



ارائه مدل مدیریتی به منظور ارزیابی اثربخشی تبلیغات نوین بر مخاطب تلویزیونی

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۱۵

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۷/۰۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۱۶



مجتبی شهبان

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت رسانه، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران

ORCID: 0000-0003-1041-6969

moj.shahrian@yahoo.com



مهر داد متانی (نویسنده مسئول)

استادیار، گروه مدیریت رسانه، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران

ORCID: 0009-0002-6619-8673

naderhooshmandyar@skiff.com



علی فلاح

استادیار، گروه مدیریت رسانه، واحد نور، دانشگاه آزاد اسلامی، نور، ایران

ORCID: 0000-0002-9662-4138

fallahali@yahoo.com



محمد رضا باقرزاده

استادیار، گروه مدیریت رسانه، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران

ORCID: 0009-0008-8187-0249

bagherzadeh.r@yahoo.com

چکیده

با گسترش روزافزون فناوری و تغییر رفتار مخاطبان، به خصوص در عرصه رسانه‌های جمعی و تلویزیون، نیاز به ارزیابی و بهبود اثربخشی تبلیغات نوین بیش از پیش احساس می‌شود. تبلیغات تلویزیونی نه تنها به تغییر نگرش‌ها و رفتارهای مخاطبان کمک می‌کند، بلکه در ایجاد ارتباط میان برند و مصرف‌کننده نیز نقش کلیدی دارد. لذا هدف تحقیق حاضر ارائه مدلی به منظور ارزیابی اثربخشی تبلیغات بر مخاطب تلویزیونی است. جامعه آماری بخش کیفی را خبرگان آشنا به موضوع پژوهش تشکیل دادند که با روش غیر تصادفی و هدفمند تا اشباع نظری پرسشنامه ۱۵ مصاحبه صورت پذیرفت و جامعه آماری بخش کمی شامل ۱. مدیران، معاونین و کارشناسان ارشد صداوسیما استان‌های مازندران، گلستان و گیلان و ۲. اعضاء هیئت علمی رشته مدیریت رسانه و مدیریت بازرگانی در دانشگاه‌های آزاد استان مازندران (۱۴ واحد دانشگاهی) و با جدول مورگان ۳۸۴ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از فن تحلیل محتوای کیفی و معادلات ساختاری استفاده شد و نرم‌افزار مورد استفاده PLS است. نتایج نشان داد که ابعاد مدل شامل ۳۱ مؤلفه است و نتایج



مدل‌سازی نشان داد که مدل برازش مناسبی برخوردار است. با توجه به پیچیدگی‌های محیط تبلیغات و تنوع مخاطبان، توسعه یک چارچوب منسجم و قابل اجرا که بتواند تمامی جوانب اثربخشی تبلیغات را مورد تحلیل قرار دهد، ضروری به نظر می‌رسد. این مدل می‌تواند به مدیران و بازاریابان کمک کند تا با شناخت بهتری از تأثیر تبلیغات، استراتژی‌های خود را به‌روز کرده و به سمت بهینه‌سازی نتایج هدایت شوند.

کلمات کلیدی: الگوی مدیریتی، تبلیغات نوین، مخاطب تلویزیونی، روش تحقیق داده بنیاد

۱- مقدمه

با افزایش روزافزون رسانه‌های مختلف و شبکه‌های اجتماعی، مخاطبان سعی دارند، رسانه‌ای را انتخاب کنند که ضمن متناسب بودن با معیارها و علاقه‌مندی‌هایشان، دارای تنوع و جاذبه بیشتر باشد. یکی از مؤلفه‌های مهم جلب نظر مخاطبان، تبلیغات است که کارکرد آن بسیار پیچیده است. این دشواری، در چگونگی پاسخ مخاطبان جامعه به تبلیغات نهفته است که شامل پیچیدگی‌هایی در توجه، پردازش اطلاعات تبلیغ و به یاد آوردن و واکنش نسبت به جاذبه‌های تبلیغ می‌شود (سعیدی و همکاران، ۱۳۹۶). رادیو و تلویزیون که مهم‌ترین پدیده قرن بیستم لقب گرفته است؛ امروزه با حضور چشمگیر و مؤثر خود در درون خانواده‌ها و خانه‌ها و در میان تمام اقشار و طبقات اجتماعی، از ارکان اصلی فرهنگ و تمدن رسانه‌ای جهان محسوب می‌شود. در ایران، رادیو - تلویزیون به‌عنوان رسانه ملی، نهادی بی‌رقیب، زنده و پویاست که مردم را در جریان تازه‌ترین وقایع و رویدادها قرار می‌دهد و نقش آن در الگوسازی، هویت بخشی، تحکیم مبانی سیاسی و اجتماعی و وفاق جمعی هرگز قابل چشم‌پوشی نیست. به‌موازات این قابلیت‌های ارزنده، چونان وسیله‌ای دو چهره و شمشیری دولبه است که می‌تواند به‌راحتی دستاویز اغراض سوء فرهنگی، سیاسی، تجاری و تبلیغاتی قرار گیرد و با ارائه برنامه‌های نازل یا مبتذل؛ موجب تیرگی فرهنگ انسانی در جامعه شود (سهرابی و همکاران، ۱۳۹۵). در جامعه اطلاعاتی کنونی، رسانه‌ها - رسانه‌های جمعی و رسانه‌های اجتماعی نوین - به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تولید و توزیع و کسب اطلاعات و اخبار و دانش‌ها، انتقال و جامعه‌پذیری ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در میان افراد یک جامعه مطرح هستند (شیرمحمدی و همکاران، ۱۳۹۶). با توجه به مطالعات انجام‌گرفته، نظریه‌پردازان حوزه تبلیغات تنها به ارزیابی اثربخشی تبلیغ بر اساس یک یا چند بعد پرداخته‌اند که هرکدام فقط بخشی از اثربخشی تبلیغات را اندازه‌گیری می‌کنند و تمرکز عمده آن‌ها بر یادآوری تبلیغات و ابعاد ذهنی آن است. به همین دلیل، آزمون‌های یادشده نتوانسته‌اند، اثربخشی تبلیغات را به‌صورت دقیق ارزیابی کنند. از این رو، ضرورت دارد به‌منظور ارزیابی اثربخشی تبلیغات الگویی ارائه شود تا بر مبنای آن بتوان با رویکردی علمی و دقیق و بر اساس روابط بین متغیرها به ارزیابی اثربخشی تبلیغات پرداخت (سعیدی و همکاران، ۱۳۹۶).

با توجه به اهمیت موضوع، تحقیق حاضر در پی تدوین مدلی به‌منظور ارزیابی اثربخشی تبلیغات بر مخاطب تلویزیونی بوده، چراکه تلویزیون به‌عنوان همه‌گیرترین رسانه جمعی کشور، افکار مردم و روند فعالیت‌های آنان در جنبه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، مالی و ... را تحت تأثیر قرار داده و بر نحوه تصمیم‌گیری اقتصادی آنان تأثیر بسزایی دارد. امروزه برای همه شرکت‌های بزرگ، متوسط و کوچک دنیا، واضح و روشن است که بخش زیادی از موفقیت و یا عدم موفقیت یک شرکت، بسته به میزان و کیفیت تبلیغات انجام‌گرفته در مورد محصولات و خدمات در انواع رسانه‌های جمعی و اجتماعی دارد. با توجه به شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی حاکم بر فضای رسانه‌ای کشور، شاید بتوان گفت که با ظهور انواع شبکه‌های اجتماعی موبایلی و غیر موبایلی، تلویزیون همچنان رسانه اصلی و انتخاب اول بسیاری از مردم محسوب می‌شود. لذا تصویر ایجادشده از یک محصول و خدمات در ذهن مردم از طریق تبلیغات تلویزیونی، بر میزان موفقیت آن خدمت یا محصول در بازار، تأثیر بسزایی خواهد داشت. مشکلی که دغدغه محقق بوده، این است که هنوز بسیاری از شرکت‌ها، دید و پیش‌بینی مناسبی از میزان



اثربخشی تبلیغات انجام گرفته بر جذب، حفظ و نگهداشت مخاطب تلویزیونی ندارند و این مسئله منجر به آن می‌شود که نتوانند، با شناخت شرایط علی، مداخله‌ای و زمینه‌ای، راهبردهای مناسب را برای اثربخشی بالای تبلیغات بر مخاطبین، اتخاذ نمایند. بدین منظور و بجهت شناخت و کمی سازی مدلی کارا و کاربردی، تحقیق حاضر به موضوع حاضر پرداخته و به دنبال پاسخ گوئی به این سؤال است که: مدل ارزیابی اثربخشی تبلیغات بر مخاطب تلویزیونی، چگونه است؟ چه ابعادی دارد؟

۲- ادبیات تحقیق

۲-۱- تعریف تبلیغات

Kotler(2002)، تبلیغات را هرگونه ارائه و عرضه‌ی ایده‌ها، کالاها یا خدمات از یک واحد تبلیغاتی، فرد یا موسسه که مستلزم پرداخت هزینه باشد، تعریف می‌کند اما در این میان تبلیغی اثربخش است که بتواند توجه مخاطب را جلب کرده، تأثیری خاطره‌انگیز داشته باشد و کنش خرید مخاطبان را تحریک نموده و دریافت حسی مخاطبان را بیدار نماید. بدین منظور استفاده از مجموع عواملی لازم است که بتوانند حس و ادراک مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهند و به اهداف مورد انتظار تبلیغ، تحقق بخشند. اثربخشی تبلیغات تجاری در یک الگوی علمی مشخص با توجه به اهداف تبلیغاتی تبیین می‌گردد و درجه یا میزانی که دهنده‌ی سفارش به هدف‌های موردنظر خود دست می‌یابد و دارای فرآیند برنامه‌ریزی مشخص و مرحله‌ای تحقیقاتی شامل: تعیین اهداف، تخصیص بودجه، تصمیم‌گیری راجع به پیام و رسانه و مقایسه با اهداف از پیش تعیین‌شده، است. چنانچه تمام مراحل به‌درستی طی شود، میزان اثربخشی تبلیغات تا حد قابل‌ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت. از مراحل مهم این نوع فرآیندها، انجام تحقیقات به‌منظور تعیین میزان تأثیر تبلیغ بر مخاطبان است که طی آن عواملی که در اثربخشی تبلیغات نیز مؤثرند، مشخص می‌گردند (صمصام شریعت و همکاران، ۱۳۸۶).

۲-۲- استفاده از تبلیغات در تلویزیون

تلویزیون برای مبلغانی که نیاز به اطلاع‌رسانی گسترده دارند یا اینکه بخواهند حسی از انگیزش را ایجاد نمایند، ایدئال است. برخی از مردم تلویزیون را قوی‌تر از سایر رسانه‌های تبلیغی به‌حساب می‌آورند چون وقتی مخاطب می‌بیند محصولی که در دست دارد یا آن را مورد استفاده قرار می‌دهد همان محصولی بوده که در تلویزیون تبلیغ آن را می‌کنند بیشتر به خود می‌بالد. تلویزیون همچو کتاب جیبی یا یک وسیله معمولی نیست این‌یک رسانه پیچیده و گران‌قیمتی بوده که نسبت به سایر رسانه‌ها هم از تقاضای بیشتری برخوردار بوده و هم نیاز به بودجه زیادی دارد. در کل می‌توان گفت که تبلیغات تلویزیونی برای مبلغانی سودمند است که خواهان دسترسی به بازارهای بزرگ و عمده هستند؛ اما این روند نیز در حال تغییر است. تلویزیون با افزایش تعداد کانال‌های خود در حال توسعه شیوه‌های تبلیغی در راستای تجارتي بوده که به هدف ویژه خود زودتر دسترسی پیدا کند (Chu, 2020).

تلویزیون در دنیا به‌ویژه در دهه اخیر پیشرفت‌های زیادی را به لحاظ کمی و کیفی پشت سر گذاشته است. در کشور ما نیز در دهه اخیر شاهد پیشرفت‌های زیادی به‌ویژه از نظر کمی و تعداد شبکه‌ها، در تلویزیون بوده‌ایم. تلویزیون که رسانه‌ای پیچیده و کاراست علاوه بر پخش برنامه‌های هنری (مانند فیلم سینمایی، مجموعه‌های تلویزیونی و...) مسئولیت تبلیغات موسسه‌های تجاری، اقتصادی و فرهنگی را نیز به عهده دارد. در تلویزیون ایران چند سال است که روزانه شبکه‌های مختلف دقایقی از ساعت‌های پخش خود را به پخش فیلم‌های تبلیغاتی می‌پردازند. البته متأسفانه پخش این برنامه‌های تبلیغاتی گاهی آن‌چنان طولانی است که حوصله بیننده تلویزیونی را سر می‌برد. این تبلیغات که آگهی‌های بازرگانی (پیام‌های بازرگانی) نام‌گرفته است. در نوع خود ویژگی‌های منحصربه‌فردی دارد. مهم‌ترین دلیل منحصربه‌فرد بودن نشان این است که به‌ندرت از دستورات ساخت یک برنامه تلویزیونی تبلیغاتی پیروی می‌کند. جالب اینجاست که بسیاری از تبلیغات تلویزیونی عیناً و بدون کم‌وکاست از رادیوپخش می‌شود. چیزی که بیشتر به یک شوخی تلخ می‌ماند. اگر صدا می‌تواند جور تبلیغ تلویزیونی را بکشد، دیگر تهیه‌کنندگان و سازندگان چنین فیلم‌هایی چه اصراری دارند از رسانه تلویزیون استفاده کنند؟ نکته دیگر اینکه بسیاری از



تبلیغ‌ها از نظر ساختاری، بیانی مشابهت عجیبی با یکدیگر دارد. به‌گونه‌ای که می‌توان نام کالای موردنظر را تغییر داد و نام دیگری به‌جای آن انتخاب کرد، (برای مثال کارخانه‌های مختلف دستگاه‌های گرم‌کننده و سردکننده) و آب از آب هم تکان نخورد. حال در نظر بگیرید که بیننده تلویزیونی باید چنین برنامه‌های خسته‌کننده‌ای را قبل از تماشای برنامه موردعلاقه‌اش ببیند. در چنین موقعیتی دو نوع برخورد بیشتر متصور است. اول آنکه عده‌ای فرار را برقرار ترجیح دهند و خود را از تلویزیون دور کنند دوم اینکه به تمسخر و گلایه از برنامه‌ها بپردازند که در هر دو صورت سازندگان آن متحمل ضرر شده‌اند (2019 Margariti).

۲-۳- ارزیابی اثربخشی تبلیغات

یکی از مسائل بسیار مهم در قلمرو تبلیغات، ارزیابی اثربخشی تبلیغات است به‌عبارت‌دیگر مشخص کردن اینکه تبلیغی که ما بودجه زیادی جهت آن صرف کرده‌ایم تا چه حد ما را به اهدافی که تعیین کرده بودیم رسانده است. اندازه‌گیری و ارزیابی اثربخشی تبلیغات همانند یک بازخورد عمل می‌کند و به ما گوشزد می‌کند تبلیغات ما دارای چه ضعف‌ها و قوت‌هایی است. (مدهوشی و رضایی، ۱۳۹۲).

با بررسی آثار تبلیغات و ارتباط آن با اهداف سازمان‌ها می‌توان تغییراتی در بودجه تبلیغات، شکل و محتوای پیام‌ها و نوع رسانه‌ها و کانال‌های ارتباطی و حتی زمان و شرایط اجرای تبلیغ به عمل آورد تا تبلیغات مفیدتر و مؤثرتر از گذشته صورت گیرد.

برای ارزیابی آثار تبلیغات لازم است به مجموعه‌ای از عوامل رفتاری، روان‌شناختی، ارتباطی و فروش توجه شود. به دلیل ابهام‌ها و نگرانی‌هایی که در مورد انواع روش‌ها و رویه‌های آزمایشی و اندازه‌گیری آثار تبلیغات وجود دارد. کارگزاران تبلیغاتی ۲۱ کشور جهان، اصولی را به‌عنوان راهنمای ارزیابی تبلیغات پذیرفته‌اند که متدلوژی و چگونگی ارزیابی‌ها را مشخص می‌سازد. اکنون آزمایش‌های متعددی برای ارزیابی آثار ارتباطی و فروش تبلیغات طراحی شده است (Jacob, 2020).

یک برنامه تبلیغاتی صحیح باید مرتباً آثار ارتباطی و نتایج فروش تبلیغات انجام‌شده را مورد ارزیابی قرار دهد. سنجش اثر ارتباطی مشخص می‌کند که آگهی مسائل موردنظر را به‌خوبی ابلاغ کرده است یا خیر. آزمون‌های ارزیابی آثار ارتباطی تبلیغات به دودسته تقسیم می‌شوند، پیش‌آزمون‌ها و پس‌آزمون‌ها.

۱- آزمون‌های قبل از اجرای تبلیغ (پیش‌آزمون):

این آزمون‌ها قبل از اجرای تبلیغ به عمل می‌آید یعنی قبل از اینکه تبلیغ در رادیو یا تلویزیون یا مطبوعات اجرا گردد. مهم‌ترین پیش‌آزمون‌هایی که شرکت‌های معتبر تبلیغاتی دنیا به کار می‌گیرند به شرح زیر است.

الف) روش ترتیب اولویت (اولویت‌بندی): در این روش گروهی از مصرف‌کنندگان یا مصرف‌کنندگان احتمالی محصول که در حدود ۵۰ تا ۱۵۰ نفر هستند دعوت می‌شوند تا انواع گزینه‌های تبلیغاتی را مشاهده کرده و نظر خود را به ترتیب اولویت بیان کنند. سپس گزینه‌ای که به‌عنوان گزینه شماره یک یا گزینه برتر نامیده می‌شود انتخاب و در نتیجه مؤثرترین نوع تبلیغ برای اجرا تعیین می‌گردد.

ب) روش مقایسه‌ای دوتایی: در این روش که شباهتی به روش اولویت‌بندی دارد، به‌جای عرضه انواع تبلیغات در یک‌زمان، به هریک از اعضای گروه، دو تبلیغ نشان داده و از آن‌ها خواسته می‌شود تا یکی را از نظر آن‌ها مناسب‌تر است انتخاب کنند. وقتی تبلیغ موردنظر انتخاب شد، تبلیغی که رد شده است کنار گذاشته می‌شود و تبلیغ سوم عرضه می‌گردد و از اعضا خواسته می‌شود تا مناسب‌ترین تبلیغ را انتخاب کنند و این روش ادامه می‌یابد تا سرانجام بهترین تبلیغ انتخاب شود. مزیت این روش نسبت به روش اولویت‌بندی این است که انتخاب از بین دو گزینه بسیار راحت‌تر و منطقی‌تر از انتخاب بهترین تبلیغ از مجموعه چند تبلیغ است.



ج) روش مجله مجازی: برای غلبه کردن بر بعضی از عوامل محیطی ارزیابی‌های قبلی، از این روش استفاده می‌شود. در این روش، مجله‌ای با همه ویژگی‌های یک مجله واقعی برای منازلی که بیانگر نمونه مناسبی باشند ارسال می‌گردد. در این مجله تبلیغات موردنظر عرضه شده‌اند و از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود آن را مطالعه کنند. سپس در فرصتی دیگر مصاحبه‌کننده با پرسش سؤالاتی سعی می‌کند تا میزان به یادآوری تبلیغات موردنظر را معین سازد.

د) روش استعلامی: این روش در شرایط واقعی‌تر از سایر روش‌ها صورت می‌گیرد و برای مرحله اجرای تبلیغ نیز قابل استفاده است. در این روش دو تا سه تبلیغ برای مدتی محدود و در شرایطی عادی و در رسانه‌های انتخاب‌شده عرضه می‌شود. به‌منظور ارزیابی تبلیغات عرضه شده برای هریک از آن‌ها کالابرهایی ضمیمه شده است و از خوانندگان مجله خواسته می‌شود تا هرگونه سؤالی در مورد محصول، تبلیغ و یا دریافت نمونه دارند همراه کالابره‌ها برگردانند. کالابره‌ها با توجه به نوع تبلیغ شماره‌گذاری شده‌اند. با دریافت پاسخ‌ها و شمارش کالابره‌ها، تبلیغی که بیشترین کوپن برگشتی را داشته است به‌عنوان تبلیغ مطلوب انتخاب می‌گردد (Borawska & Łatuszyńska, 2020).

۲- آزمون‌های پس از انجام تبلیغ (پس‌آزمون): این‌گونه آزمون‌ها پس‌ازاینکه تبلیغ پایان می‌یابد و یا در فاصله زمانی که هنوز در حال اجرا است مورد استفاده قرار می‌گیرند. مهم‌ترین هدف این‌گونه آزمون‌ها ارزیابی آثار تبلیغات انجام‌یافته و یا اجرا شده است. مهم‌ترین فن‌های مربوط به این‌گونه آزمون‌ها به شرح زیر می‌باشند:

الف) آزمون تشخیص: با این آزمایش درصد کسانی که تبلیغ را از کانال یا وسیله‌ای خاص دیده، شنیده و یا خوانده‌اند و به خاطر می‌آورند تعیین می‌گردد. با این آزمایش می‌توان درجه توجه به تبلیغ افراد را نیز اندازه‌گیری کرد. در اغلب کشورها مراکز تحقیقات بازاریابی متعددی وجود دارد که از طریق مصاحبه با گروه‌ها و طبقات مختلف مردم، برای انواع تبلیغات میزان تشخیص و توجه آن‌ها را شناسایی و ارزیابی کرده و در اختیار متقاضیان قرار می‌دهند. در یکی از روش‌ها، محقق صفحاتی از یک مجله را که دارای تبلیغات مختلف است در کنار مخاطب ورق می‌زند و از او می‌پرسد که آیا تبلیغ موردنظر را دیده است؟ اگر پاسخ مخاطب مثبت باشد محقق از او می‌خواهد تا آنچه درباره تبلیغ به خاطر دارد و به یاد می‌آورد بیان کند. پاسخ‌های دریافت شده مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند تا نتایج زیر به دست آیند.

- درصد کسانی که تبلیغ را دیده یا خوانده‌اند.

- درصد کسانی که بخش‌های خاصی از تبلیغ را دیده یا خوانده و یا توجه کرده‌اند.

- درصد کسانی که بیش از نیمی از نوشته‌ها و مطالب تبلیغ را خوانده‌اند.

ب) آزمون بازخوانی: در این آزمایش از مخاطبین خواسته می‌شود تا چنانچه تبلیغی را دیده یا شنیده‌اند اعلام کنند. سپس از کسانی که تبلیغ را دیده و شنیده‌اند می‌خواهند تا طرح و محتوای تبلیغی را که دیده‌اند به یادآورند. بازخوانی به دو صورت بازخوانی کمکی (در این مورد محقق نشانه‌ها و علائمی از تبلیغ را به پاسخگو عرضه می‌کند مانند نام محصول یا یک واژه یا عبارت کلیدی تبلیغ) و بازخوانی غیر کمکی (هیچ‌گونه کمکی از طرف محقق داده نمی‌شود) صورت می‌گیرد. علت انجام بازخوانی کمکی این است که بعضی از پاسخگویان تحت شرایط مصاحبه، آنچه را که در مورد تبلیغ دیده و یا خوانده و شنیده‌اند فراموش می‌کنند و یا نمی‌توانند به یادآورند و از طریق روش بازخوانی کمکی، فرصتی فراهم می‌شود تا آن‌ها بتوانند دور از تنش و فشار مصاحبه نظرات واقعی خود را ارائه دهند.

ج) آزمایش فیزیولوژیکی: بعضی از تبلیغ‌کنندگان نسبت به اعتبار و پایایی اطلاعات مربوط به آزمایش‌های تشخیص و بازخوانی تردید دارند. آن‌ها معتقدند که بعضی از پاسخ‌دهندگان نمی‌توانند در لحظه انجام مصاحبه، تبلیغاتی را که دیده یا شنیده‌اند به خاطر آورند و گروهی از پاسخگویان نیز با توجه به نگرش و برداشت‌های خود، دیده‌ها و شنیده‌ها را بازسازی می‌کنند. به‌منظور غلبه بر این محدودیت‌ها و مسائل، روش دیگری برای اندازه‌گیری آثار تبلیغات مطرح شده است که آن را روش اندازه‌گیری غیر کلامی یا فیزیولوژیکی می‌نامند. در این آزمایش با استفاده از فن‌ها و ابزارهای پیشرفته، واکنش بعضی از

اعضای بدن مانند حرکت چشم‌ها، باز و بسته شدن قرنیه، امواج مغز و مقاومت پوست در مقابله با تبلیغات مورد نظر، ثبت و ارزیابی می‌گردد و از طریق نتایج حاصله میزان تأثیر تبلیغات بر مخاطبین گوناگون مشخص می‌شود. گروهی از کارشناسان معتقدند که نتایج مربوط به آزمایش فیزیولوژیکی معتبرتر از سایر روش‌هاست، زیرا مردم کمتر می‌توانند واکنش‌های اعضای بدن خود را هنگام برخورد با پدیده‌های مختلف و از جمله تبلیغات کنترل کنند.

د) اندازه‌گیری تغییر نگرش: در این روش با استفاده از فن‌های تحقیقات بازاریابی اطلاعاتی درباره نوع نگرش افراد نسبت به شرکت و محصولات آن پیش از انجام تبلیغ و پس از اجرای آن فراهم می‌آورند. با مقایسه این اطلاعات، تفاوت نگرش‌ها پیش و پس از انجام تبلیغ شناسایی می‌شود که این تفاوت بیانگر میزان تغییر نگرش بر اثر تبلیغات است. با همین روش می‌توان میزان آمادگی مخاطبین را برای خرید معین کرد. آمادگی خرید به معنای ترجیح دادن یک محصول نسبت به سایر محصولات و تمایل به خرید آن محصول است. یکی از آثار تبلیغات تغییر آمادگی مخاطبین است که نشان‌دهنده قدرت ترغیبی و تحریکی و متقاعدسازی یک تبلیغ است (Bellman, 2020).

۲-۴- پیشینه تحقیق

وظیفه و محمدی (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای با عنوان بررسی نقش میانجی تجارت اجتماعی در رابطه بین تبلیغات الکترونیکی و تبلیغات تلویزیونی مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی در بین کارکنان کشت و صنعت مغان، با استفاده از رویکرد معادلات ساختاری به این نتیجه رسیدند که رونق فضای کسب کار اجتماعی هم در فضای مجازی و هم فضای حقیقی تا حدود زیادی به تبلیغات الکترونیکی و تبلیغات تلویزیونی وابسته است تا از این طریق حداقل مصرف‌کنندگان اسم و جنس محصول را بشنوند. در تحقیقی که توسط پور بهمن و ابراهیمی (۱۳۹۸) و تحت عنوان بررسی عوامل تأثیرگذار بر اثر بخشی تبلیغات محیطی، انجام گرفت، محققان اظهار داشتند که تبلیغات فرآیند روشمند ارائه اطلاعات مناسب در مورد کالاها و خدمات به مشتریان و ترغیب و متقاعد کردن مؤثر کنندگان مصرف به خرید کالاها و خدمات است. تبلیغات به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای آمیخته‌ی بازاریابی می‌تواند نقش بسیار مهمی را در سیاست‌ها و استراتژی‌های بازاریابی سازمان نظیر ارتباط با مشتریان، اصلاح و تغییر ذهنیت مشتریان نسبت به سازمان و محصولات و خدمات آن ایفا کند. در تغییرات یک دهه اخیر، رسانه تبلیغات محیطی به‌عنوان یک ابزار کارآمد پیام‌رسانی به مشتریان بالقوه، برای تولیدکنندگان باقی‌مانده است.

در پژوهشی که توسط تاجیک اسماعیلی و مرادی (۱۳۹۷) و تحت عنوان رابطه میان تبلیغات تجاری تلویزیون با انتخاب محصولات از طرف مشتریان، انجام گرفت. بر اساس نتایج آزمون پیرسان بین انتخاب محصولات از طرف مشتریان (الگوی مصرف) و متغیرهای علاقه به تبلیغات تجاری تلویزیون، اعتماد به تبلیغات، محتوای ساختاری تبلیغات، نوع نگرش به تبلیغات تجاری، جذابیت ظاهری، میزان تماشای تبلیغات تجاری تلویزیونی و آشنایی با برند کالا رابطه معنادار مثبتی وجود دارد و نتایج ضرایب رگرسیونی نشان می‌دهد که همبستگی بالایی بین نگرش به تبلیغات تلویزیونی و انتخاب محصولات از طرف مشتریان (الگوی مصرف) وجود دارد.

در تحقیقی که توسط خاقانی و احمدی جشفقانی (۱۳۹۷) و تحت عنوان فرمول‌های اسلامی تبلیغات الکترونیک تلویزیونی (مورد مطالعه: معیار پوشش بانوان در ایران)، انجام گرفت، محققان اظهار داشتند که امروزه رسانه‌های ارتباط جمعی نقش انکارناپذیری در ارائه و نهادینه‌سازی سبک زندگی مخاطبان خود بازی می‌کنند و تأثیر بسزایی در ایجاد، تقویت و تغییر نگرش مخاطبان خود در زمینه‌های فکری، سیاسی و اجتماعی دارند.

در تحقیقی که توسط بشیرپور (۱۳۹۶) و تحت عنوان شناسایی و بررسی عناصر مؤثر بر پذیرش تبلیغات در بازی‌های دیجیتال، انجام گرفت، از این رو در تحقیق ابتدا با مطالعه و مرور تحقیقات پیشین ۵ عامل به‌عنوان عوامل مؤثر بر پذیرش



تبلیغات شناسایی شدند که این عوامل نگرش‌های فردی، جذابیت بازی، نحوه ترغیب در تبلیغات، کاربرد ادراک‌شده و بسترهای محیطی فرهنگی بودند.

در پژوهشی که توسط شفیع نیک‌آبادی و زارعی (۱۳۹۶) و تحت عنوان اثربخشی تبلیغات شبکه‌های الکترونیک اجتماعی، انجام گرفت و با توجه به یافته‌های پژوهش، سرگرم‌کنندگی تبلیغات، احساس رنجش و آزدگی و آگاهی‌رسانی تبلیغات بر نگرش کاربران نسبت به تبلیغات اثرگذار هستند و نگرش نسبت به تبلیغات نیز بر پذیرش تبلیغات به‌عنوان عامل اساسی اثربخشی تبلیغات تأثیر می‌گذارد.

