد، اطلاع از قانون و مقررات، پژوهش گورلیک و ایگور (۲۰۲۰) با مؤلفه‌های تناسب فرد - سرپرست و تناسب شخص - شغل، پژوهش ظریفی (۲۰۱۸) با مؤلفه‌های اخلاص، حسن عمل، وفاداری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی-سازمانی، پژوهش چارون و همکاران (۲۰۱۵) با مؤلفه‌های مدیریت عملکرد کارکنان با شاخص‌های: میزان اثربخشی دولت، میزان فساد، میزان حاکمیت قانون، میزان استقلال دستگاه قضایی، حق مالکیت و اعتماد سیاسی همخوانی دارد و این نشان می‌دهد که تعداد زیادی از مفاهیم و ابعاد و مؤلفه‌های مدل مدیریت عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور با تأکید بر مؤلفه‌های رفتاری در بستر عمیقی از فهم مشترک جامعه قرار دارد.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

منابع

- (۱) افجه، سیدعلی اکبر، حسن‌زاده، زینب، فقیهی، ابوالحسن، عالم تبریز، اکبر. (۱۳۹۹). تحلیل ابعاد کلیدی رفتارسازی‌مانی در پیاده‌سازی موفق مدیریت عملکرد کارکنان. مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۹(۹۵)، ۹-۴۶.
- (۲) اکبری، سهند، قلی‌پور، آری، و نرگسیان، عباس. (۱۴۰۱). بایسته‌های سیستم مدیریت عملکرد کارکنان نسل Z در بازار سرمایه: رویکرد تحلیل تم. فصلنامه علمی مطالعات منابع انسانی، ۱۲(۲)، ۵۴-۷۷.
- (۳) آرمسترانگ، مایکل. ترجمه قلیچ لی و غلام‌زاده. (۱۳۹۷). مدیریت عملکرد (فرد تیم سازمان). انتشارات صفار. چاپ چهارم
- (۴) آقاجانی، حسنعلی و عاطفه طالب نژاد، ۱۳۸۸، ارائه چارچوبی برای ارزیابی عملکرد مراکز رشد، فصلنامه تخصصی رشد فناوری ۵ (۱۹)،
- (۵) خوشدل، ایمان، خدایاری، عباس، قربانی، محمدحسین، کهندل، مهدی. (۱۳۹۹). تبیین مدل مدیریت عملکرد منابع انسانی در وزارت ورزش و جوانان براساس مدل داده بنیاد. فصلنامه علوم ورزش. ۶(۱۳۹۴). بررسی رابطه بین گرایش استراتژیک شرکت با عملکرد سازمانی با استفاده از رویکرد کارت امتیازی متوازن. فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت بازرگانی دوره ۲، شماره ۶.
- (۷) شامرادی، سیده نیلوفر، فرجامند، لیلا، حسن مرادی، نرگس. (۱۳۹۹). ارائه مدل بومی مدیریت عملکرد با رویکرد توسعه منابع انسانی در آموزش و پرورش استان تهران. نوآوری‌های مدیریت آموزشی، (۱)، ۱-۱۲.
- (۸) علیزاده، زلیخا، حمیدی، مهرزاد، و امیرحسینی، سید احسان. (۱۴۰۱). طراحی مدل مدیریت عملکرد فدارسیون اسکی ایران با تلفیق رویکردهای BSC و ISM. مدیریت و توسعه ورزش.
- (۹) فهیما، مریم، غلام‌زاده، داریوش، ودادی، احمد. (۱۳۹۹). طراحی و آزمون مدل مدیریت عملکرد کارکنان با رویکرد یکپارچه در بانک‌های دولتی. فصلنامه انجمن علوم مدیریت ایران، ۱۵(۵۹)، ۱۲۵-۱۴۱.
- (۱۰) محمد پور، احمد. (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش جلد اول. انتشارات گیسوم.
- (۱۱) محمدی، سمیه، الوانی، سید مهدی. (۱۳۹۹). تحلیل ارزیابی عملکرد کارکنان سازمان‌های دولتی با محوریت توسعه پایدار در جهت ارتقای بهره‌وری. مدیریت بهره‌وری، ۱۴(۲)(۵۳) تابستان، ۲۳-۴۷.

- 12) Abdul Ghania, N. M. Muhamad Yunus, N. N. & Bahry, N. S. (2016). Leader's Personality Traits and Employees Job Performance in Public Sector, Putrajaya. *Procedia Economics and Finance*, 37, 51-46.
- 13) Abubakr Suliman, Majid Al Kathairi, (2013), "Organizational justice, commitment and performance in The case of the UAE", *Employee Relations*, Vol. 35 Iss: 1 pp. 98 – 115
- 14) Ahakwa, Yang, J, Tackie, E, Atingabili, S(2021). The influence of employee engagement, Work Environment and job Satisfaction on organizational commitment and performance of employees. *Seisense journal of management*, 4(3), 34-62.
- 15) antecedents and performance management in local government: evidence from Ghana. *Future Business Journal*, 7(1), 1-17.
- 16) Arif Hassan, Junaidah Hashim, (2011) "Role of organizational justice in determining work outcomes of national and expatriate academic staff in Malaysia", *International Journal of Commerce and Management*, Vol. 21 Iss: 1, pp.82 – 93.
- 17) Armstrong, m. (2006). *Performance Management: key strategies and practical guidelines*. London, UK: Kogan Page Limited
- 18) Armstrong, Michael. "Strategic human resource management: a guide to action." ۲۰۰۶
- 19) Barba-Argon, M. I, Jimenez, D. (2020). HRM and radical innovation; A dual approach with exploration as a mediator. *European management journal*, 38(5), 791-803.
- 20) Bititci, U. S. Mendibil, K. Nudurupati, S. Garengo, P. & Turner, T. (2006). Dynamics of performance measurement and organisational culture. *International Journal of Operations & Production Management*, 26(12), 1325-1350.
- 21) Chan D, Schmitt N. (2015). Situational judgment and job performance. *Human Performance*, 15: 233-254.
- 22) Elzinga, T. Albronda, B. & Kluijtmans, F. (2008). Behavioral factors influencing performance management systems' use. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 58(6), 508 – 522
- 23) Ezenwakwelu, C. & Etukokwu, C. (2021). The role of performance management system in improving employee performance: a case study of federal public sector employees in Enugu State, Nigeria. *International Journal of Public Sector Performance Management*, 7(1), 116-138.

- 24) Halachmi, A. (2005). Performance measurement is only one way of managing performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 54(7), 502 – 516.
- 25) Kaplan, Robert S. and David P. Norton. "The strategy-focused organization." *Strategy and Leadership* 29.3 (2001): 41-42.
- 26) Katarzyna Piwowar (2021). Human resources development az an element of sustainable HRM with the focus on production engineers, *jornal of cleaner production* 278(2021) 124-156.
- 27) Maley, J. F. Marina, D. & Moeller, M. (2020). Employee performance management: charting the field from 1998 to 2018. *International Journal of Manpower*.
- 28) Noe, R. A, Hollenbeck, J. R, Gerhart, B, Wright, P. M (2017). *Human resource management; Gaining a competitive advantage*. New York, mcgraw-Hill Education.
- 29) Sajini, R. Binoosh, S. & Subeshkar, S. (2006). The Importance of Behavioral Factors for the Effective Use of Performance Management System in the Context of Hindustan Latex Limited. *NCTT*, pp1-4.
- 30) Shaban, Safaa. (2019). Reviewing the concept of Green HRM (GHRM) and Its Practices Application (Green Staffing) with Suggested Research Agenda: A Review from Literature Background and Testing Construction Perspective. *International Business Research*. 12. 86. 10.5539/ibr.v12n5p86

یادداشت‌ها:

-
- 1 Ahakwa et al
2 Barba Aragon et al
3 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)
4 Goodness of Fit Index (GFI)
5 Katarzyna Piwowar

Validation of the performance management model of employees of the Tax affairs organization behavioral components

Afshin Hashemi¹

Receipt: 18/01/2024

Acceptance: 04/02/2024

Dariush Gholamzadeh²

Ahmad Vedadi³

Abstract

The purpose of this research was to validate the performance management model of the employees of the Tax Affairs Organization of the country behavioral components. This research is developmental in terms of purpose and nature, and was conducted using a mixed qualitative and quantitative method. The statistical population of the qualitative section includes people with opinions related to the Tax Affairs Organization of the country, and in the quantitative section, a sample of 360 people were selected from experts and employees of the Tax Affairs Organization of Tehran. A semi-structured in-depth interview was used in the qualitative part and a researcher's- made questionnaire was used in the quantitative part. The result of the research, which is a combination of the data obtained from the interview and literature study, is in the form of a performance management model for the employees of the country's tax affairs organization behavioral components with three dimensions of basic requirements that included the component of individual characteristics, general competence and professional competence. which has components such as organizational values, organizational goals and strategies, and professional performance standards, and finally, the dimension of organizational growth and development, which includes the factors of guidance and supervision, performance development, training, monitoring and observation, compensation, recruitment and collective recruitment. It was presented with 101 indicators, and the results showed that this model has sufficient validity and desirability (Goodness of fit). All dimensions and components of the model have sufficient validity and desirability, and only four indicators did not obtain sufficient confirmation and were removed from the model, for this reason, the final model has 97 indicators.

Keywords

employe performanc, performance management behavioral components.
Organizational growth and development

1-Department of Public Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
afshinhashemi48@yahoo.com

2-Department of Public Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
(Corresponding Author) golamzadeh33@yahoo.com

3-Department of Public Management, Central Tehran Branc, Islamic Azad Universityh, Tehran, Iran.
ahvedadi@gmail.com



بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی با در نظر گرفتن نقش میانجی رفتار فرانش سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۲/۳۰ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۲/۱۰ خلیل اژدری

چکیده

پژوهش حاضر باهدف بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی با در نظر گرفتن نقش میانجی رفتار فرانش سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه جمع‌آوری اطلاعات توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش کارکنان صنعت گردشگری جزیره کیش می‌باشند که تعداد آن‌ها ۵۴۷ نفر می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۲۶ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب و برای توزیع پرسشنامه از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد که از پرسشنامه مدیریت منابع انسانی سبز (محمد نژاد شورکایی)، رفتار فرانش سازمانی (ویاجانتی و همکاران) و عملکرد زیست‌محیطی (آروانه) استفاده شد. روایی پرسشنامه با استفاده از نظرات پنج تن از خبرگان این حوزه مورد تأیید قرار گرفت؛ و جهت تعیین پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها و مشخص شدن نرمال بودن متغیر با توجه به آزمون کولموگروف-اسمیرنوف با استفاده از نرم‌افزار SPSS و PLS از آزمون آماری ضریب همبستگی پیرسون جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و برای بررسی رابطه بین متغیرها استفاده گردید. نتیجه فرضیه اصلی تحقیق نشان داد مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی با در نظر گرفتن نقش میانجی رفتار فرانش سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی

مدیریت منابع انسانی سبز، عملکرد زیست‌محیطی، رفتار فرانش سازمانی، صنعت گردشگری

بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن.../اژدری

مقدمه

در نیمه دوم قرن بیستم، توجه به توسعه پایدار و حفظ به زیست محیطی طور فزاینده‌ای رایج شد و این روند به حوزه سازمان و مدیریت نیز تسری یافت. رویکرد مدیریت سبز برآمده از توجه به توسعه پایدار و به تبع آن، پایداری سازمانی نیز، توأم با رویکردهای اجتماعی و انگیزه‌های اقتصادی، سلامت و ایمنی جامعه، کارکنان و نیز نشر تصویر عمومی مطلوب سازمان در افق زمانی بلندمدت است (پاویترادوی و ساندهیا^۱، ۲۰۱۶). به همین خاطر سازمان‌ها باید برای تحقق ایدئولوژی سبز و باور عمومی به ارزش‌های سبز، ملاحظات بسیاری را در عملکرد زیست‌محیطی و مدیریت زیست‌محیطی خود لحاظ نموده و زیر چتر ارزش‌های سبز اجتماعی با مدیریت سبز، سازمان سبز را خلق نمایند. درواقع، نیاز به تبعیت ابعاد نرم و سخت سازمان برای بسط و انعکاس بار ارزشی سبز است تا سهم سازمان را در مدیریت پایدار حفظ کند (ژاکوب و ژولی^۲، ۲۰۱۲).

از ابتدای عصر انقلاب صنعتی و با توسعه فعالیت‌های اقتصادی جهان طی دهه‌های گذشته، باهدف فراهم نمودن رفاه و وضعیت معیشتی بهتر برای مردم کشورها، انسان و دولت‌ها بدون توجه به ملاحظات و الزامات زیست‌محیطی، دنیای امروز را دچار چالش‌ها و بحران‌های عظیمی چون تهی شدن منابع طبیعی، تغییرات آب‌وهوا، بحران آب، فرسایش خاک‌ها و نابودی جنگل، تراکم و انباشت مواد زائد خطرناک و انواع آلودگی‌های زیست‌محیطی نموده است بر اساس دیدگاه اقتصاددانان محیط‌زیست، منابع طبیعی و دارایی‌های متفاوت محیط‌زیستی به دلیل این‌که ارزش اقتصادی دقیقی ندارند از طریق فرآیند بازار آزاد به‌درستی تخصیص نیافته، ضمن اینکه نارسایی در قوانین فعلی در همین زمینه و نبود آگاهی‌های محیط‌زیستی در بخش بزرگی از جامعه، منجر گردیده تا شرکت‌ها در ایجاد آلودگی (پیامدهای منفی) و بهره‌برداری بی‌رویه از منابع طبیعی نقش داشته و از پرداخت هزینه‌های جبرانی بابت تخریبی که ایجاد کرده‌اند (میوه چی و عدالتیان شهریاری، ۱۳۹۸).

مدیران، دارای قدرت هستند و اختیار تصمیم‌گیری‌ها را در دست دارند؛ بنابراین، تأثیر قابل‌توجهی بر پیروان خود خواهند داشت. مطلع شدن مدیران از آنچه کارکنان در مورد آنان تصور می‌کنند و درواقع، تعبیر و تفسیر آنان از رفتار مدیرانشان می‌تواند در جهت بهبود و بالندگی مدیران کمک‌کننده باشد. از آنجاکه امروزه بر اهمیت افزایش همکاری کارکنان سازمان افزوده شده است، لذا آن دسته از رفتارهای شغلی کارکنان که تأثیر آن بر اثربخشی فعالیت‌های سازمان زیاد است، موردتوجه بسیاری از مدیران و محققان قرار گرفته است. دراین‌بین، مدیریت رفتار سازمانی نیز به‌عنوان یکی از حوزه‌های پرطرفدار در رشته مدیریت در تلاش است تا با تمرکز بر رفتارهای نیروی انسانی، حرکت سازمان‌ها را

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

به منظور تحقق تعالی سازمان و دستیابی به اهداف عالی آن‌ها شتاب بخشد. رفتارهای فرانش از جمله این رفتارهاست (قلی پور و همکاران، ۱۳۹۵).

افزایش نگرانی‌ها در مورد محیط‌زیست و به دنبال آن، پیدایش استانداردهای بین‌المللی زیست‌محیطی، سبب اجبار سازمان‌ها به پذیرش استراتژی‌های سبز و در ادامه اعمال مدیریت سبز در کلیه امور و موضوعات سازمانی شده است (آیباغی اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۷). برای این منظور، در راستای اجرای مدیریت منابع انسانی سبز، واحدهای مختلف سازمان از جمله واحد منابع انسانی می‌تواند نقش بسیار فعالی ایفا کند و با فعالیت‌های مناسب و اثربخش، کارکنان را در تحقق اهداف مدیریت سبز تشویق نماید (جنی^۳ و همکاران، ۲۰۱۷). مدیریت منابع انسانی سبز با ایجاد آگاهی، اطلاع‌رسانی و تعامل میان کارکنان سازمان در خصوص محیط و عوامل محیطی و سیاست‌گذاری و خط‌مشی‌های سبز، دنبال ایجاد مسئولیت اجتماعی بین آن‌هاست و به‌گونه‌ای آن‌ها را هدایت می‌کند که به وظایف و تعهداتشان در قبال محیط عمل نمایند. هدف مدیریت منابع انسانی سبز به وجود آوردن زمینه‌های ایفای نقش در پایداری زیست‌محیطی برای سازمان‌های مختلف است (سید جوادین و همکاران، ۱۳۹۵). به‌زعم زوگا^۴، مدیریت منابع انسانی سبز به استفاده از سیاست‌ها، فلسفه‌ها و اعمال مدیریت منابع انسانی در حیطه کسب‌وکار سازمان به‌منظور ارتقای استفاده پایدار از منابع و جلوگیری از آسیب‌های زیست‌محیطی اشاره دارد (زوگا^۵، ۲۰۱۱). مدیریت منابع انسانی سبز در کنار سایر شاخه‌های مدیریت سبز (نظیر تولید سبز، سرمایه‌گذاری سبز و بازاریابی سبز) محور بخش وسیع و روبه‌رشدی از مطالعات مدیریت و به‌ویژه مدیریت منابع انسانی شده است (دوتا^۶، ۲۰۱۲). مدیریت منابع انسانی سبز در واقع، اساسی‌ترین مؤلفه پایداری سازمانی است که موجب همگرایی و هم‌افزایی وجوه مختلف مدیریت سبز می‌شود و برای اتخاذ رویکرد سبز، جنبه امکان‌پذیری را تسهیل و فراهم می‌سازد تا صنعت سبز، اقتصاد سبز و جامعه سبز را به سهم خود فراهم آورد (مارگارتا و سارجیه^۷، ۲۰۱۳). مدیریت منابع انسانی سبز با استفاده از سیاست‌های منابع انسانی برای استفاده پایدار از منابع سازمان است. مدیریت منابع انسانی سبز، مسئول ایجاد محیط کاری سبزی است که در آن کارکنان، اهمیت مسائل زیست‌محیطی را درک کنند که در نتیجه این فعالیت‌ها منجر به کارایی بالاتر و کاهش هزینه‌ها در سطوح فردی، سازمانی و محیطی می‌شود. در محیط کسب‌وکار امروزی، تعهد بنگاه‌ها برای حفاظت از محیط‌زیست به‌صورت یکی از قوانین و مقررات باید اجرا شود. تغییرات مصرف‌کنندگان حامی محیط‌زیست، افزایش مقررات جهانی و داخلی در جهت حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی، افزایش مطالعات انجام‌شده بر محیط‌زیست و توجه زیاد به محیط‌زیست در سراسر دنیا باعث شده تا شرکت‌ها

بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن.../اژدری

به عملکرد محیطی خود توجه داشته باشند (آردا^۸، ۲۰۱۸). عملکرد زیست محیطی عبارت است از تعهد شرکت برای حفاظت از محیط زیست و این عملکرد عمدتاً از طریق معیارها و مقیاس های تعیین شده توسط نهادها و آژانس های مربوطه، اعم از کشوری و بین المللی اندازه گیری می شود زمانی که عملکرد محیطی شرکت توسعه و بهبود یابد، سهم بازار افزایش خواهد یافت، اعتماد مصرف کنندگان به شرکت بیشتر خواهد شد و در نتیجه فرصت های بیشتری در بازار برای شرکت ایجاد خواهد شد و همچنین هزینه ها از طریق کاهش در مصرف انرژی، کاهش خواهد یافت (رجبی پور میبیدی و همکاران، ۱۳۹۹).