در پژوهشی که توسط سعیدی و همکاران (۱۳۹۶) و تحت عنوان اثربخشی تبلیغات تلویزیونی بر مخاطبان سیمای جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی: بانک رفاه)، انجام گرفت. یافته‌های پژوهش، بیانگر تأثیر ابعاد سرگرمی، ارتباطی، محتوایی و اطلاع‌رسانی تبلیغات به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم از طریق واکنش‌های عاطفی به تبلیغات بر گرایش مخاطبان به تبلیغات تلویزیونی است.

در پژوهشی که توسط Bellman and et al (2020) تحت عنوان مشاهده زمان به‌عنوان یک معیار میان رسانه‌ای: مقایسه زمان مشاهده برای تبلیغات ویدیویی در تلویزیون و اینترنت، انجام گرفت. نتایج حاصل از چهار آزمایش آزمایشگاهی که تحقیقات برنوشته قبلی را به تبلیغات ویدیویی پویا بسط می‌دهد، نشان می‌دهد که ۷۵٪ دید یک آستانه بالقوه است.

در پژوهشی که توسط Wiese and et al (2020) تحت عنوان چارچوبی برای اثربخشی تبلیغات فیس بوک: دیدگاه رفتاری، انجام گرفت. نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد که در هر دو زمینه توسعه‌یافته (استرالیا) و یک بافت درحال توسعه (آفریقای جنوبی)، روابط قابل‌توجهی بین سازه‌های موردنظر در مدل (نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی، اعتماد، اهمیت کنترل، نگرش نسبت به تبلیغات، ارزش تبلیغاتی، نگرش نسبت به تبلیغات فیس بوک و رفتار نسبت به تبلیغ و پیام تبلیغ) وجود دارد. به‌طور مهمی، باین‌حال، این بافت‌ها از نظر رویکردهای اجتنابی از کاربران متفاوت هستند.

در پژوهشی که توسط Hussin and et al (2015) تحت عنوان نمایندگی اسلامی در تبلیغات تلویزیونی و تأثیر آن بر زنان مسلمان مالزیایی، انجام گرفت نتیجه این مطالعه بررسی رابطه بین تأثیر مارک اسلامی محصولات و خدمات و تصمیمات خرید زنان مسلمان مالزیایی در کوالالامپور، مالزی است.

در پژوهشی که توسط Aymerich-Franch (2014) تحت عنوان تأثیر نوع آگاه و جنسیت بر نگرش‌ها نسبت به تبلیغات تلویزیونی تعاملی، انجام گرفت. تعامل بین نوع انگیزه و جنسیت قابل‌توجه بود. به‌طور خاص، هنگامی که یک نمونه رایگان ارائه شد، زنان نگرش منفی‌تری نسبت به مردان نشان دادند. مفاهیم ضمنی برای اثربخشی تبلیغات تعاملی موردبحث قرار گرفت.

در پژوهشی که توسط McKay-Nesbitt et al (2011) تحت عنوان تأثیرات سن، نیاز به شناخت و شدت عاطفی بر اثربخشی تبلیغات، انجام گرفت، یافته‌ها نشان داد: در مقایسه با بزرگسالان، به یادآوری پیام‌های عاطفی، به‌ویژه پیام‌های عاطفی منفی در جوانان بیشتر از پیام‌های منطقی است. بزرگسالان پیام‌های منطقی و پیام‌های عاطفی مثبت را به پیام‌های عاطفی منفی ترجیح می‌دهند.

در بررسی پژوهش‌های انجام‌گرفته خارجی توسط محقق، تحقیقات چندانی یافت نشده که به این موضوع پرداخته باشد و این خلأ تحقیقاتی در پژوهش‌های خارجی، بخصوص برای یک رسانه خاص (در اینجا تلویزیون) بچشم می‌خورد. به نظر می‌رسد، انجام تحقیق حاضر، ضروری بوده و شناخت میزان اثربخشی تبلیغات بر مخاطب تلویزیونی هم برای تصمیم‌گیران و مدیران شرکت‌ها مفید است و هم زمینه را برای تحقیقات آتی در این خصوص فراهم می‌کند.



۲- روش تحقیق

روش مورد استفاده در این پژوهش، روش آمیخته و یا ترکیبی^۱ است. در بخش کیفی این تحقیق از روش تئوری بنیادی بهره برده می‌شود. در بخش کمی نیز از روش توصیفی-پیمایشی استفاده می‌شود. در مرحله کیفی، بایستی از خبرگان و متخصصان بهره گرفته شود تا مصاحبه‌ها از اعتبار مناسبی برخوردار باشد. جامعه آماری تحقیق در بخش کیفی به شرح: ۱. مدیران عالی و میانی صداوسیما و ۲. اساتید باتجربه رشته مدیریت رسانه و مدیریت بازرگانی در مراکز آموزش عالی است. جامعه آماری در بخش کمی؛ شامل سه دسته به شرح: ۱. مدیران، معاونین و کارشناسان ارشد صداوسیما استان‌های مازندران، گلستان و گیلان و ۲. اعضاء هیئت علمی رشته مدیریت رسانه و مدیریت بازرگانی در دانشگاه‌های آزاد استان مازندران (۱۴ واحد دانشگاهی) است. به منظور نمونه‌گیری در این بخش با توجه به اهمیت موضوع پژوهش تلاش می‌شود، طیفی از آگاهان کلیدی در زمینه «مدل ارزیابی اثربخشی تبلیغات بر مخاطب تلویزیونی» انتخاب شوند که با توجه به حاکمیت رویکرد کیفی در این بخش از یکی از روش‌های نمونه‌گیری کیفی به نام روش نمونه‌گیری «گلوله برفی^۲» استفاده شود. در نهایت انتخاب خبرگان تا رسیدن به اشباع نظری ادامه می‌یابد. روش نمونه‌گیری پژوهش حاضر با توجه به جامعه آماری مورد نظر (۱. مدیران، معاونین و کارشناسان ارشد صداوسیما استان‌های مازندران، گلستان و گیلان و ۲. اعضاء هیئت علمی رشته مدیریت رسانه و مدیریت بازرگانی در دانشگاه‌های آزاد استان مازندران (۱۴ واحد دانشگاهی))، به صورت نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی خواهد بود، بطوریکه برای انتخاب مدیران، معاونین و کارشناسان ارشد صداوسیما هر یک از سه استان مازندران، گلستان و گیلان، بیانگر یک طبقه بوده و برای انتخاب اعضاء هیئت علمی رشته مدیریت رسانه و مدیریت بازرگانی در دانشگاه‌های آزاد استان مازندران، هریک از ۱۴ واحد دانشگاهی به عنوان یک طبقه، انتخاب می‌گردند و پخش پرسشنامه به صورت تصادفی در هر طبقه و به نسبت جمعیت آن طبقه خواهد بود. تعیین تعداد نمونه‌های تحقیق هم با استفاده از با فرمول کوکران خواهد بود. در این پژوهش از تئوری بنیاد هم به عنوان یک روش تحقیق و هم به عنوان یک روش تجزیه و تحلیل استفاده می‌شود؛ زیرا به دلیل فقدان یک چارچوب نظری منسجم و قوی در خصوص «مدل ارزیابی اثربخشی تبلیغات بر مخاطب تلویزیونی»، محقق از آن به عنوان یک روش تحقیق و سپس به دلیل استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختارمند مبتنی بر تئوری داده بنیاد، به عنوان یک روش تجزیه و تحلیل بهره خواهد برد. تعیین روایی پرسشنامه تحقیق حاضر به روش روایی صوری و محتوایی بود. در این تحقیق برای سنجش پایایی پرسشنامه، یک مرحله پیش‌آزمون انجام گرفت. بدین صورت که ابتدا تعداد ۳۰ پرسشنامه در جامعه‌ی مورد نظر توزیع و جمع‌آوری شد و پس از وارد کردن داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) محاسبه گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از پرسشنامه، از روش معادلات استفاده خواهد شد. این آمارها در واقع خلاصه‌ای از برخی اندازه‌گیری‌ها را در خصوص نمونه ارائه می‌دهند و به ما اجازه می‌دهند تا بر اساس نتایجی که به دست آوردیم، در مورد کل جامعه آماری قضاوت کنیم. داده‌های حاصل از پرسشنامه از طریق نرم‌افزارهای SPSS و Smart PLS در دو بخش زیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

¹Mixed-method

² Snowball sampling

۴- یافته‌ها

۴-۱- یافته‌های تحلیل نظریه داده بنیاد

همان‌طور که گفته شد جهت به دست آوردن ابعاد مدل در بخش کیفی از رویکرد گرند تئوری استفاده شد که طی مصاحبه‌های انجام‌شده با خبرگان (۱۵ نفر نمونه آماری بخش کیفی) در ۵ بعد و زیر مقوله‌های هر یک شناسایی شدند که به شرح جدول ۱ می‌باشند. در این خصوص می‌توان بیان داشت که با توجه به جدول فوق هر یک از مفاهیم باز ابتدا تدوین و درنهایت با توجه به مفهوم اصلی عبارت، کد محوری شناسایی شده که همان زیر مقوله هر طبقه از مقولات تعیین شده هستند و در مقوله مربوط خود قرار گرفتند.

جدول (۱) یافته‌های تحلیل محتوای کیفی

ابعاد	زیر مؤلفه‌ها
علی	آگاهی از برند
	تصویر برند
	ارزش ویژه برند
	توسعه برند
	ایجاد تجربه برند
	هویت برند
	آموزش
زمینه‌ای	تولید محتوا
	راهنما و دستورالعمل
	ایجاد تمایز
	محتوای مناسب
	درگیری ذهنی
مداخله‌گر	مخاطب سازی
	نرم‌افزارها و سخت‌افزارها
	نیروی انسانی
	شبکه پشتیبانی
	استقرار
راهبردها	به‌کارگیری مؤثر
	بومی نمودن فناوری
	موتورهای جستجو
	خلق ارزش
	پشتیبانی کردن
پیامدها	اطلاع‌رسانی
	نوآوری
	روابط عمومی
	انتقادات و پیشنهادهای
	دریافت بازخورد
	ایجاد انگیزه
	اشتراک‌گذاری
	عضویت
	وفاداری

۴-۲- یافته‌های بخش کمی

در این بخش به بررسی یافته‌های توصیفی زیر مؤلفه‌های مدل پرداخته می‌شود که با توجه به نتایج به‌دست‌آمده می‌توان بیان داشت با توجه به اینکه زیر مؤلفه‌ها با طیف ۵ نقطه‌ای لیکرت سنجیده شده بودند، بررسی جدول ۲ نشان می‌دهد که همه میانگین‌های زیر مؤلفه‌ها بیشتر از نقطه برش (برش طیف) طیف ۵ نقطه‌ای لیکرت (۲/۵) است و با عنایت به اینکه این میانگین نیز از نقطه برش طیف بیشتر است لذا ایراد خاصی ایجاد نمی‌کند. نتایج فوق نشان می‌دهد که پاسخگویان نسبت به سؤالات تحقیق همسو با اهداف تحقیق جواب داده‌اند و داده‌ها با انحراف معیار متناسب اطراف میانگین پراکندگی دارند و نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل میانگین و انحراف معیار در جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول (۲) یافته‌های توصیفی زیر مؤلفه‌ها

انحراف معیار	میانگین	زیر مؤلفه‌ها
۰,۴۳۵	۳,۴۵	آگاهی از برند
۰,۶۵۴	۳,۲۱	تصویر برند
۰,۳۲۴	۳,۶۵	ارزش ویژه برند
۰,۶۵۷	۳,۳۲	توسعه برند
۰,۶۱۱	۳,۲۵	ایجاد تجربه برند
۰,۵۴۳	۳,۰۴	هویت برند
۰,۵۷۷	۲,۹۷	آموزش
۰,۷۶۵	۲,۷۸	تولید محتوا
۰,۴۳۲	۲,۹۴	راهنما و دستورالعمل
۰,۶۵۴	۳,۱۱	ایجاد تمایز
۰,۶۱۰	۳,۶۷	محتوای مناسب
۰,۶۵۶	۳,۴۴	درگیری ذهنی
۰,۷۳۲	۳,۵۶	مخاطب سازی
۰,۵۴۶	۳,۴۱	نرم افزارها و سخت افزارها
۰,۷۵۶	۴,۰۱	نیروی انسانی
۰,۸۷۵	۴,۵۳	شبکه پشتیبانی
۰,۶۳۳	۳,۶۷	استقرار
۰,۳۸۲	۳,۲۳	به کارگیری مؤثر
۰,۳۶۵	۳,۱۷	بومی نمودن فناوری
۰,۴۳۵	۳,۷۷	موتورهای جستجو
۰,۴۶۱	۳,۵۴	خلق ارزش
۰,۵۴۷	۳,۰۹	پشتیبانی کردن
۰,۶۳۲	۳,۴۴	اطلاع رسانی
۰,۶۱۶	۳,۸۷	نوآوری
۰,۷۳۴	۳,۵۲	روابط عمومی
۰,۴۵۳	۳,۶۷	انتقادات و پیشنهادها
۰,۴۲۲	۳,۵۴	دریافت بازخورد
۰,۴۳۲	۳,۹۸	ایجاد انگیزه
۰,۲۶۵	۳,۴۳	اشتراک گذاری
۰,۵۴۶	۳,۱۲	عضویت
۰,۴۳۵	۳,۶۵	وفاداری

۴-۲-۱-تحلیل عاملی اکتشافی

جهت انجام تحلیل عاملی اکتشافی از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی و چرخش واریماکس استفاده شده که تعداد ۵ بعد به‌عنوان ابعاد مدل به همراه زیر مؤلفه‌ها استخراج شده بودند در این بخش مورد بررسی قرار گرفتند. این ۵ بعد به‌طور کلی ۷۹/۳۹٪ از واریانس کل را تبیین می‌نمایند. معیار انتخاب زیر مؤلفه‌ها، به‌عنوان یک شاخص برای عوامل، دارا بودن ارزش ویژه بالاتر از یک و همچنین بار عاملی ۰/۷۰ و بالاتر به شرطی که در دیگر عوامل کمتر از این مقدار ظاهر شود بوده است و در نهایت ۳۱ زیر مؤلفه مورد نظر انتخاب گردید. هر یک از این زیر مؤلفه‌ها و میزان بار عاملی آن‌ها در جدول ۳ نمایش داده شده است.

جدول (۳) نتایج حاصل از انجام تحلیل عاملی اکتشافی

عوامل	علی	زمینه‌ای	مداخله‌گر	راهبردها	پیامدها
زیر مؤلفه‌ها					
آگاهی از برند	۰,۷۶۴				
تصویر برند	۰,۷۳۵				
ارزش ویژه برند	۰,۷۹۳				
توسعه برند	۰,۷۴۴				
ایجاد تجربه برند	۰,۷۸۴				
هویت برند	۰,۷۵۵				
آموزش		۰,۷۹۰			
تولید محتوا		۰,۷۷۳			
راهنما و دستورالعمل		۰,۸۶۵			
ایجاد تمایز		۰,۸۴۳			
محتوای مناسب		۰,۷۱۲			
درگیری ذهنی		۰,۷۶۴			
مخاطب سازی		۰,۷۷۷			
نرم‌افزارها و سخت‌افزارها			۰,۷۰۵		
نیروی انسانی			۰,۸۱۵		
شبکه پشتیبانی			۰,۷۹۰		
استقرار			۰,۷۹۲		
به‌کارگیری مؤثر			۰,۷۹۸		
بومی نمودن فناوری			۰,۷۳۰		
روابط عمومی					۰,۷۶۶
انتقادات و پیشنهادات					۰,۷۴۳
دریافت بازخورد					۰,۷۴۴
ایجاد انگیزه					۰,۸۳۳
اشتراک‌گذاری					۰,۷۳۲
عضویت					۰,۷۵۵
وفاداری					۰,۷۴۳
مقادیر ویژه اولیه کل.	۵,۳۴	۴,۶۷	۳,۷۶	۴,۵۵	۲,۶۵
درصد واریانس.	۲۵,۸۴	۱۵,۴۹	۱۴,۶۵	۱۰,۶۶	۱۲,۷۵
درصد تراکمی واریانس.	۲۵,۸۴	۴۱,۳۳	۵۵,۹۸	۶۶,۶۴	۷۹,۳۹

۴-۲-۲- بررسی همگنی و بررسی هم خطی چندگانه متغیرها

یکی دیگر از پیش فرض‌های انجام تحلیل به روش معادلات ساختاری بررسی همگنی واریانس‌ها در خصوص متغیرهای تحقیق است که با استفاده از آزمون لوین انجام می‌گیرد. با توجه به سطح معناداری جدول که از ۰/۰۵ بیشتر است، می‌توان ادعا کرد که ابعاد مدل تحقیق همگن هستند.

جدول (۲) آزمون لوین برای بررسی همگنی ابعاد مدل

ابعاد مدل	آزمون لوین	سطح معناداری
علی	۰,۴۵۴	۰,۱۲۳
زمینه‌ای	۰,۵۶۴	۰,۵۶۳
مداخله‌گر	۰,۶۱۰	۰,۱۲۱
راهبردها	۰,۷۶۵	۰,۱۰۳
پیامدها	۰,۸۱۱	۰,۲۷۱

۴-۲-۳- بررسی هم خطی ابعاد مدل تحقیق

یکی دیگر از پیش فرض‌های لازم برای انجام تحلیل به روش معادلات ساختاری بررسی عدم وجود هم خطی چندگانه متغیرهاست. برای بررسی این شرط از میزان تورم واریانس (VIF) و تولرانس استفاده می‌شود. بطوریکه اگر عامل تورم بالای ۵ و تولرانس کمتر از ۰/۱ باشد بدین معنا است که هم خطی بین متغیر وجود دارد. همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود ابعاد مدل میزان تورم واریانس بالاتر از ۵ و تولرانس کمتر از ۰/۱ ندارند، در نتیجه هم خطی چندگانه بین ابعاد مدل مشاهده نمی‌شود.

جدول (۳) آزمون VIF برای بررسی عدم هم خطی چندگانه ابعاد مدل تحقیق

ابعاد مدل	میزان VIF	تولرانس
علی	۲,۲۰۷	۰,۴۳۳
زمینه‌ای	۱,۸۷۰	۰,۵۳۵
مداخله‌گر	۲,۷۶۵	۰,۳۸۲
راهبردها	۲,۰۴۵	۰,۴۷۳
پیامدها	۲,۳۱۴	۰,۳۹۹

۴-۲-۴- بررسی روایی واگرا (تشخیصی) برای ابعاد مدل تحقیق

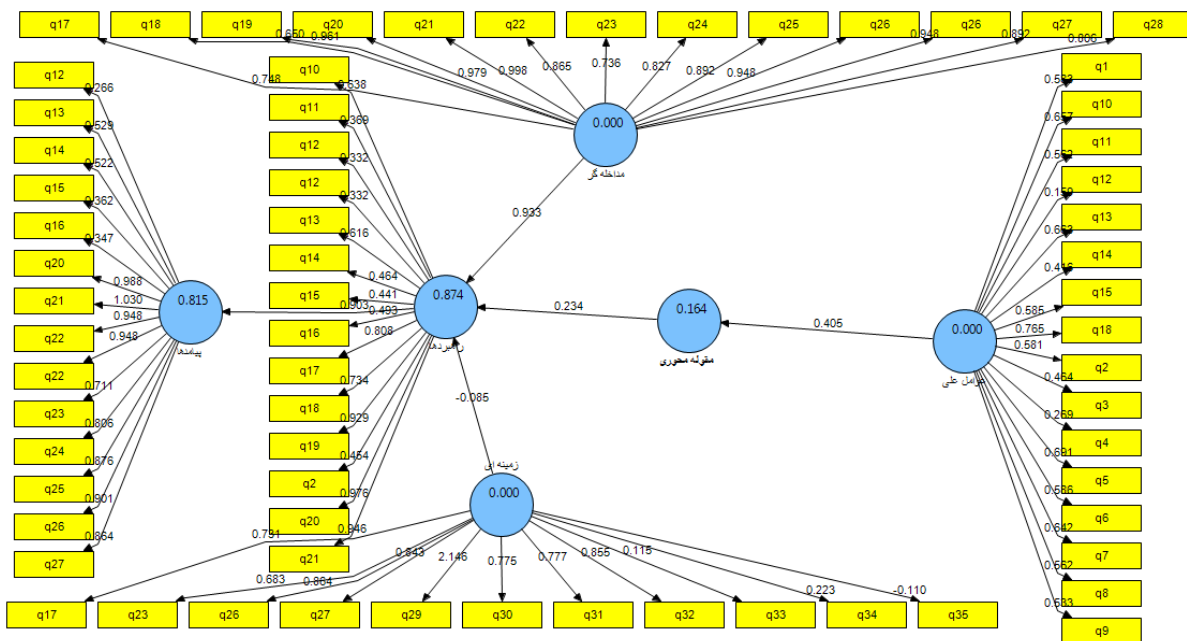
یکی از روش‌های سنجش این روایی آزمون فورنل-لاکر است. جدول ۴ نتایج به دست آمده برای ابعاد مدل پژوهش را نشان می‌دهد. جدول ذیل نشان می‌دهد که سازه‌ها کاملاً از هم جدا می‌باشند یعنی مقادیر قطر اصلی برای هر متغیر پنهان از همبستگی آن بعد با سایر بعدهای پنهان انعکاسی موجود در مدل بیشتر است.

جدول (۴) شاخص فورنل لاگر جهت بررسی شاخص روایی تشخیصی یا واگرا

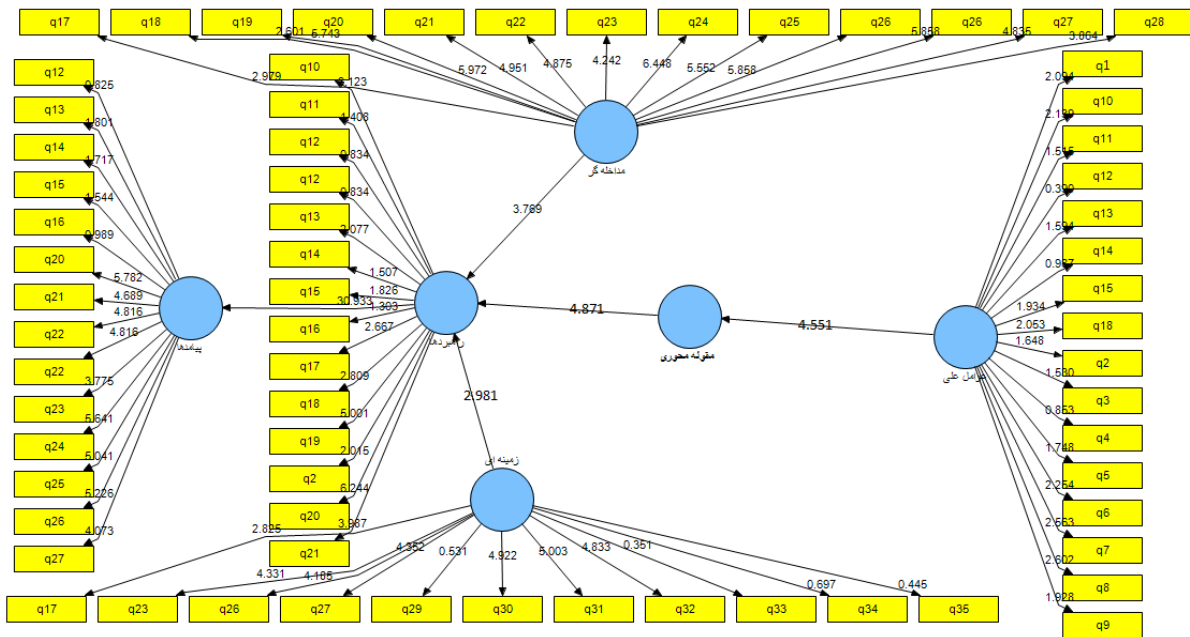
ردیف	ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵
۱	علی	۱				
۲	زمینه‌ای	۰/۸۳۱	۱			
۳	مداخله‌گر	۰/۷۶۴	۰/۸۸۶	۱		
۴	راهبردها	۰/۷۷۴	۰/۸۶۸	۰/۸۷۹	۱	
۵	پیامدها	۰/۶۵۴	۰/۶۷۴	۰/۴۳۳	۰/۴۳۳	۱

۴-۲-۵- کمی سازی مدل

در این بخش با توجه به اینکه مشخص شد مدل مفهومی چگونه بوده، میزان حجم نمونه مناسب است و کلیه ابعاد شناسایی شده بر روی مدل موردنظر مؤثر هستند با استفاده از فن مربعات جزئی و آزمون t بوت استرپینگ به کمی سازی مدل پرداخته خواهد شد که نتایج به شرح شکل‌های ۱ و ۲ می‌باشند. نتایج شکل فوق نشان می‌دهد که کلیه ضرایب به‌دست‌آمده برای ابعاد مدل مثبت بوده و کلیه مقادیر به‌دست‌آمده t بیشتر از ۱,۹۶ جدول Z بوده‌اند که می‌توان نتیجه گرفت مدل در معنادار بوده و می‌توان به نتایج به‌دست‌آمده استناد نمود.



تصویر شماره (۱): مدل در حالت استاندارد



تصویر شماره (۲): مدل در حالت معناداری

جدول (۵) ضرایب مسیر

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب	ضرایب مسیر
۰,۰۰۰	۴,۰۵۱	۰,۴۰۵	عوامل علی به مقوله محوری
۰,۰۰۰	۳,۷۸۹	۰,۲۳۳	عوامل مداخله‌گر به راهبردها
۰,۰۰۰	۲,۲۹۸	۰,۰۸۵	عوامل زمینه‌ای به راهبردها
۰,۰۰۰	۴,۸۷۷	۰,۲۳۴	مقوله محوری به راهبردها
۰,۰۰۰	۴,۸۷۷	۰,۴۴۹	راهبردها به پیامدها

۴-۲-۶- معیار R^2

دومین معیار برای برازش مدل ساختاری در یک پژوهش، ضرایب R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و مقادیر ۰/۱۹، ۰/۳۳، ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته شده است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

جدول (۶) معیار R^2

پیامدها	راهبردها	مداخله‌گر	زمینه‌ای	علی	R^2
۰,۷۰۱	۰,۶۸۳	۰,۴۹۰	۰,۶۵۲	۰,۵۱۱	۲

با توجه به جدول ۶ مقدار R^2 برای بعد مداخله‌گر متوسط و برای سایر ابعاد نزدیک یا بیشتر از ۰/۶۷ است که نشانگر برازش قوی مدل از نظر R^2 است.

۴-۲-۷- معیار Q2

این معیار قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد و در صورتی که مقدار Q2 در مورد یک سازه درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه برون‌زای مربوط به آن است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳).

جدول ۷- معیار Q2

ابعاد	1- SSE/SSO
علی	۰,۳۹
زمینه‌ای	۰,۴۱
مداخله‌گر	۰,۴۴
راهبردها	۰,۵۴
پیامدها	۰,۴۹

با توجه به جدول ۷ مقدار Q2 برای همه ابعاد بیش از ۰/۳۵ است که نشان‌دهنده برازش قوی مدل است.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر ارائه مدلی به منظور ارزیابی اثربخشی تبلیغات بر مخاطب تلویزیونی است که با بررسی‌های انجام‌شده ۵ مؤلفه اصلی شامل عوامل علی که عبارت‌اند از: آگاهی از برند، تصویر برند، ارزش ویژه برند، توسعه برند، ایجاد تجربه برند و هویت برند، زمینه‌ای عبارت‌اند از: بازاریابی محتوایی، آموزش، تولید محتوا، راهنما و دستورالعمل، ایجاد تمایز، محتوای مناسب، درگیری ذهنی و مخاطب سازی، مداخله‌گر عبارت‌اند از: نرم‌افزارها و سخت‌افزارها، نیروی انسانی، شبکه پشتیبانی، استقرار، به‌کارگیری مؤثر، بومی نمودن فناوری، راهبردها شامل: موتورهای جستجو، خلق ارزش، پشتیبانی کردن، اطلاع‌رسانی، نوآوری، پیامدها شامل: روابط عمومی، انتقادات و پیشنهادهای دریافت بازخورد، ایجاد انگیزه، اشتراک‌گذاری، عضویت و وفاداری است. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق بشیرپور (۱۳۹۶)، پوربهنم و ابراهیمی (۱۳۹۸)، تاجیک و مرادی (۱۳۹۷)، (۲۰۲۰) Bellman et al و Jacob (۲۰۲۰) همسو بوده و همخوانی دارد.