سازمان هایی که مایل به ترویج رفتارهای فرانشس در کارکنان خود هستند، نه تنها باید روی این نوع رفتارها در کارکنان خود متمرکز شوند، بلکه باید بر مهارت های مدیران به ویژه مدیرانی که به طور مستقیم با کارکنان در ارتباط هستند نیز نظارت داشته باشند و سرمایه گذاری های لازم در این مورد صورت گیرد (قلی پور و همکاران، ۱۳۹۵). ارگان^۹ معتقد است که رفتار شهروندی سازمانی، رفتاری فردی و داوطلبانه است که مستقیماً به وسیله سیستم های رسمی پاداش در سازمان طراحی نشده است. اما باین وجود باعث ارتقای اثربخشی و کارایی عملکرد سازمان می شود. این تعریف بر سه ویژگی اصلی رفتار شهروندی تأکید دارد: اول اینکه این رفتار داوطلبانه و اختیاری است یعنی نه یک وظیفه از پیش تعیین شده و نه بخشی از وظایف رسمی فرد است. دوم اینکه مزایای این رفتار، جنبه سازمانی دارد. بدین معنی که این رفتار کارکرد کارآمد سازمان را اشاعه می دهد و ویژگی سوم این است که رفتار شهروندی سازمانی ماهیت چندوجهی دارد (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲). علیرغم پذیرش در حال رشدی که مفهوم رفتار فرانشس سازمانی داشته، برخی محققان پرسش هایی را در خصوص اینکه چگونه رفتار فرانشس سازمانی باید از نظر تئوریک تعریف گردد و مورد اندازه گیری قرار گیرد مطرح نموده اند. علی رغم اهمیت و نقش حساس رفتار فرانشس سازمانی، شواهد موجود نشان می دهد در سازمان ها کمتر به آن توجه شده است (نادر پور، ۱۳۹۸). در میان مقالات و کتب نیز، تنها تعداد محدود و ناچیزی به صورت اساسی به موضوع رفتار فرانشس سازمانی پرداخته اند دلایل این امر از دو جهت قابل بررسی است اول آنکه نقش مهم این متغیر، هنوز به طور کامل و گسترده درک نشده و دیگر اینکه ممکن است بدیع بودن و بومی نشدن آن، انگیزه های پژوهشی زیادی را ایجاد نکرده باشد (حسینی، ۱۳۹۴). صنعت گردشگری جزیره کیش یک قطب گردشگری در کشور ایران محسوب می گردد که سالانه گردشگران زیادی را گرد هم می آورد اما بحران محیط زیست که امروزه به یک مساله جدی و قابل تأمل تبدیل شده، حاصل دخالت و بهره وری نامعقول انسان از طبیعت پیرامون خود می باشد. امروزه خطری جزیره کیش را تهدید می کند که انسان سکونت گاه خود را به نابودی بکشاند. به طوری که گستردگی این موضوع،

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

توجه محقق را برای بررسی آن برانگیخته است مدیریت منابع انسانی سبز با بهره‌گیری از روش‌های نوین استخدام و کارمندی سعی دارد که در جهت حفاظت از منابع طبیعی گام برداشته و موجب مصرف بهینه و هدفمند منابع و کاهش آلودگی محیط‌زیست شوند از طرفی دیگر رفتار شهروندی سازمانی می‌تواند عملکرد زیست‌محیطی را تحت تأثیر قرار دهد بدین گونه که کارکنانی که به‌طور فعال در جلسات شرکت می‌کنند، می‌توانند به توزیع اطلاعاتشان در شرکت کمک کنند و کارکنانی که مهارت‌های جدید را یاد می‌گیرند می‌توانند توانایی شرکت را برای انطباق با تغییرات در محیط خود بهبود بخشند بنابراین پژوهشگر به دنبال پاسخ به این سؤال است که آیا مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی با در نظر گرفتن نقش میانجی رفتار فرانش سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد؟

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی

مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی با در نظر گرفتن نقش میانجی رفتار فرانش سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.

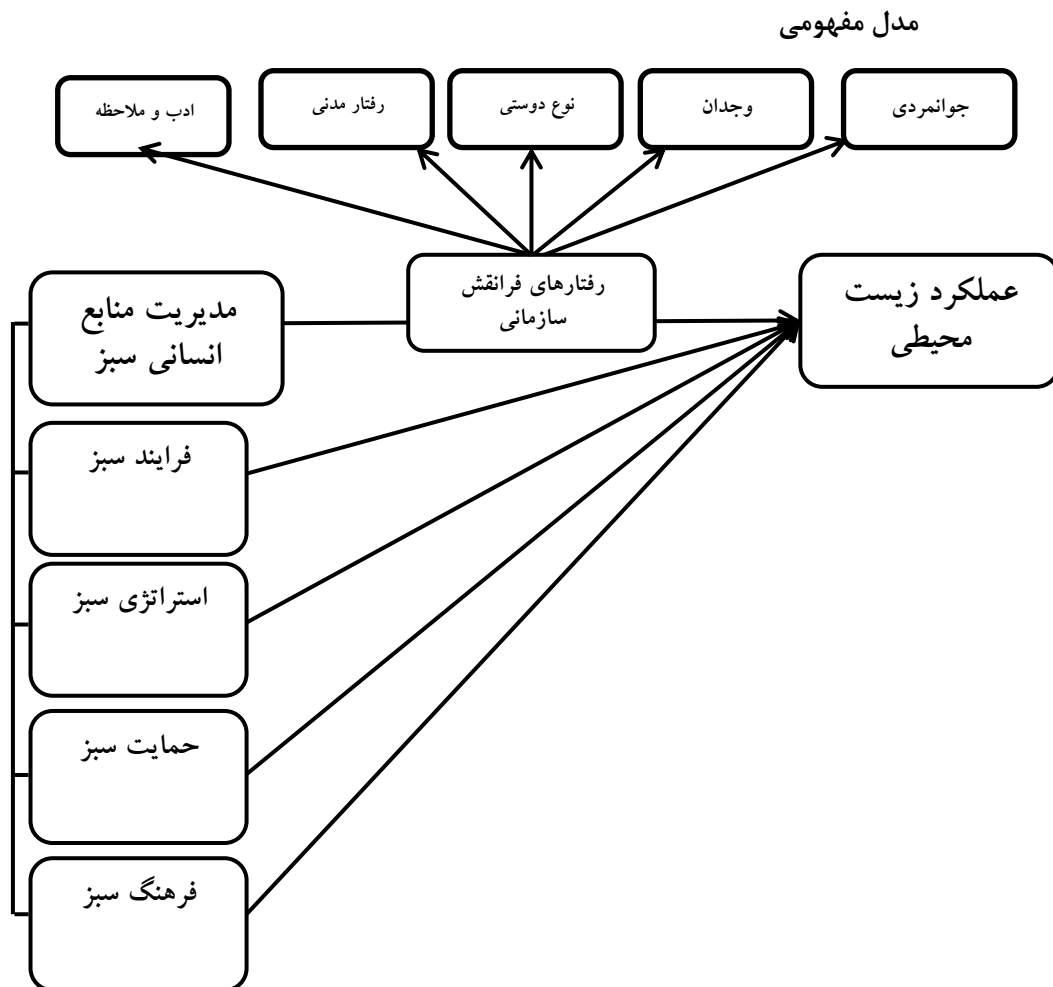
فرضیه‌های فرعی

۱. مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.
۲. مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار فرانش سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.
۳. رفتار فرانش سازمانی بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.
۴. فرایند سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.
۵. استراتژی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.
۶. حمایت سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.
۷. فرهنگ سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.

بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن.../اژدری

پیشینه تحقیقات

جمشیدی (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی سازمان با توجه به رفتار سازگار با محیط زیست کارکنان و تعهد کارکنان هتل های شهر اصفهان انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که مدیریت منابع انسانی سبز ر عملکرد زیست محیطی سازمان با توجه به رفتار سازگار با محیط زیست کارکنان و تعهد کارکنان هتل های شهر اصفهان تأثیر معناداری دارد. اشراقی و احمدی (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز، تعهد سازمانی، رفتار سازگار با محیط زیست و عملکرد زیست محیطی انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که مدیریت منابع انسانی سبز، تعهد سازمانی، رفتار سازگار با محیط زیست و عملکرد زیست محیطی تأثیر معناداری دارد. صادقی و ثابت (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان تبیین نقش واسطه ای مدیریت منابع انسانی سبز در ارتباط با سیستم های منابع انسانی و عملکرد زیست محیطی انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که سیستم های مدیریت منابع انسانی تأثیر معناداری با مدیریت منابع انسانی سبز دارند و مدیریت منابع انسانی سبز نیز تأثیر معناداری با عملکرد زیست محیطی دارد. افسر^{۱۰} و همکاران (۲۰۲۰) مطالعه ای با عنوان رابطه رهبری و مدیریت سبز انسانی با نقش میانجی نگرش سبز و تعهد سازمانی انجام دادند. این تحقیق در بین ۳۲۹ کارمند و ۸۸ سرپرست در سازمان های پاکستان انجام شده است. گردآوری داده ها با پرسشنامه و تحلیل با روش مدل یابی معادلات ساختاری انجام شده است. نتایج نشان داد که رهبری تأثیر معنی داری بر مدیریت سبز منابع انسانی دارد و در رابطه بین این دو متغیر، نگرش سبز و تعهد سازمانی نقش میانجی را ایفا می کنند. میکیال^{۱۱} و همکاران (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان اثرات عملکرد زیست محیطی و افشای اطلاعات زیست محیطی بر عملکرد مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار اندونزی انجام دادند و به این نتیجه رسیدند عملکرد زیست محیطی بر عملکرد مالی تأثیر مثبت اما معنادار ندارد، افشای اطلاعات زیست محیطی تأثیر منفی و معناداری بر عملکرد مالی دارد. افشای اطلاعات زیست محیطی مجهزتر است و مطابق با دستورالعمل افشا، هزینه آن کم نیست تا عملکرد مالی را کاهش دهد. احمد^{۱۲} و همکاران (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز و شیوه های مدیریت زنجیره تأمین سبز بر عملکرد پایدار در ۱۲۱ بنگاه در کشور فلسطین انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که مدیریت منابع انسانی سبز و شیوه های مدیریت زنجیره تأمین سبز بر عملکرد پایدار تأثیر معناداری دارد.



نمودار ۱- مدل مفهومی تحقیق اقتباس از رستگار و همکاران (۱۳۹۸)

روش تحقیق

روش مورد استفاده در پژوهش حاضر از نظر هدف جز تحقیقات کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی و به روش همبستگی است. در روش همبستگی روابط بین بیش از یک متغیر باهم بررسی می‌شود و نتیجه همبستگی به دست آمده در صورت معنادار بودن در نمونه انتخاب شده به جامعه تعمیم داده می‌شود. تحقیق توصیفی شامل مجموعه روش‌هایی است که هدف آن‌ها توصیف کردن شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است. اجرای تحقیق توصیفی می‌تواند شناخت بیشتر شرایط موجود و یا یاری رساندن به فرآیند تصمیم‌گیری باشد. جامعه آماری این تحقیق صنعت گردشگری

بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن.../آژدری

جزیره کیش (هتل‌های پنج ستاره) می‌باشند که دارای ۵۴۷ نفر می‌باشد که بر اساس فرمول کوکران نمونه‌گیری خواهیم کرد.

یافته‌های تحقیق

بررسی نرمال بودن داده‌های پژوهش

در این قسمت با استفاده از آزمون فرض نرمال بودن به بررسی داده‌های پژوهش می‌پردازیم. در این آزمون، فرض صفر بر نرمال بودن توزیع داده‌ها بنا شده است؛ بنابراین اگر فرض صفر رد شود به معنی غیر نرمال بودن داده‌ها است. با توجه به اینکه مقدار احتمال برای هر سه متغیر بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد فرض نرمال بودن مدیریت منابع انسانی سبز، عملکرد زیست محیطی و رفتار فرانشس سازمانی تأیید می‌شود.

H: داده مورد بررسی توزیع نرمال دارد.

H₁: داده مورد بررسی توزیع نرمال ندارد.

جدول فرض نرمال بودن

متغیر	ابعاد	حجم نمونه	آماره آزمون	معنی‌داری	نتیجه
مدیریت منابع انسانی سبز	کل	۱۹۶	۱/۴۰۹	۰/۰۷۱	نرمال
عملکرد زیست محیطی	کل	۱۹۶	۱/۵۲۸	۰/۰۷۹	نرمال
رفتار فرانشس سازمانی	کل	۱۹۶	۱/۸۱۱	۰/۰۸۴	نرمال

بررسی فرضیه‌های تحقیق

فرضیه فرعی اول: مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.

جهت بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش از رگرسیون استفاده می‌گردد اما قبل از بررسی رگرسیون، همبستگی بین متغیرها مورد بررسی قرار خواهد گرفت. نتایج آزمون همبستگی در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۱- همبستگی فرضیه فرعی اول

R2	نوع رابطه	وجود رابطه	عملکرد زیست محیطی			متغیر
			تعداد	معنی‌داری	ضریب همبستگی	
۲۳۴	مستقیم	دارد	۱۹۶	۰/۰۰۰	۰/۴۷۱	مدیریت منابع انسانی سبز

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین مدیریت منابع انسانی سبز و عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش رابطه معنی‌دار وجود دارد (سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵). این رابطه به صورت مستقیم می‌باشد. بر اساس مقدار ضریب تعیین، مدیریت منابع انسانی سبز ۲۳/۴ درصد از تغییرات عملکرد زیست‌محیطی را تبیین می‌کند. به عبارت دیگر با افزایش مدیریت منابع انسانی سبز، عملکرد زیست‌محیطی به میزان ۲۳/۴ درصد افزایش می‌یابد.

جدول ۲- نتایج آزمون تحلیل رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	sig
رگرسیون	۲۴/۶۰۲	۱	۲۴/۶۰۲	۲۰/۷۸۰	۰/۰۰۰
باقی مانده	۱۶/۷۲۸	۱۹۵	۰/۲۲۱		
مجموع	۴۱/۳۳۰	۱۹۶			

در جدول فوق سطح معنی‌داری آزمون کمتر از ۰/۰۵ بوده که نشان می‌دهد مدل رگرسیون توانسته است تغییرات در متغیر وابسته (عملکرد زیست‌محیطی) را توضیح دهد. با توجه به معنادار بودن رگرسیون در مرحله بعد می‌بایست ضرایب معادله رگرسیون برآورد شده و معنی‌دار بودن آن‌ها مشخص شود. جدول زیر حاوی این نتایج می‌باشد:

جدول ۳- نتایج آزمون معناداری ضرایب رگرسیون

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	مقادیر بتای (Beta) استاندارد	آماره T	سطح معنی‌داری
عملکرد زیست‌محیطی	مدیریت منابع انسانی سبز	/۴۷۱	۴/۷۴۵	۰/۰۰۰

در خروجی جدول فوق ضرایب و معناداری هر یک ارائه شده است با توجه به نتایج جدول فوق سطح معنی‌داری ضریب عرض از مبدأ برابر ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین می‌توان گفت که مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد تأثیر معناداری دارد و در نتیجه فرضیه فرعی اول پذیرفته می‌شود.

فرضیه فرعی دوم: مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار فرانشس سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.

جهت بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار فرانشس سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش از رگرسیون استفاده می‌گردد اما قبل از بررسی رگرسیون، همبستگی بین متغیرها مورد بررسی قرار خواهد گرفت. نتایج آزمون همبستگی در جدول زیر ارائه شده است.

بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن.../آژدری

جدول ۴- همبستگی فرضیه فرعی دوم

R2	نوع رابطه	وجود رابطه	رفتار فرانشس سازمانی			متغیر
			تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی	
۴۱۷	مستقیم	دارد	۱۹۶	۰/۰۰۰	۰/۶۲۱	مدیریت منابع انسانی سبز

نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین مدیریت منابع انسانی سبز و رفتار فرانشس سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش رابطه معنی دار وجود دارد (سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵). این رابطه به صورت مستقیم می‌باشد. بر اساس مقدار ضریب تعیین، مدیریت منابع انسانی سبز ۴۱/۷ درصد از تغییرات رفتار فرانشس سازمانی را تبیین می‌کند. به عبارت دیگر با افزایش مدیریت منابع انسانی سبز، رفتار فرانشس سازمانی به میزان ۲۰/۷ درصد افزایش می‌یابد.

جدول ۵- نتایج آزمون تحلیل رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	sig
رگرسیون	۲۱/۷۴۸	۱	۱۵/۸۱۰	۴۰/۵۷۱	۰/۰۰۰
باقی مانده	۱۹/۵۸۲	۲۱۰	۰/۳۶۲		
مجموع	۴۱/۳۳۰	۲۱۱			

در جدول فوق سطح معنی داری آزمون کمتر از ۰/۰۵ بوده که نشان می‌دهد مدل رگرسیون توانسته است تغییرات در متغیر وابسته (رفتار فرانشس سازمانی) را توضیح دهد. با توجه به معنادار بودن رگرسیون در مرحله بعد می‌بایست ضرایب معادله رگرسیون برآورد شده و معنی دار بودن آن‌ها مشخص شود. جدول زیر حاوی این نتایج می‌باشد:

جدول ۶- نتایج آزمون معناداری ضرایب رگرسیون

متغیر ملاک	متغیر پیش بین	مقادیر بتای (Beta) استاندارد	آماره T	سطح معنی داری
رفتار فرانشس سازمانی	مدیریت منابع انسانی سبز	۰/۹۲۱	۵/۶۱۱	۰/۰۰۰

در خروجی جدول فوق ضرایب و معناداری هر یک ارائه شده است با توجه به نتایج جدول فوق سطح معنی داری ضریب عرض از مبدأ برابر ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین می‌توان گفت که مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار فرانشس سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تاثیر معناداری دارد؛ و در نتیجه فرضیه فرعی دوم پذیرفته می‌شود.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

فرضیه فرعی سوم: رفتار فرانش سازمانی بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.

جهت بررسی تأثیر رفتار فرانش سازمانی بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش از رگرسیون استفاده می‌گردد اما قبل از بررسی رگرسیون، همبستگی بین متغیرها مورد بررسی قرار خواهد گرفت. نتایج آزمون همبستگی در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۷- همبستگی فرضیه فرعی سوم

R2	نوع رابطه	وجود رابطه	عملکرد زیست‌محیطی			متغیر
			تعداد	معنی‌داری	ضریب همبستگی	
۰/۲۰۸	مستقیم	دارد	۱۹۶	۰/۰۰۱	۰/۳۷۴	رفتار فرانش سازمانی

نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین رفتار فرانش سازمانی و عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش رابطه معنی‌دار وجود دارد (سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵). این رابطه به صورت مستقیم می‌باشد. بر اساس مقدار ضریب تعیین، رفتار فرانش سازمانی ۲۰/۸ درصد از تغییرات عملکرد زیست‌محیطی را تبیین می‌کند. به عبارت دیگر با افزایش مدیریت منابع انسانی سبز، عملکرد زیست‌محیطی به میزان ۲۰/۸ درصد افزایش می‌یابد.

جدول ۸- نتایج آزمون تحلیل رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	sig
رگرسیون	۲۲/۱۷۷	۱	۲۲/۱۷۷	۲۳/۶۸۷	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	۱۹/۱۵۳	۱۹۵	۰/۲۴۱		
مجموع	۴۱/۳۳۰	۱۹۶			

در جدول فوق سطح معنی‌داری آزمون کمتر از ۰/۰۵ بوده که نشان می‌دهد مدل رگرسیون توانسته است تغییرات در متغیر وابسته (عملکرد زیست‌محیطی) را توضیح دهد. با توجه به معنادار بودن رگرسیون در مرحله بعد می‌بایست ضرایب معادله رگرسیون برآورد شده و معنی‌دار بودن آن‌ها مشخص شود. جدول زیر حاوی این نتایج می‌باشد:

جدول ۹- نتایج آزمون معناداری ضرایب رگرسیون

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	مقادیر بتای (Beta) استاندارد	آماره T	سطح معنی‌داری
عملکرد زیست‌محیطی	رفتار فرانش سازمانی	۰/۳۷۴	۴/۱۲۲	۰/۰۰۰

بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن.../آژدری

در خروجی جدول فوق ضرایب و معناداری هر یک ارائه شده است با توجه به نتایج جدول فوق سطح معنی داری ضریب عرض از مبدأ برابر $0/000$ و کمتر از $0/05$ می باشد بنابراین می توان گفت که مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار فرانشس سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد؛ و در نتیجه فرضیه فرعی سوم پذیرفته می شود.

فرضیه فرعی چهارم: فرایند سبز بر عملکرد زیست محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.

جهت بررسی تأثیر فرایند سبز بر عملکرد زیست محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش از رگرسیون استفاده می گردد اما قبل از بررسی رگرسیون، همبستگی بین متغیرها مورد بررسی قرار خواهد گرفت. نتایج آزمون همبستگی در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۱۰- همبستگی فرضیه فرعی چهارم

R2	نوع رابطه	وجود رابطه	عملکرد زیست محیطی			متغیر
			تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی	
		ندارد	۱۹۶	۰/۰۵۷	۰/۰۷۱	فرایند سبز

نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون نشان می دهد که بین فرایند سبز و عملکرد زیست محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش رابطه معنی دار وجود ندارد (سطح معنی داری بیشتر از $0/05$)؛ بنابراین فرضیه فرعی چهارم تأیید نمی گردد.

فرضیه فرعی پنجم: استراتژی سبز بر عملکرد زیست محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.

جهت بررسی تأثیر استراتژی سبز بر عملکرد زیست محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش از رگرسیون استفاده می گردد اما قبل از بررسی رگرسیون، همبستگی بین متغیرها مورد بررسی قرار خواهد گرفت. نتایج آزمون همبستگی در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۱۱- همبستگی فرضیه فرعی پنجم

R2	نوع رابطه	وجود رابطه	عملکرد زیست محیطی			متغیر
			تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی	
		ندارد	۱۹۶	۰/۰۶۱	۰/۰۴۷	استراتژی سبز

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین استراتژی سبز و عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش ارتباط معناداری وجود ندارد (سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵)؛ بنابراین فرضیه فرعی پنجم تأیید نمی‌گردد.

فرضیه فرعی ششم: حمایت سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.

جهت بررسی تأثیر حمایت سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش از رگرسیون استفاده می‌گردد اما قبل از بررسی رگرسیون، همبستگی بین متغیرها مورد بررسی قرار خواهد گرفت. نتایج آزمون همبستگی در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۱۲- همبستگی فرضیه فرعی ششم

R2	نوع رابطه	وجود رابطه	عملکرد زیست‌محیطی			متغیر
			تعداد	معنی‌داری	ضریب همبستگی	
۰/۱۸۷	مستقیم	دارد	۱۹۶	۰/۰۰۱	۰/۳۱۹	حمایت سبز

نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین حمایت سبز و عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش رابطه معنی‌دار وجود دارد (سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵). این رابطه به صورت مستقیم می‌باشد. بر اساس مقدار ضریب تعیین، حمایت سبز ۱۸/۷ درصد از تغییرات عملکرد زیست‌محیطی را تبیین می‌کند. به عبارت دیگر با افزایش حمایت سبز، عملکرد زیست‌محیطی به میزان ۱۸/۷ درصد افزایش می‌یابد.

جدول ۱۳- نتایج آزمون تحلیل رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	sig
رگرسیون	۲۱/۳۸۹	۱	۲۲/۱۷۷	۲۳/۶۸۷	۰/۰۰۱
باقی‌مانده	۱۹/۹۴۱	۱۹۵	۰/۲۴۱		
مجموع	۴۱/۳۳۰	۱۹۶			

در جدول فوق سطح معنی‌داری آزمون کمتر از ۰/۰۵ بوده که نشان می‌دهد مدل رگرسیون توانسته است تغییرات در متغیر وابسته (عملکرد زیست‌محیطی) را توضیح دهد. با توجه به معنادار بودن رگرسیون در مرحله بعد می‌بایست ضرایب معادله رگرسیون برآورد شده و معنی‌دار بودن آن‌ها مشخص شود. جدول زیر حاوی این نتایج می‌باشد:

بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن.../آژدري

جدول ۱۴- نتایج آزمون معناداری ضرایب رگرسیون

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	مقادیر بتای (Beta) استاندارد	آماره T	سطح معنی‌داری
عملکرد زیست‌محیطی	حمایت سبز	۰/۳۱۹	۳/۸۱۰	۰/۰۰۱

در خروجی جدول فوق ضرایب و معناداری هر یک ارائه شده است با توجه به نتایج جدول فوق سطح معنی‌داری ضریب عرض از مبدأ برابر ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین می‌توان گفت که مدیریت حمایت سبز بر رفتار فرانشس سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد؛ و در نتیجه فرضیه فرعی سوم پذیرفته می‌شود.

فرضیه فرعی هفتم: فرهنگ سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.

جهت بررسی تأثیر فرهنگ سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش از رگرسیون استفاده می‌گردد اما قبل از بررسی رگرسیون، همبستگی بین متغیرها مورد بررسی قرار خواهد گرفت. نتایج آزمون همبستگی در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۱۵- همبستگی فرضیه فرعی هفتم

R2	نوع رابطه	وجود رابطه	عملکرد زیست‌محیطی			متغیر
			تعداد	معنی‌داری	ضریب همبستگی	
۰/۲۱۵	مستقیم	دارد	۱۹۶	۰/۰۰۰	۰/۴۱۳	فرهنگ سبز

نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین فرهنگ سبز و عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش رابطه معنی‌دار وجود دارد (سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵). این رابطه به صورت مستقیم می‌باشد. بر اساس مقدار ضریب تعیین، فرهنگ سبز ۲۱/۵ درصد از تغییرات عملکرد زیست‌محیطی را تبیین می‌کند. به عبارت دیگر با افزایش فرهنگ سبز، عملکرد زیست‌محیطی به میزان ۲۱/۵ درصد افزایش می‌یابد.

جدول ۱۶- نتایج آزمون تحلیل رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	sig
رگرسیون	۲۲/۵۰۵	۱	۲۲/۵۰۵	۲۰/۳۷۹	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	۱۸/۸۲۵	۱۹۵	۰/۲۱۸		
مجموع	۴۱/۳۳۰	۱۹۶			

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

در جدول فوق سطح معنی‌داری آزمون کمتر از ۰/۰۵ بوده که نشان می‌دهد مدل رگرسیون توانسته است تغییرات در متغیر وابسته (عملکرد زیست‌محیطی) را توضیح دهد. با توجه به معنادار بودن رگرسیون در مرحله بعد می‌بایست ضرایب معادله رگرسیون برآورد شده و معنی‌دار بودن آن‌ها مشخص شود. جدول زیر حاوی این نتایج می‌باشد:

جدول ۱۷- نتایج آزمون معناداری ضرایب رگرسیون

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	مقادیر بتای (Beta) استاندارد	آماره T	سطح معنی‌داری
عملکرد زیست‌محیطی	فرهنگ سبز	۰/۴۱۳	۴/۶۹۱	۰/۰۰۰

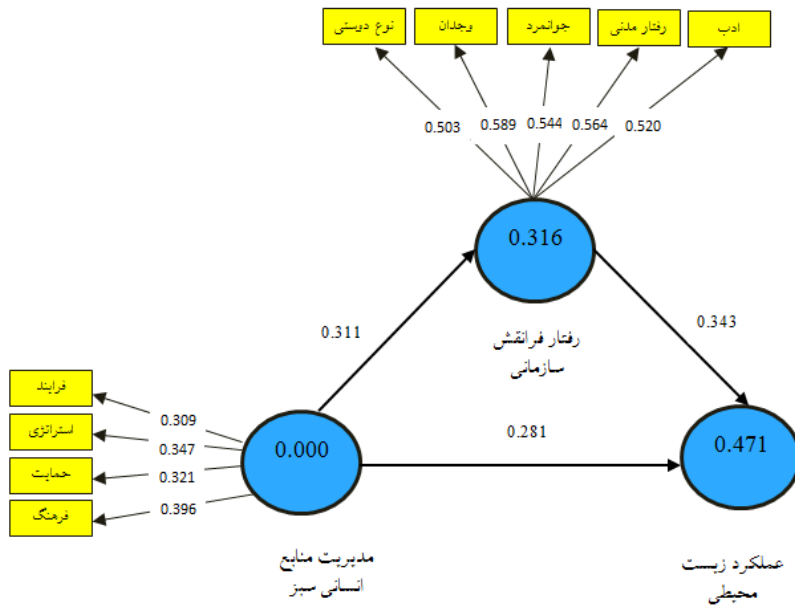
در خروجی جدول فوق ضرایب و معناداری هر یک ارائه شده است با توجه به نتایج جدول فوق سطح معنی‌داری ضریب عرض از مبدأ برابر ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین می‌توان گفت که فرهنگ سبز بر رفتار فرانشس‌سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد؛ و در نتیجه فرضیه فرعی هفتم پذیرفته می‌شود.

فرضیه اصلی: مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی با در نظر گرفتن نقش

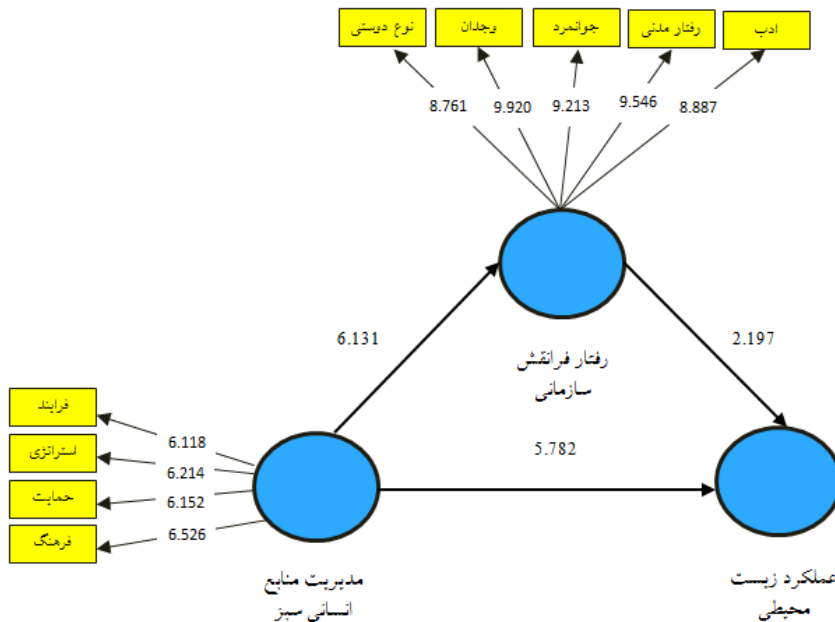
میانجی رفتار فرانشس‌سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد.

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی با در نظر گرفتن نقش میانجی رفتار فرانشس‌سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش می‌باشد که با استفاده از تحلیل مسیر، فرضیه اصلی را می‌توان با استفاده از نرم‌افزار پی ال اس انجام داد. نمودار زیر رابطه بین سه متغیر را نشان می‌دهد. اعداد روی جهت‌های ارتباطی همان ضرایب بتا می‌باشند.

بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن.../اژدری



نمودار ۲- مدل مفهومی تحقیق بر اساس ضریب مسیر



نمودار ۳- مدل مفهومی تحقیق بر اساس ضریب معناداری

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

جدول ۱۸- خلاصه نتایج آزمون فرضیه اصلی

ارتباط بین متغیرها	ضریب تأثیر	t-value	سطح معنی داری	شیوه تأثیرگذاری
مدیریت منابع انسانی سبز و عملکرد زیست محیطی	۰/۲۸۱	۵/۷۸۲	۰,۰۰۰	مستقیم
مدیریت منابع انسانی سبز و رفتار فرانش سازمانی	۰/۳۱۱	۶/۱۳۱	۰,۰۰۰	مستقیم
رفتار فرانش سازمانی و عملکرد زیست محیطی	۰/۳۴۳	۲/۱۹۷	۰,۰۰۰	مستقیم

نمودار اول رابطه همبستگی و نمودار دوم میزان معنی داری بین سه متغیر را نشان می دهد. اعداد روی جهت های ارتباطی همان ضرایب بتا می باشند. میزان ارتباط بین مدیریت منابع انسانی سبز و عملکرد زیست محیطی ۰/۲۸۱ می باشد که آزمون معنادار است. میزان ارتباط بین دو متغیر مدیریت منابع انسانی سبز و رفتار فرانش سازمانی ۰/۳۱۱ می باشد و این آزمون نیز معنادار است. میزان ارتباط بین دو متغیر رفتار فرانش سازمانی و عملکرد زیست محیطی ۰/۳۴۳ می باشد و این آزمون نیز معنادار است.