طبق نتایج به‌دست‌آمده، مدل پیشنهادی در این تحقیق بر اساس مؤلفه‌هایی چون شناخت مخاطب، محتوا و شکل تبلیغ، کانال‌های توزیع، شرایط بازار و بازخوردهای دریافتی از مخاطب طراحی شده است. استفاده از روش‌های نوین تجزیه و تحلیل داده، نظیر تحلیل‌های کمی و کیفی، امکان ارزیابی دقیق‌تر نقش تبلیغات نوین را بر روی مخاطبان تلویزیونی فراهم می‌کند. نتایج تحقیق نشان می‌دهند که تبلیغات نوین به‌ویژه در بستر تلویزیون، با ایجاد تجربه‌های بصری جذاب و استفاده از فن‌های خلاقانه، تأثیر قابل‌توجهی بر نگرش و رفتار مصرف‌کنندگان دارند؛ چراکه تلویزیون محیطی بصری و رنگارنگ است که توانایی جذب توجه مخاطب را دارد. ترکیب صدا، تصویر و حرکت می‌تواند احساسات و هیجانات قوی‌تری را در مخاطب برانگیزد و تجربه‌ای منحصربه‌فرد ایجاد کند. همچنین تبلیغات تلویزیونی معمولاً سعی دارند با مخاطبان ارتباط عاطفی برقرار کنند. از طریق داستان‌گویی و نمایش وضعیت‌های انسانی، تبلیغات می‌توانند احساسات همذات‌پنداری را در مخاطب ایجاد کنند که به افزایش تمایل به خرید و وفاداری به برند می‌انجامد. از طرفی تلویزیون به‌عنوان یک رسانه جمعی، امکان رسیدن به حجم بالایی از مخاطبان را فراهم می‌کند. این بدان معنی است که پیام‌های تبلیغاتی می‌توانند با سرعت و شدت بیشتری به افراد منتقل شوند و در نتیجه تأثیر بیشتری بر روی نگرش‌های جمعی داشته باشند. همچنین تأثیر تبلیغات تلویزیونی به عوامل



روان‌شناختی مانند تکرار، آشنایی و تأثیر اجتماعی بستگی دارد. تکرار یک پیام تبلیغاتی می‌تواند به آشنایی بیشتر با برند منجر شود و در نهایت رفتار مصرف‌کنندگان را تغییر دهد؛ بنابراین این تأثیر نه تنها به افزایش آگاهی از برند می‌انجامد بلکه می‌تواند وفاداری مشتریان را نیز تقویت کند. بر این اساس، اجرای مدل مدیریتی پیشنهادی می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا به‌طور مؤثرتری تبلیغات خود را طراحی و ارزیابی کنند و با استفاده از داده‌های دریافت شده، استراتژی‌های متناسب‌تری برای دستیابی به اهداف بازاریابی خود اتخاذ نمایند. از این‌رو، این تحقیق می‌تواند به‌عنوان یک منبع کاربردی برای پژوهشگران و مدیران تبلیغاتی مورد استفاده قرار گیرد و به بهبود فرآیندهای تصمیم‌گیری در حوزه تبلیغات کمک کند. برای تحقق بخشیدن به این هدف، توصیه می‌شود که شرکت‌ها و سازمان‌ها:

- ۱- با استفاده از ابزارها و فنون تحلیل داده، اطلاعات دقیقی درباره رفتار، نیازها و علایق مخاطبان جمع‌آوری کنند. این تحلیل می‌تواند به شناسایی الگوهای رفتاری کمک کند و به طراحی تبلیغاتی متناسب با آن‌ها منجر شود.
 - ۲- با توجه به یافته‌های تحقیق، تولید محتواهای جذاب و منحصر به فرد که از نظر بصری و احساسی بر مخاطب تأثیر بگذارد، می‌تواند اثربخشی تبلیغات را افزایش دهد؛ بنابراین، گروه‌های خلاق باید در فرآیند تبلیغ سازی مشارکت بیشتری داشته باشند.
 - ۳- بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته مانند واقعیت مجازی، واقعیت افزوده و تحلیل‌های پیشرفته داده، می‌تواند به تولید تجارب تعاملی و جذاب‌تر برای مخاطبان کمک کند.
 - ۴- پس از اجرای تبلیغات، لازم است که به ارزیابی مداوم اثرات تبلیغاتی پرداخته شود. این ارزیابی می‌تواند از طریق نظرسنجی‌ها، تحلیل فروش و همچنین بررسی بازخوردهای اجتماعی و دیجیتال صورت گیرد.
 - ۵- تنظیم مجدد استراتژی‌ها: با توجه به داده‌ها و نتایج ارزیابی، لازم است که استراتژی‌های تبلیغاتی به‌طور دوره‌ای مورد بازنگری قرار گیرند تا بهینه‌سازی و انطباق با تغییرات بازار و نیازهای مخاطب انجام شود.
- در نهایت، پیاده‌سازی مدل مدیریتی پیشنهاد شده نه تنها به افزایش اثربخشی تبلیغات کمک خواهد کرد، بلکه می‌تواند به بهبود رابطه میان برند و مخاطب نیز منجر شود. به این ترتیب، شرکت‌ها قادر خواهند بود به‌صورت هدفمندتر و مؤثرتر در بازار رقابتی عمل کنند و به رشد و توسعه پایدار دست یابند.



منابع و مآخذ

- بشیرپور، مهدی. (۱۳۹۶). شناسایی و بررسی عناصر مؤثر بر پذیرش تبلیغات در بازی‌های دیجیتال. *کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال؛ گرایش‌ها، فناوری‌ها و کاربردها*، تهران، <https://civilica.com/doc/696870>
- یوربهن، فاطمه؛ ابراهیمی، ابوالقاسم. (۱۳۹۸). بررسی عوامل تأثیرگذار بر اثر بخشی تبلیغات محیطی. *کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه پایدار*، تهران، <https://civilica.com/doc/987598>
- تاجیک اسماعیلی، سمیه؛ مرادی، سیروس. (۱۳۹۷). رابطه میان تبلیغات تجاری تلویزیون با انتخاب محصولات از طرف مشتریان. *فصلنامه علمی رسانه*، ۲۹(۱)، ۷۹-۱۱۰. [20.1001.1.10227180.1397.29.1.4.4](https://doi.org/10.10227180.1397.29.1.4.4)
- خاقانی، مهرداد؛ علی احمدی جشقانی، حسین. (۱۳۹۷). فرمول‌های اسلامی تبلیغات الکترونیک تلویزیونی (مورد مطالعه: معیار پوشش بانوان در ایران). *هفتمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی، تهران*، <https://civilica.com/doc/882798>
- داوری، علی؛ رضازاده، آرش. (۱۳۹۳). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS. *ناشر: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی سعیدی، کوروش؛ فرهنگی، علی‌اکبر؛ سلطانی فر، محمد*. (۱۳۹۶). اثربخشی تبلیغات تلویزیونی بر مخاطبان سیمای جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی: بانک رفاه). *پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)*، ۲۴(۳ پیاپی ۹۱)، ۶۱-۹۱. <https://doi.org/10.22082/cr.2017.66588.1374>
- سهرابی رنانی، مریم؛ رشید پور، علی؛ اعتباریان، اکبر. (۱۳۹۵). شناسایی عوامل تأثیرگذار بر اثربخشی تبلیغات فرهنگی بر مبنای نظریه برخاسته از داده‌ها و ارائه الگوی اثربخشی تبلیغات فرهنگی، *راهنمای اجتماعی فرهنگی*، ۵(۱۹)، ۴۵-۶۸. <https://sid.ir/paper/504370/fa>
- شفیعی نیک‌آبادی، محسن؛ زارعی، علی‌اصغر. (۱۳۹۶). اثربخشی تبلیغات شبکه‌های الکترونیک اجتماعی. *کاوش‌های مدیریت بازرگانی*، ۹(۱۷)، ۱۴۹-۱۷۳. [doi: 10.29252/bar.9.17.149](https://doi.org/10.29252/bar.9.17.149)
- شیرمحمدی، یزدان؛ دانای طوس، رویا؛ هاشمی باغی، زینب. (۱۳۹۶). بررسی تاثیر تبلیغات شبکه‌های اجتماعی بر جذب مخاطبان دانشگاه پیام نور مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه پیام نور کرج، *کنفرانس مدیریت و علوم رفتاری*، تهران، دبیرخانه دائمی کنفرانس، https://www.civilica.com/Paper-MBSCONF01-MBSCONF01_039.html
- صمصام شریعت، سید محمدرضا؛ آتش پور، سید حمید؛ کامکار، منوچهر. (۱۳۸۶). مقایسه عوامل مؤثر در اثربخشی تبلیغات تجاری از دید مردم و متخصصان تبلیغات، *فصلنامه دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی*، دوره: ۹، شماره: ۳۲. <https://civilica.com/doc/444082>
- مدهوشی، مهرداد؛ رضایی، سعید. (۱۳۹۲). ارزیابی اثربخشی تبلیغات ویروسی با طرح پژوهش تجربی، *مدیریت بازرگانی*، ۵(۳)، ۱۲۵-۱۴۴. [10.22059/jibm.2013.50201](https://doi.org/10.22059/jibm.2013.50201)
- وظیفه، رسول؛ محمدی، الهوردی. (۱۴۰۱). بررسی نقش میانجی تجارت اجتماعی در رابطه بین تبلیغات الکترونیکی و تبلیغات تلویزیونی مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی در بین کارکنان کشت و صنعت مغان، *رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت*، شماره ۳۳، [/HTTPS://WWW.NOORMAGS.IR/VIEW/FA/ARTICLEPAGE/2061858](https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/2061858)

Aymerich-Franch L. (2014). The Effect of Incentive Type and Sex on Attitudes towards Interactive Television Advertising. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 155 (2014) 490 – 495. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.327>

Bellman S, Beal V, Wooley B, Varan D. (2020). Viewing time as a cross-media metric: Comparing viewing time for video advertising on television and online. *Journal of Business Research* 120 (2020) 103–113. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.034>



Borawska A, Łatuszyńska M. (2020). The use of neurophysiological measures in studying social advertising effectiveness. *Procedia Computer Science*. 176(2020). 2487-2496.

Chu, S.C. and J. Kim. 2018. The current state of knowledge on electronic word-of-mouth in advertising research. *International Journal of Advertising* 37, no.1: 1-13. <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1407061>

Hussin R, Yusoff S. H, Mohd Yusof S. N. (2015). Islamic Representation in Television Advertising and Its Impact on Modern Malay Muslim Women. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 211 – 895. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.117>

Jacob, D. (2020). 天人合一: The Chinese Built Environment. *Journal of Urban History*, 46(1), 189-192. <https://doi.org/10.1177/0096144219876613>

Kotler, P. (2002). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control (9th ed). *NJ: Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ ISBN* 0132435101, 9780132435109

McKay-Nesbitt J, Manchanda, R V. Smith M C. Huhmann B A. (2011). Effects of Age, Need For Cognition, and Affective Intensity on Advertising Effectiveness", *Journal of Business Research* 64 (2011). 12-17. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.09.013>

Margariti K, Boutsouki C, Hatzithomas L, Zotos Y. (2019). Visual metaphors in food advertising: A cross-cultural study. *Food Research International*. 115(2019). 338-351. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2018.11.030>

Wiese M, Martínez-Climent C, Botella-Carrubi D. (2020). A framework for Facebook advertising effectiveness: A behavioral perspective. *Journal of Business Research* 109 (2020) 76-87. DOI: [10.1016/j.jbusres.2019.11.041](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.041)



Presenting a Management Model to Evaluate the Effectiveness of New Advertisements on the Television Audience



Mojtaba Shahrian

PhD student, Department of Media Management, Qaemshahr Branch, Islamic Azad University, Qaemshahr, Iran.
moj.shahrian@yahoo.com



Mehrdad Matani

Assistant Professor, Department of Media Management, Qaemshahr Branch, Islamic Azad University, Qaemshahr, Iran. (corresponding author)
naderhooshmandyar@skiff.com



Ali Fallah

Assistant Professor, Department of Media Management, Noor Branch, Islamic Azad University, Noor, Iran.
fallahali@yahoo.com



Mohammad Reza Bagherzadeh

Assistant Professor, Department of Media Management, Qaemshahr Branch, Islamic Azad University, Qaemshahr, Iran.
bagherzadeh.r@yahoo.com

Received 06 September 2024 | Revised 22 September 2024 | Accepted 06 October 2024

Abstract

With the ever-increasing expansion of technology and change in audience behavior, especially in the mass media and television, the need to evaluate and improve the effectiveness of new advertisements is felt more than ever. Television advertising not only helps to change the attitudes and behaviors of the audience but also plays a key role in establishing a relationship between the brand and the consumer. Therefore, the current research aims to provide a model to evaluate the effectiveness of advertisements on the television audience. The statistical population of the qualitative part was formed by experts familiar with the subject of the research who were interviewed using a non-random and targeted method until the theoretical saturation of ۱۵ questionnaires. Faculty members of media management and business management in Azad universities of Mazandaran province (۱۴ university units) and ۳۸۴ people were selected by simple random sampling method using Morgan's table as the sample size.

Qualitative content analysis and structural equations were used to analyze the data. The results showed that dimensions of the model include ۳۱ components and the modeling results showed that the model has a good fit. Considering the complexities of the advertising environment and the diversity of audiences it seems necessary to develop a coherent and applicable framework that can analyze all aspects of advertising effectiveness. This model can help managers and marketers update their strategies with a better understanding of the effect of advertising and are directed toward optimizing the results.

Keywords:

Management Model, New Advertising, Television Audience, Foundation Data Research Method



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration




JNAPA

واکاوی نقش جو سازمانی در رابطه رضایت شغلی و رفتارهای انحرافی در محیط کار

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۳۰ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۷/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۱۵

عباس قائدامینی هارونی

مربی، گروه مدیریت، دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز فرهنگی هنری دریژنو، چهارمحال و بختیاری، ایران (نویسنده مسئول)

ORCID: 0000-0003-4004-3569 
abbasgheadamini2020@gmail.com

مهسان همتی زاده

دانشجوی کارشناسی، مدیریت فرهنگی، دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز فرهنگی هنری دریژنو، چهارمحال و بختیاری، ایران

ORCID : 0009-0003-9844-4733 
mhsanhmtyzadh@gmail.com

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی تاثیر رضایت شغلی بر رفتارهای انحرافی در محیط کار با اثر تعدیل‌گری جو سازمانی بود. روش پژوهش بر اساس هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی از نوع تحقیقات همبستگی مبتنی بر تجزیه و تحلیل مدل سازی معادلات ساختاری است. جامعه آماری در پژوهش حاضر شامل کلیه اعضای هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال به تعداد ۵۳۶ نفر است که با احتساب حجم نمونه از فرمول کوکران، ۲۴۰ نفر برآورد شده است. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم استفاده شده است. ابزار پژوهش پرسش‌نامه رضایت شغلی دوانگان و ورگزه (۲۰۲۳)، پرسش‌نامه رفتارهای انحرافی در محیط کار رابینسون و بنت (۱۹۹۵) و پرسش‌نامه جو سازمانی دوانگان و ورگزه (۲۰۲۳) استفاده کرد که روایی پرسشنامه‌ها بر اساس روایی محتوایی با استفاده از نظر صاحب نظران، صوری بر مبنای دیدگاه تعدادی از جامعه آماری و سازه با روش تحلیل عاملی مورد بررسی قرار گرفتند و پس از اصطلاحات لازم روایی مورد تأیید قرار گرفت و از سوی دیگر پایایی پرسش‌نامه‌ها با روش آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۹۰، ۰/۹۲ و ۰/۹۲ محاسبه شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی مشتمل بر مدل سازی معادلات ساختاری انجام گرفت. نتایج نشان داد رضایت شغلی تأثیر منفی قوی بر رفتارهای انحرافی در محیط کار دارد، به طوری که این تأثیر از لحاظ آماری معنادار می‌باشد. از سوی جو سازمانی این رابطه را تعدیل می‌کند.

واژگان کلیدی: رضایت شغلی، رفتارهای انحرافی در محیط کار، جو سازمانی



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

۱- مقدمه

سازمان در صورت داشتن کارکنان ماهر پیشرفت خواهد کرد، از این رو حفظ این کارکنان مهم است تا مانعی در کارشان نشوند. سطوح استرس کارکنان و همچنین جو سازمانی می‌تواند به طور مستقیم یا غیرمستقیم تحت تأثیر تغییرات محیط داخلی و خارجی سازمانی قرار گیرد (Dewangan & Verghese, 2022؛ Kanu et al, 2022). رفتار انحرافی کارکنان و سطوح رضایت شغلی نیز ممکن است تحت تأثیر این تغییرات قرار گیرد (Osmani et al, 2022؛ Suma & Siregar, 2022). متخصصان مختلف تعاریف متعددی از رفتار انحرافی ارائه کرده‌اند، به زعم Robbins (2017) رفتار انحرافی به عنوان اقدامات داوطلبانه‌ای تعریف می‌شود که به طور جدی استانداردهای سازمانی را نقض می‌کند و رفاه سازمان یا اجزای آن را به خطر می‌اندازد. به عبارت دیگر، بی‌ادبی یا رفتار ضد اجتماعی در محیط کار. کارکنان و کسب و کار به شدت تحت تأثیر رفتار انحرافی در محیط کار قرار می‌گیرند. به عنوان مثال، می‌تواند منجر به استرس در بین همکاران، کاهش رضایت شغلی و کاهش بهره‌وری شود. انحرافات خفیف به طور کلی انجام می‌شود. برای مثال، افرادی که اغلب دیر می‌رسند و زود از محیط کار خارج می‌شوند. رفتار انحرافی در محیط کار تحت تأثیر عوامل متعددی از جمله جو اخلاقی (Gadi et al, 2022)، تعارض خانواده و کار (To et al., 2022)، معنویت اسلامی محیط کار (Paryanti et al., 2022) و رهبری زهرآگین (Rizani et al, 2022). سازمان‌ها باید نگران شادی شغلی کارکنان باشند تا میزان کارکنانی که در محیط کار دچار رفتارهای انحرافی می‌شوند را کاهش دهند (Anis & Emil, 2022). رضایت شغلی بازتابی از احساس یک فرد در مورد شغل خود است که در نحوه برخورد آن‌ها با کار خود و کل محیط کار مشاهده می‌شود. بنابراین، داشتن یک شغل رضایت بخش، بازدارنده بزرگی برای افراد از رفتار نامناسب در محیط کار خواهد بود. بر اساس پژوهش عرفات (۲۰۱۵)، بین رفتار انحرافی و رضایت شغلی یک رابطه منفی و معنادار مستند وجود دارد. هر چه میزان رضایت کارکنان در محیط کار بیشتر باشد، می‌تواند رفتارهای انحرافی کارکنان را در محیط کار کاهش دهد. فرهنگ سازمانی و میزان استرسی که کارکنان در محیط کار تحمل می‌کنند، می‌تواند بر میزان رضایت آن‌ها از شغلشان تأثیر بگذارد. اگر علاوه بر مدیریت موثر و بلندمدت منابع انسانی، جو سازمانی حمایتی و تشویقی برای فعالیت‌های کاری آن‌ها ایجاد شود، کارکنان در محیط کار کمتر احساس استرس خواهند کرد. کارکنان راضی کمتر مستعد رفتارهای عجیب و غریب در محیط کار هستند. پژوهش‌های متعددی در مورد جو سازمانی انجام شده است، از جمله مقایسه جنبه‌های جو سازمانی (Jafar, 2023)، قدرت و سطح جو سازمانی (He et al, 2023) و تجزیه و تحلیل جو سازمانی (2023، Mohanta et al, 2023؛ Adhikari & Sen). عبارت «جو سازمانی» به مجموعه‌ای از عوامل محیطی اطلاق می‌شود که بر رفتار کارکنان تأثیر می‌گذارد، از جمله عوامل اجتماعی، سازمانی، روانی و موقعیتی. زمانی که کارکنان از محیط کار خود راضی باشند، در راستای اهداف سازمان عمل خواهند کرد. برعکس، زمانی که آنها از محیط کار خود ناراضی باشند، بهره‌وری و عملکرد آسیب خواهند دید. بخش عمده‌ای از پژوهش‌ها در مورد رفتارهای انحرافی محیط کار در کشورهای توسعه یافته انجام شده است، اما کشورهای در حال توسعه اغلب از این موضوع غفلت کرده‌اند. ایران به عنوان یکی از آن‌ها، کمبود قابل توجهی در تحقیقاتی وجود دارد که به مسائل مربوط به رفتار انحرافی در محیط کار و تأثیرات آن بپردازد. همچنین اشاره شده است که پژوهش‌ها مربوط به رفتار انحرافی در محیط کار و رضایت شغلی عمدتاً فقط برای چند صنعت مورد بررسی قرار گرفته است که تولید بیشترین مورد مطالعه را دارد. سایر بخش‌های مهم مانند آموزش، مراقبت‌های بهداشتی و خدمات از دایره خارج شده

¹ - Arafat



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

اند. در میان بخش‌های ذکر شده، صنعت آموزش و پرورش اخیراً در ایران جهش رشدی داشته است و سیاست‌های زیادی برای ارتقای آموزش در سراسر کشور در نظر گرفته شده است. با این حال، چالش‌های رضایت شغلی، رفتار انحرافی در محیط کار کم و بیش تضمین شده است. اما با توجه به فقدان پژوهش در بخش آموزشی در رابطه با رفتار انحرافی در محیط کار، پژوهش حاضر، نتوانست ادبیاتی را با توجه به ابعاد جو سازمانی بر رضایت شغلی و رفتار انحرافی اعضای هیات علمی بیابد. بنابراین، پژوهش حاضر، رضایت شغلی و رفتار انحرافی محیط کار در این اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال می‌تواند اهمیت قابل توجهی داشته باشد. پژوهش حاضر، به پاسخ به یک سوال اساسی که هر سازمان صرف نظر از زمینه کاری خود با آن مواجه است کمک می‌کند. پارامترهای کلیدی رضایت شغلی چیست و هر یک از عوامل چگونه بر رضایت شغلی تأثیر می‌گذارد؟ در کنار این، به این سوال قدیمی نیز پاسخ خواهد داد که چگونه می‌توان رفتار انحرافی در محیط کار را کاهش داد، با در نظر گرفتن نقشی که جو سازمانی در همین راستا ایفا می‌کند. پژوهشگران در گذشته اغلب جو سازمانی را به رفتار انحرافی مرتبط می‌کردند با در نظر گرفتن همه این موارد، اهداف پژوهش حاضر، اولاً توسعه مدلی است که رابطه بین رضایت شغلی و رفتار انحرافی را ارزیابی کند و دوم تجزیه و تحلیل اثر تعدیل‌کننده جو سازمانی بر رابطه رضایت شغلی - رفتار انحرافی با توجه به اعضای هیئت علمی اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال است.

۲- بررسی ادبیات و توسعه فرضیه

رضایت شغلی و رفتارهای انحرافی در محیط کار

رفتارهای انحرافی در محیط کار، همچنین به عنوان رفتار معکوس در محیط کار شناخته می‌شود که از دیرباز برای سازمان‌ها یک مشکل بوده است. رفتارهای انحرافی در محیط کار، اغلب شامل کلاهبرداری، دزدی، خرابکاری یا خرابکاری در جدی ترین شکل آن است (Harper, 1990). برخی از رفتارهای انحرافی که به اندازه موارد ذکر شده رواج ندارد، دروغگویی، شایعه پراکنی، تلاش نکردن کامل در کار و غیبت است (Fagbohunge & et al, 2012). رفتار انحرافی در محیط کار را به عنوان ضد اجتماعی تعریف کردند که سیاست‌های محیط کار را نقض می‌کند (Robinson & Bennett, 1995). رفتار انحرافی را به عنوان عملی برشمردند که می‌تواند منجر به کاهش حاشیه سود و همچنین کاهش روحیه در محیط کار شود (Rahim, 1995). در یک نظرسنجی انجام شده اشاره شد که تقریباً ۶۰٪ از پاسخ دهندگان درگیر دزدی در محیط کار بودند در حالی که تقریباً ۸۰٪ درگیر کار ناکارآمد و بی‌دقت بودند. بسیاری از این پاسخ دهندگان اعتراف کردند که تا حد سوء مصرف مواد و اعتیاد به الکل نیز پیش رفته‌اند (Kidwell Jr & Kochanowski, 2005). با توجه به این که رفتار انحرافی در محیط کار منجر به چنین اعمال و عواقب شدیدی می‌شود، در طول زمان زمینه‌ای قابل توجه برای پژوهشگران بوده است (Griffin & Lopez, 2005؛ Fisher, 2003). همان‌طور که در بخش مقدمه پژوهش حاضر بحث شد، پژوهشگران دلایل متعددی را برای رفتار انحرافی در محیط کار شناسایی کرده‌اند. یکی از ابعادی که به شدت با رفتار انحرافی در محیط کار مرتبط بوده است، رضایت شغلی است (Appelbaum et al, 2007). رضایت شغلی را به عنوان روشی تعریف می‌شود که در آن فرد شغل و حرفه خود را در شرایط پولی و بین فردی درک می‌کند (Rice et al, 1991). رضایت شغلی در طول زمان به عنوان یک پارامتر حیاتی از دیدگاه انسان دوستانه، اقتصادی و نظری تثبیت شده است (Stanton et al, 2002). رضایت شغلی به ایجاد نگرش شغلی حیاتی برای کار و عملکرد کارآمد کمک می‌کند (Organ & Ryan, 1995). این به نوبه خود انگیزه کاری را در فرد ایجاد می‌کند. به زعم Judge et al (2001) رضایت شغلی دارای اهمیت زیادی است و آن را با رفتار



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

افراد در محیط کار مرتبط کردند. فردی که از شغل خود راضی است به طور منطقی بهتر از کسی که از آن راضی نیست عمل می‌کند (Sharma and Sehrawat, 2013). با گذشت زمان، گفته شده است که رفتار انحرافی به شدت تحت تأثیر رضایت شغلی افراد است. رضایت شغلی با یک یا دو بعد تعریف نمی‌شود. معیارهای رضایت شخصی از شغل از فردی به فرد دیگر متفاوت است. برای برخی، رضایت شغلی ممکن است بیشتر به پاداش آنها مربوط باشد، در حالی که برای برخی، ممکن است صرفاً به ماهیت کار و شخصیت نظارتی آنها مرتبط باشد (Ahmad & Omar, 2014). با توجه به ماهیت رابطه بین رضایت شغلی و رفتار انحرافی، فرضیه مورد آزمون در این پژوهش عبارت است از:
فرضیه اول: رضایت شغلی بر رفتارهای انحرافی در محیط کار تأثیر دارد.

نقش تعدیل‌کننده جو سازمانی

جدای از ویژگی‌های فردی و ویژگی‌های شخصیتی، یکی دیگر از عوامل مؤثر بر رفتارهای انحرافی در محیط کار، جو سازمانی است (Trevino, 1986; Peterson, 2002). جو سازمانی به عنوان یک ادراک مشترک از رویه‌ها و شیوه‌های سیاست‌های سازمان در بین کارکنان آن تعریف می‌شود (Reichera & Schneider, 1990). چندین ابعاد فرعی جو سازمانی مانند جو دانشگاهی (Hoyetal, 2002; Furnham & Goodstein, 1997; Kanten & Ulker, 2013; ado & Taylor, 2014; Patterson et al, 2005; McMurray & Scott, 2002; Hoy etal, 2013; Kanten & Ulker, 2013; Machado & Taylor, 2014; Patterson & et al, 1997; Furnham & Goodstein, 2002; Hoy et al, 2002; Patterson & et al, 2013; Machado & Taylor, 2014; Ulker, 2014; McMurray & Scott, 2013; Patterson etal, 2005) و جو اخلاق (Patterson et al, 2005)، جو آکادمیک به روش‌های اتخاذ شده و ترویج شده در یک موسسه با توجه به فرآیندهای یادگیری و تدریس اشاره دارد. جو اداری بر اساس عملکرد مدیریتی و هماهنگی درون سازمانی از جمله اقدامات انجام شده در جهت بهبود آن ایجاد می‌شود. جو توسعه که ماهیت روانی دارد به سیاست‌ها و شیوه‌های مدیریتی مربوط می‌شود که به رشد کارکنان خود در داخل سازمان کمک می‌کند و در نهایت، جو مالی به رضایت پولی و احساس کارکنان از پاداش پرداختی توسط سازمان در مقابل تلاش کارکنان اشاره دارد. ادراک جو سازمانی در زیربدهای ذکر شده به خوبی شناخته شده است که بر رفتار کارکنان نسبت به سازمان و افراد تأثیر می‌گذارد. جو سازمانی بر انگیزه، پتانسیل و نگرش کارکنان تأثیر می‌گذارد که مستقیماً با اقدامات و فعالیت‌های آنها مرتبط است که به بهره‌وری سازمان کمک می‌کند (Adenike, 2011). به روشی مشابه، این ابعاد فرعی جو سازمانی نیز بر ادراک کارکنان از شغل خود تأثیر می‌گذارد و به رضایت شغلی مربوط می‌شود (Haldorai et al, 2020). با توجه به اهمیت جو سازمانی در موضوع رضایت شغلی و رفتارهای انحرافی در محیط کار، این فرضیه وجود دارد که:

فرضیه دوم: جو سازمانی رابطه بین رضایت شغلی و رفتارهای انحرافی در محیط کار را تعدیل می‌کند.

پیشینه پژوهش

Zahid & Nauman (2024) در پژوهشی با عنوان آیا بی‌ادبی در محیط کار باعث رفتارهای انحرافی می‌شود؟ نقش تعارض بین فردی و جو سازمانی که با روش توصیفی از نوع همبستگی و با نمونه آماری ۲۲۰ نفر انجام دادند به این نتیجه رسیدند که



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

تعارض درون فردی تا حدی واسطه رابطه بی ادبی و رفتار کاری انحرافی در محیط کار بود. علاوه بر این، اثرات مضر بی ادبی در محیط کار بر رفتار انحرافی کاری کارکنان در حضور جو سازمانی به عنوان یک منبع کاهش یافت.

Nugroho & Astuty (2023) در پژوهشی با عنوان رفتار انحرافی، اثرات آن بر استرس شغلی و جو سازمانی با رضایت شغلی به عنوان یک متغیر مداخله گر که با روش توصیفی از نوع همبستگی و با نمونه آماری ۱۰۶ نفر انجام دادند به این نتیجه رسیدند که ارتباط مستقیم بین استرس کاری و رفتار انحرافی را نشان داد. رفتار انحرافی مستقیماً تحت تأثیر فرهنگ درون سازمانی قرار گرفت. تأثیر استرس شغلی را می توان با شادی شغلی کاهش داد، اما تأثیر جو سازمانی بر رفتار انحرافی قابل کاهش نبود. Rino & Winda Lestari (2022) در پژوهشی با عنوان تأثیر عدالت سازمانی و استرس شغلی بر رفتار کار غیرمولد با رضایت شغلی به عنوان متغیر میانجی در اداره غذا و کشاورزی شهر پادانگ پنجانگ چنای که با روش توصیفی از نوع همبستگی و با نمونه آماری ۱۰۵ نفر انجام دادند به این نتیجه رسیدند که عدالت سازمانی دارای اثر منفی و معنادار بر رفتار کار غیرمولد، استرس شغلی دارای اثر منفی و معنادار بر کار غیرمولد داشت. Sultana و همکاران (2021) در پژوهشی با عنوان رابطه بین استرس شغلی و رفتارهای انحرافی در محیط کار: مطالعه بر روی کارکنان بانک در بنگلادش که با روش توصیفی از نوع همبستگی و با نمونه آماری ۸۲ نفر انجام دادند به این نتیجه رسیدند که رابطه علی قوی بین استرس شغلی، مشارکت شغلی با رضایت شغلی وجود داشت که منجر به رفتار انحرافی در محیط کار شد. همچنین رابطه علی قوی بین استرس شغلی، مشارکت شغلی با رضایت شغلی وجود داشت که منجر به رفتار انحرافی در محیط کار شد.