نتیجه گیری و پیشنهادها

نتیجه فرضیه اصلی تحقیق نشان داد مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن نقش میانجی رفتار فرانش سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد. نتایج این فرضیه با جمشیدی (۱۴۰۰) با عنوان تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی سازمان با توجه به رفتار سازگار با محیط زیست کارکنان و تعهد کارکنان هتل های شهر اصفهان، اشراقی و محمدی (۱۴۰۰) با عنوان تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز، تعهد سازمانی، رفتار سازگار با محیط زیست و عملکرد زیست محیطی، افسر^{۱۳} و همکاران (۲۰۲۰) با عنوان رابطه رهبری و مدیریت سبز انسانی با نقش میانجی نگرش سبز و تعهد سازمانی، میکیال^{۱۴} و همکاران (۲۰۱۸) با عنوان اثرات عملکرد زیست محیطی و افشای اطلاعات زیست محیطی بر عملکرد مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار اندونزی همسو می باشد. نتیجه فرضیه فرعی اول نشان داد مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد. نتایج این فرضیه با صادقی و ثابت (۱۳۹۹) با عنوان تبیین نقش واسطه ای مدیریت منابع انسانی سبز در ارتباط با سیستم های منابع انسانی و عملکرد زیست محیطی، علیزاده و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان تحلیل رابطه ترویج اخلاق زیست محیطی با ابعاد رفتار شهروندی سبز و عملکرد زیست محیطی در شرکت های تولیدی در استان تهران، احمد^{۱۵} و همکاران (۲۰۱۸) با عنوان تأثیر مدیریت منابع انسانی

بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن.../اژدری

سبز و شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین سبز بر عملکرد پایدار در ۱۲۱ بنگاه در کشور فلسطین، کیم^{۱۶} و همکاران (۲۰۱۸) بررسی تاثیر مدیریت سبز منابع انسانی بر رفتارهای حامی محیط‌زیست کارکنان و عملکرد زیست‌محیطی سازمان همسو می‌باشد. نتیجه فرضیه فرعی دوم نشان داد مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار فرانش سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تاثیر معناداری دارد نتایج این فرضیه با فرخی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار محیط‌زیست گرایانه کارکنان با در نظر گرفتن نقش تعدیلگر ارزش‌های سبز فردی و فرهنگ خدمت در شهرداری مرکزی اصفهان، رستگار و همکاران (۱۳۹۸) با عنوان تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی کارکنان هتل، علی خلیفه و علی آواد^{۱۷} (۲۰۱۸) با عنوان رابطه بین عدالت سازمانی و رفتار فرانش پرستاران مراقبت‌های پزشکی و جراحی بیمارستان آموزش پزشکی دانشگاه‌ها در مصر، سامربل^{۱۸} (۲۰۱۷) با عنوان بهبود عملکرد زیست‌محیطی در صنعت سیمان به بررسی راه‌های کاهش انتشار دی اکسیدکربن از صنعت سیمان همسو می‌باشد. نتیجه فرضیه فرعی سوم نشان داد رفتار فرانش سازمانی بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تاثیر معناداری دارد نتایج این فرضیه با اسکندری و ایراندوست (۱۳۹۴) با عنوان رابطه اخلاق کاری و رفتار شهروندی سازمانی با عملکرد سازمانی در بانک‌های تجاری دولتی شهر سندنج، دیویس^{۱۹} و همکاران (۲۰۱۶) با عنوان تعهد سازمانی و اثرات آن بر رفتار فرانش سازمانی در مدارس متوسطه یونان، سیزن و بسیم^{۲۰} (۲۰۱۵) بررسی تاثیر رضایت شغلی و تعهد سازمانی بر رفتار فرانش سازمانی معلمان در مدارس پاکستان همسو می‌باشد. نتیجه فرضیه فرعی چهارم نشان داد بین فرایند سبز و عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش رابطه معنی‌دار وجود ندارد نتایج این فرضیه با فرخی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار محیط‌زیست گرایانه کارکنان با در نظر گرفتن نقش تعدیلگر ارزش‌های سبز فردی و فرهنگ خدمت در شهرداری مرکزی اصفهان، رستگار و همکاران (۱۳۹۸) با عنوان تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی کارکنان هتل، علی خلیفه و علی آواد^{۲۱} (۲۰۱۸) با عنوان رابطه بین عدالت سازمانی و رفتار فرانش پرستاران مراقبت‌های پزشکی و جراحی بیمارستان آموزش پزشکی دانشگاه‌ها در مصر، سامربل^{۲۲} (۲۰۱۷) با عنوان بهبود عملکرد زیست‌محیطی در صنعت سیمان به بررسی راه‌های کاهش انتشار دی اکسیدکربن از صنعت سیمان همسو نمی‌باشد. نتیجه فرضیه فرعی پنجم نشان داد بین استراتژی سبز و عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش ارتباط معناداری وجود ندارد نتایج این فرضیه با صادقی و ثابت (۱۳۹۹) با عنوان تبیین نقش واسطه‌ای مدیریت منابع انسانی سبز در ارتباط با سیستم‌های منابع انسانی و

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

عملکرد زیست‌محیطی، علیزاده و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان تحلیل رابطه ترویج اخلاق زیست‌محیطی با ابعاد رفتار شهروندی سبز و عملکرد زیست‌محیطی در شرکت‌های تولیدی در استان تهران، احمد^{۲۳} و همکاران (۲۰۱۸) با عنوان تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز و شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین سبز بر عملکرد پایدار در ۱۲۱ بنگاه در کشور فلسطین، کیم^{۲۴} و همکاران (۲۰۱۸) بررسی تأثیر مدیریت سبز منابع انسانی بر رفتارهای حامی محیط‌زیست کارکنان و عملکرد زیست‌محیطی سازمان همسو نمی‌باشد. نتیجه فرضیه فرعی ششم نشان داد حمایت سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد نتایج این فرضیه با جمشیدی (۱۴۰۰) با عنوان تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست‌محیطی سازمان با توجه به رفتار سازگار با محیط‌زیست کارکنان و تعهد کارکنان هتل‌های شهر اصفهان، اشراقی و محمدی (۱۴۰۰) با عنوان تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز، تعهد سازمانی، رفتار سازگار با محیط‌زیست و عملکرد زیست‌محیطی، افسر^{۲۵} و همکاران (۲۰۲۰) با عنوان رابطه رهبری و مدیریت سبز انسانی با نقش میانجی نگرش سبز و تعهد سازمانی، میکیال^{۲۶} و همکاران (۲۰۱۸) با عنوان اثرات عملکرد زیست‌محیطی و افشای اطلاعات زیست‌محیطی بر عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار اندونزی همسو می‌باشد. نتیجه فرضیه فرعی هفتم نشان داد فرهنگ سبز بر عملکرد زیست‌محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد نتایج این فرضیه با صادقی و ثابت (۱۳۹۹) با عنوان تبیین نقش واسطه‌ای مدیریت منابع انسانی سبز در ارتباط با سیستم‌های منابع انسانی و عملکرد زیست‌محیطی، علیزاده و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان تحلیل رابطه ترویج اخلاق زیست‌محیطی با ابعاد رفتار شهروندی سبز و عملکرد زیست‌محیطی در شرکت‌های تولیدی در استان تهران، احمد^{۲۷} و همکاران (۲۰۱۸) با عنوان تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز و شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین سبز بر عملکرد پایدار در ۱۲۱ بنگاه در کشور فلسطین، کیم^{۲۸} و همکاران (۲۰۱۸) بررسی تأثیر مدیریت سبز منابع انسانی بر رفتارهای حامی محیط‌زیست کارکنان و عملکرد زیست‌محیطی سازمان، اسکندری و ایراندوست (۱۳۹۴) با عنوان رابطه اخلاق کاری و رفتار شهروندی سازمانی با عملکرد سازمانی در بانک‌های تجاری دولتی شهر سنجندج، دیویس^{۲۹} و همکاران (۲۰۱۶) با عنوان تعهد سازمانی و اثرات آن بر رفتار فرانشس سازمانی در مدارس متوسطه یونان، سیزن و بسیم^{۳۰} (۲۰۱۵) بررسی تأثیر رضایت شغلی و تعهد سازمانی بر رفتار فرانشس سازمانی معلمان در مدارس پاکستان همسو می‌باشد.

پیشنهادها کاربردی

بملاحظه به نتیجه فرضیه فرعی اول که نشان داد مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد

بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن.../اژدری

زیست محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد بنابراین پیشنهاد می‌گردد نگهداری پویای منابع انسانی سبز حاصل بسترسازی سازمان و مدیریت است. عواملی همچون کیفیت و شیوه‌های جبران خدمت، آموزش و توسعه، روابط کارکنان و فرهنگ‌سازمانی، ارزیابی عملکرد و ارائه بازخور می‌توانند نقش تأثیرگذاری در نگهداری منابع انسانی ایفا نمایند. مدیریت منابع انسانی سبز برای تحقق اهداف، باید بیشترین تمرکز را بر این نظام داشته باشد. باملاحظه به نتیجه فرضیه فرعی دوم که نشان داد مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار فرانشس‌سازمانی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد بنابراین به مدیران صنعت گردشگری جزیره کیش پیشنهاد می‌گردد مدیریت منابع انسانی سبز را به‌عنوان ابزاری قوی برای هدایت سرمایه‌های انسانی مدنظر داشته باشند و بر اساس مدل مدیریت منابع انسانی سبز با تمرکز بر سبز شدن منابع انسانی، دستیابی به اهداف راهبردی خود را تحقق بخشند. باملاحظه به نتیجه فرضیه فرعی سوم که نشان داد رفتار فرانشس‌سازمانی بر عملکرد زیست محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد بنابراین به مدیران صنعت گردشگری جزیره کیش پیشنهاد می‌گردد مدیران سازمان با مشارکت دادن کارکنان در جلسات، به اشتراک گذاشتن عقاید خود با دیگران و آگاهی به مسائل جاری سازمان کارکنان را در جریان امور قرار دهند تا از این طریق حس تعصب نسبت به سازمان در کارکنان ایجادشده و کارکنان به رفتارهای فرانشس‌روی آورند. باملاحظه به نتیجه فرضیه فرعی ششم که نشان داد حمایت سبز بر عملکرد زیست محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد بنابراین به مدیران صنعت گردشگری جزیره کیش پیشنهاد می‌گردد مدیران باید برای ایجاد یک محیط سالم و مناسب و همچنین کاهش زیان‌های زیست محیطی تلاش کنند؛ زیرا حرکت به سمت حمایت سبز به حل مشکلات زیست محیطی نیاز دارد همچنین، با در نظر گرفتن وضعیت جامعه آماری در مبحث حمایت و مدیریت منابع انسانی سبز، باید توجه به نهادینه‌سازی حمایت سبز و حفظ و بهبود مدیریت زیست محیطی از سوی مدیران در دستور کار قرار گیرد. باملاحظه به نتیجه فرضیه فرعی هفتم که نشان داد فرهنگ سبز بر عملکرد زیست محیطی در صنعت گردشگری جزیره کیش تأثیر معناداری دارد بنابراین به مدیران صنعت گردشگری جزیره کیش پیشنهاد می‌گردد شرکت توزیع برق استان فارس به بازنگری نظام مدیریت منابع انسانی خود توجه کنند و حرکت به سوی مدیریت منابع انسانی سبز از قبیل توجه بیشتر به معیارهای سبز در زیرسیستم‌های منابع انسانی (مانند جذب و استخدام سبز، آموزش و توسعه سبز، ارزیابی عملکرد سبز، جبران خدمات سبز) را در نظر داشته باشند.

منابع

- (۱) آیبای اصفهانی، سعید، حسنی، علی اکبر، حسینی نیا، سیدحسین (۱۳۹۷)، مدیریت منابع انسانی سبز؛ الگویی برای پایداری در سازمان‌های ورزشی (مورد مطالعه: اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان شمالی)
- (۲) اسکندری و ایراندوست (۱۳۹۴)، رابطه اخلاق کاری و رفتار شهروندی سازمانی با عملکرد سازمانی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال ۱۰، شماره ۲، صص ۱۱۴-۱۰۷
- (۳) اشراقی، سید محمود و محمدی، مرتضی، ۱۴۰۰، تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر تعهد سازمانی، رفتار سازگار با محیط زیست و عملکرد زیست محیطی، دومین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، دامغان
- (۴) جمشیدی، علیرضا، ۱۴۰۰، تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با توجه به رفتار سازگار با محیط زیست کارکنان و تعهد کارکنان (مورد مطالعه: کارکنان هتل‌های شهر اصفهان)، چهارمین دوره همایش ملی مدیریت حسابداری و مهندسی صنایع، جزیره کیش
- (۵) حسینی، سید علی اصغر (۱۳۹۴)، بررسی نقش میانجی وفاداری سازمانی در تأثیر سبک رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی کارکنان بانک مهر اقتصاد استان فارس، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- (۶) رجبی پور میبیدی، علیرضا، آندرواژ، لیل، کایدیان، آذر، مختاری پیام، مهدی، بردستانی، محسن (۱۳۹۹)، رابطه اقدامات مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد محیطی هلال احمر با نقش میانجیگری عوامل توانمندساز فرهنگ سبز، راهبردهای مدیریت در نظام سلامت، سال ۵، شماره ۳، صص ۱۹۱-۱۸۴
- (۷) رستگار، عباسعلی، سبکرو، مهدی، ملکی مین باش رزگاه، مرتضی، باقری قره بلاغ، هوشمند (۱۳۹۸) تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی کارکنان، دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال ۷، شماره ۱۴، صص ۱۴۸-۱۲۷
- (۸) سیدجوادین، سیدرضا، روشندل اربطانی، طاهر و نوبری (۱۳۹۵)، مدیریت منابع انسانی سبز یک رویکرد سرمایه‌گذاری و توسعه پایدار، فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری، سال ۵، شماره ۲۰، صص ۳۲۷-۲۹۷
- (۹) صادقی، مهدی و ثابت، عباس، ۱۳۹۹، تبیین نقش واسطه‌ای مدیریت منابع انسانی سبز در ارتباط با سیستم‌های منابع انسانی و عملکرد زیست محیطی، نخستین کنفرانس بین‌المللی و دومین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب‌وکار، شیراز

بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن.../اژدری

۱۰) علیزاده، ابوالفضل، موسوی، سیدنجم الدین، حکاک، محمد، سپهوند، رضا (۱۳۹۹)، تحلیل رابطه ترویج اخلاق زیست محیطی با ابعاد رفتار شهروندی سبز و عملکرد زیست محیطی، اخلاق در علوم و فناوری، سال ۱۵، شماره ۳، صص ۴۹-۵۶

۱۱) فرخی، مجتبی، امیری، زینب، دلوی اصفهانی، محمد (۱۳۹۹)، تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار محیط زیست گرایانه کارکنان با در نظر گرفتن نقش تعدیلگر ارزش های سبز فردی و فرهنگ خدمت، دو فصلنامه علمی مدیریت منابع انسانی پایدار، دوره ۲، شماره ۲، صص ۱۳۷-۱۵۷

۱۲) قاسمی، حمیدرضا، جهانگیری موموندی، بابک، علی میری، مصطفی (۱۳۹۲)، بررسی تاثیر تعلق خاطر بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال ۲، شماره ۳، صص ۲۵-۴۲

۱۳) قلی پور، آرین (۱۳۹۵)، مدیریت منابع انسانی (تئوری، مفاهیم و کاربردها)، انتشارات سمت

۱۴) میوه چی، لیلا، عدالتیان شهریاری، مهوش (۱۳۹۸)، نقش کارآفرینی سبز بر عملکرد زیست محیطی براساس مدل خودسازماندهی، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال ۳، شماره ۲۵، صص ۵۹-۷۱

۱۵) نادر پور، کامران (۱۳۹۸)، بررسی رابطه بین رهبری اخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی فرهنگ سازمانی در شرکت پالایش نفت بندرعباس، پایان نامه کارشناسی ارشد.

16) Afsar, B. Maqsoom, A. Shahjehan, A. Afridi, S. A. Nawaz, A. & Fazliani, H. (2020). Responsible leadership and employee's proenvironmental behavior: The role of organizational commitment, green shared vision, and internal environmental locus of control. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 297-312

17) Ahmed A. Zaid, Ayham A.M. Jaaron, Abdul Talib Bon(2018), The impact of green human resource management and green supply chain management practices on sustainable performance: An empirical study, *Journal of Cleaner Production*.

18) Arda OA, Bayraktar E, Tatoglu E. How do integrated quality and environmental management practices affect firm performance? mediating roles of quality performance and environmental proactivity. *Business Strategy and the Environment* 2018; 28(1): 64-78. doi: 10.1002/ bse.2190

19) Ali Khalifa, Sabrein Mahmoud, Ali Awad, Nadia Hassan(2018), The Relationship Between Organizational Justice And Citizenship Behavior As Perceived By Medical-Surgical Care Nurses, *Journal of Nursing and Health Science*, Vol 7, No 4, pp 31-37

- 20) Devece, Carlos, Palacios-Marqués, Daniel, Alguacil, María Pilar(2016), Organizational commitment and its effects on organizational citizenship behavior in a high-unemployment environment, *Journal of Business Research*, (69)6, (1857-1861).
- 21) Dutta, S. (2012), Greening people: a strategic dimension, *Zenith International Journal of Business Economics & Management Research*, 2(2), 143-148
- 22) Jacob, C. and Jolly, J. (2012), A Study of Green HR Practices and Its Effective Implementation in the Organization: A Review, *International Journal of Business and Management*, 7(21), 25-33. Available online at: www.ccsenet.org/ijbm
- 23) Jenny, D. Jie, S. & Xin, D. (2017). Effects of Green HRM Practices on Employee Workplace Green Behavior: The Role of Psychological Green Climate and Employee Green Values. *Human Resource Management*, 56(4), 613-627
- 24) Kim, Y. J. Kim, W. G. Choi, H. M. & Phetvaroon, K. (2018). The effect of green human resource management on hotel employees' eco-friendly behavior and environmental performance. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 83-93
- 25) Margaretha, M. and Saragih, S. (2013), Developing new corporate culture through green human resource practice, Paper presented at the International Conference on Business, Economics, and Accounting, 20-23 March, Bangkok-Thailand, The 2013 IBEA, 1-24
- 26) Mikial, Msy, Marwa, Taufiq, Fuadah, LukLuk, Meutia, Inten(2018),The Effects of Environmental Performance and Environmental Information Disclosure on Financial Performance in Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange, *Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference*.
- 27) Pavithradevi, V. and Sandhya, R.C. (2016), Green HR: Does Its Performance Match with the Value Perceived by the Employees? *International Journal Of Business & Management*, March, 4(3), 312-314
- 28) Sakhawalkar, A. & Thadani, A. (2013). To Study the Current Green HR Practices and There Responsiveness among the Employees of IT Sector in Pune Region. *International Journal of Science and Research*, 4(4), 324-328
- 29) Sesen, Harun; Basim, Nejat H. (2015). Impact of Satisfaction and Commitment on Teachers' Organizational Citizenship. *Educational Psychology*. ERIC Number: EJ970767.
- 30) Summerbell, D.L. 2017. Environmental Performance Improvement in the Cement Industry. This dissertation is submitted for the degree of Doctor of Philosophy. Department of Engineering University of Cambridge

بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی با در نظر گرفتن.../آذری

31) Zoogah, D.B. (2011). The Dynamics of Green HRM Behaviors: A Cognitive Social Information Processing Approach. German Journal of Research in Human Resource Management, 25(2), 117-139.

یادداشت‌ها:

-
1. Pavithradevi & Sandhya
 - 2 .Jacob & Jolly
 3. Jenny
 4. Zoogah
 5. Zoogah
 6. Dutta
 7. Margaretha & Saragih
 8. Arda
 9. Organ
 10. Afsar
 11. Mikial
 12. Ahmed
 13. Afsar
 14. Mikial
 15. Ahmed
 16. kim
 17. Ali Khalifa & Ali Awad
 18. Summerbell
 19. Devece
 - 20 .Sesen,Basim
 21. Ali Khalifa & Ali Awad
 22. Summerbell
 23. Ahmed
 24. kim
 25. Afsar
 26. Mikial
 27. Ahmed
 28. kim
 29. Devece
 - 30 .Sesen,Basim

study the effect of Green human resource management on environmental Performance With mediator role of Organizational Citizenship Behaviors in tourism industry in Kish Island

Receipt: 29/04/2024

Acceptance: 19/05/2024

Khalil Ajdari

Abstract

The present study was carried out trying to effect of Green human resource management on environmental Performance With mediator role of Organizational Citizenship Behaviors in tourism industry in Kish Island. In terms of research objective and data collection method, the study is an applied and descriptive-correlation one. The research statistical population consisted of 547 Employees in tourism industry in Kish Island from which a total of 226 subjects were selected as the sample using Cochran formula and accident sampling method. In addition, research data was collected through Green human resource management (Mohammad Nejad Shurkai), Organizational Citizenship Behaviors (Vaijayanthi et al)and environmental Performance (Arvaneh) In order to assess the validity of the questionnaires, the views of the distinguished professor of guidance and some experts in this field were used and finally the questionnaires were approved. survey and the reliability of which was calculated through Cronbach's Alpha. After the questionnaires were collected and it was found, by means of Kolmogorov-Smirnov test, that variables were normal, the data were analyzed using Pearson Correlation in SPSS and PLs software. The results of the research original hypothesis indicated that Green human resource management significantly influences environmental Performance With mediator role of Organizational Citizenship Behaviors in tourism industry in Kish Island.

Keywords

Green human resource management, environmental Performance, Organizational Citizenship Behaviors, tourism industry in Kish Island

Department of Public Management, Islamic Azad University, Larestan Branch, Larestan, Iran.
AjdariKhalil@gmail.com



مؤلفه‌های رفتاری مؤثر در محبوبیت مدیران (رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری)

مصطفی حیدری هراتمه^۱

حمیدرضا بهرامی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۲/۱۲ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۳/۱۷

چکیده

تحقیق حاضر باهدف شناسایی و تبیین مؤلفه‌های محبوبیت مدیران با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری در نظر گرفته شد. با توجه به ادبیات و مبانی نظری محبوبیت مدیران/کارمندان، جهت شناسایی مؤلفه‌ها در چهار مرحله از AI و ChatGPT استفاده شد که پاسخ هر مرحله با ده مؤلفه/شاخص انجام شد. درنهایت مؤلفه‌های مشترک هر چهار مرحله توسط ۱۵ نفر از مدیران بخش دولتی و خصوصی اساتید دانشگاه مرتبط با موضوع به‌عنوان جامعه خبره بررسی که بر اساس فراوانی نظرات و اجماع نظری حاصل‌شده، مؤلفه‌های نهایی مشتمل بر یازده مؤلفه مشخص و روابط بین آن نهایی شدند. با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری روابط بین مؤلفه‌های نهایی، موردبررسی قرار گرفت و ضمن سطح‌بندی مؤلفه‌ها، در چارچوب میزان قدرت/نیروی نفوذ و وابستگی مؤلفه‌ها، یافته‌ها نشان داد که به جزء مؤلفه تفکر رویایی و استراتژیک که در سطح دوم قرار دارد، بقیه مؤلفه‌ها در سطح یک قرار گرفتند. همچنین مؤلفه‌های "عدالت / انصاف" و "انعطاف‌پذیری و سازگاری" به‌عنوان مؤلفه‌های پیوندی محبوبیت مدیران تعیین شدند. این مؤلفه‌ها دارای قدرت نفوذ و وابستگی زیادی بوده و ضمن اینکه بر تمامی مؤلفه تأثیرگذار می‌باشند؛ از تمامی مؤلفه‌های دیگر نیز تأثیرپذیر خواهند بود؛ بنابراین برای انتخاب و انتصاب مدیران، ضمن در نظر داشتن استانداردهای علمی، عملی، سوابق شغلی، مدیریتی، اخلاقی، جهادی، پایبندی به اصول انقلاب اسلامی، میزان همسویی فکری و اعتقادی با دولت، میزان محبوبیت و مقبولیت آنان نزد سایر مدیران و تمامی کارمندان همکار، سنجیده و از این پتانسیل معنوی و اجرایی به رأی گذاشتن میزان مقبولیت و محبوبیت مدیر، به‌عنوان آیتمی قابل‌اتکا نیز استفاده نماید.

کلمات کلیدی

محبوبیت، عدالت، انعطاف‌پذیری، مدل‌سازی ساختاری تفسیری

۱-دانشیار گروه اقتصاد، واحد نراق، دانشگاه آزاد اسلامی، نراق، ایران. (نویسنده مسئول) Mo.heidarih@iau.ac.ir و heidarimu@yahoo.com
۲-استادیار گروه مدیریت، واحد نراق، دانشگاه آزاد اسلامی، نراق، ایران. drbahrami.328@gmail.com

در طول سال‌های تحصیلی، تشخیص اینکه کدام دانش‌آموز محبوب‌ترین است، آسان بود. در نهایت، برخی با عناوینی (مثلاً رئیس کلاس یا مفسر) که نشان‌دهنده محبوبیت آن‌ها بود، تسخیر شدند و به آن‌ها امتیازات ویژه‌ای اعطا شد که مزایای محبوبیت را نشان می‌داد. تحقیقات مرتبط با محبوبیت در مدرسه شواهد حکایت شده مبتنی بر سودمند بودن محبوب بودن را تأیید کرده است. در مقایسه با دانش‌آموزان غیر محبوب، دانش‌آموزان محبوب بیشتر مورد تقلید قرار می‌گیرند و بیشتر مورد توجه دیگران قرار می‌گیرند، کمک بیشتری دریافت می‌کنند، دریافت‌کنندگان کلیشه‌های مثبت‌تر هستند و روابط مثبت بیشتری با دیگران حفظ می‌کنند (بدنارک، پاروتیس و سیلینس، ۲۰۱۷). متأسفانه طرف دیگر ماجرا این است که عدم محبوبیت در دوران کودکی و نوجوانی مضر است. تحقیقات نشان داده است که تعاملات اجتماعی دانش‌آموزان نامحبوب با دیگران تا حد زیادی منفی است، زیرا آن‌ها اغلب توسط همسالان و همکلاسی‌های خود قربانی می‌شوند (بیریکر، ۲۰۱۱)؛ بنابراین، کسانی که توسط همسالان خود طرد می‌شوند، سطوح بالاتری از احساسات منفی، افسردگی و کناره‌گیری روانی را تجربه می‌کنند (دیگان، ۲۰۱۹). مطالعات طولانی‌مدت نشان داده‌اند که نامحبوب بودن منجر به پیامدهای رفتاری نامطلوب متعددی می‌شود، از جمله سطوح بالاتر غیبت و نرخ ترک تحصیل (کولن، فان و لیو، ۲۰۱۴). به‌طور کلی، تعداد قابل‌توجهی از تحقیقات در روانشناسی رشد و تربیت نشان داده است که محبوبیت یک پدیده برجسته است که به‌طور قابل‌توجهی بر نحوه نگرش و برخورد دیگران با افراد تأثیر می‌گذارد. علیرغم اهمیت محبوبیت در دوران کودکی و نوجوانی، تحقیقات بسیار کمی محبوبیت را فراتر از زمینه‌های مدرسه ابتدایی و متوسطه بررسی کرده است. با این حال، این احتمال وجود دارد که محبوبیت همچنان در بزرگسالی اهمیت داشته باشد. همان‌طور که دیسنی (۲۰۱۳) اشاره کرد، "مردم نیازهای قدرتمندی برای تأیید اجتماعی دارند". در نتیجه، مبارزه برای اجتناب از شکست اجتماعی در سراسر زندگی رایج است، نه صرفاً در دوران مدرسه. علاوه بر این، وقتی افراد بالغ می‌شوند، تعامل با دیگران در گروه متوقف نمی‌شود. این امر به‌ویژه در محل کار، جایی که مقدار فزاینده‌ای از کار توسط تیم‌ها انجام می‌شود، صادق است (فدورنکو، ۲۰۲۱)؛ بنابراین، همان طبقه‌بندی اجتماعی که تجارب مدرسه کودکان و نوجوانان را مشخص می‌کند، ممکن است تجارب کاری بزرگسالان را نیز مشخص کند. اگر محبوبیت عنصری از طبقه‌بندی اجتماعی است، پس مهم است که محبوبیت در سازمان‌ها مورد مطالعه قرار گیرد تا نشان داده شود؛ چرا برخی از کارمندان از دیگران محبوب‌تر هستند و آیا محبوبیت بر عملکرد کار تأثیر می‌گذارد یا خیر. در واقع، بسیاری از نتایجی که در بالا در تحقیق در

مؤلفه‌های رفتاری موثر در محبوبیت مدیران / حیدری هراتمه و بهرامی

مورد محبوبیت در محیط مدرسه مشاهده شد، منعکس‌کننده نتایجی است که در ادبیات سازمانی مورد بررسی قرار گرفته است. به‌طور خاص، مفاهیمی مانند دریافت کمک از دیگران، قربانی شدن، کناره‌گیری، غیبت و ترک تحصیل دارای معادلاتی در محل کار هستند: رفتار شهروندی سازمانی (گاردن و همکاران، ۲۰۲۰)، رفتار کاری غیرمولد (هیم و همکاران، ۲۰۱۸). به ترتیب انصراف از کار، غیبت و شیفت کاری؛ بنابراین، محبوبیت ممکن است یک متغیر اضافی برای در نظر گرفتن جهت درک چنین نتایجی باشد و ممکن است مکانیسم توضیحی دیگری برای اینکه چرا کارکنان چنین رفتارهایی را دریافت می‌کنند یا درگیر آن می‌شوند، ارائه دهد. با توجه به تأثیرات مؤثر و مثبت محبوبیت مدیران در سازمان‌های اداری، شناسایی مؤلفه‌های محبوبیت مدیران و به‌کارگیری رویکردهای پیاده‌سازی آن در تعیین و انتخاب مدیران، بیش‌ازپیش احساس می‌شود. همچنین به دلیل نبود یا کمبود مطالعات در این حوزه و به‌ویژه در ایران و مهم‌تر فقر مطالعاتی این موضوع در رویه‌ها و چگونگی اجرایی کردن آن در انتصابات مدیران در سازمان‌های دولتی و حتی خصوصی، ضرورت مطالعه حاضر از اهمیت بیشتری برخوردار خواهد بود بنابراین این مطالعه به شناخت مؤلفه‌های مؤثر رفتاری در محبوبیت مدیران خواهد پرداخت.

همچنین، محقق با مدنظر قرار دادن نقاط ضعف و قوت در جامعه هدف؛ اقدام به شناخت مؤلفه‌های محبوبیت مدیران در بین صاحب‌نظران مدیریتی سازمان‌ها کرده است. با توجه به آنچه بیان گردید، این تحقیق از دو جهت ضرورت و اهمیت دارد این دو جنبه عبارت است از خلأ علمی که در این زمینه وجود دارد؛ بررسی ادبیات موجود نشان می‌دهد محققان توجه چندانی به موضوع محبوبیت نداشته و می‌توان گفت که در حوزه مسائل مدیریت و سازمان پیرامون محبوبیت مدیران در سازمان‌ها خلأ علمی وجود دارد. لذا این پژوهش با لحاظ کردن تحقیقات که بخشی از آن‌ها تا حدودی مرتبط هستند سعی دارد خلأ علم موجود را در حوزه کاری پوشش دهد. همچنین از جنبه کاربردی می‌توان گفت انجام این پژوهش می‌تواند گام مهمی در شناخت مؤلفه‌های محبوبیت مدیران باشد که با ارائه راهکارهای مطلوب جهت انتخاب مدیران به آن‌ها کمک کند تا با انتخاب مدیران دارای محبوبیت بیشتر سازمان‌ها و شرکت‌ها بتوانند به اهداف خود سریع‌تر دست‌یافته و عملکرد بیشتری شکل بگیرد. نوآوری این مطالعه در این است که مدل پژوهش حاضر مدلی جامع و غنی از مؤلفه‌های مؤثر در محبوبیت استخراج خواهد شد که تاکنون در پژوهش‌های گذشته چه در خارج کشور و چه در داخل کشور، به آن به اشاره‌ای نشده است و نیز ادبیات و مبانی نظری این موضوع با انجام این پژوهش تقویت می‌شود.

بر این اساس، هدف این مقاله بررسی مفهوم محبوبیت مدیران/کارمندان و شناخت مؤلفه‌ها/شاخص‌های آن در محیط کار است. ابتدا تعریفی از محبوبیت ارائه می‌شود. تا مشخص شود که آیا (الف) مدیران/کارمندان می‌توانند به‌طور قابل‌اعتمادی توسط همکارانشان از نظر محبوبیت متمایز شوند، (ب) محبوبیت توسط عوامل شخصی و موقعیتی پیش‌بینی می‌شود و (ج) محبوبیت رفتاری را پیش‌بینی می‌کند که از همکاران بیش از مفاهیم سازمانی مرتبط دریافت می‌شود. در ادامه، ابتدا نگاهی تحلیلی به تصویر تعریفی و چارچوب نظری مفهوم محبوبیت و ابعاد و مؤلفه‌های آن پرداخته و از طریق روش‌شناسی مدل‌سازی ساختاری تفسیری، روابط و تعاملات بین ابعاد محبوبیت مدیران تعیین و بر اساس میزان قدرت نفوذ و وابستگی آن‌ها، سطح‌بندی مؤلفه صورت می‌گیرد و در نهایت، نتایج و یافته‌های آن مورد بحث قرار می‌گیرد. نوآوری مطالعه حاضر نسبت به سایر مطالعات صورت گرفته از دو جنبه قابل‌بررسی است. نخست روش‌شناسی پژوهش می‌باشد که مطالعه ایی در باب محبوبیت مدیران با تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) صورت نگرفته است و دومین وجه تمایز استفاده از برنامه هوش مصنوعی (AI) و برنامه ChatGPT، جهت شناخت مؤلفه‌های محبوبیت مدیران می‌باشد که مورد بررسی مجدد قرار گرفت که کاملاً همسو و سازگار با یکدیگر بودند.

چارچوب نظری و پیشینه پژوهش

اگرچه محبوبیت به‌ندرت مورد مطالعه قرار گرفته است، اما یک مفهوم کاملاً جدید برای علوم سازمانی نیست. مطالعات متعددی که بیشتر آن‌ها در دهه‌های پیش انجام شده‌اند، نشان می‌دهند که مفهوم محبوبیت از مدرسه به محل کار ترجمه می‌شود. محبوبیت با رضایت شغلی، عملکرد شغلی فردی، عملکرد گروهی و تنبیه سازمانی مرتبط است. (زانگ و همکاران، ۲۰۲۱). اگرچه این تحقیق ارتباط محبوبیت مدیران را نشان داد، اما هیچ‌یک از این مطالعات یک تعریف رسمی از محبوبیت ارائه نکردند و منطق نظری کمی ارائه شده که محبوبیت را با سایر متغیرهای مورد بررسی مرتبط می‌کند. این محدودیت‌ها نشان می‌دهند که تحقیقات در مورد محبوبیت را می‌توان با تعریف محبوبیت با دقت بیشتر و با استفاده از نظریه‌های موجود برای توجیه ارتباط بین محبوبیت و سایر سازه‌های مرتبط با کار غنی‌تر کرد. فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد محبوب را به‌عنوان "به‌طور کلی پذیرفته‌شده، معمولاً شناخته‌شده" و فرهنگ لغت دانشگاهی و بستر آن را به‌عنوان "متداول یا به‌طور گسترده پذیرفته‌شده" تعریف می‌کند. عنصر مشترک هر دو تعریف فرهنگ لغت، مفهوم پذیرش است که با تعاریف دانشگاهی محبوبیت موجود در ادبیات روانشناسی رشد و تربیت مشابه است؛ بنابراین مطابق با موارد فوق، محبوبیت به‌عنوان پذیرفته شدن عمومی توسط هم‌تایان خود تعریف می‌شود. لازم است به برخی