Wulani & Junaedi (2022) در پژوهشی با عنوان اثر تعدیل کننده تناسب فرد - سازمان بر رابطه بین استرس شغلی و رفتارهای انحرافی کارکنان خط مقدم شاغل در سورابایا، اندونزی که با روش توصیفی از نوع همبستگی و با نمونه آماری ۱۵۹ نفر انجام دادند به این نتیجه رسیدند که استرس شغلی با انحراف سازمانی و خط مقدم رابطه مثبت داشت. تناسب فرد - سازمان یک اثر تعدیل کننده بر رابطه بین استرس شغلی و انحراف خط مقدم داشت.

Suganya & Venkateshwaran (2021) در پژوهشی با عنوان مطالعه ای در مورد استرس ناشی از تضاد نقش با رفتارهای انحرافی در محیط کار در بانک های منتخب چنای که با روش توصیفی از نوع همبستگی و با نمونه آماری ۱۵۰ نفر انجام دادند به این نتیجه رسیدند که رفتارهای انحرافی در محیط رابطه قوی تری با تعارض نقش، حجم کار و استرس در کار داشت.

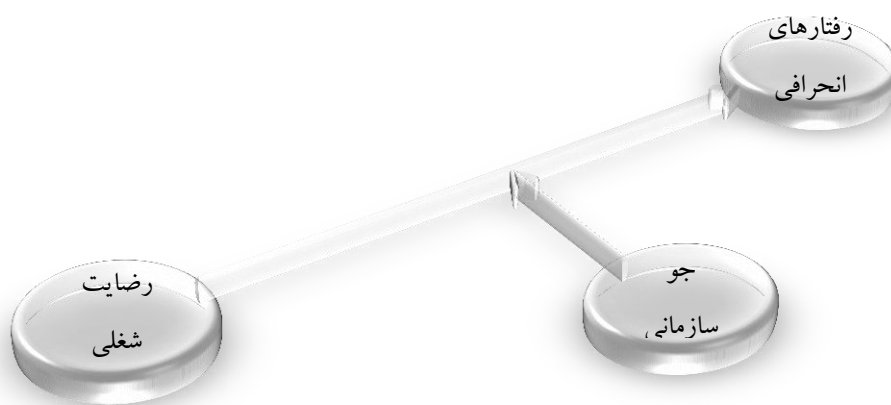
Eliyana & Sridadi (2020) در پژوهشی با عنوان معنویت محیط کار و رضایت شغلی نسبت به عملکرد شغلی: نقش میانجی رفتار انحرافی محیط کار و اشتیاق در محیط کار که با نمونه آماری ۸۹۱ کارکنان دولتی سریلنکا انجام دادند به این نتیجه رسیدند که تأثیر منفی معناداری از معنویت محیط کار و رفتار انحرافی محل کار بر عملکرد وجود دارد. به همین ترتیب، تأثیر منفی قابل توجهی از رفتار انحرافی در محل کار بر عملکرد وجود داشت. علاوه بر این، اشتیاق به کار، تعامل بین آنها را ضعیف کرد.

و همکاران (2020) Juni در پژوهشی با عنوان تأثیر معنویت محیط کار بر رفتار انحرافی محیط کار و عملکرد کارکنان: نقش میانجی رضایت شغلی که با نمونه آماری ۱۴۳ کارمند در دانشگاه محمدیه یوگیاکارتا، اندونزی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که معنویت محیط کار بر رفتار انحرافی محیط کار تأثیر داش و معنویت محیط کار بر رضایت شغلی تأثیر گذاشت و رضایت شغلی بر عملکرد کارکنان تأثیر داشت و رفتار انحرافی در محل کار بر عملکرد کارکنان تأثیر داشت و معنویت محیط کار بر

عملکرد کارکنان تأثیری نداشت و رضایت شغلی بر رفتار انحرافی محیط کار تأثیری نداشت و رضایت شغلی نتوانست تأثیر معنویت محیط کار را بر رفتار انحرافی محیط کار واسطه کند. معنویت محیط کار بر رضایت شغلی تأثیر گذاشت. رضایت شغلی بر عملکرد کارکنان تأثیر داشت و رفتار انحرافی در محیط کار بر عملکرد کارکنان تأثیر داشت. در همین حال، یافته‌ها بیشتر نشان داد که معنویت محیط کار بر عملکرد کارکنان تأثیری نداشت و رضایت شغلی بر رفتار انحرافی محل کار تأثیری نداشت. و رضایت شغلی نتوانست تأثیر معنویت محیط کار را بر رفتار انحرافی محیط کار واسطه کند. معنویت محیط کار بر رضایت شغلی تأثیر گذاشت. رضایت شغلی بر عملکرد کارکنان تأثیر گذاشت و رفتار انحرافی در محیط کار بر عملکرد کارکنان تأثیر گذاشت.

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به موارد مطرح شده فوق به نظر می‌رسد که کارکنان اعضای هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال نیازمند ارزیابی تأثیر رضایت شغلی بر رفتارهای انحرافی در محیط کار با نقش تعدیل‌گر جو سازمانی می‌باشد. بر اساس مطالب فوق تا الان پژوهش‌های اندکی در این زمینه در دانشگاه انجام گرفته و خلاء پژوهشی این پژوهش در دانشگاه‌ها در ایران احساس می‌شود بخصوص در اعضای هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال که تا کنون چنین پژوهشی که تأثیر رضایت شغلی بر رفتارهای انحرافی در محیط کار با نقش تعدیل‌گر جو سازمانی انجام نگرفته است. چهارچوب مفهومی تحقیق در شکل ۱ ارائه شده است. این چهارچوب شامل سه متغیر اصلی، رضایت شغلی به عنوان متغیر مستقل و جو سازمانی به عنوان متغیر واسطه و رفتارهای انحرافی در محیط کار به عنوان متغیر وابسته است.



تصویر شماره (۱): مدل مفهومی پژوهش

۳- روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر تحلیل داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی (الگوسازی معادلات ساختاری (SEM) است. جامعه آماری در پژوهش حاضر شامل کلیه اعضای هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال به تعداد ۵۳۶ نفر



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

است که با احتساب حجم نمونه از فرمول کوکران، ۲۴۰ نفر برآورد شده است. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم‌استفاده شده است و پرسش‌نامه‌ها به ترتیب جدول زیر توزیع و جمع‌آوری شدند.

جدول (۱). جامعه هدف

حجم نمونه	تعداد اعضای هیأت علمی	دانشکده
۵۰	۱۱۵	علوم انسانی
۲۵	۶۶	مدیریت
۲۲	۵۴	الهیات
۲۲	۵۵	شیمی
۲۲	۵۶	علوم و فنون دریایی
۲۲	۵۵	علوم پایه
۲۲	۴۴	علوم زیستی
۳۵	۹۱	فنی و مهندسی
۲۰	۶۰	زبان‌های خارجی
۲۴۰	۵۳۶	جمع کل

. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه است که براساس متغیرها ۴۶ سؤال در نظر گرفته شده است.

جدول شماره (۲) ترکیب سؤالات پرسش‌نامه

متغیرهای مورد بررسی	مؤلفه‌ها	شماره سؤالات در پرسش‌نامه	جمع سؤالات
رضایت شغلی	دوانگان و ورگزه (۲۰۲۳)	۱ تا ۱۴	۱۴
رفتارهای انحرافی در محیط کار	رابیسون و بنت (۱۹۹۵)	۱۵ تا ۳۰	۱۶
جو سازمانی	دوانگان و ورگزه (۲۰۲۳)	۳۱ تا ۴۶	۱۶

پس از تدوین طرح مقدماتی پرسش‌نامه تلاش گردید تا میزان روایی و پایایی پرسش‌نامه‌ها تعیین شود. به منظور بررسی روایی محتوایی، پرسش‌نامه‌ها قبل از اجرا با استفاده از نظرات اساتید و خبرگان مورد بررسی قرار گرفت. به منظور بررسی روایی صوری پرسش‌نامه‌های مذکور توسط ۳۰ نفر از جامعه آماری پژوهش تکمیل گردید و پس از ویرایش مفهومی برخی از سؤالات، ابزار اندازه‌گیری از روایی صوری برخوردار گردید. نتایج تحلیل عاملی تأییدی نشان داد تمامی شاخص‌های برازش، سؤال‌های بالای ۰/۹ هستند و این نشان‌دهنده مورد قبول بودن گویه‌ها است. در این پژوهش به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. بدین منظور یک نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسش‌نامه پیش آزمون گردید و سپس با استفاده از



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

داده‌های به دست آمده از این پرسش‌نامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری اس.پی.اس.اس ۱ میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که عدد به دست آمده برای هر ابزار به شرح جداول ذیل است. این اعداد نشان‌دهنده آن است که پرسش‌نامه‌های مورد استفاده، از قابلیت اعتماد و یا به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار می‌باشد.

جدول (۳) ضرایب آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه پژوهش

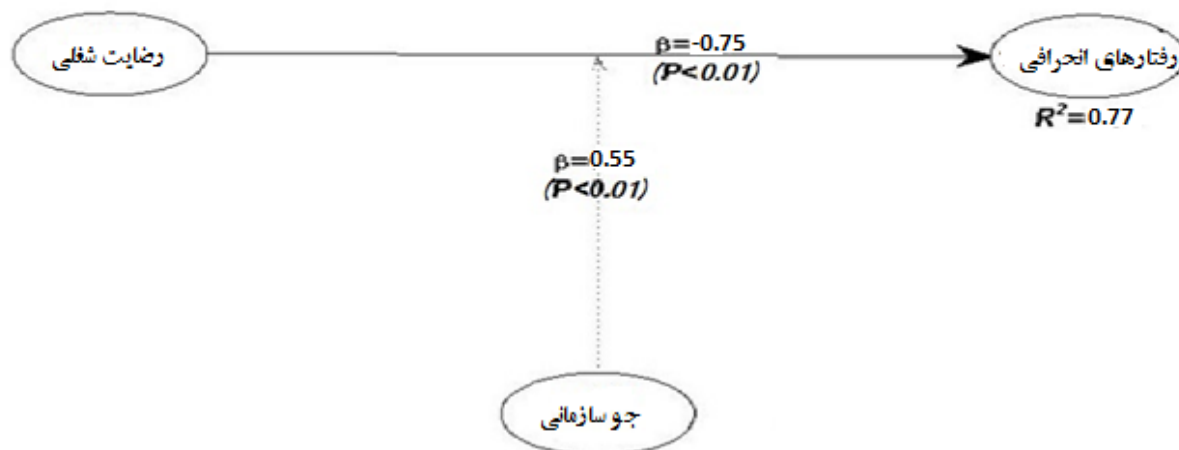
ضریب پایایی	متغیرهای مورد بررسی
۰/۹۰	رضایت شغلی
۰/۹۲	رفتارهای انحرافی در محیط کار
۰/۹۲	جو سازمانی

۴- یافته‌های پژوهش

بررسی مدل اصلی

به منظور بررسی فرضیه‌ها فوق از نرم افزار وارپ پی ال اس ۲ استفاده شده است که خروجی آن در شکل (۲) نشان داده شده است.

1-SPSS
2 -Warp PLS



تصویر شماره (۲): مدل روابط متغیرهای فرضیه اصلی

همان طور که در شکل (۲) نشان داده شده است رضایت شغلی دارای ضریب تاثیر -0.75 بر رفتارهای انحرافی بوده و با توجه به مقدار معناداری کمتر از 0.05 این تاثیر معنادار است. از سوی دیگر مقدار اثر تعدیلی ارزش ویژه برند 0.55 بوده و با توجه به مقدار معناداری کمتر از 0.05 است، این اثر تعدیلی معنادار است. جدول (۵) این اثرات را نشان می‌دهد. آیا شاخص‌های برازش مدل معنادار است؟ بدین منظور شاخص‌های مناسب بودن برازش مدل را مورد بررسی قرار داده شده که در جدول (۶) خلاصه شده است.

جدول (۴) نمای ضرایب متغیرهای مکنون فرضیه اصلی

رضایت شغلی * جو سازمانی	رفتارهای انحرافی	جو سازمانی	رضایت شغلی	مقدار استاندارد	
	۰/۳۵۵				ضریب تعدیل
	۰/۳۲۲				ضریب تعدیل شده
۰/۸۹۵	۰/۸۸۸	۰/۸۷۷	۰/۸۷۷	≥ 0.7	قابلیت اعتماد مرکب
۰/۹۵۵	۰/۹۲۵	۰/۹۲۲	۰/۹۰۱	≥ 0.7	آلفای کرونباخ
۰/۳۸۸	۰/۵۵۵	۰/۴۶۵	۰/۶۹۹	≥ 0.5	میانگین واریانس استخراج شده



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

۱/۰۰۳	۱/۲۳۳	۱/۱۷۷	۱/۲۵۰	≤۵	میزان VIF برای هم خطی
	۰/۳۷۷			≥۰/۱۵	شاخص ارتباط پیش بین (Q ²)
	۰/۳۴۴			≥۰/۲۵	شاخص برازش کلی مدل (GOF)

کلیه شاخص‌های مذکور معنادار بوده و نشان دهنده برازش مناسب مدل است. علاوه بر این بایستی روایی و اگرایی مدل مذکور نیز مورد بررسی قرارگیرد که این موضوع در جدول (۷) نشان داده شده است.

جدول (۵) روایی و اگرایی مربوط به مدل فرضیه اصلی

رضایت شغلی	رفتارهای انحرافی	جو سازمانی	اثر تعدیلی جو سازمانی * رفتارهای انحرافی
رضایت شغلی	(۰/۹۲۵)		
رفتارهای انحرافی	۰/۵۲۸	(۰/۹۲۰)	
جو سازمانی	۰/۴۹۴	۰/۵۰۸	(۰/۹۱۱)
اثر تعدیلی جو سازمانی * رفتارهای انحرافی	۰/۴۹۹	۰/۴۵۸	۰/۴۴۴
			(۰/۹۰۱)

با توجه به آن که جذر واریانس استخراج شده که در پرانتز و بر روی قطر اصلی ماتریس است، بزرگتر از بارهای عاملی هر یک از متغیرهای مکنون در هر ستون است لذا مدل فرضیه اصلی تحقیق از روایی و اگرایی مناسب برخوردار می باشد. با توجه به موارد مطرح شده فوق، فرضیه پژوهش مبنی بر این که رضایت شغلی بر رفتارهای انحرافی در محیط کار تاثیر منفی دارد و جو این رابطه را تعدیل می کند، تایید می شود. همان طور که نشان داده شده است هر چه میزان رضایت شغلی افزایش می یابد، رفتارهای انحرافی در محیط کار کاهش می یابد و این مسئله توسط جو سازمانی تعدیل می شود. یعنی زمانی که جو سازمانی مثبت بهبود می یابد افزایش میزان رضایت شغلی باعث کاهش رفتارهای انحرافی در محیط کار می شود.

۵- بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین رضایت شغلی و رفتار انحرافی در محیط کار با نقش تعدیل کننده جو سازمانی انجام شد. ابعاد جو سازمانی به عنوان متغیرهای تعدیل کننده در این پژوهش عبارتند از جو تحصیلی، جو اداری، جو توسعه و جو مالی بود. نتایج پژوهش حاضر به مجموعه ادبیات موجود در مورد رابطه بین رضایت شغلی و رفتار انحرافی کمک می کند. این موضوع سالهاست که مورد توجه پژوهشگران بوده و منجر به یافته‌های عمده‌ای در مورد اقدامات لازم برای کاهش رفتار انحرافی در محیط کار شده است. پژوهش حاضر درک درستی از رفتار انحرافی در زمینه آموزش عالی ارائه می دهد. مدل تحقیق پیشنهادی پژوهش حاضر، محیط کار، پاداش پولی، ترفیع و ماهیت کار را به عنوان پیشایندهای رضایت شغلی تعیین می کند. در حالی که در سوی دیگر مدل، انحراف تولید، انحراف مالی، انحراف سیاسی و پرخاشگری شخصی به عنوان مقدمات رفتار انحرافی در محیط کار شناخته شده است. سیاستگذاران از جمله رهبری و مدیریت ارشد در دانشگاه باید این نتایج را



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

برای ایجاد محیطی سالم در دانشگاه‌ها مد نظر قرار دهند. تمرکز اصلی رهبری و مدیران باید ایجاد محیطی باشد که در آن کارکنان از شغل خود راضی باشد زیرا منجر به کاهش رفتار انحرافی می‌شود. این سوابق همچنین به مدیریت سطح بالا در شناسایی علل رفتار انحرافی کمک می‌کند و اقدامات لازم را برای اطمینان از عدم وجود رفتار معکوس در دانشگاه‌ها انجام می‌دهد. نتایج پژوهش حاضر از تأثیر جو سازمانی بر رابطه بین رضایت شغلی و رفتار انحرافی در محیط کار تأیید می‌کند. همان‌طور که نتایج نشان داد، هر چهار تعدیل کننده برای هر فرد در سازمان مهم هستند. صرف نظر از دیدگاه آن‌ها نسبت به جو سازمانی، مثبت یا منفی، پاسخ دهندگان با این واقعیت موافق هستند که جو سازمانی نقش کلیدی در رضایت شغلی و رفتار در محیط کار آن‌ها ایفا می‌کند. بنابراین، حفظ جو سالم منجر به محیط کار سالم‌تر، رضایت شغلی و رفتار انحرافی در محیط کار می‌شود. از میان تمامی جو سازمانی در نظر گرفته شده در این پژوهش، جو مالی باعث تعدیل رضایت شغلی و رابطه رفتار انحرافی بین افرادی شد که درک مثبت و منفی از وضعیت مالی مؤسسات خود داشتند. تفاوت فاحشی در تأثیر جو مالی بر این رابطه وجود دارد. جدای از جو مالی، توجه شده است که جو تحصیلی و جو رشدی نیز بر روابط فوق‌الذکر تأثیر متفاوتی دارد که از دیدگاه مثبت و منفی کارکنان درک می‌شود. تأثیر فضای اداری کم و بیش است. برای هر دو چشم انداز برابر است، اما با این وجود هنوز به شدت مرتبط است. نتایج نشان داد، رضایت شغلی به کاهش رفتار انحرافی کمک می‌کند. از این رو، بین رضایت شغلی و رفتار انحرافی رابطه معکوس وجود دارد. این نتایج با مطالعات قبلی انجام شده در مکان‌ها و صنایع مختلف جغرافیایی مطابقت دارد (دمیر، ۲۰۱۱؛ فرهادی و همکاران، ۲۰۱۲؛ لاو و شولیهین، ۲۰۰۵؛ عمرو همکاران، ۲۰۱۱). نتایج پژوهش حاضر به مدیریت دانشگاه‌ها در درک رابطه بین رضایت شغلی و رفتار انحرافی در محیط کار در دانشگاه کمک می‌کند و بر این اساس روی سیاست‌های خود برای رشد کارکنان و دانشگاه تمرکز می‌کند. اقداماتی که در جهت بهبود رضایت شغلی هدف گذاری شده‌اند، می‌توانند حول چهار بعد رضایت شغلی مورد بررسی در این پژوهش باشد. جنبه‌های مختلف رفتار انحرافی در محیط کار می‌تواند به مدیران کمک کند تا از این گونه فعالیت‌ها در دانشگاه تمرکز کنند و علت اصلی آن را تحلیل کنند. نتیجه همچنین از تأثیر قوی جو سازمانی بر رابطه بین رضایت شغلی و رفتار انحرافی حمایت می‌کند. مدیریت می‌تواند خط‌مشی‌های خود را برای تضمین توسعه نه تنها دانشجویان در دانشگاه‌ها، بلکه کارکنان آن‌ها، یعنی اعضای هیات علمی، مورد توجه قرار دهد. رشد اعضای هیات علمی برای دانشگاه به همان اندازه مهم است و هماهنگی در جنبه‌های نهادی تحت پوشش این پژوهش، یعنی جو دانشگاهی، اداری، توسعه‌ای و مالی باید در کنار برنامه درسی آن‌ها دارای افکار و اهمیت مساوی باشد. نتایج پژوهش حاضر نیز کمک زیادی به دانشگاهیان دارد. دانشگاهیان می‌توانند از پرسشنامه طراحی شده برای این پژوهش به عنوان

بخشی از پژوهش خود استفاده کنند و مدل‌های پژوهشی خود را شامل متغیرهایی که در این پژوهش در نظر گرفته نشده است استخراج کنند. نتایج را می‌توان برای آموزش در مورد مدیریت منابع و نکاتی که در هنگام تنظیم خط‌مشی محیط کار در نظر داشت استفاده کرد. کار پژوهشی کنونی بخش جدیدی را برای مطالعه رفتار انحرافی پوشش داده است، اما محدودیت‌های خود را داشت. چهار بعد عمده جو سازمانی در این پژوهش پوشش داده شده است، اما جنبه‌های بیشتری از جو سازمانی وجود دارد که می‌تواند در مدل نظری اتخاذ شده در این مطالعه ادغام شود. علاوه بر این، پژوهشگران آینده همچنین می‌توانند سازمان‌های دیگری را که در این پژوهش پوشش داده نشده‌اند، هدف قرار دهند تا درک درستی از موضوع مورد بحث در مناطق مختلف جغرافیایی ایجاد کنند و در نهایت، بر اساس آیت‌های به دست آمده برای سنجش رضایت شغلی و رفتار



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

انحرافی، می‌توان برای مفهوم سازی عمیق تر رابطه رضایت شغلی و رفتار انحرافی با رویکرد کیفی به جای رویکرد کمی، پژوهش‌های بیشتری را در موضوع انجام داد. این مدل همچنین می‌تواند در صناعی که هنوز موضوع مورد بحث قرار نگرفته است، کاربرد و مطالعه شود. پژوهش حاضر به پیشبرد موضوع رضایت شغلی و رفتار انحرافی در محیط کار کمک می‌کند. پژوهش حاضر به رابطه بین رضایت شغلی و رفتار انحرافی در محیط کار پی می‌برد. این نشان می‌دهد که این دو بعد رابطه معکوس دارند زیرا افزایش رضایت شغلی تأثیر مثبتی در کاهش رفتار انحرافی دارد. این پژوهش همچنین متغیرهای جو سازمانی مختلف را در نظر گرفته و نقش آن‌ها را در رابطه بین رضایت شغلی و رفتار انحرافی ارزیابی کرده است. در همین راستا، متغیرهای جو سازمانی مانند جو اداری، جو تحصیلی، جو توسعه ای و جو مالی به عنوان تعدیل کننده در این پژوهش بررسی می‌شوند. پژوهش حاضر به موضوع رفتار انحرافی در محیط کار و رضایت شغلی می‌افزاید، اما محدودیت‌هایی نیز داشت. ابتدا، با توجه به اندازه جمعیت هدف، پژوهش حاضر به اعضای هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال محدود شد. پژوهش‌های آینده را می‌توان با استفاده از این مدل و اعتبارسنجی آن در برابر دانشگاه‌های سایر استان‌ها مختلف انجام داد. در ادامه، پژوهش حاضر چهار عامل عمده جو سازمانی را در نظر گرفته است. سایر عوامل جوی نهادی را می‌توان در همین مدل گنجانده و بیشتر تحلیل کرد. در نهایت، رفتار انحرافی گاهی منجر به نتایج مثبت نیز می‌شود. چنین رفتاری به عنوان انحراف سازنده نامیده می‌شود و در مدل تحقیق فعلی مورد توجه قرار نگرفته است. کار تحقیقاتی آینده می‌تواند رابطه بین رضایت شغلی و انحراف سازنده را مطالعه کند.



References

- Abdullah, A. and S. Marican. 2017. "Relationship between Leadership Perception and Engagement in Workplace Deviant Behavior." *The Malaysian Journal of Social Administration* 11(1):131-50. doi: 10.22452/mjsa.vol11no1.7
- Adenike, A. 2011. "Organizational Climate as a Predictor of Employee Job Satisfaction: Evidence from Covenant University." *Business Intelligence Journal* 4(1):151-65.
- Anis, M., & Emil, D. (2022). The impact of job stress on deviant workplace behavior: The mediating role of job satisfaction. *American Journal of Industrial and Business Management*, 12(1), 123-134.
- Agboola, A. A. and R. O. Salawu. 2011. "Managing Deviant Behavior and Resistance to Change." *International Journal of Business and Management* 6(1):235-42.
- Ahmad, A. and Z. Omar. 2013. "Abusive Supervision and Deviant Workplace Behavior: The Mediating Role of work-family Conflict." *The Journal of Human Resource and Adult Learning* 9(2):124-30.
- Ahmad, A. and Z. Omar. 2014. "Reducing Deviant Behavior through Workplace Spirituality and Job Satisfaction." *Asian Social Science* 10(19):107-12. doi: 10.5539/ass.v10n19p107
- Adhikari, A., & Sen, S. (2023). Cluster analysis on institutional commitment and organizational climate. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 4(5), 4974-4988.
- Aktaruzzaman, M. D., C. K. Clement, and M. F. Hasan. 2011. "Job Satisfaction among Teachers of Technical Training Centers (Tt Cs.) in Bangladesh." *Academic Research International* 1(2):375-82.
- Anderson, J. C. and D. W. Gerbing. 1988. "Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-step Approach." *Psychological Bulletin* 103(3):411-23. doi: 10.1037/0033-2909.103.3.411
- Appelbaum, S. H., K. J. Deguire, and M. Lay. 2005. "The Relationship of Ethical Climate to Deviant Workplace Behaviour." *Corporate Governance* 5(4):43-55. doi: 10.1108/14720700510616587
- Appelbaum, S. H., G. D. Iaconi, and A. Matousek. 2007. *Positive and Negative Deviant Workplace Behaviors: Causes, Impacts, and Solutions*. Corporate Governance.
- Baharom, M. N., M. D. K. B. Sharfuddin, and J. Iqbal. 2017. "A Systematic Review on the Deviant Workplace Behavior." *Review of Public Administration and Management* 5(3):1-8. doi: 10.4172/2315-7844.1000231
- Baumeister, R. F., J. D. Campbell, J. I. Krueger, and K. D. Vohs. 2003. "Does High self-esteem Cause Better Performance, Interpersonal Success, Happiness, or Healthier Lifestyles?" *Psychological Science in the Public Interest* 4(1):1-44. doi: 10.1111/1529-1006.01431



- Bennett, R. J. and S. L. Robinson. 2000. "Development of a Measure of Workplace Deviance." *Journal of Applied Psychology* 85(3):349-60. doi: 10.1037/0021-9010.85.3.349
- Bennett, R.J. and S.L. Robinson. 2003. "The Past, Present and Future of Workplace Deviance Research." Pp. 247-81 in *Organizational Behavior: The State of the Science*, 2nd ed., edited by J. Greenberg. Erlbaum, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Boye, M. W. and J. W. Jones. 1997. "Organizational Culture and Employee Counterproductivity." Pp. 172-84 in *Antisocial Behavior in Organizations*, edited by R. A. Giacalone and J. Greenberg. Thousand Oaks, CA: Sage, Brayfield, A H. and H F. Rothe 1951. "An Index of Job Satisfaction." *The Journal of Applied Psychology* 35(5):307-11. doi:10.1037/h0055617
- Chang, K and C. Smithikrai. 2010. "Counterproductive Behaviour at Work: An Investigation into Reduction Strategies." *The International Journal of Human Resource Management* 21(8):1272-88. doi: 10.1080/09585192.2010.483852
- Chen, S H., C C. Yang, J Y. Shiau, and H H. Wang 2006. "The Development of an Employee Satisfaction Model for Higher Education." *The TQM Magazine* 18 (5):484-500. doi: 10.1108/09544780610685467
- Ching, G. S., W. R. Tsay, Y. L. Hu, and C. H. Hung. 2017. "Counterproductive Work Behaviors within Academic Institutions: A Myth or A Reality." *International Journal of Research Studies in Psychology* 6(1):1-14.
- Cohen, J. 1988. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2nd ed., Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Colbert, A. E., M. K. Mount, J. K. Harter, L. A. Witt, and M. R. Barrick. 2004. "Interactive Effects of Personality and Perceptions of the Work Situation on Workplace Deviance." *Journal of Applied Psychology* 89(4):599-609. doi: 10.1037/0021-9010.89.4.599
- Cronbach, L. J. 1951. "Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests." *Psychometrika* 16(3):297-334. doi:10.1007/bf02310555.
- Demir, M. 2011. "Effects of Organizational Justice, Trust and Commitment on Employees' Deviant Behavior." *Anatolia* 22(2):204-21. doi: 10.1080/13032917.2011.597934
- Denzin, N K. and Y S. Lincoln 2008. "Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research." In pp. 1-43 in *Strategies of Qualitative Inquiry*, edited by N. K. Denzin & Y. S. Lincoln. Sage Publications, Inc.
- Diamantopoulos, A. and D. Siguaw. 2006. "Formative versus Reflective Indicators in Organizational Measure Development: A Comparison and Empirical Illustration." *British Journal of Management* 17(4):263-82. doi:10.1080/07294360.2013.806446.
- Dewangan, R., & Verghese, M. (2022). The Moderating Role of Institutional Climate on the Relationship between Job Satisfaction and Deviant Behavior. *Deviant Behavior*, 1- 18.
- Eliyana, A. and A. Sridadi. 2020. "Workplace Spirituality and Job Satisfaction toward Job Performance: The Mediation Role of Workplace Deviant Behavior and Workplace Passion." *Management Science Letters* 10(11):2507-20. doi: 10.5267/j.msl.2020.3.044



- Erdfelder, E., F. Faul, and A. Buchner. 1996. "GPOWER: A General Power Analysis Program." *Behavior Research Methods, Instruments and Computers* 28(1):1-11. doi:10.3758/bf03203630.
- Fagbohunge, B. O., G. A. Akinbode, and F. Ayodeji. 2012. "Organizational Determinants of Workplace Deviant Behaviours: An Empirical Analysis in Nigeria." *International Journal of Business and Management* 7(5):207-21. doi: 10.5539/ijbm.v7n5p207
- Farhadi, H., O. Fatimah, R. Nasir, and W. W. Shahrazad. 2012. "Agreeableness and Conscientiousness as Antecedents of Deviant Behavior in Workplace." *Asian Social Science* 8(9):2-7.
- Farhadi, H., F. Omar, R. Nasir, M. Zarnaghash, and M. Salehi. 2015. "The Role of Demographic Factors on Workplace Deviant Behavior." *Journal of Social Sciences and Humanities* 12(3):32-39.
- Faul, F., E. Erdfelder, A.-G. Lang, and A. Buchner. 2007. "G*Power 3: A Flexible Statistical Power Analysis Program for the Social, Behavioral, and Biomedical Sciences." *Behavior Research Methods* 39(2):175-91. doi:10.3758/bf03193146. Faul, F., E. Erdfelder, A. Buchner, and A.-G. Lang. 2009. "Statistical Power Analyses Using G*Power 3.1: Tests for Correlation and Regression Analyses." *Behavior Research Methods* 41(4):1149-60. doi:10.3758/brm.41.4.1149.
- Ferris, D. L., D. J. Brown, H. Lian, and L. M. Keeping. 2009. "When Does self-esteem Relate to Deviant Behavior? The Role of Contingencies of self-worth." *Journal of Applied Psychology* 94(5):1345-53. doi: 10.1037/a0016115
- Fisher, C.D. 2003. "Why Do Lay People Believe that Satisfaction and Performance are Correlated? Possible Sources of a Commonsense Theory." *Journal of Organisational Behaviour* 24(6):753-77. doi:10.1002/job.219.
- Fornell, C. and D. F. Larcker. 1981. "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error." *Journal of Marketing Research* 18(1):39-50. doi: 10.1177/002224378101800104
- Furnham, A and L D. Goodstein. 1997. "The Organizational Climate Questionnaire (OCQ)." *Annual-San Diego-Pfeiffer and Company* 2:163-82.
- Gagné, M, J Forest, M Gilbert, C Aube, E Morin, and A Malorni. 2010. "The Motivation at Work Scale: Validation Evidence in Two Languages." *Educational and Psychological Measurement* 70 (4):628-46. doi: 10.1177/ 0013164409355698
- Gadi, P. D., Bagobiri, E., & Ali, J. (2022). Perceptions of Ethical Climate on Deviant Behavior: The Mediating Role of Work Spirituality. *Journal of Production, Operations Management and Economics (JPOME) ISSN 2799-1008*, 2(04), 1-17.
- Geisser, S. 1974. "A Predictive Approach to the Random Effect Model." *Biometrika* 61(1):101-07. doi: 10.1093/biomet/ 61.1.101
- Gold, A. H., A. Malhotra, and A. H. Segars. 2001. "Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective." *Journal of Management Information Systems* 18(1):185-214. doi:10.1080/07421222.2001.11045669.
- Griffin, R.W. and Y. P. Lopez. 2005. "Bad Behavior in Organizations: A Review and Typology for Future Research."