مولفه‌های رفتاری موثر در محبوبیت مدیران / حیدری هراتمه و بهرامی

توضیحات در این تعریف اشاره کرد. اولاً، اگرچه محبوبیت ویژگی یک فرد است، اما یک فرد باید در یک گروه قرار بگیرد تا آن را داشته باشد؛ بنابراین، از نظر سطح تحلیل، محبوبیت «هم یک پدیده فردی و هم گروهی» است (وو و همکاران، ۲۰۲۱). محبوب و غیر محبوب برچسب‌هایی هستند که توسط اعضای گروه به یک مدیر / کارمند کانونی اعطا می‌شود و منعکس‌کننده ادراکات مشترک آن اعضا است. علاوه بر این، هنگام ارزیابی محبوبیت یک مدیر، افراد احتمالاً بر احساسات خود نسبت به کارمند مورد نظر تکیه نمی‌کنند. در عوض، افراد ارزیابی می‌کنند که دیگران چگونه به مدیر کانونی نگاه می‌کنند - تصور جمعی از آن مدیر؛ بنابراین، محبوبیت در چشم بیننده نیست؛ بلکه در چشم بینندگان، منعکس‌کننده نظر کلی گروه در مورد یک فرد معین است (کیم و مون، ۲۰۲۱). ثانیاً، برخی از محققان که در زمینه محبوبیت در مدرسه مطالعه می‌کنند پذیرش را باعلاقه‌مندی بین فردی برابر دانسته‌اند، با استفاده از نام‌گذاری‌های دوست‌داشتنی و بی‌پسندی بین فردی که توسط همسالان برای شناسایی دانش‌آموزان محبوب ایجاد می‌شود. اگرچه به‌وضوح به هم مرتبط هستند، اما تفاوت‌های اساسی بین علاقه و محبوبیت بین فردی وجود دارد. درحالی‌که دوست داشتن بین فردی در سطح دوتایی اتفاق می‌افتد، محبوبیت در سطح گروه اتفاق می‌افتد (زانگ و همکاران، ۲۰۲۱). قضاوت‌های مربوط به علاقه بین فردی به خود ارجاع داده می‌شود و قضاوت‌های مربوط به محبوبیت از دیگر موارد ارجاع هستند (یعنی توصیف می‌کند که چگونه شخص توسط دیگران درک می‌شود). این مفهوم به‌خوبی با تمایز دیگران (۲۰۲۱) در بین مدل‌های ترکیب که روابط عملکردی بین پدیده‌ها را در سطوح مختلف تحلیل مشخص می‌کند، مطابقت دارد (فدورنکو، ۲۰۲۱). از بین مدل‌های ترکیب‌بندی مختلف که توسط چان مورد بحث قرار گرفت، مدل‌های اجماع تغییر مرجع بیشتر برای مفهوم محبوبیت مدیر یا کارمند کاربرد دارند، زیرا چنین مدل‌هایی بر این تمرکز دارند که چگونه افراد معتقدند دیگران یک ساختار معین را درک می‌کنند. مهم‌تر از آن، چان پیشنهاد کرد که مدل‌های اجماع تغییر مرجع نیاز به توافق درون‌گروهی برای توجیه تجمع ادراکات فردی دارند؛ بنابراین، باید بین همکاران در مورد محبوبیت یک مدیر یا کارمند اتفاق نظر وجود داشته باشد (وینکلر و همکاران، ۲۰۲۰). برخلاف قضاوت‌هایی که در مورد نحوه درک گروه از یک مدیر/کارمند خاص که باید در بین همکاران مشابه باشد، ممکن است احساسات بین فردی نسبت به آن کارمند در بین همکاران متفاوت باشد. این تغییر در مرجع (از دیگری به خود) تصدیق می‌کند که یک همکار ممکن است یک مدیر/کارمند را در سطح بین فردی محبوب و درعین حال از آن کارمند خوشش نیاید و یا اینکه یک همکار ممکن است مدیر/کارمند را غیر محبوب و درعین حال مانند آن کارمند در روابط بین فردی درک کند. در این

زمینه، تحقیقات در مورد محبوبیت کودکان نشان داده است که دانش‌آموزان غیر محبوب تمایل دارند به کسانی که از نظر بین فردی محبوب هستند، حسادت کنند و از آن‌ها متنفر باشند (فدورنکو، ۲۰۲۱). جالب اینجاست که علیرغم این احساسات منفی بین فردی، دانش‌آموزانی که از دانش‌آموزان محبوب بیزارند، همچنان با آن‌ها رفتار مثبتی دارند. همان‌طور که جنکینس و نیلسون (۲۰۲۰) اشاره کردند، "کودکان ممکن است از کودکان محبوب رنجیده شوند، اما رفتار آن‌ها نسبت به آن‌ها ممکن است مثبت باشد، به دلیل تمایل به خشنود کردن خود." بنابراین، محبوبیت ممکن است با پدیده‌های سازمانی به روش‌هایی مرتبط باشد که در مقایسه با علاقه بین فردی، منحصر به فرد است. علاوه بر این، با توجه به اینکه احساس علاقه بین فردی نسبت به یک مدیر/کارمند ممکن است همیشه با ارزیابی‌های میزان محبوبیت آن مدیر/کارمند در گروه مطابقت نداشته باشد، بنابراین انتظار می‌رود سطوح بیشتری از توافق بین همکاران برای رتبه‌بندی محبوبیت نسبت به رتبه‌بندی علاقه‌مندی‌های بین فردی وجود داشته باشد (کاولورو، ۲۰۱۹). علاوه بر علاقه بین فردی، محبوبیت را نیز می‌توان از شهرت متمایز کرد. در یک سطح کلی، شهرت به «یک ویژگی یا صفت خاص نسبت داده شده به یک شخص یا چیز» اشاره دارد (واژه‌نامه میراث آمریکایی، ۲۰۰۰). بر این اساس، شهرت می‌تواند مثبت یا منفی باشد، به هر چیزی که یک موجودیت خاص را در یک ویژگی خاص مشخص می‌کند؛ بنابراین، فرد باید برای چیزی شهرت داشته باشد. در ادبیات سازمانی، شهرت به روش‌های مختلفی تعریف شده است، بسته به ویژگی‌هایی که به آن شهرت دارد [به‌عنوان مثال، شهرت برای انصاف (جنکینس و نیلسون، ۲۰۲۰) و شهرت برای عملکرد (زانگ و همکاران، ۲۰۲۱)]. واضح است که میزان تشابه محبوبیت و شهرت به نحوه تعریف شهرت بستگی دارد. به‌طور کلی تعریف شده است، محبوبیت ممکن است یکی از چندین ویژگی باشد که به شهرت فرد کمک می‌کند. با تعریف محدود، تفاوت بین شهرت و محبوبیت آشکارتر است، زیرا محبوب بودن لزوماً مترادف با شناخته شدن به‌عنوان یک فرد منصف یا یک عملکرد بالا نیست. با توجه به مباحث فوق، جهت شناسایی مؤلفه‌ها در چهار مرحله از AI و ChatGPT استفاده شد که پاسخ هر مرحله به فرار زیر گزارش می‌گردد:

مرحله اول: چندین ویژگی وجود دارد که می‌تواند یک مدیر را در بین اعضای تیم و هم‌تایان خود محبوب کند. برخی از این خصوصیات عبارت‌اند از:

۱. مهارت‌های ارتباطی خوب: یک مدیر محبوب می‌تواند به‌طور مؤثر با اعضای تیم خود و سایر ذینفعان ارتباط برقرار کند. آن‌ها در ارتباطات خود واضح و مختصر هستند و فعالانه به صحبت‌های دیگران گوش می‌دهند.

مولفه‌های رفتاری مؤثر در محبوبیت مدیران / حیدری هراتمه و بهرامی

۲. **همدلی و هوش هیجانی:** یک مدیر محبوب، همدل است و عواطف و احساسات اعضای تیم خود را درک می‌کند. آن‌ها می‌توانند احساسات خود را مدیریت کنند و به احساسات دیگران پاسخ مناسب دهند.
 ۳. **تفکر رویایی و استراتژیک:** یک مدیر محبوب چشم‌انداز روشنی برای تیم و سازمان خود دارد و قادر است برای رسیدن به اهداف خود استراتژیک فکر کند.
 ۴. **قابل دسترس بودن:** یک مدیر محبوب قابل دسترسی است و پذیرای بازخورد اعضای تیم است. آن‌ها همکاری را تشویق می‌کنند و برای ایده‌ها و نظرات دیگران ارزش قائل هستند.
 ۵. **امانت‌داری و درستکاری:** مدیر محبوب، قابل اعتماد است و با صداقت عمل می‌کند. آن‌ها در ارتباطات و تصمیم‌گیری خود صادق و شفاف هستند.
 ۶. **نگرش مثبت:** یک مدیر محبوب نگرش مثبت دارد و به آینده خوش بین است. آن‌ها الهام‌بخش اعضای تیم خود هستند و یک محیط کاری مثبت ایجاد می‌کنند.
 ۷. **مهارت‌های تفویض اختیار:** یک مدیر محبوب می‌تواند وظایف را به‌طور مؤثر تفویض کند و اعضای تیم خود را برای قبول مسئولیت بیشتر توانمند کند.
 ۸. **یادگیری مستمر:** یک مدیر محبوب به پیشرفت شخصی و حرفه‌ای خود متعهد است و اعضای تیم خود را به انجام همین کار تشویق می‌کند.
 ۹. **نتایج محور:** یک مدیر محبوب بر دستیابی به نتایج متمرکز است و قادر است اعضای تیم خود را برای کار در جهت اهداف مشترک ترغیب کند.
 ۱۰. **انعطاف‌پذیری و سازگاری:** یک مدیر محبوب، انعطاف‌پذیر و سازگار با تغییرات در محل کار است. آن‌ها می‌توانند برنامه‌ها و اولویت‌های خود را برای رویارویی با چالش‌ها و فرصت‌های جدید تنظیم کنند.
- مرحله دوم: چندین ویژگی وجود دارد که می‌تواند یک مدیر را در بین اعضای تیم و هم‌تایان خود محبوب کند. برخی از این ویژگی‌ها عبارت‌اند از:**
۱. **محترمانه:** یک مدیر محبوب به اعضای تیم خود احترام می‌گذارد و برای نظرات، ایده‌ها و مشارکت آن‌ها ارزش قائل است.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

۲. **همدل:** یک مدیر محبوب نسبت به اعضای تیم خود همدلی می‌کند، نگرانی‌ها و مسائل آن‌ها را درک می‌کند و در صورت نیاز حمایت می‌کند.
۳. **قابل اعتماد:** یک مدیر محبوب قابل اعتماد و قابل اعتماد است. آن‌ها به وعده‌های خود عمل می‌کنند، محرمانه بودن را حفظ می‌کنند و با صداقت عمل می‌کنند.
۴. **منصفانه:** یک مدیر محبوب در تصمیم‌گیری منصف و بی‌طرف است. آن‌ها با تمام اعضای تیم به یک اندازه رفتار می‌کنند و طرفداری نشان نمی‌دهند.
۵. **حمایت‌کننده:** یک مدیر محبوب از رشد شخصی و حرفه‌ای اعضای تیم خود حمایت می‌کند. آن‌ها فرصت‌هایی را برای آموزش و توسعه فراهم می‌کنند و بازخورد سازنده ارائه می‌دهند.
۶. **ارتباطی:** یک مدیر محبوب یک ارتباط گر خوب است. آن‌ها فعالانه گوش می‌دهند، دستورالعمل‌های واضح و مختصر ارائه می‌دهند و قابل دسترس هستند.
۷. **قاطع:** یک مدیر محبوب قاطع است و می‌تواند به موقع تصمیم بگیرد. آن‌ها مزایا و معایب گزینه‌های مختلف را می‌سنجند، با اعضای تیم خود مشورت می‌کنند و مسئولیت تصمیمات خود را بر عهده می‌گیرند.
۸. **نگرش مثبت:** یک مدیر محبوب نگرش مثبت دارد و اشتیاق را به محل کار می‌آورد. آن‌ها به اعضای تیم خود انگیزه می‌دهند و یک محیط کاری مثبت ایجاد می‌کنند.
۹. **نتیجه‌گرا:** یک مدیر محبوب روی دستیابی به نتایج متمرکز است و استانداردهای بالایی را برای تیم خود تعیین می‌کند. آن‌ها اعضای تیم خود را تشویق می‌کنند تا مالکیت کار خود را به دست گیرند و برای برتری تلاش کنند.
۱۰. **مشارکتی:** یک مدیر محبوب برای همکاری و کار گروهی ارزش قائل است. آن‌ها اعضای تیم خود را تشویق می‌کنند تا باهم کار کنند، ایده‌ها و دانش را به اشتراک بگذارند و از یکدیگر حمایت کنند.

مرحله سوم: عوامل متعددی وجود دارد که می‌تواند به محبوبیت یک مدیر در بین اعضای تیم و هم‌تایان خود کمک کند. برخی از این عوامل عبارت‌اند از:

۱. **دستیابی به نتایج:** مدیری که به‌طور مداوم به اهداف خود می‌رسد و به تیم خود کمک می‌کند تا همین کار را انجام دهد، احتمالاً احترام و محبوبیت پیدا می‌کند.

مولفه‌های رفتاری موثر در محبوبیت مدیران / حیدری هراتمه و بهرامی

۲. **ارتباط شفاف:** مدیری که به‌طور واضح و مکرر با اعضای تیم خود ارتباط برقرار می‌کند، می‌تواند اعتماد و تفاهم ایجاد کند.
 ۳. **همدلی:** مدیری که نسبت به اعضای تیم خود همدلی نشان می‌دهد، نگرانی‌ها و مسائل آن‌ها را درک می‌کند و در صورت نیاز حمایت می‌کند، می‌تواند روابط مثبت را تقویت کند.
 ۴. **رهبری با مثال:** مدیری که با الگوسازی رهبری می‌کند، الگوی خوبی برای اعضای تیم خود قرار می‌دهد تا از آن‌ها پیروی کنند و به‌گونه‌ای رفتار می‌کند که با ارزش‌های سازمان همسو باشد، می‌تواند احترام و تحسین تیم خود را جلب کند.
 ۵. **فراهم کردن فرصت‌هایی برای رشد و توسعه:** مدیری که فرصت‌هایی برای یادگیری و رشد اعضای تیم خود فراهم می‌کند و از پیشرفت شخصی و حرفه‌ای آن‌ها حمایت می‌کند، احتمالاً مورد قدردانی و احترام قرار می‌گیرد.
 ۶. **ارزش‌گذاری برای اعضای تیم:** مدیری که برای اعضای تیم خود ارزش قائل است، مشارکت آن‌ها را به رسمیت می‌شناسد و یک محیط کاری مثبت ایجاد می‌کند، می‌تواند وفاداری و احترام ایجاد کند.
 ۷. **تشویق همکاری و کار گروهی:** مدیری که همکاری و کار گروهی را تشویق می‌کند و فرهنگ اشتراک ایده‌ها و دانش را پرورش می‌دهد، می‌تواند یک محیط کاری مثبت و سازنده ایجاد کند.
 ۸. **قابل‌دسترس بودن:** مدیری که قابل‌دسترس، پذیرای بازخورد و مایل به گوش دادن به نگرانی‌ها و ایده‌های اعضای تیم خود باشد، می‌تواند اعتماد و روابط مثبت ایجاد کند.
 ۹. **نمایش انعطاف‌پذیری و سازگاری:** مدیری که در رویکرد خود به کار انعطاف‌پذیری و سازگاری نشان می‌دهد، می‌تواند توانایی خود را برای مدیریت مؤثر تغییرات و چالش‌ها نشان دهد.
 ۱۰. **رفتار با صداقت:** مدیری که با صداقت عمل می‌کند، به وعده‌های خود عمل می‌کند و رازداری را حفظ می‌کند، می‌تواند اعتماد و احترام را در میان اعضای تیم و هم‌تایان خود ایجاد کند.
- مرحله چهارم: عوامل متعددی وجود دارد که می‌تواند یک مدیر را در بین اعضای تیم و هم‌تایان خود محبوب کند. این عوامل عبارت‌اند از:**
۱. **مهارت‌های ارتباطی خوب:** مدیری که بتواند به‌طور مؤثر با اعضای تیم خود ارتباط برقرار کند، احتمال محبوبیت بیشتری دارد. ارتباطات شفاف و باز به ایجاد اعتماد، تقویت همکاری و ارتقای یک محیط کاری مثبت کمک می‌کند.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

۲. **همدلی و هوش هیجانی:** مدیری که نسبت به اعضای تیم خود همدلی نشان می‌دهد و نیازها و نگرانی‌های آن‌ها را درک می‌کند، به احتمال زیاد فردی قابل‌دسترس و حمایت‌کننده دیده می‌شود. هوش عاطفی همچنین به مدیران کمک می‌کند تا به عواطف و احساسات دیگران به شکلی مثبت و سازنده پاسخ دهند.
۳. **نتایج محور:** مدیری که بر دستیابی به نتایج متمرکز است و سابقه موفقیت دارد، احتمالاً احترام و تحسین اعضای تیم و هم‌تایان خود را به دست می‌آورد.
۴. **منصفانه و محترمانه:** مدیری که نسبت به اعضای تیم خود منصفانه و محترمانه رفتار می‌کند، احتمال بیشتری برای جلب اعتماد و وفاداری آن‌ها دارد. یک مدیر منصف و محترم با همه یکسان رفتار می‌کند و طرفداری نمی‌کند.
۵. **حمایت از رشد شخصی و حرفه‌ای:** مدیری که فرصت‌هایی را برای رشد شخصی و حرفه‌ای فراهم می‌کند و بازخورد سازنده ارائه می‌دهد، به احتمال زیاد احترام و وفاداری اعضای تیم خود را به دست می‌آورد.
۶. **نگرش مثبت:** مدیری که نگرش مثبتی دارد و به آینده خوش‌بین است، احتمالاً به اعضای تیم خود الهام می‌بخشد و محیط کاری مثبتی ایجاد می‌کند.
۷. **مهارت‌های تفویض اختیار:** مدیری که قادر است وظایف را به‌طور مؤثر تفویض کند و اعضای تیم خود را برای بر عهده گرفتن مسئولیت‌های بیشتر توانمند سازد، احتمال بیشتری دارد که یک تیم قوی و توانمند بسازد.
۸. **یادگیری مستمر:** مدیری که به پیشرفت شخصی و حرفه‌ای خود متعهد است و اعضای تیم خود را به انجام همین کار تشویق می‌کند، به احتمال زیاد به‌عنوان یک الگو و یک مربی دیده می‌شود.
۹. **تفکر رویایی و استراتژیک:** مدیری که چشم‌انداز روشنی برای تیم و سازمان خود دارد و قادر به تفکر استراتژیک است، بیشتر مورد احترام و تحسین اعضای تیم و همسالان خود قرار می‌گیرد.
۱۰. **انعطاف‌پذیری و انطباق‌پذیری:** مدیری که انعطاف‌پذیر و سازگار با تغییرات در محل کار باشد، به احتمال زیاد احترام و وفاداری اعضای تیم خود را به دست می‌آورد. انعطاف‌پذیری و سازگاری به مدیران کمک می‌کند تا برنامه‌ها و اولویت‌های خود را برای رویارویی با چالش‌ها و فرصت‌های جدید تنظیم کنند.