Journal of Management 31(6):988. doi: 10.1177/0149206305279942

Hair, J. F., G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt. 2016. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 2nd ed., Thousand Oakes: Sage Publications.

Haldorai, K., W. G. Kim, H. S. Chang, and J. J. Li. 2020. "Workplace Spirituality as a Mediator between Ethical Climate and Workplace Deviant Behavior." *International Journal of Hospitality Management* 86:102372. doi: 10.1016/j.ijhm.2019.102372

Harper, D. 1990. "Spotlight abuse-save Profits." *Industrial Distribution* 79:47-51.

Henseler, J., C. M. Ringle, and M. Sarstedt. 2015. "A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in variance-based Structural Equation Modelling." *Journal of the Academy of Marketing Science* 43(1):115-35. doi: 10.1007/s11747-014-0403-8

Hoy, W K., P A. Smith, and S R. Sweetland. 2002. "The Development of the Organizational Climate Index for High Schools: Its Measure and Relationship to Faculty Trust." *The High School Journal* 86(2):38-49. doi: 10.1353/hsj.2002.0023

He, Y., Payne, S. C., Beus, J. M., Muñoz, G. J., Yao, X., & Battista, V. (2023). Organizational climate profiles: Identifying meaningful combinations of climate level and strength. *Journal of Applied Psychology*, 108(4), 595.

Javed, R., M. Amjad, U. Y. Faqeer-Ul-Ummi, and R. Bukhari. 2014. "Investigating Factors Affecting Employee Workplace Deviant Behavior." *International Journal of Innovation and Applied Studies* 9(3):1073-78.

Judge, T A., C J. Thoresen, J E. Bono, and G K. Patton 2001. "The Job Satisfaction-job Performance Relationship: A Qualitative and Quantitative Review." *Psychological Bulletin* 127 (3):376-407. doi: 10.1037/0033-2909.127.3.376

Kanten, P. and F. E. Ulker. 2013. "The Effect of Organizational Climate on Counterproductive Behaviors: An Empirical Study on the Employees of Manufacturing Enterprises." *The Macrotheme Review* 2(4):144-60.

Kidwell Jr, R E. and S M. Kochanowski "The Morality of Employee Theft: Teaching About Ethics and Deviant Behavior in the Workplace" *Journal of Management Education* 29(1): 135-52.

Kanu, G. C., Ugwu, L. E., Ogba, F. N., Ujoatuonu, I. V., Ezech, M. A., Eze, A., ... & Ugwu, L. I. (2022, March). Psychological contract breach and turnover intentions among lecturers: The moderating role of organizational climate. In *Frontiers in Education* 7(1), 784166.

Lau, C. M. and M. Sholihin. 2005. "Financial and Nonfinancial Performance Measurement: How Do They Affect Job Satisfaction." *The British Accounting Review* 37(4):389-413. doi:10.1016/j.bar.2005.06.002.

Liu, X., X. Wang, Y. Zhao, N. Xia, and S. Guo. 2020. "Solving Workplace Deviant Behavior in Construction by Leader- Member Exchange and Leader-Member Guanxi"." *Journal of Construction Engineering and Management* 146 (6):04020061. doi: 10.1061/(ASCE)CO.1943-7862.0001859

Machado-Taylor, M. L. 2014. "A Cross National Study of Job Satisfaction of Academics in Portuguese Higher Education." *Universidade em Debate* 2(1):38-50.



- McMurray, A. and D. Scott. 2013. "Determinants of Organisational Climate for Academia." *Higher Education Research & Development* 32(6):960-74. doi: 10.1080/07294360.2013.806446.
- Mohanta, R., Sen, S., Adhikari, A., & Pal, I. (2023). Perceptual environment: A study on organizational climate using cluster analysis. *International Journal of Research Publication and Review*, 4(4), 1336-1346.
- Nugroho, Fajar Ari. Astuty, Isthofaina(2023) Deviant Behavior, Its Effects On Job Stress and Organizational Climate with Job Satisfaction as A Intervening Variable. Proceedings of the 1st International Conference on Economics and Business, ICEB 2023, 2-3 August 2023, Padang, Sumatera Barat, Indonesia.
- Natário, M. M. and J Couto. 2014. "Higher Education Institution Organizational Climate Survey." *International Journal of Advances in Management and Economics* 3(1):107-21.
- Omar, F., F. W. Halim, A. Z. Zainah, H. Farhadi, R. Nasir, and R. Khairudin. 2011. "Stress and Job Satisfaction as Antecedents of Workplace Deviant Behaviour." *World Applied Sciences Journal* 12(Special Issue of Social and Psychological Sciences for Human Development):46-51.
- Organ, D. W. and K. Ryan. 1995. "A meta-analytic Review of Attitudinal and Dispositional Predictors of Organizational Citizenship Behavior." *Personnel Psychology* 48(4):775-802. doi: 10.1111/j.1744-6570.1995.tb01781.x
- Osmani, F., Sejdiu, S., & Jusufi, G. (2022). Organizational climate and job satisfaction: Empirical insights from Kosovo manufacturing and service sector organisations. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 27(1), 361- 377.
- Patterson, M. G., M. A. West, V. J. Shackleton, J. F. Dawson, R. Lawthom, S. Maitlis, A. M. Wallace, and A M. Wallace. 2005. "Validating the Organizational Climate Measure: Links to Managerial Practices, Productivity and Innovation." *Journal of Organizational Behavior* 26(4):379-408. doi: 10.1002/job.312
- Peterson, D. K. 2002. "Deviant Workplace Behavior and the Organization's Ethical Climate." *Journal of Business and Psychology* 17(1):47-61. doi: 10.1023/A:1016296116093
- Radzali, F. M., A. Ahmad, and Z. Omar. 2013. "Workload, Job Stress, family-to-work Conflict and Deviant Workplace Behavior." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 3(12):109-15. doi: 10.6007/ IJARBS/v3-i12/417
- Rahim, A. R. A. and A. M. Nasurdin. 2008. "Trust in Organizational and Workplace Deviant Behavior." *Gadjah Mada International Journal of Business* 10(2):211-35. doi: 10.22146/gamaijb.5573
- Rizani, M., Widyanti, R., Kurniaty, K., Shaddiq, S., & Yahya, M. Y. D. (2022). Effect of the Toxic Leadership on Organizational Performance with Workplace Deviant Behavior of Employees as Mediation. *SMBJ: Strategic Management Business Journal*, 2(01), 26-38



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

- Rasoolimanesh, S. M., S. Md Noor, F. Schuberth, and M. Jaafar. 2019. "Investigating the Effects of Tourist Engagement on Satisfaction and Loyalty." *The Service Industries Journal* 39(7-8):559-74. doi: 10.1080/02642069.2019.1570152
- Reichera, A. E and B. Robbins, S. P. & J. T. A. (2017). Stres Kerja dan Manajemennya. n P. P. Lestari (Ed.), *Perilaku Organisasi* (16th ed., pp. 429-434). Salemba Empat.
- Rice, R. W., D. A. Gentile, and D. B. McFarlin. 1991. "Facet Importance and Job Satisfaction." *Journal of Applied Psychology* 76(1):31-39. doi: 10.1037/0021-9010.76.1.31
- Ringle, C. M., S. Wende, and J. M. Becker. 2015. "SmartPLS 3." [Www.smartpls.com](http://www.smartpls.com)
- Robinson, S. L. and R. J. Bennett. 1995. "A Typology of Deviant Workplace Behaviors: A Multidimensional Scaling Study." *Academy of Management Journal* 38:555-72.
- Sarika, M. 2014. "A Study on Factors Affecting the Job Satisfaction of Employees in Technical Education Sector: A Special Case of UPTU Affiliated Colleges in Lucknow and Agra." *International Journal of Engineering and Management Science* 5(4):306-10.
- Sharma, S. and P. Sehrawat. 2013. "Determinants of Job Satisfaction among Private University Teaching Staff." *Journal of Strategic Human Resource Management* 2(2):46-51.
- Spector, P. E. 1985. "Measurement of Human Service Staff Satisfaction: Development of the Job Satisfaction Survey." *American Journal of Community Psychology* 13(6):693-713. doi: 10.1007/BF00929796
- Suma, D., & Siregar, B. A. (2022). The role of organizational climate in improving job satisfaction. *Jurnal Mantik*, 5(4), 2322-2331.
- Spector, P. E., S. Fox, L. M. Penney, K. Bruursema, A. Goh, and S. Kessler. 2006. "The Dimensionality of Counterproductivity: Are All Counterproductive Behaviors Created Equal?" *Journal of Vocational Behavior* 6 (3):446-60. doi: 10.1016/j.jvb.2005.10.005
- Stanton, J. M., E. F. Sinar, W. K. Balzer, A. L. Julian, P. Thoresen, S. Aziz, P. C. Smith, and P. C. Smith. 2002. "Development of a Compact Measure of Job Satisfaction: The Abridged Job Descriptive Index." *Educational and Psychological Measurement* 62(1):173-91. doi: 10.1177/001316440206200112
- Stone, M. 1974. "Cross-validation and Multinomial Prediction." *Biometrika* 61(3):509-15. doi: 10.1093/biomet/61.3.509
- Trevino, L. K. 1986. "Ethical Decision Making in Organizations: A person-situation Interactionist Model." *Academy of Management Review* 11(3):601-17. doi: 10.2307/258313
- Voorhees, C. M., M. K. Brady, R. Calantone, and E. Ramirez. 2016. "Discriminant Validity Testing in Marketing: An Analysis, Causes for Concern, and Proposed Remedies." *Journal of the Academy of Marketing Science* 44(1):119-34. doi:10.1007/s11747-015-0455-4.
- Weiss, D. J., R. V. Dawis, and G. W. England. 1967. "Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire." *Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation* 22:120-120.
- Xia, E. A. C. and K. T. G. Cheng. 2017. "The Determinants of Purchase Intention on Counterfeit Sportswear." *Journal of Applied Structural Equation Modeling* 1(1):13-26. doi: 10.47263/JASEM.1(1)03.



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

Zahid, A. and Nauman, S. (2024), "Does workplace incivility spur deviant behaviors: roles of interpersonal conflict and organizational climate", *Personnel Review*, Vol. 53 No. 1, pp. 247-265. <https://doi.org/10.1108/PR-01-2022-0058>



Analyzing the Role of Organizational Climate in Relation to Job Satisfaction and Deviant Behaviors in the Workplace



Abbas Ghaedamini Harouni

Instructor, Department of Management, University of Applied Sciences of Artistic culture of Drijeno Center, Chaharmahal and Bakhtiari, Iran (corresponding author)
abbasgheadamini2020@gmail.com



Mehsan Hemtizadeh

Bachelor's student, cultural management, Comprehensive University of Applied Sciences, Artistic culture of Drijeno Center, Chaharmahal and Bakhtiari, Iran
mhsanhmtyzadh@gmail.com

Received 20 September 2024 | Revised 01 October 2024 | Accepted 06 October 2024

Abstract

The purpose of this study was to investigate the effect of job satisfaction on deviant behaviors in the workplace with the moderating effect of organizational climate. The research method is based on the practical purpose and in terms of the method of collecting descriptive information, it is a correlational research based on structural equation modeling analysis.

The statistical population in the present study includes all the academic faculty members of the Islamic Azad University (North Tehran Branch) numbering 536 people, which is estimated to be 240 people by taking into account the sample size of Cochran's formula. In this research, a stratified sampling method proportional to the volume has been used. The research tools used the job satisfaction questionnaire of Davangan and Varghese (2023) the questionnaire of deviant behaviors in the workplace by Robinson and Bennett (1995) and the organizational climate questionnaire of Davangan and Varghese (2023).Suri was based on the views of several statistical communities and the structure was examined by factor analysis method after the necessary terms validity was confirmed on the other hand the reliability of the questionnaires was 0.90, 0.92 and 0.92 respectively with Cronbach's alpha method was calculated. Data analysis was done at two descriptive and inferential levels including structural equation modeling. The results showed that job satisfaction has a strong negative effect on deviant behaviors in the workplace, so this effect is statistically significant. The organizational atmosphere moderates this relationship.

Keywords: Job Satisfaction, Deviant Behaviors in the Workplace, Organizational Climate



بررسی نقش میانجی انگیزش در ارتباط بین خودکارآمدی و نوآوری سازمانی کارکنان

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۰۵ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۶/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۱۵

محمد حسین رجبی * (نویسنده مسئول)



کارشناس ارشد گروه حسابداری مدیریت، واحد صفاشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، فارس، ایران

Rajabihosein85@gmail.com

زینت انصاری



استادیار گروه حسابداری مدیریت، واحد صفاشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، فارس، ایران

Zansari2007@gmail.com

فاطمه رجبی زاده



کارشناس ارشد گروه حسابداری مدیریت، واحد صفاشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، فارس، ایران

f.rajabi.zadeh1974@gmail.com

چکیده

مدیران سازمانی به این می‌اندیشند که چه روشی را اتخاذ نمایند تا نیروی کار با حداکثر توان و انگیزه به کار در سازمان ادامه دهند چرا که انگیزش منبع مهمی برای مدیریت منابع انسانی است. پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش میانجی انگیزش در ارتباط بین خودکارآمدی و نوآوری سازمانی کارکنان انجام گرفت. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نوع همبستگی بود که به شیوه می‌دانی انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان شهرداری شهرهای مادرسلیمان، پاسارگاد و مرودشت واقع در استان فارس در سال ۱۴۰۱ به تعداد ۴۲۰ نفر بودند که با توجه فرمول مورگان تعداد ۲۰۰ نفر بصورت نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شد. به منظور جمع‌آوری داده‌های مربوطه از سه پرسشنامه خودکارآمدی ریگز و نایت (۱۹۹۴)، پرسشنامه انگیزش شغلی هرزبرگ (۱۹۹۷) و پرسشنامه نوآوری سازمانی اتلای و اکیف (۱۹۸۶) استفاده شد. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از آمار توصیفی، آمار استنباطی و تحلیل ساختاری با استفاده از دو نرم‌افزار spss24 و 24 Amos تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین هر سه متغیر پژوهش ارتباطی معنادار وجود دارد. نتایج پژوهش حاکی از تأثیرگذاری خودکارآمدی بر نوآوری سازمانی بعد از تأثیر متغیر میانجی انگیزش کارکنان بود. به نحویکه با ارتقاء سطح انگیزش شغلی با توجه به بهبود خودکارآمدی کارکنان میزان نوآوری سازمانی افزایش می‌یابد. با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها برای دستیابی به سطح بالاتری از نوآوری و در نتیجه عملکرد بالاتر، بایستی به انگیزش کارکنان توجه نمایند.

کلمات کلیدی: انگیزش شغلی، نوآوری سازمانی، خودکارآمدی شغلی، شهرداری



۱- مقدمه

امروزه شاید یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌های سازمان چگونگی استفاده از نیروی انسانی باشد. مدیران سازمانی به این می‌اندیشند که چه روشی را اتخاذ نمایند تا نیروی کار با حداکثر توان و انگیزه به کار بپردازد. چرا که تنها راه رسیدن به اهداف سازمان را نیروی انسانی انگیزه‌مند می‌دانند. امروزه موفق‌ترین شرکت‌ها و مؤسسات دنیا به این می‌اندیشند که از روش‌های کارآمد جهت انگیزه‌مند ساختن کارکنان بهره‌گیرند (ملکی، ۱۳۹۷). سازمان باید شایستگی‌های کارکنان خود را به شیوه‌های مختلف مطابق با اهداف سازمانی توسعه دهد که می‌تواند از طریق مدیریت عملکرد و انگیزه دادن به این مهم دست پیدا کند. از طرف دیگر امروزه، مهم‌ترین دلیل برای بقاء یک سازمان، وجود عملکرد مطلوب آن سازمان در حوزه فعالیت خود است. به عبارت دیگر، بقاء سازمان‌ها وابسته به عملکردشان بوده و از معیارها و متغیرهای فراوانی تأثیر می‌پذیرد که روز به روز نیز بر این عوامل تأثیرگذاری افزوده می‌شود (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۵). پژوهشگران توجه خود را بر اینکه چه عواملی توسعه نوآوری سازمانی را میسر می‌سازد معطوف ساخته‌اند و وجود انگیزه شغلی را به عنوان اهرم کلیدی در ایجاد نوآوری، رشد اقتصادی و بقای سازمان مورد تأکید قرار داده‌اند. آن‌ها معتقدند وجود انگیزه می‌تواند سبب بهبود عملکرد کارکنان شود. با این اوصاف سرعت روزافزون رشد و نوآوری در تمامی زمینه‌های علمی و فنی و تأثیرات آن‌ها بر تمام فرایندهای سازمانی، هم‌چنین تسلط شرایط رقابتی بر محیط متغیر کسب و کار، نیروی انسانی در سازمان را به اساسی‌ترین عامل حفظ مزیت رقابتی سازمان‌ها در قرن حاضر بدل کرده است، تا جایی که عدم توجه به نیروی انسانی در سازمان‌ها و چشم‌پوشی از مزیت‌های آن، چالش‌های متعدد در سایه آینده‌ای مبهم را پیش روی آن‌ها قرار می‌دهد. محور اصلی سازمان‌ها، نیروی انسانی آن است. نیروی انسانی و اهمیت آن در سازمان، واقعیتی است که امروزه از نظر هیچ‌کس پوشیده نیست. پیشرفت و استمرار حیات سازمان‌ها در گرو توجه همه جانبه مدیران به نقش و جایگاه سرمایه انسانی است. (نورانی پور و اکبرزاده، ۱۳۹۰). برای تحقق اهداف سازمان، مدیران باید بیشترین توجه را به نیروی انسانی معطوف دارند؛ زیرا به جرئت می‌توان گفت که بسیاری از پدیده‌ها معلول نیروی خارق‌العاده تفکر و استعدادهای بالقوه و قدرت جسمانی انسان است. با وجودی که نیروی انسانی از مهم‌ترین عوامل تولید به شمار می‌آید، به دلیل پیچیدگی و پیش‌بینی ناپذیری رفتار انسان، مدیریت بر آن نظارت کمی دارد. به همین دلیل لازم است که برای رسیدن به هدف، نیروی انسانی برانگیخته شود. از آنجا که عوامل انگیزشی فراوان است، باید با توجه به شرایط خاص محیط، عوامل مؤثر بر انگیزش را شناسایی کرد. اگر انسان به شغلش علاقه‌مند باشد می‌تواند عملکرد کاری بهتری نیز داشته باشد؛ زیرا از طرفی باعث رضایت ارباب رجوع خواهد شد و از طرفی دیگر باعث بالا رفتن راندمان و بهره‌وری سازمان خواهد شد. مقوله انگیزش کارکنان که یکی از زمینه‌های بحث در مدیریت منابع انسانی است، از موضوعات بسیار حیاتی و مهمی است که می‌تواند به رغبت و تمایل کارکنان برای انجام فعالیت اثربخش در جهت اهداف سازمانی منجر شود. با توجه به اینکه انگیزش کارکنان عاملی است که رفتار کارکنان را جهت می‌دهد. اگر بتوان این عامل و ارتباط آن با سایر متغیرها را در بین کارکنان به درستی شناسایی کرده و رفتار مناسبی برای آن‌ها داشته باشیم، به خوبی می‌توانیم نیروهایی داشته باشیم که حداکثر ظرفیت کاری خود را برای تحقق اهداف سازمان به کار می‌برند و برعکس اگر نتوانیم عوامل انگیزش کارکنان و افراد را به درستی بشناسیم هرگز نخواهیم توانست کسب و کار پویایی داشته باشیم. از این رو شناخت متغیرهای روانشناختی در

کارکنان سازمانی و بررسی نقش آن بر سایر متغیرها ضروری است. بدین سبب پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش انگیزش در رابطه بین خودکارآمدی و نوآوری سازمانی سعی در بررسی این موضوع دارد. این فصل به بررسی کلیات پژوهش، بیان اهداف، فرضیات و اهمیت پژوهش می‌پردازد.

۲- ادبیات و پیشینه تحقیق

دنیای کنونی با شتاب فزاینده‌ای در حال صنعتی شدن است. این امر ضرورت نوآوری، انعطاف‌پذیری، بهره‌وری و پاسخگویی را برای بقاء و موفقیت سازمان‌ها بیشتر می‌کند. نوآوری برای سازمان‌هایی که در پی بقا و اثر بخشی هستند، یک نیاز اساسی است و بسیاری از سازمان‌ها شدیداً به دنبال روش‌ها و رویکردهای نوآورانه و کارآفرینانه به منظور بهبود اثربخشی و کارآمدی و انعطاف‌پذیری هستند نوآوری، توانایی سازمان در ایجاد توسعه و اجرای ایده‌های جدید، خدمات و رویه‌هایی است که در راستای رسیدن به هدف سازمان باشد. امروزه موضوع نوآوری توجه بسیاری از دانشمندان و محققان از رشته‌های مختلف را به خود جلب کرده است و از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است چرا که نوآوری به عنوان عامل مهم و حیاتی سازمان‌ها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در محیط پیچیده و متغیر امروزی می‌باشد. سازمان‌ها با نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط‌های متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت‌های جدیدی که به آن‌ها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند موفق خواهند بود (سانگ و کیم، ۱، ۲۰۲۱). در واقع در دنیای امروزی، توان سازگاری و اداره کردن تغییرات، عنصر اصلی موفقیت و بقای هر سازمان است و کسب این توانایی‌ها خود، مستلزم توجه سازمان به خلاقیت و نوآوری افراد است. سازمان‌های موفق، سازمان‌هایی هستند که نوآوری، نوک پیکان حرکت آنان را تشکیل می‌دهد (نی و همکاران، ۲، ۲۰۲۰) به عبارتی سازمان‌های امروزی برای ادامه حیات، بایستی پویا بوده و مدیران و کارکنان آن‌ها، افرادی خلاق و نوآور باشند تا بتوانند سازمان را با این تحولات منطبق ساخته و جواب‌گوی نیازهای جامعه باشند. می‌توان گفت در سیستم اقتصاد جهانی و رقابت روزافزون موجود، خلاقیت و نوآوری در حکم بقا و کلید موفقیت سازمان است (چادوری و همکاران، ۳، ۲۰۲۱). یکی از عوامل مؤثر که احتمال می‌رود بتواند بر نوآوری سازمانی تأثیر بگذارد انگیزش شغلی است. انگیزش، یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر بهره‌وری سازمانی است و داشتن انگیزش در محیط کار، به معنای تمایل فرد برای رسیدن به اهداف سازمانی است (علی و انور، ۴، ۲۰۲۱). انگیزش، به حالت‌های درونی ارگانیسم که موجب هدایت رفتار به سوی هدفی خاص می‌شود، اشاره دارد (آرونسون و همکاران، ۵، ۲۰۲۱). انگیزش شغلی، نشان‌دهنده میل و علاقه فرد برای انجام دادن کار، سروسامان دادن به محیط‌های مادی، معنوی و اجتماعی خود، فائق آمدن بر موانع و رقابت کردن با دیگران از طریق کوشش زیاد برای بهتر انجام دادن کارهاست (کیتسیوس و کاماریوتو، ۶، ۲۰۲۱). کارکنان با انگیزه بالا، باعث بهبود شرایط کار، افزایش رضایت و هماهنگی تلاش‌ها در شکل‌دهی به امکانات، به منظور تحقق اهداف سازمان و در نتیجه تقویت روحیه سایر کارکنان می‌گردد. ترکیبی از عوامل گوناگون چه درونی مانند احساس لذت از انجام کار و چه بیرونی، مانند حقوق و مزایا و روابط محیط کاری، سبب می‌شود فرد از شغلش راضی باشد و انگیزش

¹ Sung & Kim

² Ni et al

³ Chaudhry et al

⁴ Ali & Anwar

⁵ Aronsson et al

⁶ Kitsios & Kamarriotou

بیشتری برای انجام کار داشته باشد. این انگیزش شغلی سبب می‌گردد فرد عملکرد بهتری از خود نشان دهد. انگیزه زمانی به وجود می‌آید که در کارکنان احساس امنیت و ثبات شغلی، مشارکت و نقش مؤثر در سازمان و همچنین شادابی و نشاط وجود داشته باشد. وجود انگیزه از مسائل مهم در تشویق و ترغیب کارکنان به ارائه کار بهتر می‌گردد که این موضوع می‌تواند سبب نوآوری سازمانی گردد (می‌رسپاسی، ۱۳۹۷). یکی دیگر از متغیرهایی که احتمال می‌رود بتواند به بهبود عملکرد کارکنان و خلاقیت سازمانی منجر گردد خودکارآمدی است. باورهای خود کارآمدی به عنوان فرایند شناختی در روانشناسی مرضی، تحت عنوان خودکارآمدی ادراک شده پایین یا ناکارآمدی ادراک شده نقش اساسی به عهده دارد (داونز و همکاران^۱، ۲۰۲۱).

احساس کارآمدی بالا، سلامت شخصی و توانایی انجام تکلیف را به طرق متعدد افزایش می‌دهد، افرادی که به قابلیت‌های خود اطمینان دارند تکالیف مشکل را به عنوان چالش در نظر می‌گیرند که باید بر آن تسلط یابند، به جای اینکه آن را تهدید آمیز ببینند و از آن اجتناب کنند، آنان اطمینان دارند که موقعیت‌های تهدیدآمیز را می‌توانند تحت پایش خود در آورند. بندو را خودکارآمدی را به عنوان یک مفهوم مرکزی ارائه داده که به ادراک توانایی‌ها برای انجام دادن عملی که مطابق میل است، اشاره می‌کند (یانگ و همکاران^۲، ۲۰۲۱). چنین برداشتی نسبت به قابلیت‌ها، تنیدگی و افسردگی را کاهش می‌دهد و به تکمیل تکالیف منجر می‌شود. بندورا^۳ (۲۰۰۱) خودکارآمدی را دریافت و داوری فرد درباره مهارت‌ها و توانمندی‌های خود برای انجام کارهایی که در موقعیت‌های ویژه بدن‌ها نیاز است، تعریف می‌کند. از سوی دیگر، احساس خودکارآمدی افراد را قادر می‌سازد تا با استفاده از مهارت‌ها در برخورد با موانع، کارهای فوق‌العاده‌ای انجام دهند، افراد با سطوح بالای خودکارآمدی توانایی مقابله با مشکلات را دارند (ریاحی و همکاران، ۱۳۹۵). خودکارآمدی یک توانایی زایشی است و پنج مؤلفه‌ی خودباوری (اعتماد به نفس، حل مسأله، تفکر مثبت، خودپنداره و)، خود تنظیمی (خویشتن داری، نظم بخشیدن به افکار و رفتار خود برای رسیدن به هدف مورد نظر)، خودسنجی خودارزشیابی، خودرهبری، (مثبت گرایی، پایش رفتارهای خود به منظور رسیدن گام به گام به هدف مورد نظر) و خود تهییجی (ایجاد انگیزه در خود، مبارزه با شکست) را شامل می‌شود (داونز و همکاران^۴، ۲۰۲۱). تاکنون پژوهش‌های مختلفی به بررسی ارتباط بین این خودکارآمدی و نوآوری در سازمان‌های مختلف پرداخته‌اند. نصر اصفهانی و همکاران (۱۳۹۷) طی پژوهشی تأثیر خودکارآمدی بر نوآوری سازمانی را گزارش کردند. قاسمی و همکاران (۱۳۹۷) نیز از تأثیر خودکارآمدی بر نوآوری در کسب و کار را در شرکت‌های تولیدی کارآفرین در شهر اراک گزارش دادند. وی و همکاران^۵ (۲۰۲۰) نیز گزارش دادند که خودکارآمدی اثرات مثبت قابل توجهی بر رفتار نوآوری کارآفرینانه دارد. با توجه به این پژوهش‌ها می‌توان بیان نمود که تاکنون پژوهشی که به بررسی نقش میانجی انگیزش در ارتباط بین دو متغیر خودکارآمدی و نوآوری سازمانی پرداخته باشد یافت نشد که با توجه به آنکه سازمان‌هایی نظیر شهرداری جز سازمان‌های دولتی محسوب می‌شود و با شهروندان به طور مستقیم در ارتباط است. در چنین محیطی که هر روز پویاتر از قبل می‌شود آنچه بیشتر از همه توجهات را به خود جلب می‌کند رکود، بی میلی و خستگی روحی کارکنان سازمان مورد نظر ما از کار خود است که در همان برخورد اول در رفتار و حتی گفتار آنان مشهود است. عدم بازدهی کافی از نگاه مدیران، عملکرد ضعیف و نحوه تلاش و پیگیری کارکنان و انجام وظایف در حد رفع تکلیف بعنوان دغدغه اصلی و همیشگی ارباب رجوعان است. لذا پژوهش پیرامون

1Downes et al

2 Yang et al

3 Bendura

4Downes et al

5 Wei et al

بررسی تأثیرات انگیزش شغلی ضرورت می‌یابد. پژوهش حاضر قصد دارد تا به این پرسش پاسخ دهد که چه ارتباطی بین سه متغیر انگیزش، خودکارآمدی و نوآوری سازمانی وجود دارد و اینکه آیا انگیزش شغلی در ارتباط بین نوآوری و خودکارآمدی در سازمان شهرداری نقش میانجی را ایفا می‌کند یا خیر؟

پیشینه تحقیق

جعفری و همکاران (۱۴۰۱) طی پژوهشی با عنوان پیش‌بینی نوآوری سازمانی بر اساس کار تیمی و آموزش کارکنان با میانجیگری خودکارآمدی شغلی اقدام به بررسی این موضوع کردند. هدف از این پژوهش پیش‌بینی نوآوری سازمانی بر اساس کار تیمی و آموزش کارکنان با میانجیگری خودکارآمدی شغلی کارکنان دانشگاه سمنان بود. پژوهش حاضر با توجه به هدف، کاربردی و با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی همبستگی محسوب می‌شود. جامعه آماری پژوهش شامل تمام کارکنان دانشگاه سمنان (۴۳۹ نفر) در سال ۹۸ - ۱۳۹۷ شامل ۱۳۲ زن و ۳۰۷ مرد بود که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای ۲۴۰ نفر به عنوان نمونه پژوهش (۷۲ زن و ۱۶۸ مرد) انتخاب شد. یافته‌ها نشان داد که نوآوری سازمانی با کار تیمی، آموزش کارکنان و خودکارآمدی شغلی رابطه معناداری دارد. کار تیمی اثر معناداری بر نوآوری سازمانی دارد، همچنین کار تیمی با میانجیگری خودکارآمدی شغلی اثر غیرمستقیم و معناداری بر نوآوری سازمانی ایفا می‌کند.

محمدی (۱۴۰۱) طی پژوهشی با عنوان مدل علی نوآوری شغلی بر اساس راهبردهای خودمدیریتی با نقش واسطه‌ای خودکارآمدی شغلی و خلاق در مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهر کرمانشاه اقدام به بررسی این موضوع کردند. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران مدارس مقاطع ابتدایی شهر کرمانشاه بودند. برای انتخاب نمونه بر اساس جدول مورگان، تعداد ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده است. در این تحقیق از روش تصادفی خوشه‌ای استفاده شد. نتایج نشان داد، خودکارآمدی شغلی بر نوآوری شغلی اثر مستقیم دارد. خودکارآمدی خلاق بر نوآوری شغلی اثر مستقیم دارد. همچنین نتایج نشان داد، راهبردهای خودمدیریتی بر خودکارآمدی شغلی اثر مستقیم دارد. راهبردهای خودمدیریتی بر خودکارآمدی خلاق اثر مستقیم دارد.

آپاتامپراچا و لیو^۱ (۲۰۲۲) طی پژوهشی با عنوان خودکارآمدی و مشارکت کاری به عنوان میانجیگری متوالی مربوط به رهبری اخلاقی و رفتار کاری نوآورانه پرداختند. این تحقیق به بررسی ارتباط بین رهبری اخلاقی و رفتار کاری نوآورانه با بررسی نقش خودکارآمدی به عنوان یک عامل میانجی و میانجیگری متوالی خودکارآمدی پرداخته است داده‌های پژوهش با استفاده از رویکرد پیمایشی، داده‌ها از ۴۴۱ کارمند بانک منطقه جنوبی تایلند یافته‌های حاصل از تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) جمع‌آوری شد نتایج پژوهش حاکی از ارتباط معنادار بین رهبری اخلاقی و رفتار کاری نوآورانه و خودکارآمدی بود به عبارتی نتایج نشان داد که مشارکت کاری و رفتار کاری نوآورانه هر دو با خودکارآمدی مرتبط بودند.

وانگ^۲ (۲۰۲۲) طی پژوهشی به بررسی تأثیر انگیزه خدمات عمومی بر عملکرد شغلی از طریق رفتار کاری نوآورانه پرداختند. چارچوب تحقیق با استفاده از نظرسنجی از ۳۶۱ کارمند دولتی که در دولت‌های محلی در ویتنام کار می‌کردند،

1 Uppathampracha and Liu

2 vong

آزمایش شد. یافته‌ها حاکی از تأثیر مثبت معنادار رهبری خدمتگزار بر عملکرد شغلی بود. این رابطه تا حدی توسط رفتار کاری نوآورانه واسطه شد. علاوه بر این، این مطالعه نشان داد که انگیزه خدمات عمومی به طور مثبت بر رفتار کاری نوآورانه تأثیر می‌گذارد و ارتباط آن را با رهبری خدمتگزار تقویت می‌کند.

زو و همکاران^۱ (۲۰۲۲) طی پژوهشی به بررسی جهت‌گیری نوآوری و رفتار کاری نوآورانه: نقش واسطه‌ای ایمنی روانی و انگیزه درونی پرداختند. جامعه آماری این مطالعه شامل ۵۷۵ کارمند از ۲۴ شرکت کوچک و متوسط با فناوری پیشرفته در یک مرکز فناوری در منطقه Haidian، پکن، چین است. این مطالعه با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس، داده‌ها را تجزیه و تحلیل کرده و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) را با استفاده از AMOS 23.0 انجام داد. محیط خارجی (به عنوان مثال، جو سازمانی، جهت‌گیری نوآوری) و عوامل روانشناختی (یعنی انگیزه درونی، ایمنی روانی) تأثیر مثبت قابل توجهی بر رفتار کاری نوآورانه دارند. عوامل روانشناختی بیشترین تأثیر را بر رفتار کاری نوآورانه دارند. علاوه بر این، عوامل روانشناختی نیز میانجی رابطه بین محیط بیرونی و رفتار کاری نوآورانه است.

علی و همکاران^۲ (۲۰۲۲) طی پژوهشی به بررسی نقش میانجی انگیزه درونی کارکنان و ایمنی روانی در رابطه بین رفتار نوآورانه و نظارت سوء استفاده‌کننده پرداختند. داده‌های نمونه از ۹۸ پاسخ‌دهنده از سازمان‌های فناوری اطلاعات در پاکستان و استفاده از SEM مبتنی بر PLS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها آزمایش کرد. نتایج نشان داد که نظارت سوء استفاده‌کننده با رفتار نوآورانه در این زمینه ارتباط منفی دارد. علاوه بر این، نظارت سوء استفاده منفی با انگیزه درونی و ایمنی روانی مرتبط است. علاوه بر این، انگیزه درونی و ایمنی روانی به طور مثبت با رفتار نوآورانه مرتبط است. نتایج همچنین نشان داد که ارتباط منفی نظارت سوء استفاده‌کننده با رفتار نوآورانه تا حدی با انگیزه درونی واسطه می‌شود.

انگیزش^۳: انگیزش مجموعه‌ای از نیروهای انرژی بخش است که از درون و ورای وجود شخص نشأت می‌گیرند و آغازگر رفتار مربوط به کار و تعیین‌کننده شکل، شدت، جهت و مداومت آن است (طاهری و همکاران، ۱۳۹۷). منظور از انگیزش شغلی در پژوهش حاضر نمره ایست که آزمودنی از پرسشنامه ۴۰ گویه‌ای بخشی و همکاران (۱۳۸۳) کسب می‌نماید اطلاق می‌شود.

خود کارآمدی^۴: خودکارآمدی باوری است که شخص به قابلیت‌های خود برای سازمان دهی و اجرای اقدامات لازم در موقعیت‌های پیش رو دارد. به عبارت دیگر، خودکارآمدی باور شخص به توانایی‌های خود برای موفقیت در یک موقعیت شغلی است (ارسالی^۵، ۲۰۱۵). منظور از خودکارآمدی در پژوهش حاضر نمره ایست که آزمودنی از پرسشنامه ۳۱ سؤالی ریگز و نایت (۱۹۹۴) کسب می‌نماید اطلاق می‌گردد.

نوآوری سازمانی^۶: عبارت است از تغییری معنی دار که برای بهبود خدمات و فرایندهای سازمانی و ایجاد ارزش‌های جدید برای ذی نفعان سازمان‌ها صورت می‌گیرد و برای دستیابی به ابعاد جدید عملکرد، بر رهبری سازمان تمرکز دارد (فورست بو و

1 Xu et al

2 Ali et al

3 motivation

4 self-efficacy

5 Ersanl

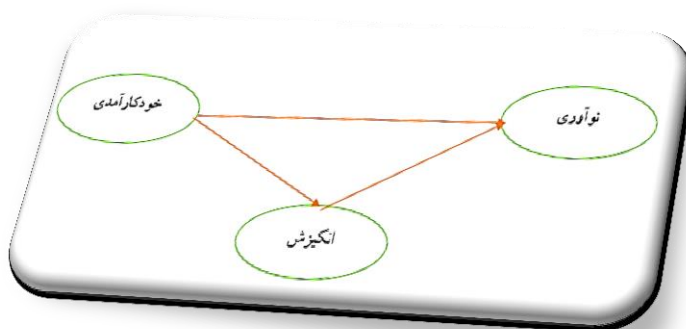
6 Organizational Innovation

همکاران^۱، ۲۰۰۷، به نقل از دیندارلو (۱۳۹۱). در این پژوهش از پرسشنامه ۱۸ سؤالی استاندارد نوآوری سازمانی اتلائی و اکیف ۱۹۸۲ استفاده شد به نمره‌ای که فرد در پرسشنامه منتخب کسب می‌نماید اطلاق می‌شود.

۳- روش تحقیق

این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی چراکه نتایج آن قابلیت تعمیم به سایر جوامع را دارا بوده و می‌تواند مورد استفاده سازمان‌ها و ارگان‌ها قرار گیرد. همچنین پژوهش حاضر بر اساس روش جمع‌آوری اطلاعات، توصیفی و از نوع همبستگی است که به روش می‌دانی اجرا شد.

پژوهش حاضر دارای سه متغیر اصلی شامل (خودکارآمدی، نوآوری سازمانی و انگیزش) می‌باشد که از این سه متغیر یک متغیر وابسته (نوآوری سازمانی)، یک متغیر مستقل (خودکارآمدی) و یک متغیر میانجی (انگیزش) است.



تصویر شماره (۱): مدل مفهومی پژوهش

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان شهرداری شهرهای مادرسلیمان، پاسارگاد و مرودشت واقع در استان فارس در سال ۱۴۰۱ به تعداد تقریبی ۴۲۰ نفر هستند که با توجه فرمول مورگان تعداد ۲۰۰ نفر بصورت نمونه‌گیری تصادفی از کارکنان شاغل در شهرداری‌های مادر سلیمان، پاسارگاد و مرودشت وارد مطالعه شدند. از این تعداد تعداد ۱۴۲ نفر از شرکت‌کنندگان را مرد و تعداد ۵۸ نفر را زن تشکیل دادند. همچنین تعداد ۱۶۷ نفر از کارکنان مورد بررسی متاهل و ۳۳ نفر از آنان مجرد بودند. تعداد ۴۱ نفر دارای مدرک دیپلم و کاردانی، ۱۰۹ نفر کارشناسی و ۵۰ نفر دارای تحصیلات تکمیلی بودند. تعداد ۴۱ نفر از افراد دارای سن ۲۰-۳۵ سال، ۸۹ نفر از آن‌ها سن ۳۵-۴۰، ۵۴ نفر ۴۱-۵۰ و ۱۶ نفر بیش از ۵۰ سال سن داشتند. همچنین تعداد ۱۲ نفر از پاسخگویان سابقه زیر ۵ سال، ۶۲ نفر ۵-۱۰ سال، ۷۶ نفر ۱۰-۲۰ سال و ۵۰ نفر بیش از ۲۰ سال سابقه کار داشتند.

برای تدوین ادبیات موضوع و مباحث نظری تحقیق، جمع‌آوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و بررسی اسنادی اقدام گردید. بدین صورت که با مطالعه متون، مقالات، کتب و منابع مربوط به عنوان تحقیق، اطلاعات مورد نیاز با استفاده از روش فیش برداری جمع‌آوری شد. برای گردآوری داده‌ها ی مربوط به فرضیات پژوهش از پرسشنامه استفاده شد. برای این منظور از

1 Forestbou et al

پرسشنامه ویژگی‌های فردی و پرسشنامه‌های استاندارد که بر مبنای مدل مفهومی تحقیق خواهد بود استفاده شد. این پرسشنامه‌های استاندارد شامل: پرسشنامه خودکارآمدی ریگز و نایت (۱۹۹۴)، پرسشنامه انگیزش شغلی هرزبرگ (۱۹۹۷) و پرسشنامه نوآوری سازمانی اتلای و اکیف (۱۹۸۶) شامل خرده مقیاس‌های حقوق و دستمزد، خط و مشی محیط، ارتباط (روابط شخصی با همدیفان)، امنیت شغلی، شرایط محیط کار، نحوه سرپرستی و نظارت، شناخت و قدردانی، پیشرفت و توسعه شغلی، ماهیت کار، مسؤولیت شغلی، موقعیت شغلی بود.

پس از جمع‌آوری و تلخیص داده‌ها به ترتیب زیر توسط نرم‌افزارهای SPSS 24 و Amos,24 آزمون‌های زیر انجام شد:

آمار توصیفی، به منظور طبقه‌بندی و بررسی ویژگی‌های پاسخ‌دهندگان و جامعه آماری.

آزمون ضریب آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسشنامه.

استفاده از آزمون کالموگروف-اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق

استفاده از آزمون ضریب همبستگی برای تعیین نوع و شدت رابطه میان متغیرها.

تحلیل عاملی تأییدی^۱، برای تعیین روایی سازه و مدل تحقیق به کمک نرم‌افزار آموس و شاخص‌های برازندگی.

انجام رگرسیون جهت تأیید مدل ساختاری تحقیق و بررسی صحت و سقم فرضیه‌های تحقیق

و در انتها مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM)، روابط ساختار یافته خطی (Amos24) به منظور آزمون فرضیه‌ها درباره روابط میان متغیرهای مشاهده شده و مکتون استفاده شد.

۴- یافته‌ها

تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق

جدول شماره (۱)، تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۱): تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
نوآوری سازمانی	۳۰۰	۵۹/۱۸	۱۴/۴۲	۳۳	۸۱
خودکارآمدی فردی	۲۰۰	۳۲/۵۶	۴/۰۲	۲۳	۴۲
انتظار پیامد فردی	۲۰۰	۲۶/۴۲	۳/۸۲	۱۸	۳۴
خودکارآمدی جمعی	۲۰۰	۲۱/۲۱	۴/۱۰	۱۲	۳۱

1 Confirmatory factor analysis

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
انتظار پیامد جمعی	۲۰۰	۱۸/۴۲	۳/۸۲	۱۰	۲۶
خودکارآمدی	۲۰۰	۹۸/۶۲	۱۵/۴۲	۶۴	۱۳۰
حقوق و دستمزد	۱۸۶	۱۰/۳۵	۲/۴۳	۵	۱۴
خط و مشی محیط	۱۸۶	۱۱/۱۰	۲/۴۰	۳	۱۵
ارتباط (روابط شخصی با همردیفان)	۱۸۶	۱۱/۲۵	۲/۰۲	۵	۱۵
امنیت شغلی	۱۸۶	۹/۴۰	۲/۲۸	۵	۱۵
شرایط محیط کار	۱۸۶	۱۰/۵	۲/۲۳	۵	۱۴
نحوه سرپرستی و نظارت	۱۸۶	۱۱/۳۰	۱/۵۵	۱۰	۱۵
شناخت و قدردانی	۱۸۶	۱۱/۲۵	۳/۵۹	۵	۲۰
پیشرفت و توسعه شغلی	۱۸۶	۱۱/۸۵	۳/۳۲	۵	۱۶
ماهیت کار	۱۸۶	۸/۸۰	۳/۳۱	۵	۱۳
مسئولیت شغلی	۱۸۶	۱۰/۵۰	۱/۱۹	۸	۱۲
موقعیت شغلی	۱۸۶	۶/۳۰	۱/۴۱	۴	۸
انگیزش شغلی	۱۸۶	۱۱۲/۶۰	۱۳/۱۴	۷۶	۱۳۳

با توجه به جدول شماره (۱)، می‌توان بیان نمود که میانگین متغیر خودکارآمدی ($98/62 \pm 15/42$)، متغیر انگیزش شغلی ($112/60 \pm 13/14$) و متغیر نوآوری سازمانی ($59/18 \pm 14/42$) است.

آزمون نرمال بودن داده‌ها

جدول شماره (۲)، نتایج آزمون کولموگراف اسمیرنوف را به منظور آزمون نرمال بودن داده‌های پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۲): نتایج آزمون کولموگراف اسمیرنوف

متغیرها	آماره Z	معناداری
باورهای خودکارآمدی فردی	۰/۲۰۰	۰/۱۲۳
انتظار پیامدهای فردی	۰/۱۹۵	۰/۰۹۵

معناداری	آماره z	متغیرها
۰/۱۱۴	۰/۱۸۹	باورهای کارآمدی جمعی
۰/۱۷۵	۰/۱۶۹	انتظار پیامدهای جمعی
۰/۱۲۵	۰/۱۷۸	خودکارآمدی شغلی
۰/۱۲۱	۰/۱۵۴	نوآوری سازمانی
۰/۱۲۳	۰/۱۹۲	حقوق و دستمزد
۰/۱۱۴	۰/۱۲۵	خط و مشی محیط
۰/۱۱۹	۰/۱۶۷	ارتباط (روابط شخصی با همردیفان)
۰/۱۷۸	۰/۱۸۰	امنیت شغلی
۰/۱۲۱	۰/۱۵۴	شرایط محیط کار
۰/۱۰۲	۰/۱۴۷	نحوه سرپرستی و نظارت
۰/۱۰۰	۰/۱۹۰	شناخت و قدردانی
۰/۱۲۳	۰/۱۳۶	پیشرفت و توسعه شغلی
۰/۱۴۹	۰/۱۵۵	ماهیت کار
۰/۱۵۹	۰/۱۵۲	مسئولیت شغلی
۰/۱۶۹	۰/۱۹۱	موقعیت شغلی
۰/۱۰۳	۰/۱۸۲	انگیزش شغلی

با توجه به جدول شماره (۲)، می توان بیان نمود که شاخصها و زیر متغیرها از توزیع نرمال برخوردار هستند ($P > 0/05$).

بررسی روابط بین شاخصهای پژوهش

در این بخش برای آزمون همبستگی به دلیل پارامتری بودن توزیع دادهها به وسیله آزمون همبستگی پیرسون به بررسی رابطه بین متغیرهای اصلی پرداخته شده است.

جدول شماره (۳): همبستگی درونی بین متغیرهای پژوهش

متغیرها	انگیزش	خودکارآمدی	نوآوری سازمانی
---------	--------	------------	----------------

متغیرها	انگیزش	خودکارآمدی	نوآوری سازمانی
انگیزش	۱		
خودکارآمدی	۰/۷۱۸**	۱	
نوآوری سازمانی	۰/۶۱۷**	۰/۴۰۹**	۱

در جدول فوق علامت * نشان دهنده معنی داری در سطح ۵ درصد، علامت ** معنی داری در سطح ۱ درصد است.

$$0.05 > , P^*, P < 0.05 \quad **P < 0.01$$

نتایج حاصل از همبستگی پیرسون بین متغیرهای اصلی پژوهش در جدول شماره (۳)، آورده شده است. همان طور که نتایج جدول نیز نشان می‌دهد، متغیرهای انگیزش و خودکارآمدی (۰/۷۱۸)، انگیزش و نوآوری (۰/۶۱۷) و متغیرهای خودکارآمدی و نوآوری (۰/۴۰۹) در سطح ۱ درصد با یکدیگر ارتباط مثبت و معناداری دارند.

تحلیل عاملی تأییدی

چون در این تحقیق متغیر خود کار آمدی شغلی دارای بعد می‌باشد پس جزء متغیرهای دو مرحله‌ای است که به تحلیل رابطه بین ابعاد و متغیرها می‌پردازد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیر خودکارآمدی شغلی در جدول شماره (۴)، گزارش شده است.

جدول شماره (۴): نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیر خودکارآمدی شغلی

متغیر	ابعاد	بار عاملی	ضرایب معناداری	نتیجه
		۰/۶۹	۹/۱۲	تأیید
		۰/۷۷	۹/۹۹	تأیید
		۰/۶۷	۹/۹۸	تأیید
	باورهای خودکارآمدی فردی	۰/۷۲	۹/۸۹	تأیید
		۰/۷۳	۹/۶۳	تأیید
		۰/۷۹	۹/۳۶	تأیید
		۰/۸۱	۹/۴۱	تأیید
		۰/۷۹	۹/۳۲	تأیید



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

نتیجه	ضرایب معناداری	بار عاملی	ابعاد	متغیر
تأیید	۹/۷۹	۰/۸۲		
تأیید	۱۰/۱۲	۰/۷۳		خودکارآمدی شغلی
تأیید	۱۰/۱۵	۰/۷۶		
تأیید	۱۰/۳۶	۰/۸۱		
تأیید	۱۰/۹۸	۰/۷۴		
تأیید	۱۰/۳۶	۰/۷۱		
تأیید	۱۰/۵۸	۰/۷۲	انتظار پیامدهای فردی	
تأیید	۱۰/۷۳	۰/۸۲		
تأیید	۱۱/۰۲	۰/۸۷		
تأیید	۱۰/۰۹	۰/۸۳		
تأیید	۱۰/۳۹	۰/۸۶		
تأیید	۹/۸۹	۰/۸۷		
تأیید	۱۰/۶۳	۰/۷۹	باورهای خودکارآمدی	
تأیید	۱۰/۳۹	۰/۸۲	جمعی	
تأیید	۱۰/۳۶	۰/۸۴		
تأیید	۱۰/۳۵	۰/۸۶		
تأیید	۱۰/۴۵	۰/۸۵		
تأیید	۱۰/۴۷	۰/۸۱		
تأیید	۹/۶۳	۰/۸۳		
تأیید	۱۰/۲۳	۰/۸۲	انتظار پیامدهای جمعی	
تأیید	۱۰/۱۱	۰/۷۷		
تأیید	۱۰/۶۵	۰/۷۶		
تأیید	۱۱/۳۰	۰/۸۰		

در تحلیل عاملی تأییدی باید همه بارهای عاملی هر متغیر همگی بزرگتر از ۰/۵ باشند تا پذیرفته شوند. در جدول بالا همه بارهای عاملی هر پنج بعد بزرگتر از ۰/۵ هستند پس می‌توان گفت که این ابعاد به خوبی توسط پرسش‌هایشان سنجیده شده‌اند. همانطور که در جدول بالا نیز مشخص است تمام عامل‌ها دارای بازارهای عاملی معنادار و نسبتاً بالایی هستند. نتایج بدست آمده نشانگر تأیید تحلیل عاملی تأییدی و مدل مفهومی تحقیق می‌باشند. منظور از معنادار بودن یک ضریب، این است که عدد معنادار بودن آن باید بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد. در جدول فوق تمام ضرایب معناداری بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشند که نشانگر تأیید تحلیل عاملی تأییدی در این مرحله می‌باشد.

چون در این تحقیق متغیر انگیزش شغلی دارای بعد می‌باشد پس جزء متغیرهای دو مرحله‌ای است که به تحلیل رابطه بین ابعاد و متغیرها می‌پردازد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیر انگیزش شغلی در جدول شماره (۵)، گزارش شده است.

جدول شماره (۵): نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیر انگیزش شغلی

متغیر	ابعاد	بار عاملی	ضرایب معناداری	نتیجه
		۰/۶۷	۸/۹۶	تأیید
	حقوق و دستمزد	۰/۵۵	۸/۸۲	تأیید
		۰/۶۱	۹/۸۶	تأیید
		۰/۶۳	۱۰/۸۱	تأیید
	خط و مشی محیط	۰/۶۹	۹/۷۶	تأیید
		۰/۶۶	۱۰/۳۶	تأیید
		۰/۵۹	۹/۳۶	تأیید
	ارتباط (روابط شخصی با هم‌ردیفان)	۰/۶۱	۹/۹۰	تأیید
انگیزش شغلی		۰/۶۲	۸/۳۶	تأیید
		۰/۶۳	۹/۶۳	تأیید
		۰/۶۷	۹/۳۶	تأیید
		۰/۵۵	۱۰/۱۵	تأیید
	امنیت شغلی	۰/۵۲	۱۰/۱۵	تأیید
		۰/۵۰	۹/۱۲	تأیید
		۰/۵۳	۸/۹۳	تأیید
		۰/۶۳	۸/۲۱	تأیید



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

نتیجه	ضرایب معناداری	بار عاملی	ابعاد	متغیر
تأیید	۸/۶۵	۰/۶۲	شرایط محیط کار	
تأیید	۹/۳۵	۰/۶۸		
تأیید	۸/۳۷	۰/۶۷		
تأیید	۹/۳۹	۰/۶۶	نحوه سرپرستی و نظارت	
تأیید	۹/۶۵	۰/۶۱		
تأیید	۹/۸۶	۰/۶۹		
تأیید	۸/۵۶	۰/۵۱		
تأیید	۸/۹۹	۰/۵۳		
تأیید	۹/۳۱	۰/۵۶	شناخت و قدردانی	
تأیید	۹/۶۷	۰/۵۷		
تأیید	۹/۱۰	۰/۵۹		
تأیید	۸/۶۵	۰/۵۱		
تأیید	۹/۷۹	۰/۶۷		
تأیید	۱۰/۳۶	۰/۶۳	پیشرفت و توسعه شغلی	
تأیید	۱۰/۶۵	۰/۶۶		
تأیید	۱۰/۸۷	۰/۶۷		
تأیید	۹/۱۶	۰/۶۱		
تأیید	۹/۳۵	۰/۵۲	ماهیت کار	
تأیید	۱۰/۶۷	۰/۵۶		
تأیید	۹/۹۳	۰/۵۷		
تأیید	۱۰/۶۶	۰/۵۰	مسئولیت شغلی	
تأیید	۹/۵۱	۰/۵۷		
تأیید	۸/۹۹	۰/۵۳	موقعیت شغلی	

متغیر	ابعاد	بار عاملی	ضرایب معناداری	نتیجه
		۰/۶۹	۹/۳۳	تأیید

در تحلیل عاملی تأییدی باید همه بارهای عاملی هر متغیر همگی بزرگتر از ۰/۵ باشند تا پذیرفته شوند. در جدول بالا همه بارهای عاملی هر پنج بعد بزرگتر از ۰/۵ هستند پس می‌توان گفت که این ابعاد به خوبی توسط پرسش‌هایشان سنجیده شده‌اند. همانطور که در جدول بالا نیز مشخص است تمام عامل‌ها دارای بازارهای عاملی معنادار و نسبتاً بالایی هستند. نتایج بدست آمده نشانگر تأیید تحلیل عاملی تأییدی و مدل مفهومی تحقیق می‌باشند. منظور از معنادار بودن یک ضریب، این است که عدد معنادار بودن آن باید بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد. در جدول فوق تمام ضرایب معناداری بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشند که نشانگر تأیید تحلیل عاملی تأییدی در این مرحله می‌باشد.

بررسی مدل ساختاری فرضیه اصلی تحقیق

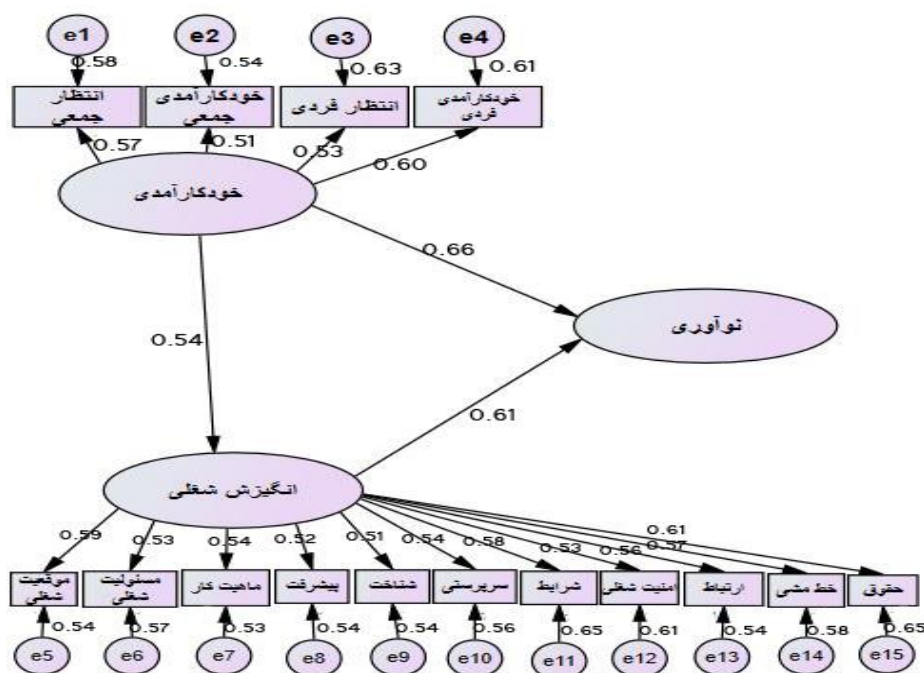
در این قسمت به دنبال اثبات فرضیه اصلی تحقیق هستیم. مدل ساختاری فرضیه اصلی ارائه می‌شود که در آن با توجه به اعداد معناداری فرضیه مورد پذیرش یا رد می‌گردند. به منظور شناخت هر چه بهتر روابط علی و نحوه تأثیرگذاری متغیرهای تحقیق تحلیل مسیر با استفاده از مدل معادلات ساختاری صورت گرفت. در مدل‌یابی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تأییدی برای ارزیابی نیکویی برازش مدل، آماره‌هایی به وسیله نرم‌افزار این روش عرضه می‌شود. ایموس چندین آزمون نیکویی برازش عرضه می‌کند که از دید برخی متخصصان، بررسی حداقل سه آزمون ضروری است. در تحقیق حاضر از چند شاخص برای ارزیابی مدل ساختاری استفاده شده است: (۱) مجذور کای (۲) نسبت مجذور کای به درجه آزادی (۳) شاخص نیکویی برازش (GFI) (۴) شاخص (NNFI) (۵) شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) (۶) شاخص برازندگی افزایشی (IFI) و (۷) ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب (RMSEA).