مؤلفه‌های رفتاری موثر در محبوبیت مدیران / حیدری هراتمه و بهرامی

خلاصه ویژگی‌های مدیران محبوب از نگاه ChatGPT و AI

۴	۳	۲	۱
AI و ChatGPT	AI و ChatGPT	AI و ChatGPT	AI و ChatGPT
مهارت‌های ارتباطی خوب همدلی و هوش هیجانی نتایج محور منصفانه و محترمانه حمایت از رشد شخصی و حرفه‌ای نگرش مثبت مهارت‌های تفویض اختیار یادگیری مستمر تفکر رویایی و استراتژیک انعطاف‌پذیری و انطباق‌پذیری	دستیابی به نتایج همدلی ارتباط شفاف رهبری با الگوپذیری فراهم کردن فرصت‌هایی برای رشد ارزش‌گذاری برای اعضای تیم تشویق همکاری و کار گروهی قابل دسترس بودن انعطاف‌پذیری و سازگاری رفتار با صداقت	محترمانه همدل قابل اعتماد منصفانه حمایت‌کننده ارتباطی قاطع نگرش مثبت نتیجه‌گرا مشارکتی	مهارت‌های ارتباطی خوب همدلی و هوش هیجانی تفکر رویایی و استراتژیک قابل دسترس بودن امانت‌داری و درستکاری نگرش مثبت مهارت‌های تفویض اختیار یادگیری مستمر نتایج محور انعطاف‌پذیری و سازگاری

Popular Managers by ChatGPT & AI

در نهایت مؤلفه‌های مشترک هر چهار مرحله توسط ۱۵ نفر از مدیران بخش دولتی و خصوصی اساتید دانشگاه مرتبط با موضوع به‌عنوان جامعه خبره بررسی که بر اساس فراوانی نظرات و اجماع نظری حاصل شده، مؤلفه‌های نهایی مشخص و روابط بین آن نهایی شدند.

مؤلفه/شاخص	علامت	ردیف
مهارت‌های ارتباطی خوب	A	۱
همدلی و هوش هیجانی	B	۲
تفکر رویایی و استراتژیک	C	۳
قابل دسترس بودن	D	۴
امانت‌داری و درستکاری	E	۵
نگرش مثبت	F	۶
مهارت‌های تفویض اختیار	G	۷
صداقت و شفافیت	H	۸
نتیجه‌گرا	I	۹
انعطاف‌پذیری و سازگاری	J	۱۰
عدالت / انصاف	K	۱۱

روش‌شناسی تحقیق

هدف مطالعه حاضر مدل‌سازی ساختاری تفسیری مؤلفه‌های محبوبیت مدیران در نظر گرفته شد. نوع تحقیق، کاربردی، توسعه‌ای است که با استفاده از روش کیفی انجام شده است و با استفاده از تحلیلی نوین تحت عنوان مدل‌سازی ساختاری تفسیری، روابط بین مجموعه مؤلفه‌ها تعیین گردید. داده‌های از مطالعات موجود و کتب جمع‌آوری شده و با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری، جهت تعیین روابط میان مجموعه مؤلفه‌ها استفاده شده است. روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری رویکردی اکتشافی دارد بنابراین برای شناسایی رابطه میان عوامل مناسب است.

مدل‌سازی ساختاری تفسیری^۱

مدل‌سازی ساختاری تفسیری روشی اکتشافی برای شناسایی روابط شاخص‌ها و سطح‌بندی آن‌ها مبتنی بر پارادایم تفسیرگرایانه است. با استفاده از این روش می‌توان الگوی روابط علی و پیچیده میان یک مجموعه از عوامل را شناسایی کرد. این روش نوعی تحلیل ساختاری است که براساس پارادایم تفسیری بنا نهاده شده است. هدف این روش نیز شناسایی روابط بین مؤلفه‌های زیربنایی یک پدیده چندوجهی و پیچیده است و برای مطالعات مدیریت و علوم اجتماعی مناسب است. از این روش برای شناسایی روابط میان یک مجموعه عوامل، شاخص‌ها یا مؤلفه‌ها استفاده می‌شود. روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری رویکردی اکتشافی دارد بنابراین برای شناسایی رابطه میان عوامل مناسب است. از این منظر کاربرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری مشابه روش دیمتل است اما علاوه بر شناسایی روابط به سطح‌بندی شاخص‌ها نیز می‌پردازد. کاربرد اصلی این روش برای پژوهشگران، طراحی الگوی اولیه پس از شناسایی عوامل زیربنایی پدیده مورد مطالعه با روش‌های کیفی است. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه ISM استفاده می‌شود. دقت کنید این پرسشنامه تنها یک ماتریس استاندارد است و با پرسشنامه‌های سنجش نگرش با طیف لیکرت تفاوت دارد. مفاهیمی مانند روایی و پایایی نیز در مورد این پرسشنامه مصداق ندارند. در روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری، تنها از ۰ و ۱ برای تعیین روابط شاخص‌ها استفاده می‌شود بنابراین پاسخ‌دهندگان آزادی چندانی در بیان رابطه شاخص‌ها ندارند. برای انجام مدل‌سازی ساختاری تفسیری پنج گام اصلی برداشته می‌شود:

- تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری
- ماتریس دستیابی
- ماتریس انتقال‌پذیری

مؤلفه‌های رفتاری موثر در محبوبیت مدیران / حیدری هراتمه و بهرامی

- سطح‌بندی شاخص‌ها
- ترسیم نمودار قدرت نفوذ-وابستگی

گام (۱) تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری

پس از شناسایی شاخص‌های زیربنایی پدیده مورد مطالعه یک ماتریس مربع $n \times n$ از شاخص‌های موجود طراحی می‌شود. این ماتریس در واقع همان پرسشنامه ISM است. در این مطالعه شاخص‌ها یا مؤلفه‌ها به شرح زیر گزارش می‌گردد

مؤلفه‌های محبوبیت مدیران

۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱		
K	J	I	H	G	F	E	D	C	B	A		
2	2	1	2	1	2	2	2	-1	2	----	A	۱
2	2	-1	2	1	2	2	2	1	----		B	۲
0	1	1	0	1	2	0	0	----			C	۳
2	2	0	2	0	1	2	----				D	۴
2	2	0	2	2	2	----					E	۵
2	2	0	2	2	----						F	۶
2	2	2	2	----							G	۷
2	2	0									H	۸
0	0										I	۹
2											J	۱۰
											K	۱۱

روابط بین مؤلفه‌های فوق بر اساس نظام قراردادی زیر تبیین می‌شود:

✓ ارتباط یک‌طرفه از i به j به $1 = j$ ارتباط یک‌طرفه از j به i به $1 = i$ - ارتباط دوطرفه بین i و j به $2 = j$ عدم ارتباط بین i و j به $0 =$

با استفاده از نمادهای مندرج در جدول فوق الگوی روابط علی میان مؤلفه‌ها تعیین می‌شود. به این ترتیب ماتریس خودتعاملی ساختاری تشکیل می‌شود.

SSIM-Matrix											
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
A	-	2	-1	2	2	2	1	2	1	2	2
B	2	-	1	2	2	2	1	2	-1	2	2
C	1	-1	-	0	0	1	1	0	1	1	0
D	2	2	0	-	2	1	0	2	0	2	2
E	2	2	0	2	-	2	2	2	0	2	2
F	2	2	-1	-1	2	-	2	2	0	2	2
G	-1	-1	-1	0	2	2	-	2	2	2	2
H	2	2	0	2	2	2	2	-	0	2	2
I	-1	1	-1	0	0	0	2	0	-	0	0
J	2	2	-1	2	2	2	2	2	0	-	1
K	2	2	0	2	2	2	2	2	0	-1	-

گام ۲) ماتریس دریافتی

ماتریس دریافتی Reachability matrix ماتریس صفر و یک از ماتریس زخود تعاملی است. به این صورت که به جای ۱ و ۲ عدد ۱ و برای ۱- و ۰ عدد صفر جایگزین می‌شود. ماتریس به دست آمده ماتریس دریافتی اولیه نام دارد. درایه‌های قطر اصلی برابر یک یا خط تیره قرار می‌گیرد.

Initial – Reachability - Matrix

ماتریس دریافتی اولیه											
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
A	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
B	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
C	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0
D	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1
E	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1
F	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1
G	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
H	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1
I	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0
J	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1
K	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1

گام ۳) ماتریس انتقال پذیری

بعداز آنکه ماتریس به یک ماتریس صفر و یک تبدیل شد باید ماتریس ثانویه طراحی شود. ماتریس مربعی که هر یک از سل‌های آن زمانی که درایه به درایه با هر سطری دسترسی داشته باشد، عدد یک و در غیر آن عدد صفر می‌گیرد. حالت‌های ممکن تعدی برای تک تک مؤلفه‌ها طبق ماتریس خودتعاملی

مؤلفه‌های رفتاری مؤثر در محبوبیت مدیران / حیدری هراتمه و بهرامی

ساختاری انجام می‌شود و ماتریس زیر به دست می‌آید. حال باید تک‌به‌تک مؤلفه‌ها را بررسی نمود و اگر تغییری به وجود آمد با علامت * ۱ یا رنگ قرمز در ماتریس نشان داده می‌شود.

ماتریس دریافتی نهایی											
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
A	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
B	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
D	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
F	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
G	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
H	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
I	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
J	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
K	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

عدد یک در هر سطر و ستون ماتریس دریافتی نهایی به ترتیب، تأثیرگذاری هر مؤلفه بر مؤلفه دیگر و تأثیرپذیری هر مؤلفه از مؤلفه دیگر را نشان می‌دهد.

گام ۴) نمودار قدرت نفوذ - وابستگی

در تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری روابط متعامل و مؤثر بین مؤلفه‌ها و شاخص‌های سطح‌ها نمایش داده می‌شود و در اتخاذ تصمیمات توسط مدیران اهمیت زیادی دارد؛ و برای شناخت مؤلفه‌های کلیدی میزان و درجه نفوذ و وابستگی آن‌ها در ماتریس نهایی شکل می‌گیرد.

قدرت یا میزان نفوذ Driving Force: تعداد عناصری که عنصر i ام بر آن‌ها تأثیر می‌گذارد. در واقع میزان تأثیر بر مؤلفه‌های دیگر است که برای هر مؤلفه از جمع اعداد هر سطر در ماتریس دریافتی نهایی به دست می‌آید.

قدرت یا میزان وابستگی Dependent Force: تعداد عناصری که بر عنصر i ام تأثیر می‌گذارند. در واقع تأثیرپذیری از مؤلفه‌های دیگر را نشان می‌دهد که برای هر مؤلفه از جمع اعداد هر ستون در ماتریس دریافتی نهایی به دست می‌آید.

۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
K	J	I	H	G	F	E	D	C	B	A	
۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۰	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	قدرت نفوذ
۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۰	۱۱	۱۱	قدرت وابستگی

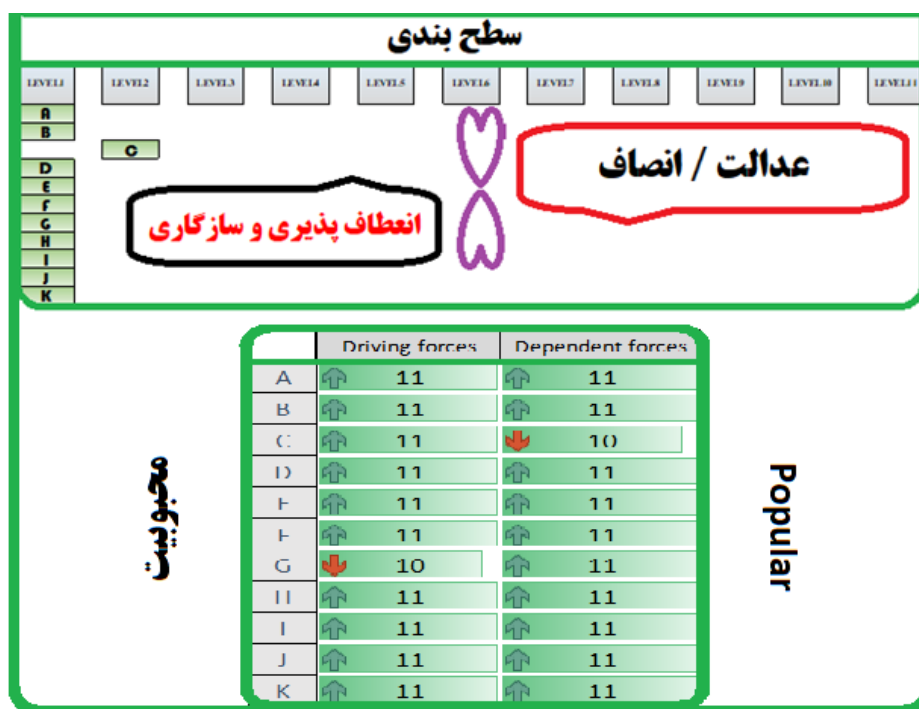
گام ۵) تعیین روابط و سطح بندی مؤلفه

روابط و سطح بندی مؤلفه ها در ISM متأثر از مجموعه خروجی ها و مجموعه ورودی های ماتریس دریافتی نهایی خواهد بود:

✓ مجموعه دستیابی (تأثیرگذاری یا خروجی ها): شامل خود مؤلفه و مؤلفه هایی است که از آن تأثیر می پذیرد.

✓ مجموعه پیش نیاز (تأثیرپذیری یا ورودی ها): شامل خود مؤلفه و مؤلفه هایی است که بر آن تأثیر می گذارند.

با توجه به ماتریس دریافتی نهایی، سطوح مؤلفه ها تعیین می شود؛ مؤلفه هایی که دارای وابستگی زیادی هستند در سطوح ابتدایی و مؤلفه های که دارای قدرت نفوذ بالایی هستند در پایین ترین سطح قرار می گیرند. مؤلفه هایی که دارای وابستگی کم هستند در سطوح بالاتر و مؤلفه های که دارای قدرت نفوذ پایینی هستند در بالاترین سطح قرار می گیرند. با این اوصاف نه مؤلفه در سطح یک و دو مؤلفه در سطح دو قرار می گیرند

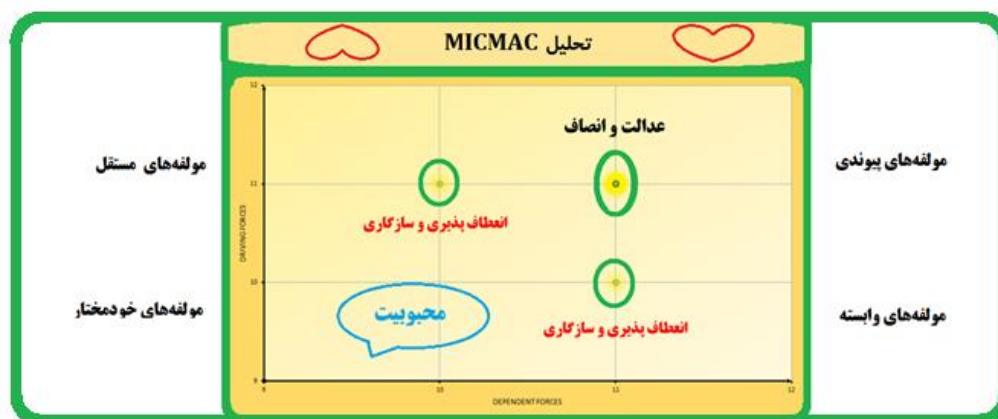


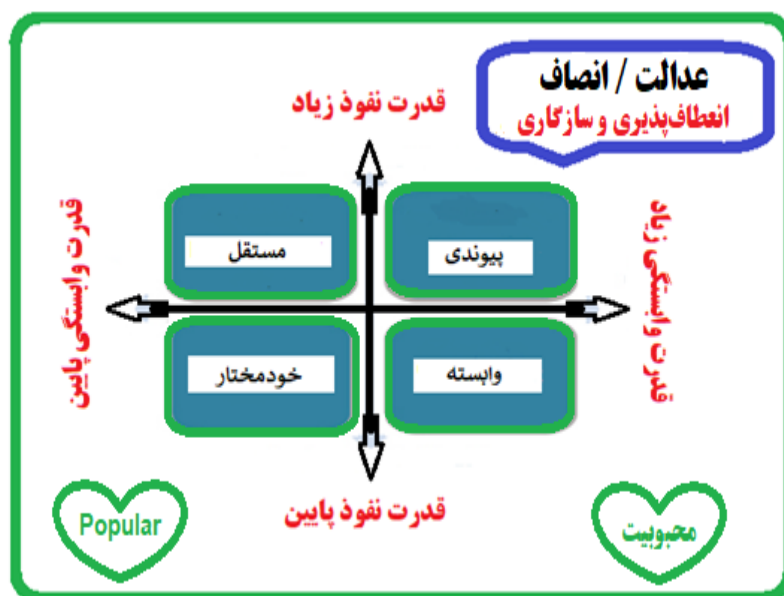
مولفه‌های رفتاری موثر در محبوبیت مدیران / حیدری هراتمه و بهرامی

تحلیل MICMAC

مولفه‌ها در این تحلیل بر اساس میزان قدرت نفوذ و میزان قدرت وابستگی به چهار نوع؛ وابسته، خودمختار، مستقل و پیوندی تفکیک شده که هرکدام تفسیر خودشان را دارند: "مولفه‌های خودمختار" دارای میزان قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف یا پایین هستند و به‌طور کلی تعامل اندکی با سایر مولفه‌ها دارند در واقع خودمختار و سوا از سیستم رفتار می‌کنند. "مولفه‌های وابسته" دارای قدرت نفوذ کم اما دارای نیروی وابستگی بالاتری نسبت به مولفه‌های دیگر هستند. "مولفه‌های پیوندی" حاوی قدرت نفوذ و قدرت وابستگی زیادی بوده و ضمن اینکه بر تمامی مولفه تأثیرگذار می‌باشند؛ از تمامی مولفه‌های دیگر نیز تأثیرپذیر خواهند بود؛ و نهایتاً "مولفه‌های مستقل" که از قدرت نفوذ زیاد، اما قدرت وابستگی کم برخوردار می‌باشند و با تغییر هریک از این مولفه‌ها می‌توان سایر مولفه‌ها را تحت تأثیر قرار داد.