جدول شماره (۶): شاخص‌های برازش مدل

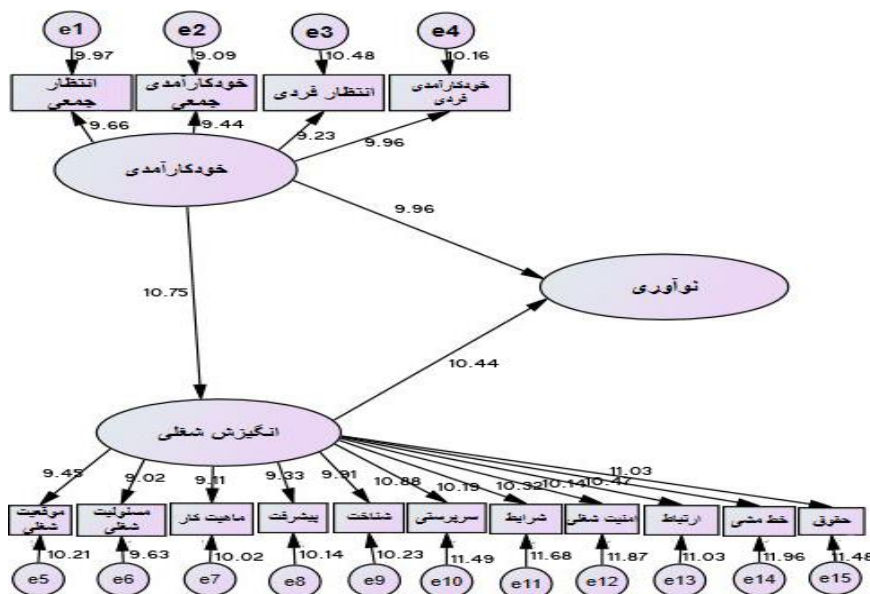
نام شاخص	مقدار شاخص	حد مجاز	نتیجه
کای دو	۲/۶۱	کمتر از ۳	قابل قبول
نیکویی برازش (GFI)	۱	بالاتر از ۰/۹	قابل قبول
ریشه میانگین مربعات (RMSRA)	۰/۰۰۲	کمتر از ۰/۰۹	قابل قبول
برازندگی تعدیل یافته (CFI)	۱/۱۴	بالاتر از ۰/۹	قابل قبول
شاخص IFI	۰/۹۷	بالاتر از ۰/۹	قابل قبول

قابل قبول	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۳	شاخص NFI
قابل قبول	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۴	شاخص CFI

تصاویر شماره دو و سه مدل ساختاری تحلیل یافته پژوهش را نشان می دهد.



تصویر شماره (۲): بار عاملی استاندارد فرضیه های پژوهش



تصویر شماره (۳): آمار t-value استاندارد فرضیه‌های پژوهش

جدول شماره (۷): نتایج حاصل از تحلیل معادلات ساختاری فرضیه فرعی اول

نتیجه آزمون	متغیر وابسته	متغیر مستقل	T-value	ضریب استاندارد
H1 تأیید	انگیزش شغلی	خودکارآمدی شغلی	۱۰/۷۵	۰/۵۴
فرضیه فرعی اول				
✓ بین انگیزش و خودکارآمدی کارکنان ارتباطی معنادار وجود دارد.				
<p>نتیجه: ضریب استاندارد بین دو متغیر خودکارآمدی شغلی و موفقیت شغلی برابر با ۰/۵۴ است و با توجه به t بدست آمده (۱۰/۵۷) که بزرگتر از ۱/۹۶ می باشد، لذا H0 رد و H1 تأیید می‌گردد. پس می‌توان نتیجه بین انگیزش و خودکارآمدی کارکنان شاغل در شهرداری‌های مادر سلیمان، پاسارگاد و مرودشت ارتباطی مثبت و معنادار وجود دارد که فرضیه فرعی اول تأیید می‌گردد.</p>				
نتیجه آزمون	متغیر وابسته	متغیر مستقل	T-value	ضریب استاندارد
H2 تأیید	نوآوری سازمانی	انگیزش شغلی	۱۰/۴۴	۰/۶۱
فرضیه فرعی دوم				
✓ بین انگیزش و نوآوری سازمانی ارتباطی معنادار وجود دارد.				

نتیجه: ضریب استاندارد بین دو متغیر خودکارآمدی شغلی و موفقیت شغلی برابر با $0/61$ است و با توجه به t بدست آمده ($10/44$) که بزرگتر از $1/96$ می باشد، لذا H_0 رد و H_1 تأیید می گردد. پس می توان نتیجه بین ۱ بین انگیزش و نوآوری سازمانی کارکنان شاغل در شهرداری های مادر سلیمان، پاسارگاد و مرودشت ارتباطی مثبت و معنادار وجود دارد که فرضیه فرعی دوم تأیید می گردد.

نتیجه آزمون	متغیر وابسته	متغیر مستقل	T-value	ضریب استاندارد
H_3 تأیید	نوآوری سازمانی	خودکارآمدی	$9/96$	$0/66$

فرضیه فرعی سوم

✓ بین خودکارآمدی و نوآوری سازمانی ارتباطی معنادار وجود دارد.

نتیجه: ضریب استاندارد بین دو متغیر خودکارآمدی شغلی و موفقیت شغلی برابر با $0/61$ است و با توجه به t بدست آمده ($9/96$) که بزرگتر از $1/96$ می باشد، لذا H_0 رد و H_1 تأیید می گردد. پس می توان نتیجه بین خودکارآمدی و نوآوری سازمانی کارکنان شاغل در شهرداری های مادر سلیمان، پاسارگاد و مرودشت ارتباطی مثبت و معنادار وجود دارد. که فرضیه فرعی سوم تأیید می گردد.

نتیجه آزمون	متغیر وابسته	متغیر مستقل	T-value	ضریب استاندارد
H تأیید	نوآوری سازمانی	انگیزش	$9/63$	$0/52$

فرضیه اصلی

✓ بین خودکارآمدی و نوآوری سازمانی کارکنان با توجه به نقش متغیر میانجی انگیزش کارکنان ارتباطی معنادار وجود دارد.

نتیجه: تأثیرگذاری خودکارآمدی را بعد از تأثیر متغیر میانجی انگیزش بر نوآوری سازمانی کارکنان نشان می دهد. با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری (t) بین دو متغیر برابر با $9/63$ و بزرگتر از $1/96$ شده است و چون مقدار ضریب بین دو متغیر برابر با $0/76$ شده است پس بین خودکارآمدی و نوآوری سازمانی کارکنان شاغل در شهرداری های مادر سلیمان، پاسارگاد و مرودشت با توجه به نقش متغیر میانجی انگیزش کارکنان ارتباطی مثبت و معنادار وجود دارد در نتیجه فرضیه اصلی تحقیق مورد تأیید قرار می گیرد.

۵- بحث و نتیجه گیری

✓ بین انگیزش و خودکارآمدی کارکنان ارتباطی معنادار وجود دارد.

در راستای تأیید یا رد فرضیه های پژوهش از شیوه تحلیل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بار عاملی استاندارد میان دو متغیر $0/54$ به دست آمده و مقدار معناداری برابر با $10/75$ است که با توجه به اینکه این مقدار از $1/96$ بیشتر است لذا فرضیه فرعی اول پژوهش تأیید می گردد.

یافته‌های پژوهش حاضر همسو با پژوهش‌های ذوالریاستین و ایرانیان (۱۴۰۰)، عبدالمنافی و همکاران (۱۳۹۹)، فرازیانی و خلیل آبادی (۱۳۹۸)، نان و همکاران^۱ (۲۰۱۹) می‌باشد.

در تبیین نتایج به دست آمده می‌توان بیان کرد که انگیزه درونی به طور خود به خود ناشی از نیازهای روانی، کنجکاوی و تلاش‌های طبیعی برای رشد است. وقتی افراد انگیزه ذاتی دارند، از روی علاقه، حس چالشی که یک فعالیت خاص ایجاد می‌کند و از روی لذت عمل می‌کنند. این رفتار خود به خود رخ می‌دهد، نه به دلیل یک علت (خارجی). در عمل، انگیزه درونی برای پیگیری خواسته‌ها و تلاش لازم برای توسعه مهارت‌ها و توانایی‌ها را فراهم می‌کند. جالب است که بگوییم وقتی افراد وظایف خود را به عهده می‌گیرند یا مسئولیت‌هایی را بر عهده می‌گیرند، احساس شایستگی و استقلال می‌کنند. سرگرم‌کننده است یا من از انجام آن لذت می‌برم، آن‌ها انگیزه درونی خود را بیان می‌کنند. وجود انگیزه شغلی باعث می‌شود افراد از بسیاری جهات احساس کارایی بالا، سلامت فردی و توانایی انجام کار کنند. افرادی که به توانایی‌های خود اطمینان دارند، وظایف دشوار را چالش‌هایی برای تسلط بر آن می‌دانند. آن‌ها اهداف چالش برانگیز را انتخاب می‌کنند و به جای تهدید و اجتناب از آن‌ها متعهد به انجام آن‌ها می‌شوند. آن‌ها مطمئن هستند که می‌توانند موقعیت‌های تهدیدکننده را کنترل کنند. چنین درک از توانایی‌ها استرس و افسردگی را کاهش می‌دهد و منجر به تکمیل کار می‌شود که باعث بهبود خودکارآمدی در افراد می‌شود. خودکارآمدی درک و قضاوت فرد از مهارت‌ها و توانایی‌های خود برای انجام وظایفی است که در موقعیت‌های خاص ضروری است (نان و همکاران^۲ ۲۰۱۹). از سوی دیگر، وجود انگیزه افراد را قادر می‌سازد تا با استفاده از مهارت مقابل با موانع، کارهای خارق العاده‌ای انجام دهند، بنابراین انگیزه عامل مهمی برای عملکرد موفق و مهارت‌های اساسی لازم برای انجام آن است. انگیزه با تأثیرگذاری بر خودکارآمدی افراد بر میزان تلاش برای انجام یک کار تأثیر می‌گذارد. افرادی که به خودکارآمدی خود اعتقاد دارند، تلاش بیشتری برای غلبه بر موانع و مشکلات انجام می‌دهند.

✓ بین انگیزش و نوآوری سازمانی کارکنان ارتباطی معنادار وجود دارد.

در راستای تأیید یا رد فرضیه‌های پژوهش از شیوه تحلیل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بار عاملی استاندارد میان دو متغیر ۰/۶۱ به دست آمده و مقدار معناداری برابر با ۱۰/۴۴ است که با توجه به اینکه این مقدار از ۱/۹۶ بیشتر است لذا فرضیه فرعی دوم پژوهش تأیید می‌گردد.

یافته‌های پژوهش حاضر همسو با پژوهش‌های شعبانی و شربتی (۱۳۹۷)، العامری و همکاران^۳ (۲۰۱۹)، آمن و همکاران^۴ (۲۰۲۰)، گوپتا^۵ (۲۰۲۰) می‌باشد.

در تبیین نتایج به دست آمده پژوهش می‌توان اظهار داشت که یکی از سازه‌های روانشناختی مهمی که در افزایش اثربخشی افراد و سازمان‌ها نقش برجسته‌ای دارد، انگیزش شغلی است. انگیزه شغلی به معنای انگیزه، دلبستگی و تعامل مطلوب با شغل است. به عبارت دیگر، وضعیت سلامت شغلی مثبت، رضایت‌بخش و انگیزه‌بخش است و بر این اساس، کارکنان مشتاق انرژی

¹ Nan et al

² Nan et al

³ Alameri et al

⁴ Ameen et al

⁵ Gupta

زیادی دارند، بیشتر درگیر شغل خود و با شغل خود هستند. آن‌ها فکر می‌کنند آن‌ها یکسان هستند. انگیزه شغلی مفهومی است که با نتایج مثبتی مانند عملکرد شغلی، تقویت رفتارهای مدنی سازمانی و رضایت شغلی رابطه مثبت دارد و با قصد ترک شغل رابطه منفی بالایی دارد. افزایش انگیزه شغلی در کارکنان منجر به عملکرد بهتر شغلی و رضایت بیشتر مشتریان می‌شود. نگرش فرد نسبت به کار خود نشان‌دهنده ارزیابی منفی یا مثبتی است که او از جنبه‌های آن محیط کار خود دارد (گوپتا، ۲۰۲۰). بیشتر تحقیقاتی که اخیراً در زمینه رفتار انجام شده است به نگرش شغلی افراد در سازمان‌های کاری مربوطه خود می‌پردازد. در میان این نگرش‌ها، واژه کار یا دلبستگی شغلی مدت زیادی است که وارد رفتار سازمانی نشده است، اما از منظر سازمانی، دلبستگی شغلی به عنوان کلیدی برای باز کردن قفل انگیزه کارکنان و افزایش تولید تلقی می‌شود و از نظر فردی از نظر، کلیدی برای ایجاد انگیزه در عملکرد، رشد شخصی است. و رضایت فرد در محل کار در نظر گرفته می‌شود. انگیزه شغلی در طول زمان می‌تواند به دلبستگی شغلی منجر شود که نتیجه آن ایجاد یک حالت ذهنی مثبت و مرتبط با شغل است که با انرژی، فداکاری و جذابیت شغلی همراه است. کارکنانی که به شغل خود دلبسته هستند، انرژی زیادی دارند و از اشتیاق و انگیزه کافی برای انجام وظایف شغلی خود برخوردارند، در نتیجه از تمام پتانسیل خود استفاده می‌کنند، سعی در ایجاد خلاقیت برای اثبات خود به مدیریت دارند، بنابراین سعی می‌کنند تا یاد بگیرند و تلاش کنند. موارد مختلف را کشف کنند و برای بهبود وضعیت سازمان از آن کمک بگیرند. این افراد به فکر خروج از سازمان و انتقال به سازمان دیگری نیستند، بلکه سعی در بهبود سازمان دارند. به طور کلی کارکنانی که انگیزه شغلی دارند در کار خود شایستگی بیشتری دارند، با فعالیت‌های کاری خود ارتباط بهتری برقرار می‌کنند و به خواسته‌های شغلی خود پاسخ بهتری می‌دهند. آن‌ها امید بیشتری به کار خود دارند. و خستگی روحی و جسمی کمتری را تجربه می‌کنند، بنابراین این افراد نوآورتر هستند.

✓ بین خودکارآمدی و نوآوری سازمانی کارکنان ارتباطی مثبت و معنادار وجود دارد.

در راستای تأیید یا رد فرضیه‌های پژوهش از شیوه تحلیل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بار عاملی استاندارد میان دو متغیر ۰/۶۶ به دست آمده و مقدار معناداری برابر با ۹/۹۶ است که با توجه به اینکه این مقدار از ۱/۹۶ بیشتر است لذا فرضیه فرعی سوم پژوهش تأیید می‌گردد.

یافته‌های پژوهش حاضر با پژوهش‌های وی و همکاران^۱ (۲۰۲۰)، العامری و همکاران^۲ (۲۰۱۹)، جعفری و همکاران (۱۴۰۱)، محمدی (۱۴۰۱) همسو است.

در تبیین نتایج به دست آمده می‌توان بیان داشت که اگر نیروی انسانی دارای خودکارآمدی باشد از آنجائیکه به توانایی‌ها و مهارت‌های خود اطمینان دارند با وجود ساختار سازمانی توانایی خلاقیت و نوآوری بیشتری نسبت به منابع انسانی با خود کارآمدی پایین‌تر دارند، برای اینکه افرادی که دارای خودکارآمدی بیشتری هستند در انتخاب اهداف به سمت اهداف چالشی، رفته ولی افراد با سطح پایین‌تر از این مؤلفه از برخورد با وظایف و اهداف مشکل و چالش برانگیز دوری می‌کنند افراد خود کارآمد با انتخاب این اهداف چالشی، خود را در برابر آن مسئولیت پذیرتر خواهند دید و استانداردهای لازم را برای رسیدن به اینگونه از اهداف تعیین می‌کنند. این افراد واهمه از از مورد ارزیابی قرار گرفتن ندارند و از نتایج ارزیابی و قضاوت عملکرد خود

¹ Wei et al

² Alameri et al

در راه توسعه بیشتر مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند آن‌ها از مشاهده هر گونه ضعف در عملکرد خود برای رسیدن به اهداف نه‌رسانیده، بلکه با تدوین اصلاحات مقتضی و مناسب یک اهرم انگیزشی برای خود در راه رسیدن به اهداف ایجاد می‌کنند. پس می‌توان گفت خودکارآمدی یک ابزار مناسب هم در تدوین اهداف و هم یک ابزار عملیاتی در راه تحقق آن می‌باشد. از دیگر منافع خودکارآمدی تسلط بر کنترل خود در برابر شکست‌های احتمالی می‌باشد نه تنها در انتخاب اهداف بلکه بر اجرای آن‌ها نیز اثر می‌گذارد. افرادی که خودکارآمدی در آن‌ها پایین است بر موانع و محدودیت‌ها کنترل کمی دارند و به آسانی تلاش‌های خود را بیهوده می‌شمارند و از اجرای اهداف نا امید می‌شوند ولی افرادی که خودکارآمدی بالایی دارند در مواجهه با مشکلات استقامت و پایداری بیشتر از خود نشان می‌دهند.

بین خودکارآمدی و نوآوری سازمانی کارکنان با توجه به نقش متغیر میانجی انگیزش کارکنان ارتباطی معنادار وجود دارد.

در راستای تأیید یا رد فرضیه‌های پژوهش از شیوه تحلیل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بار عاملی استاندارد میان دو متغیر خودکارآمدی و نوآوری با توجه به نقش متغیر میانجی انگیزش ۰/۵۲ به دست آمده و مقدار معناداری برابر با ۹/۶۳ است که با توجه به اینکه این مقدار از ۱/۹۶ بیشتر است لذا فرضیه اصلی پژوهش تأیید می‌گردد.

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر پژوهشی که رابطه بین خودکارآمدی و نوآوری سازمانی را با توجه به نقش میانجی انگیزش کارکنان بررسی کرده باشد یافت نشد اما برخی از پژوهش‌ها نتایج مشابهی را ارائه دادند. برای مثال پژوهش آمن و همکاران^۱ (۲۰۲۰) تأثیر انگیزه بر نوآوری سازمانی، آپاتامپراچا و لیو^۲ (۲۰۲۲) رابطه خودکارآمدی و رفتار کاری نوآورانه، هاشمی و همکاران^۳ (۱۳۹۷) رابطه بین انگیزش شغلی و خودکارآمدی را نشان دادند.

انگیزش بالا در افراد بازخوردی را فعال کند و آنان از اطلاعات دریافت شده از طریق بازخورد برای عملکرد بهتر خود استفاده خواهند کرد. سطح بالای انگیزش برچگونگی رابطه با دیگران و سلامت روانی فرد تأثیر زیادی دارد. انگیزش یک ضرورت حیاتی برای هر انسان است و برای رشد طبیعی و سالم لازم است عدم پذیرش خود و دیگران، ترس از طرد، شدن استفاده از شیوه‌های دفاعی، اعتیاد مشکلات مربوط به مدیریت زندگی، تصمیم‌گیری و برقراری ارتباط با دیگران از پیامدهای انگیزش پایین به شمار می‌رود (لیو و لیو^۲، ۲۰۱۶). بر این اساس، از جهت ارتقای سازمان و محل، کارشان لازم است که انگیزش بالا را در خود پرورش دهند فردی که خود را ارزشمند و مهم در سازمان و محل کارشان بداند، از بازخوردهای دریافت شده نهایت استفاده را می‌کند؛ اگرچه ممکن است که این بازخورد منفی باشد. همچنین اگرچه پاداش‌های بیرونی همچون حقوق، ارتقا پست و رهبری می‌توانند برای کارکنان رضایت بخش باشند و به میزان انگیزش سازمانی کارکنان کمک کند، ولی پاداش‌های درونی و بازخوردهای دریافت شده از محیط کار نیز در سازمان‌ها به خصوص در سیستم آموزشی بسیار حایز اهمیت است رضایت شغلی هدف، ها ارزش‌های شخصی و اشتیاق کارکنان را متأثر می‌سازد و بر پایبندی و ارزشمندی و انگیزش آن‌ها می‌افزاید و از جمله مهم‌ترین عوامل برای تشویق کارکنان درباره عملکرد حرفه‌ای آنان است در صورتی که افراد از احساس ارزشمندی بالا و انگیزش سازمانی بالا برخوردار باشند از زندگی و شغل خود راضی هستند و همیشه تلاش می‌کنند به اهداف

¹ Ameen et al

² Uppathampracha and Liu

³ Liu & Liu

خود برسند. پس روشن است که با ایجاد انگیزه‌های شغلی و خودکارآمدی سازمانی و بالا بردن حس خود ارزشی از طریق بازخوردهای ارائه شده نسبت به سازمان، می‌توان کارکنان سازمان‌ها را به تلاش بیشتر و تدابیری با کیفیت بهتر وادار کرد (احمد و همکاران^۱، ۲۰۱۹). هر اندازه که کارکنان احساس بهتری در مورد توانایی خود داشته باشد بهتر می‌تواند عمل کند کارکنان با خودکارآمدی بالا از نظر درونی بیشتر برانگیخته می‌شوند، روش‌های جدید را پیاده می‌کنند و زمان بیشتری را صرف آماده کردن خود می‌کنند به اعتقاد او توانمندسازی بدون خودکارآمدی غیر محتمل است (بندورا، ۱۹۹۷) خودکارآمدی به بیان ساده اعتقاد و باور شخص به ویژگی‌های خود شامل نیازها، انگیزه‌ها، نگرش‌ها، توانایی‌ها، معلومات و آگاهی‌هایی است که الگوهای رفتاری وی می‌شوند. باید توجه داشت که خودکارآمدی با اغلب سازه‌های دیگر برگرفته از خود برای مثال خوداتکائی، خودباوری، عزت نفس و خودپنداری ارتباط دارد خودکارآمدی با خود ارزشی ترکیب شده و عزت نفس را تشکیل می‌دهند (مور، ۱۹۹۸). اکثر جامعه‌شناسان و برخی از روانشناسان، خودپنداری مثبت را مترادف با خودکارآمدی می‌دانند. همچنین نظریه پردازان شناختی اجتماعی فرض کرده‌اند که باورهای خودکارآمدی، یعنی قضاوت‌های افراد در مورد توانایی‌هایشان نسبت به انجام تکلیف تعیین‌کننده مهم انگیزه، انتخاب‌های شغلی و عملکرد هستند این باورهای افراد نسبت به توانایی‌هایشان روی تلاش و پشتکار آن‌ها اثر می‌گذارد (بندورا، ۱۹۹۷)

بطور کلی وقتی احساس خودکارآمدی ایجاد می‌شود که فرد قادر باشد با پشتکار و تلاش مداوم بر موانع غلبه یابد. هنگامیکه افراد باور کنند که الزامات کسب موفقیت را دارند در مواجهه با ناملایمات و سختی‌ها پشتکار بیشتری به خرج می‌دهند و با تحمل سختی‌ها، قویتر و تواناتر می‌شوند تجربه‌هایی که اطمینان توانمندی فردی را فراهم کنند به وی اجازه می‌دهند که مشکلات و شکست‌ها را بدون از دست دادن شایستگی‌ها تحمل کند (دان و همکاران^۲، ۲۰۱۸) این موضوع سبب می‌گردد فرد در ارائه خلاقیت و رفتار نوآورانه نهراسد و قوی ظاهر گردد. افرادی که از خودکارآمدی بالایی برخوردار هستند، در انجام مسئولیت‌های خود خلاقیت بیشتری به خرج می‌دهند خلاقیت به معنی پیدایش و تولید تفکر است، به عبارت دیگر خلاقیت به قدرت فکرهای بدیع اشاره دارد و نوآوری به معنای عملیاتی کردن همان افکار نوین. است بر این اساس کارکنان با خودکارآمدی بالا نسبت به کارکنانی که از خود کارآمدی پایین‌تری برخوردار هستند در مواجهه با مسائل خلاقانه‌تر عمل کرده و به دنبال راه حل‌های جدیدتر برای حل مسائل هستند که این خود منجر به نوآوری کاری آن‌ها می‌شود.

با توجه به نتیجه حاصل از فرضیه اول پژوهش می‌توان گفت که سازمان‌های دولتی به منظور بهره‌مندی از پتانسیل کارکنان واجد صلاحیت حرفه‌ای و نقش آن‌ها در تحقق اهداف برنامه‌های سازمانی، بهتر است با تدابیری ویژه مانند افزایش حقوق و مزایای کارکنان و اهمیت و ارزش قائل شدن به مقام آنان در جامعه، زمینه‌های ارتقای انگیزش شغلی کارکنان را فراهم نموده و رغبت آن‌ها را برای انجام وظایف حرفه‌ای‌شان بیش از پیش فراهم نماید.

با توجه به نتیجه حاصل از فرضیه دوم، پژوهش با توجه به اهمیت ارتباط میان خودکارآمدی کارکنان و صلاحیت حرفه‌ای آنان با انگیزش شغلی پیشنهاد می‌شود که عوامل زمینه‌ای مانند حجم کار، زیاد پایین بودن منزلت و پایگاه اجتماعی، حقوق و

¹ Ahmed et al

² Dan et al



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

درآمد ناچیز و فقدان زمینه‌های حمایت اجتماعی مدنظر قرار گرفته و به رفع نیازهای کارکنان در تمامی این ابعاد اقداماتی انجام شود تا با بهتر شدن سلامت همه جانبه، کارکنان باعث افزایش خودکارآمدی صلاحیت و انگیزش شغلی آنان شود.

باتوجه به نتایج فرضیه سوم پژوهش پیشنهاد می‌گردد مدیران ادارات در زمینه برنامه‌ریزی آموزشی برای کارکنان خود جهت ایجاد روحیه خودکارآمدی توجه ویژه داشته باشند و از مشاوران خارج از سازمان برای ایجاد جو مناسب رأی شکوفایی کارکنان کمک بگیرند.

سازمان می‌تواند با ارائه پروتکل‌های آموزشی، مهارت خودکارآمدی را در نیروی انسانی توسعه داده و ایجاد فرصت‌های تفویض اختیار به آن‌ها راه را بر ایجاد این مهارت را سهل‌تر خواهد کرد که نشان از تمرکز زدایی در سازمان می‌باشد.

اهتمام مدیران جهت بهادادن به فرصت‌های نوآور در سازمان با راهکارهای تشویقی جهت ارائه ایده‌ها و خلاقیت‌ها پیشنهاد می‌گردد که این امر در گرو ایجاد یک ساختار مناسب و منعطف برای ایجاد این فرصت‌ها می‌باشد.

منابع و مآخذ

۱. آژنگ، محمدرضا و شاکری، رویا، (۱۴۰۰)، تبیین عملکرد نوآوری: نقش متغیرهای دوسوتوانی سازمانی و قابلیت‌های بازاریابی پویا، اولین کنفرانس بین‌المللی علوم تربیتی، روانشناسی و علوم انسانی.
۲. اندیشمند، ویدا و غنی راینی، محمد، (۱۳۹۷)، بررسی رابطه انگیزش شغلی و خلاقیت با عملکرد حرفه‌ای معلمان مقطع ابتدایی شهر راین، دومین کنفرانس بین‌المللی نوآوری و تحقیق در علوم تربیتی، مدیریت و روانشناسی، تهران.
۳. بابازاده، طاهره، دوستار، محمد، مرادی، محمود. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر یادگیری بر نوآوری با نقش تعدیل‌گری اینرسی سازمانی. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۱۶۵-۱۹۸.
۴. جعفری، سکینه و خروتی، ملیحه و رحیمیان، لعلیا و کرمی، مریم، ۱۴۰۱، پیش‌بینی نوآوری سازمانی بر اساس کار تیمی و آموزش کارکنان با میانجی‌گری خودکارآمدی شغلی، سومین کنفرانس ملی علوم انسانی و توسعه، شیراز.
۵. حسینی امیری، سید محمود و رضازاده، آمنه (۱۳۹۷). بررسی تأثیر مربیگری مدیران ارشد بر عملکرد رفتاری و نتایج عملکرد بانک با تأکید بر نقش میانجی خودکارآمدی کارکنان (مورد مطالعه: کارکنان بانک آینده استان مازندران)، پنجمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران، تهران
۶. خروتی، ملیحه و امین بیدختی، علی اکبر. (۱۳۹۴). تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با تأکید بر نوآوری سازمانی، کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت و مهندسی صنایع، تهران
۷. خلیلی پور، حاتم، نداف، مهدی، سینایی، حسن علی. (۱۳۹۶). تأثیر معیارهای مالی و غیرمالی ارزیابی عملکرد بر انگیزش کارکنان برای مشارکت در تعیین هدف و عملکرد شغلی. چشم انداز مدیریت دولتی، ۸(۴)، ۱۲۹-۱۵۴.
۸. خلیلی، فاطمه و تقی پور، محمد (۱۳۹۴). ارزیابی عملکرد و نقش آن در افزایش انگیزه و کارایی کارکنان، اولین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری، تهران.
۹. خلیلی، فاطمه و تقی پور، محمد (۱۳۹۴). ارزیابی عملکرد و نقش آن در افزایش انگیزه و کارایی کارکنان، اولین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری، تهران.
۱۰. دارچینی، ملیحه (۱۳۹۴)، بررسی عوامل انگیزشی تأثیرگذار بر بازاریابان عمر و سرمایه‌گذاری نمایندگی‌های بیمه‌های تجاری مستقر در شهرستان بندرعباس، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه پیام نور.
۱۱. ذوالریاستین، محمدعلی، ایرانبان، سیدجواد. (۱۴۰۰). مدل علی خودکارآمدی، تعهد سازمانی و خشنود شغلی با انگیزش شغلی کارکنان. فصلنامه علمی - پژوهشی روش‌ها و مدل‌های روانشناختی، ۱۰(۳۵)، ۱-۱۶.