پس از تعیین قدرت نفوذ و قدرت وابستگی مولفه‌ها، می‌توان تمامی مولفه‌ها را در یکی از خوشه‌های چهارگانه روش MICMAC قرار داد. در اینجا نکته مهمی که وجود دارد مشخص کردن مرز بین این چهار دسته است. بر روی ماتریس روش MICMAC نقاط مرزی معمولاً یک واحد بزرگ‌تر از میانگین تعداد مولفه‌ها است یعنی با تعداد $n = 7$ مولفه، خط مرزی برابر است با رابطه: $1 + (n/2)$ یعنی: $5 = 4/5 + 1$. بعد از رسم ماتریس و تعیین خطوط مرزی، مولفه‌ها بر اساس میزان نفوذ و وابستگی درون آن قرار می‌گیرد. بر اساس میزان نفوذ و وابستگی آن‌ها، هیچ مولفه‌ای به‌عنوان مولفه‌های مستقل، وابسته و خودمختار شناخته نشدند، اما مولفه‌های "شعائرگرای" و "سفیدنمایی" به‌عنوان مولفه‌های پیوندی و مستقل تعیین شدند.





نمودار قدرت نفوذ - وابستگی نهایی

از یافته‌های تحقیق می‌توان به نتایج به این نکته اشاره کرد در این ماتریس مؤلفه‌های محبوبیت مدیران با توجه به قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر مؤلفه به مؤلفه‌های دیگر سطح‌بندی شده است. سطح‌بندی مؤلفه‌ها نشان می‌دهد که به جزء مؤلفه تفکر رویایی و استراتژیک که سطح دوم قرار دارند، بقیه در سطح یک قرار گرفتند. این سطح‌بندی نشان داد که هیچ مؤلفه‌ای در چارچوب مؤلفه‌های وابسته و خودمختار تعریف و تعیین نشدند، اما مؤلفه‌های " عدالت / انصاف " و " انعطاف‌پذیری و سازگاری " به‌عنوان مؤلفه‌های پیوندی محبوبیت مدیران تعیین شدند. این مؤلفه‌ها دارای قدرت نفوذ و قدرت وابستگی زیادی بوده و ضمن اینکه بر تمامی مؤلفه تأثیرگذار می‌باشند؛ از تمامی مؤلفه‌های دیگر نیز تأثیرپذیر خواهند بود. درواقع مطالعه نشان داد که علیرغم اینکه مؤلفه‌های تعریف‌شده بر محبوبیت مدیران بی‌تأثیر نیستند؛ اما یافته جالب مطالعه حکایت از این دارد که مؤلفه عدالت / انصاف در سایه انعطاف‌پذیری و سازگاری اتفاق می‌افتد و علت ایجاد محبوبیت خواهند بود که علاوه بر اینکه با مبانی نظری سازگار می‌باشد با عالم واقع نیز کاملاً مطابقت دارد.

مولفه‌های رفتاری موثر در محبوبیت مدیران/حیدری هراتمه و بهرامی

بحث و بررسی نتایج و یافته‌ها

گفته شده است که "محل کار یک مسابقه محبوبیت نیست" (هان، ۲۰۱۹). اگرچه محل کار ممکن است فی‌نفسه یک مسابقه محبوبیت نباشد، به‌وضوح برنده و بازنده وجود دارد. در این مطالعه، محبوبیت مدیران/کارمندان مورد بررسی قرار گرفت. این مفهوم در چارچوبی از سوابق شخصی و موقعیتی و نتایج مرتبط با کار قرار داده شد. مطالعه نشان داد که مدیران به‌طور قابل‌اعتمادی در مورد اینکه چه کسی در گروه کاری آن‌ها محبوب است و چه کسی محبوب نیست، توافق دارند و محبوبیت یک مدیر با دریافت رفتار مطلوب از آن همکاران مرتبط است، حتی پس از در نظر گرفتن نشانه‌های وضعیت و علاقه بین فردی. علاوه بر این، نتایج مطالعه شواهدی ارائه داد که نشان می‌دهد محبوبیت باعلاقه‌مندی‌های بین فردی در عین حال متمایز است. به گواه تاریخ، بعد از انقلاب صنعتی و به‌خصوص از اواخر قرن نوزدهم تاکنون تلاش برای نشان دادن و داشتن اقبال عمومی و به‌ویژه جلب نظر مادی و معنوی زیردستان و کوشش در جهت افزایش مقبولیت و محبوبیت در بین مردمان تحت امر خود و طرف شور و مشورت قرار دادن و تکریم آنان از سوی هر رئیس، مدیر، حزب، گروه، نماینده مجلس و رئیس‌جمهوری، به‌عنوان یکی از نشانه‌های توسعه‌یافتگی فرهنگ سیاسی کشورها، دولت‌ها و حکومت‌ها عنوان گردیده است. این ابراز محبوب و مقبول بودن و تلاش در جهت مورد تائید اکثریت قرار گرفتن، آن‌قدر حائز اهمیت است که در گذشته هم پادشاهانی بوده‌اند که به آن گوشه چشمی داشته و در جهت نیل به این مهم به هر شیوه و روشی دست‌زده و چه‌بسا در این راه هزینه‌های هنگفتی هم متحمل شده‌اند تا آنجا که حتی به‌طور ریاکارانه و فریبکارانه هم که شده، سعی کرده‌اند خود را برگزیده خدا، ملت، مردم و سپاهیان خود معرفی نمایند. تقریباً اغلب سرداران، پادشاهان، مدیران و رهبران سیاسی تاریخ و غیره تا زمانی که مردمانشان از آن‌ها حمایت کرده و جانبازی‌ها به خرج داده‌اند و نه صرفاً از سر وظیفه که با قلبشان به آنان خدمت کرده‌اند، بیشترین میزان پیروزی‌ها و کامیابی‌های واقعی و نه صرفاً شعاری و تبلیغاتی را داشته و درست از سوی مخالف، هنگامه‌ای که از مشارکت دادن زیردستان سرباز زده و از مقبولیت و محبوبیت افتاده‌اند و ملت، طرفداران، سربازان و سردارانشان و غیره از آن‌ها روی برتافته، سرآغاز شیب و شکست، رواج بی‌عدالتی، ظلم و ستم تا حد کور کردن پسر و کشتن برادر و پدر پیشرفته‌اند که عملاً آنان را به مرز نابودی خود، حکومت، دولت و تمدنشان کشانده است. این تکریم زیردستان و مشارکت دادن رأی و نظر و اندیشه‌شان در جای‌جای تاریخ و به‌ویژه سیره نبوی و امامان معصوم هم به طریقی دیگر که به‌حق و حقیقت نزدیک‌تر است، دیده و به چشم می‌خورد و طرف شور و مشورت قرار دادن آنان تا به آنجاست که خداوند در آیه مبارکه ۳۸ سوره شورا می‌فرماید: «وَالَّذِينَ

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۷، دوره ۱۵، بهار ۱۴۰۳

اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ» «و آنان که دعوت پروردگارشان را اجابت کردند و نماز را برپا داشتند و کارشان در میان خودشان بر پایه مشورت است و از آنچه روزی آنان کرده‌ایم، انفاق می‌کنند» را ملاک و معیار رستگاران می‌داند. با توجه به ادبیات و مبانی نظری محبوبیت مدیران / کارمندان، جهت شناسایی مؤلفه‌ها در چهار مرحله از AI و ChatGPT استفاده شد که پاسخ هر مرحله با ده مؤلفه/شاخص انجام شد. در نهایت مؤلفه‌های مشترک هر چهار مرحله توسط ۱۵ نفر از مدیران بخش دولتی و خصوصی اساتید دانشگاه مرتبط با موضوع به‌عنوان جامعه خبره بررسی که بر اساس فراوانی نظرات و اجماع نظری حاصل شده، مؤلفه‌های نهایی مشتمل بر یازده مؤلفه مشخص و روابط بین آن نهایی شدند. با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری روابط بین مؤلفه‌های نهایی مورد بررسی قرار گرفت و ضمن سطح‌بندی مؤلفه‌ها، در چارچوب میزان قدرت/نیروی نفوذ و وابستگی مؤلفه‌ها، یافته‌ها نشان داد که به جزء مؤلفه تفکر رویایی و استراتژیک که در سطح دوم قرار دارد، بقیه مؤلفه‌ها در سطح یک قرار گرفتند. مؤلفه‌های " عدالت / انصاف " و " انعطاف‌پذیری و سازگاری " به‌عنوان مؤلفه‌های پیوندی محبوبیت مدیران تعیین شدند. این مؤلفه‌ها دارای قدرت نفوذ و قدرت وابستگی زیادی بوده و ضمن اینکه بر تمامی مؤلفه تأثیرگذار می‌باشند؛ از تمامی مؤلفه‌های دیگر نیز تأثیرپذیر خواهند بود. در واقع مطالعه نشان داد که علیرغم اینکه مؤلفه‌های تعریف‌شده بر محبوبیت مدیران بی‌تأثیر نیستند؛ اما یافته جالب مطالعه حکایت از این دارد که محبوبیت در سایه عدالت / انصاف و انعطاف‌پذیری و سازگاری اتفاق می‌افتد و علت ایجاد محبوبیت خواهند بود که علاوه بر اینکه با مبانی نظری سازگار می‌باشد با عالم واقع نیز کاملاً مطابقت دارد. در نهایت، حال که به برکت انقلاب و استقرار نظام مقدس و مردمی «جمهوری اسلامی» که بنا به فرمایش معمار کبیر انقلاب، «جمهوری اسلامی، نه یک کلمه کمتر، نه یک کلمه بیشتر»، این مهم حادث شده و در طول این ۴۳ سال، هر دو سال حداقل یک‌بار انتخاباتی آزاد و رقابتی در فضایی کاملاً آرام و مردمی و با حداکثر مشارکت در مقایسه با استانداردهای جهانی برگزار گردیده است، پیشنهاد می‌گردد که برای انتخاب و انتصاب مدیران، ضمن در نظر داشتن استانداردهای علمی، عملی، سوابق شغلی، مدیریتی، اخلاقی، جهادی، پایبندی به اصول انقلاب اسلامی، میزان همسویی فکری و اعتقادی و نه صرفاً کلامی آن افراد با دولت بر سرکار آمده، میزان محبوبیت و مقبولیت آنان را نزد مدیران/کارمندان مورد نظر، سنجیده و از این پتانسیل معنوی و اجرایی به رأی گذاشتن میزان مقبولیت و محبوبیت مدیر، به‌عنوان آیتمی قابل‌اتکا نیز استفاده نماید. توجه به این مؤلفه/شاخص مهم باعث می‌شود که: الف) راه را برای ورود افرادی که با توسل به انواع لطائف الحیل و زد و بندهای سیاسی و

مولفه‌های رفتاری موثر در محبوبیت مدیران / حیدری هراتمه و بهرامی

قومی و چسباندن خود به ستاد انتخاباتی هر دولتی که بر سرکار آمده و غیره که نه به قصد خدمت، بلکه راهی و مفری برای رسیدن به منافع شخصی و مالی و موقعیت اجتماعی و غیره خود می‌جویند، خواهد بست. ب) مانعی عظیم و سدی ستبر در پیش روی تداوم مدیریت مدیران کل با هفت، هشت یا ده سال سابقه مدیریتی در دولت‌های متعدد!!!!!!، آن‌چنان‌که همگان در تعجب‌اند که چگونه حادث گردیده، خواهد بود. مدیران کلی که در طول این چند سال شیوه راحت چرخیدن از این دولت به آن دولت و از این حزب به آن گروه را به‌طور وافی و کافی آموخته‌اند. طراحی و اجرای این سامانه نظرسنجی مردم‌سالارانه در انتصاب و انتخاب مدیران، مزید بر آنکه به‌عنوان رهیافتی عقلی و مدیریتی و عدالت محورانه، باعث رجحان و حسن تمایز سازمان‌های پیشرو و ممتاز در مقایسه با دیگر سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها خواهد شد و از منظر احترام به نظر و رأی مدیران/کارمندان خود بدیع و نوآورانه خواهد بود، می‌تواند به‌عنوان روشی عقل‌گرا و مردم‌پسند و عدالت محور مورد توجه و استفاده دیگر سازمان‌ها، وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های اجرایی که حداقل، اعتقادی به مشارکت دادن مدیران/کارمندان و کارشناسانشان در تصمیم‌گیری و انتصابات عدالت محورانه مدیرانشان در جایگاه‌های مختلف در سطوح ملی، محلی دارند نیز قرار گیرد.

- 1) Bednarek, R., Paroutis, S., & Sillince, J. (2017). Transcendence through rhetorical practices: Responding to paradox in the science sector. *Organization Studies*, 38(1), 77-101.
- 2) Bricker, H. (2011). *Compassion is the disease of pleasing others*, translated by Mehdi Karacheh Daghi, Pik Bahar Publications.
- 3) Cullen, K. L., Fan, J., & Liu, C. (2014). Employee popularity mediates the relationship between political skill and workplace interpersonal mistreatment. *Journal of Management*, 40(6), 1760-1778.
- 4) Deegan, C. M. (2019). Legitimacy theory: Despite its enduring popularity and contribution, time is right for a necessary makeover. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 32(8), 2307-2329.
- 5) Disney, K. L. (2013). Dependent personality disorder: a critical review. *Clinical Psychology Review*, 33(8), 1184-1196.
- 6) Fedorenko, E. (2021). The early origins and the growing popularity of the individual-subject analytic approach in human neuroscience. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 40, 105-112.
- 7) Garden, R., Hu, X., Zhan, Y., & Wei, F. (2020). The Role of workplace popularity: Links to employee characteristics and supervisor-rated outcomes. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 25(1), 19-29.
- 8) Him, D., Hayashi, Y., Firth, L., Stokes, M., Chambers, S & Cummins, R. (2018). Volunteering and Well-Being: Do Self-Esteem, Optimism, and Perceived Control Mediate the Relationship? *Journal of Social Service Research*, 34(4), 147-193.
- 9) Hwang, Y., Su, N., & Mattila, A. (2020). The interplay between social crowding and power on solo ii rrr '' tt titssss twrrrd mssss with lllll ll ity ddd crrrii ty eee. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(3), 1227-1246.
- 10) Jenkins, J., & Nielsen, R. K. (2020). Proximity, public service, and popularity: A comparative study of how local journalists view quality news. *Journalism Studies*, 21(2), 236-253.
- 11) Kavuluru, R., Han, S., & Hahn, E. J. (2019). On the popularity of the USB, flash drive-shaped electronic cigarette Juul. *Tobacco control*, 28(1), 110-112.
- 12) Kim, M. Y., & Moon, S. (2021). The effects of cultural distance on online brand popularity. *Journal of Brand Management*, 28(3), 302-324.

- 13) Winkler, P., Etter, M., Castelló, I. (2020). Vicious and Virtuous Circles of Aspirational Talk: From SelfPersuasive to Agonistic CSR Rhetoric. *Business & Society*, 59(1), 98-128.
- 14) Wu, C. H., Kwan, H. K., Liu, J., & Lee, C. (2021). When and how favour rendering ameliorates workplace ostracism over time: Moderating effect of self-monitoring and mediating effect of popularity enhancement. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 94(1), 107-131.
- 15) Zhang, Y., Feng, F., He, X., Wei, T., Song, C., Ling, G., & Zhang, Y. (2021, July). Causal intervention for leveraging popularity bias in recommendation. In *Proceedings of the 44th International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval*.

Effective Behavioral Components in Managers' Popularity (Interpretive Structural Modeling Approach)

Mostafa Heidari Haratemeh¹

Receipt: 01/05/2024 Acceptance: 06/06/2024 Hamidreza Bahrami²

Abstract


The present research was considered with the aim of identifying and explaining the components of managers' popularity with the interpretive structural modeling approach. According to the literature and the theoretical foundations of managers' popularity, AI and ChatGPT were used to identify the components in four stages, and the response of each stage was done with ten components/indicators. Finally, the common components of all four stages were reviewed by 15 public and private sector managers and university professors related to the subject as an expert community. Using the interpretive structural modeling technique, the relationships between the final components were investigated and, while leveling the components, it showed findings in the framework of the level of power/power of influence and dependence of the components. except for the component of strategic and visionary thinking which is on the second level, the rest of the components were placed on the first level. Also, the components of "justice/fairness" and "flexibility and adaptability" were determined as the connecting components of managers' popularity. These components have great power of influence and power of dependence, and at the same time they affect all the components; They will be affected by all other components. Therefore, for the selection and appointment of managers, while keeping in mind the scientific, practical, occupational, managerial, ethical, jihadi standards, adherence to the principles of the Islamic Revolution, the degree of intellectual and religious alignment with the government, the degree of their popularity and acceptance by other managers and all co-workers, considered and use this spiritual and executive potential to rate the acceptability and popularity of the manager as a reliable item.

Keywords: Popularity, Fairness, Flexibility, Interpretive Structural Modeling

1-Associate Professor, Department of Economics, Naragh Branch, Islamic Azad University, Naragh, Iran. (Corresponding Author) Mo.heidarih@iau.ac.ir & heidarimu@yahoo.com

2-Assistant Professor, Department of Management, Naraq Branch, Islamic Azad University, Naraq, Iran. drbahrami.328@gmail.com

contents



1) Providing a model of consumer behavior in creating brand attachment with an emphasis on the packaging component: a qualitative study in food industry companies Maziar Ghasemzadeh Sangroudi, Karim Hamdi and Shadan Vahabzadeh Munshi.....1	1
2) Designing a model to reduce employee procrastination (Study case: National Iranian Oil Company) Reza Farshyian, Farzin Farahbod, Karamolah Daneshfard and Hamid Rezaei Kalidbari...26	26
3) The Relationship between Spiritual Intelligence and Conflict Management Strategies Among Female High School Administrators in the City of Ahwaz Mojtaba Moazzami and Elham Sheikhpour.....51	51
4) Regulating employee behavior in organizations through understanding the similarities of counterfactual thinking structure and Quinn and Cameron's organizational culture model Gholamreza Ghanimati, Zahra Alipour Darvishi, Hamidreza Yazdani and Nader Sheikh Al-Islami..70	70
5) Validation of the performance management model of employees of the Tax affairs organization behavioral components Afshin Hashemi, Dariush Gholamzadeh and Ahmad Vedadi.....100	100
6) study the effect of Green human resource management on environmental Performance With mediator role of Organizational Citizenship Behaviors in tourism industry in Kish Island Khalil Ajdari.....124	124
7) Effective Behavioral Components in Managers' Popularity (Interpretive Structural Modeling Approach) Mostafa Heidari Haratemeh and Hamidreza Bahrami.....149	149