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

۱۲. رحیمی، فرج اله و جمشیدی، مجید و آدینه وند، سعید و ظفرپورامیرآباد، جابر، ۱۳۹۸، بررسی تأثیر انگیزش شغلی بر تعهد سازمانی با نقش میانجی امنیت شغلی، سومین کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین حسابداری و مدیریت در هزاره سوم، کرج.
۱۳. رضایی، مصطفی و کریمی، یگانه و آصف، الناز، ۱۳۹۸، بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد انگیزش شغلی اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی شیراز بر مبنای نظریه هرزبرگ، طب و تزکیه، دوره: ۲۸، شماره: ۳.
۱۴. رضوی نعمت‌اللهی، میترا و رضوی، ویداسادات، ۱۳۹۸، رابطه انگیزش شغلی با رفتار نوآورانه با میانجی‌گری توانمندسازی روانشناختی در کارکنان سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمان، سومین کنفرانس توانمندسازی جامعه در حوزه علوم انسانی و مطالعات مدیریت، تهران
۱۵. ساعی، الهام و نعامی، عبدالزهرا (۱۳۸۸). بررسی رابطه برخی متغیرهای انگیزشی هدفگذاری، عدالت سازمانی، کنترل شغلی، خودکارآمدی شغلی، خودتنظیمی با توانمندسازی روانشناختی و اشتیاق کاری در یک کارخانه صنعتی اهواز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد روانشناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
۱۶. ساعی، الهام و نعامی، عبدالزهرا (۱۳۸۸). بررسی رابطه برخی متغیرهای انگیزشی هدفگذاری، عدالت سازمانی، کنترل شغلی، خودکارآمدی شغلی، خودتنظیمی با توانمندسازی روانشناختی و اشتیاق کاری در یک کارخانه صنعتی اهواز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد روانشناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
۱۷. سنجری، محمد و اسمعیلی، محمدرضا و تجاری، فرشاد، (۱۳۹۹). بررسی رابطه یادگیری سازمانی با خودکارآمدی عمومی و اشتیاق کاری در ادارات ورزش و جوانان استان مرکزی.
۱۸. سواری، کریم، فلاحی، مریم، زایرچی، نوریه. (۱۳۹۶). رابطه خودکارآمدی، اشتیاق شغلی و انگیزش درونی با عملکرد شغلی آموزگاران. پژوهش‌های رهبری و مدیریت آموزشی، ۳(۱۱)، ۱۰۱-۱۲۰.
۱۹. شبانی فراشاه، علی و صدرابرقویی، ناصر و عرب، سید محمد (۱۳۹۳). تأثیر ارزیابی عملکرد بر انگیزش کارکنان فنی حرفه‌ای استان یزد، کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت، تهران.
۲۰. شعبانی بهار، غلامرضا، & شربتی، نعیم. (۱۳۹۷). رابطه بین انگیزه‌های شغلی کارکنان و نوآوری سازمانی ادارات ورزش و جوانان استان همدان. پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، ۱۰(۳)، ۱۱۱-۱۲۱.
۲۱. عبدالمنافی، سعید و ریاحی، موسی و ریاحی، سعید (۱۳۹۸) بررسی رابطه انگیزش شغلی با خودکارآمدی مدیران آموزشی، اولین همایش ملی مدرسه فردا، اردبیل
۲۲. عزیزی، فریده (۱۳۹۳). بررسی رابطه یادگیری سازمانی با درگیری شغلی و نوآوری سازمانی دبیران مدارس متوسطه عمومی استان کرمانشاه در سال تحصیلی ۱۳۹۳-۱۳۹۲. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه بوعلی سینا، گروه آموزشی علوم تربیتی.

۲۳. علوی، سمیه، ارباب شیرانی، بهروز، اسفندیاری، احسان. (۱۳۹۳). بررسی ارتباط یادگیری سازمانی و نوآوری از دیدگاه سیستم دینامیکی در مرکز تحقیقات مهندسی اصفهان. مدیریت تولید و عملیات، ۷۱-۹۲.
۲۴. فراتی، حسن و یوردخانی، مختار و وحیدی، سعید (۱۴۰۰) بررسی تأثیر سه عامل انگیزش سازمانی، خلاقیت کارکنان و نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: شرکت آب و فاضلاب روستایی استان خراسان شمالی)، پنجمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار، تهران
۲۵. فرازبانی، فاتح و خلیل آبادی، حسن، (۱۳۹۸)، بررسی رابطه خودکارآمدی شغلی و عملکرد شغلی و انگیزش شغلی معلمان تربیت بدنی استان سمنان، اولین همایش ملی علوم ورزشی و فدراسیون‌ها با تأکید بر فدراسیون ورزش سه گانه، تهران.
۲۶. فرج‌زاده، زهرا و نصیری فورگ، احمد، (۱۴۰۰)، عوامل مؤثر بر انگیزش شغلی از دیدگاه مدیران پرستاری: مطالعه کیفی ۱۳۹۸، چهارمین کنفرانس بین‌المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران.
۲۷. فرزانه، محمد؛ هاجر روح‌بخش؛ مجتبی بذرافشان، (۱۳۹۵)۵، نقش واسطه‌ای مدیریت دانش در ارتباط میان رهبری تحول‌آفرین و نوآوری سازمانی، مجله خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت، مقاله ۲، دوره ۳، (پیاپی ۲۳ پاییز ۱۳۹۵)، زمستان ۱۳۹۵، صفحه ۱۵-۳۱.
۲۸. فروتنی زهرا، آذر عادل، احمدی سید علی اکبر، مبارکی حسین، عسکری نژاد منیره. بررسی رابطه انگیزش شغلی و عوامل مؤثر بر آن با رفتار خود توسعه‌ای پرستاران. فصلنامه مدیریت پرستاری. ۱۳۹۳؛ ۳ (۲): ۷۰-۷۸.
۲۹. قاسم، مرضیه، حسین‌چاری، مسعود. (۱۳۹۱). تاب‌آوری روان‌شناختی و انگیزش درونی-بیرونی: نقش واسطه‌ای خودکارآمدی. روانشناسی تحولی: روانشناسان ایرانی، ۹(۳۳)، ۶۱-۷۱.
۳۰. قاسم، مرضیه، حسین‌چاری، مسعود. (۱۳۹۱). تاب‌آوری روان‌شناختی و انگیزش درونی-بیرونی: نقش واسطه‌ای خودکارآمدی. روانشناسی تحولی: روانشناسان ایرانی، ۹(۳۳)، ۶۱-۷۱.
۳۱. قاسمی مرتضی، غیاث آبادی فراهانی مریم، صفایی اصل علی، سیاحی میهن، (۱۳۹۷). بررسی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینی و نوآوری در کسب و کار بر عملکرد شرکت‌های تولیدی کارآفرین در شهر اراک، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱.
۳۲. قوامی، احسان و جباری، ابوذر، (۱۳۹۹)، بررسی رابطه بین حمایت سازمانی و خودکارآمدی شغلی آموزگاران مقطع ابتدایی شهرستان لردگان، پنجمین کنفرانس بین‌المللی نوآوری و تحقیق در علوم تربیتی، مدیریت و روانشناسی، تهران.
۳۳. کزازی، ابوالفضل، شول، عباس. (۱۳۹۲). تأثیر مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد نوآوری: اثر تعدیل‌کنندگی یادگیری سازمانی. مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۲(۷۱)، ۱-۱۷.



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

۳۴. محبی فر رفعت، خدابخشیان محمود، رفیعی سیما. (۱۳۹۵). تأثیر پاداش سازمانی بر عملکرد کارکنان با نقش میانجی انگیزش در بیمارستان‌های آموزشی شهر قزوین. پژوهش‌های سلامت محور. ۲ (۳): ۲۲۳-۲۳۲.
۳۵. محمدی، میترا، (۱۴۰۱). مدل علی نوآوری شغلی بر اساس راهبردهای خودمدیریتی با نقش واسطه‌های خودکارآمدی شغلی و خلاق در مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهر کرمانشاه، پنجمین کنفرانس بین‌المللی علوم تربیتی، روانشناسی، مشاوره، آموزش و پژوهش، تهران
۳۶. محمودی، محمد تقی، افضل کوهی، فروزان، فروزنده، اعظم. (۱۳۹۵). بررسی و ارزیابی رابطه بین یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی کارشناسان دانشگاه اصفهان. نوآوری‌های مدیریت آموزشی، ۱۰۳-۱۲۰.
۳۷. محمودی، علیرضا و مستحفظیان، مینا، (۱۴۰۰). اثر مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی با میانجیگری یادگیری سازمانی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان، ششمین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران، تهران
۳۸. مرادی، پروانه، حسین پور، محمد. (۱۳۹۶). شناسایی و تحلیل رابطه راهبردهای مدیریت منابع انسانی و خودکارآمدی کارکنان اداره کل بندر و دریانوردی خوزستان، منطقه ویژه اقتصادی بندر امام خمینی (ره). صنعت حمل و نقل دریایی، ۳(۱)، ۶۷-۷۲.
۳۹. مصباحی جهرمی، نگارالسادات، ادیب زاده، مرضیه. (۱۳۹۴). تأثیر سیستم مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی (بررسی نقش یادگیری سازمانی). فصلنامه بازیابی دانش و نظام‌های معنایی، ۲(۵)، ۲۵-۴۳.
۴۰. مطلبی، رحیم و بهلولی، نادر (۱۳۹۴). بررسی رابطه‌ی بین عملکرد مدیریت منابع انسانی با انگیزه پیشرفت شغلی کارکنان، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی، ساری.
۴۱. ملکی، جابر و ملکی، ذبیبه، (۱۳۹۷). اثر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی بر روی انگیزه و یادگیری کارکنان، پنجمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران.
۴۲. مندعلی‌زاده، زینب و نقش جواهری، صدف (۱۴۰۰). تأثیر ابعاد شایستگی فناوری اطلاعات بر نوآوری سازمانی ادارات کل ورزش و جوانان ایران، فصلنامه کارافن، دوره: ۱۸، شماره: ۲.
۴۳. موسوی نیا، سیدمحمدجواد و بختیاری، رودابه، (۱۳۹۹). تأثیر اقدامات مدیریت منابع انسانی بر عملکرد شغلی و هویت سازمانی با نقش می‌اجی‌گر انگیزش شغلی در کارکنان اداره کل آموزش و پرورش خرم‌آباد، هفتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم انسانی، مدیریت و کارآفرینی ایران، تهران.
۴۴. نجفی، شلیپر، (۱۴۰۰). بررسی رابطه حمایت سازمانی مدیران با خودکارآمدی معلمان مدارس، همایش ملی پژوهش‌های حرفه‌ای در روانشناسی و مشاوره با رویکرد از نگاه معلم، می‌ناب.



۴۵. نصر اصفهانی، علی و فرخی، مجتبی و امیری، زینب، (۱۳۹۷). تأثیر خودکارآمدی بر نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: شرکت امرسان)، اولین همایش ملی راهکارهای ارتقاء مباحث مدیریت، حسابداری و مهندسی صنایع در سازمان‌ها، گچساران

۴۶. نیکو، محسن و قاسمی، محمد، (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین مدیریت منابع انسانی با خودکارآمدی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی زاهدان، دومین کنفرانس سالانه ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری ایران، مشهد

۴۷. هاشمی، سید حامد، اکرادی، احسان، یوسفی، مینو، (۱۳۹۵). بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی بر مدیریت دانش و نوآوری سازمانی. فصلنامه بازیابی دانش و نظام‌های معنایی، ۲(۸)، ۱-۲۰.

۴۸. هاشمی، سید احمد و میر کتولی، سید یعقوب و صادق نژادان، محمد مهدی، (۱۳۹۷). بررسی توان انگیزش شغلی در پیش‌بینی خودکارآمدی شغلی و کارآفرینی سازمانی، سومین کنفرانس ملی علوم انسانی، تهران

Adam, J. K. , Indradewa, R. , & Syah, T. Y. R. (2020). The leadership styles impact, in learning organizations, and organizational innovation towards organizational performance over manufacturing companies, Indonesia. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(2), 63-69.

Al Shaar, E. M. , Khattab, S. A. , Alkaied, R. N. , & Manna, A. Q. (2015). The effect of top management support on innovation: The mediating role of synergy between organizational structure and information technology. *International Review of Management and Business Research*, 4(2), 499.

Ali, A. , Abbas, S. F. , Khattak, M. S. , Arfeen, M. I. , Ishaque Chaudhary, M. A. , & Yousaf, L. (2022). Mediating role of employees' intrinsic motivation and psychological safety in the relationship between abusive supervision and innovative behavior: An empirical test in IT sector of Pakistan. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2039087.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2039087>

Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). An Empirical Study of Employees' Motivation and its Influence Job Satisfaction. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(2), 21-30. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.2.3>



Examining the Mediating Role of Motivation in the Relationship between Self-Efficacy and Organizational Innovation of Employees



Mohammad Hossein Rajabi * (author in charge)

Department of Financial Management, Safashehr Branch, Islamic Azad University, Fars,
Rajabihosein85@gmail.com



Zinat Ansari

Department of Financial Management, Safashehr Branch, Islamic Azad University, Fars, Iran

Zansari2007@gmail.com



Fatemeh Rajabi Zadeh

Department of Financial Management, Safashehr Branch, Islamic Azad University, Fars, Iran

f.rajabi.zadeh1974@gmail.com

Received: 26 July 2024 | Revised: 23 August 2024 | Accepted: 06 October 2024

Abstract

Organizational managers think about what method to adopt so that the workforce continues to work in the organization with maximum power and motivation, because motivation is an important resource for human resource management. The present study investigated the mediating role of motivation in the relationship between self-efficacy and organizational innovation of employees. This research was applied in terms of purpose and of correlational type, which was carried out in the field method. The statistical population of the study included all municipal employees of the cities of Madersaliman, Pasargad and Maroodasht located in Fars province in ۱۴۰۱, approximately ۴۲۰ people. according to Morgan's formula, ۲۰۰ people were selected by random sampling. To collect relevant data, three self-efficacy questionnaires were used: Riggs and Knight (۱۹۹۴), Herzberg's occupational motivation questionnaire (۱۹۹۷) and Etlai and Akif's organizational innovation questionnaire (۱۹۸۶). Data was collected using descriptive statistics, inferential statistics and structural analysis using SPSS ۲۴ and Amos software. ۲۴ were analyzed. The findings of the research showed that there is a significant relationship between all three research variables.

The results of the study indicated the influence of self-efficacy on organizational innovation after the influence of the mediating variable of employee motivation. In such a way that by improving the level of job motivation due to the improvement of self-efficacy of employees, the amount of organizational innovation increases. According to the results of the research, it is suggested that organizations should pay attention to employee motivation to achieve a higher level of innovation and, as a result, higher performance.

Keywords: Job Motivation, Organizational Innovation, Job Self-Efficacy, Municipality

معرفی پیشران‌های مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کارآفرین

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۱۵ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۷/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۲۸

محمد طرمه فروشان طهرانی

دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران.

ORCID : 0009-0000-1744-559x

mt_tehrani16@yahoo.com

سید محمد رضا داودی

دانشیار مدیریت و عضو هیات علمی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران (نویسنده مسئول).

ORCID: 0000-0003-2347-7154

smrdavoodi@ut.ac.ir

الهام غلامی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مهندسی مالی و مدیریت ریسک، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران.

ORCID: 0009-0004-9822-8720

alhamghlami763@gmail.com

چکیده

شرکت‌های کوچک و متوسط نقش مهمی در اقتصاد کشور دارند، اما با چالش‌های مختلفی مانند مدیریت مؤثر منابع انسانی و انطباق با فناوری‌های نوین مواجه هستند و به‌خصوص در ارتباط با سیاست‌های زیست‌محیطی و نوآوری‌های کارآفرینانه نیاز به بهبود دارند. بدین منظور هدف از تحقیق حاضر معرفی پیشران‌های مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کارآفرین است. پس از مرور ادبیات تحقیق تأثیر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی، سازگاری با فناوری، و انطباق با سیاست‌های زیست‌محیطی بر موفقیت کارآفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط در اصفهان مورد واکاوی قرار گرفت. مطالعه با رویکرد کمی و با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شده است و از داده‌های جمع‌آوری شده از ۱۲۷ شرکت کوچک و متوسط در اصفهان استفاده می‌کند. جامعه آماری شامل تمامی شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در این منطقه بود و نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی انجام شد. نتایج نشان می‌دهد که شیوه‌های مؤثر مدیریت منابع انسانی، سازگاری با فناوری، و انطباق با سیاست‌های زیست‌محیطی تأثیر مثبتی بر کارآفرینی و موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط دارند. این مطالعه پیامدهای استراتژیکی برای کارآفرینان، سیاست‌گذاران و ذی‌نفعان ارائه می‌دهد و راهکارهایی برای افزایش رشد و پایداری شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط در اصفهان پیشنهاد می‌کند.

کلمات کلیدی: مدیریت منابع انسانی، سازگاری فناوری، سیاست زیست‌محیطی، کارآفرینی.

۱- مقدمه

توسعه کسب و کارهای کوچک، متوسط و خرد یکی از ارکان کلیدی رشد اقتصادی و کارآفرینی در هر منطقه است. وجود و گسترش این نوع کسب و کارها نشان دهنده پویایی اقتصاد محلی و توسعه کارآفرینی است. افراد به دلایل متعددی نظیر انعطاف پذیری، استقلال، آزادی و بهبود وضعیت اقتصادی، به تأسیس کسب و کارهای خود می پردازند. کارآفرینی به عنوان فرایندی شناخته می شود که منجر به ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط می گردد (Tambunan, 2019). ویژگی های کارآفرینانه نظیر انگیزه، گرایش به نوآوری و تحمل ریسک تأثیر بسزایی در موفقیت مالی این شرکتها دارد. این ویژگیها باعث می شود تا این کسب و کارها بتوانند با چالش های متعددی همچون بحران های اقتصادی یا همه گیری ها، مانند کووید-۱۹، مقابله نمایند (Hanggraeni & Sinamo, 2021).

دولت ها نیز از طریق تدوین سیاستها و برنامه های حمایتی مختلف به ویژه در زمینه تقویت نوآوری، از کسب و کارهای کوچک و متوسط حمایت می کنند (Maxum et al (2020). با این حال، این حمایتها به تنهایی کافی نیستند. بسیاری از کسب و کارهای کوچک و متوسط با چالش های جدی در حوزه هایی مانند مدیریت منابع انسانی و تطبیق با فناوری های جدید روبرو هستند (Vidya & Amarjuzman, 2021). مدیریت کارآمد منابع انسانی در این شرکتها از اهمیت بسیاری برخوردار است، چراکه توسعه کارکنان ماهر می تواند به نوآوری، رقابت پذیری و بقای آنها کمک کند (Rosmadi et al; 2019). علاوه بر این، کسب و کارهای کوچک و متوسط با چالش های ناشی از انقلاب صنعتی و نیاز به سازگاری با فناوری های جدید نیز مواجه اند که مدیریت این تغییرات برای آنها ضروری است (Badriya & Muhtarom (2024).

همه گیری پذیرش فناوری های دیجیتال در کووید-۱۹ تسریع کننده این کسب و کارها بوده است (Wikaksono & Simangunsong, 2021). این سازگاری با فناوریها نقش مهمی در بقای کارآفرینانه کسب و کارهای کوچک و متوسط در دوران بحران داشته است (Kurniawan et al; 2023).

درواقع، پذیرش فناوری نه تنها ابزار لازم برای مواجهه با چالش های فعلی را فراهم می کند، بلکه به عنوان عامل تسریع کننده در دستیابی به اهداف رشد و توسعه نیز عمل می کند (Cunningham et al; 2023). از سوی دیگر، کسب و کارهای کوچک و متوسط متهم به ایجاد آسیب های زیست محیطی هستند، از جمله آلودگی هوا و آب، تخریب جنگلها و کمبود منابع طبیعی. این مسائل می توانند مشارکت این شرکتها در کاهش انتشار کربن و توسعه پایدار را محدود کنند. برای رفع این مشکلات، نیاز به حمایت های جامع دولت و بخش خصوصی در جهت ترویج شیوه های کسب و کار پایدار و ارتقاء شفافیت در گزارش های زیست محیطی است.

این پژوهش بر اهمیت کسب و کارهای کوچک و متوسط در کشور تمرکز دارد و تلاش می کند تا روابط پیچیده بین مدیریت منابع انسانی، سازگاری با فناوری و سیاست های زیست محیطی را بررسی کند. هدف این مطالعه درک تأثیر این عوامل بر موفقیت کارآفرینی این شرکتها است. یافته های این پژوهش می تواند به سیاست گذاران و کارآفرینان در تدوین استراتژی های مؤثر برای افزایش رشد و پایداری کسب و کارهای کوچک و متوسط کمک کند و به گفتمان جهانی درباره کارآفرینی در این حوزه نیز افزوده شود. بنابراین، سؤال اصلی این است که تأثیر مدیریت منابع انسانی، سازگاری با فناوری و سیاست های زیست محیطی بر موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط از طریق کارآفرینی چگونه است؟

۱- ادبیات و پیشینه تحقیق

مدیریت منابع انسانی

مدیریت منابع انسانی (HR) یکی از بخش‌های کلیدی هر کسب‌وکار است که وظایف مهمی چون جذب، استخدام، غربالگری و آموزش متقاضیان شغل را بر عهده دارد. این بخش همچنین به امور مربوط به جبران خسارت، مزایا و حتی اخراج کارکنان رسیدگی می‌کند و نقش مهمی در مدیریت نیروی کار ایفا می‌کند. هدف اصلی مدیریت منابع انسانی تضمین رضایت کارکنان، حفظ انطباق با قوانین و مقررات کاری و تأمین نیروی انسانی موردنیاز شرکت‌ها برای دستیابی به اهدافشان است. مدیریت منابع انسانی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا از نیروی انسانی خود به‌طور مؤثر استفاده کنند و آن‌ها را برای برآورده کردن نیازهای سازمان آماده سازند (Marthalia, 2022). مدیریت منابع انسانی، به‌ویژه در اجرای ابتکارات استراتژیک مرتبط با پایداری، بسیار مؤثر است و می‌تواند به افزایش آگاهی کارکنان نسبت به مسائل زیست‌محیطی و پایداری کمک کند (Schroeder, 2012). اجرای شیوه‌های کارآمد در مدیریت منابع انسانی می‌تواند باعث افزایش بهره‌وری کارکنان شود و در نهایت، کارآفرینی درون‌سازمانی را بهبود بخشد (Aslam et al; 2014). استخدام و حفظ افراد مناسب برای موفقیت هر کسب‌وکاری ضروری است. به‌طور کلی، مدیریت منابع انسانی نه تنها یک فعالیت مدیریتی است که با اهداف کلی مدیریت همسو است، بلکه همچنین از اهمیت استراتژیک بالایی برای موفقیت و پایداری سازمان‌ها برخوردار است. (Vermeeren et al; 2014).

تطبیق‌پذیری با فناوری

به فرایند تغییر و تنظیم شیوه‌های کاری یا واکنش‌های کاربران در پاسخ به معرفی فناوری جدید اشاره دارد (Kee & Rubel, 2021). این فرایند در کسب‌وکارهای کوچک، متوسط و خرد (SMEs) شامل ترکیبی از عوامل فناورانه، سازمانی، محیطی و کارآفرینی برای خلق ارزش است (Cunningham et al; 2023). پذیرش فناوری می‌تواند به‌عنوان استراتژی بقا برای این کسب‌وکارها در دوران بحران‌هایی مانند کووید-۱۹ عمل کند (Anatan & Nur, 2023). ابعاد تطبیق‌پذیری با فناوری شامل تغییرات در شیوه‌های کاری، واکنش‌های کاربران و فرآیندهای پذیرش، ادغام و استفاده از فناوری جدید در زمینه‌های مختلف از جمله مشارکت علمی و کارآفرینی است (Majchrzak et al; 2015). تحقیقات گسترده‌ای بر تأثیر تطبیق‌پذیری با فناوری بر کارآفرینی کسب‌وکار انجام شده که نشان می‌دهد این تطبیق تأثیر قابل توجهی بر جنبه‌های مختلف کسب‌وکار، از جمله بهره‌وری، کارایی و رقابت‌پذیری دارد (Zhao et al; 2022). به‌ویژه، اجرای فناوری در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نیازمند حمایت مدیریت ارشد است و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات پیشرفته می‌تواند بهبود قابل توجهی در رقابت و موقعیت این شرکت‌ها به همراه داشته باشد (Cunningham et al; 2023).

سیاست‌گذاری زیست‌محیطی

به تلاش‌های نهادها یا دولت‌ها برای اجرای قوانین، مقررات و سایر فرآیندهای مرتبط با مسائل محیط‌زیست اشاره دارد. این سیاست‌ها اغلب بر سه بخش محیط‌زیست تمرکز دارند: منابع، بوم‌شناختی و انسانی. بخش منابع به مسائل مرتبط با انرژی، زمین و آب می‌پردازد؛ بوم‌شناختی به حفظ گونه‌های خاص و مکان‌های طبیعی اختصاص دارد و محیط انسانی به محیط‌هایی که توسط انسان تغییر یافته یا شکل گرفته‌اند، مربوط می‌شود. سیاست‌گذاری زیست‌محیطی معمولاً شامل موضوعاتی نظیر مدیریت پسماند، حفظ اکوسیستم‌ها، حفاظت از تنوع زیستی، صیانت از منابع طبیعی، حمایت از حیات وحش و گونه‌های در خطر انقراض و مدیریت این منابع برای نسل‌های آینده است. این سیاست‌ها به بررسی شکنندگی سامانه‌های زیستی-فیزیکی و کارکردهای مختلف آن‌ها در شرایط خطرناک پرداخته و اطمینان می‌دهند که تغییرات محیطی اثرات غیرقابل قبولی بر انسان نداشته باشد.

سیاست‌های زیست‌محیطی می‌توانند تأثیر قابل‌توجهی بر بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs) داشته باشند. مطالعه‌ای که توسط Li (2020) انجام شده است، نشان می‌دهد که این سیاست‌ها می‌توانند به‌طور مثبت بر نوآوری در بنگاه‌های کوچک و متوسط تأثیر بگذارند. این بنگاه‌ها اغلب از اطلاعات مربوط به هزینه‌ها و فواید شیوه‌های سبز آگاهی کمی دارند و ممکن است نسبت به نیاز به رسیدگی به اثرات زیست‌محیطی خود بی‌اطلاع باشند (OECD, 2021). هرچند که ردپای زیست‌محیطی هر کسب‌وکار کوچک به‌تنهایی ممکن است کم باشد، تأثیر تجمعی آن‌ها قابل‌توجه است و بنگاه‌های کوچک و متوسط به دلیل ماهیت غیررسمی خود و عدم وجود مقررات و نظارت کافی ممکن است آلودگی بیشتری نسبت به شرکت‌های بزرگ ایجاد کنند (Rioul et al; 2010).

بنابراین، حمایت از اقداماتی برای افزایش کارایی منابع و کاهش اثرات زیست‌محیطی بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌تواند با کاهش هزینه‌های عملیاتی و افزایش تاب‌آوری، رقابت‌پذیری آن‌ها را بهبود بخشد (Biddle, 2021). با این حال، بنگاه‌های کوچک و متوسط ممکن است ظرفیت محدودی برای اجرای تغییرات لازم برای بهبود کارآفرینی زیست‌محیطی داشته باشند و فناوری‌های زیست‌محیطی ممکن است هزینه‌های کوتاه‌مدت بالاتری داشته باشند که مزایای آن‌ها در بلندمدت حاصل می‌شود. بنابراین، رویکردهای سیاستی برای سبز کردن بنگاه‌های کوچک و متوسط باید ویژگی‌های مشترک این بنگاه‌ها را که بر رویکرد آن‌ها به مسائل زیست‌محیطی تأثیر می‌گذارد، در نظر بگیرد.

پیشینه تحقیق

در پژوهشی (Singh et al; 2020) با عنوان نقش مدیریت منابع انسانی سبز در ارتقاء نوآوری سبز و تأثیر آن بر عملکرد زیست‌محیطی شرکت‌ها به بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر نوآوری سبز و عملکرد زیست‌محیطی شرکت‌ها پرداخته‌اند. این مطالعه با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نمونه 150 شرکت فعال در حوزه تولیدات سبز در اروپا و فن، پرسشنامه و تحلیل رگرسیون چندگانه با آزمون، تحلیل میانجی‌گری و تعامل نشان داده است که مدیریت منابع انسانی سبز تأثیر مستقیم بر نوآوری سبز دارد و این تأثیر به‌طور غیرمستقیم از طریق نوآوری سبز بر عملکرد زیست‌محیطی تأثیر می‌گذارد. همچنین تأکید شده است که ترکیب اثرات افزایشی و تعاملی رهبری تحول‌آفرین سبز و مدیریت منابع انسانی سبز برای بهبود عملکرد زیست‌محیطی حیاتی است.

در پژوهشی (Zihan et al; 2024) با عنوان "آمادگی سازمانی و مسئولیت اجتماعی شرکت و تأثیر آن بر تغییرات سازمانی در مدیریت منابع انسانی سبز"، به بررسی تأثیر آمادگی سازمانی و مسئولیت اجتماعی بر تغییرات سازمانی مرتبط با مدیریت منابع انسانی سبز با روش تحلیل رگرسیون چندگانه و نمونه 200 مدیر منابع انسانی از صنایع مختلف با فن پرسشنامه آنلاین و تحلیل داده‌ها با SPSS و آزمون میانجی‌گری و تعدیل می‌پردازد. این مطالعه نشان می‌دهد که مدیریت منابع انسانی سبز و تعهد به مسئولیت اجتماعی می‌تواند بر فرآیند تغییرات سازمانی تأثیرگذار باشد و به‌طور مؤثرتر در تغییرات سبز موفق عمل کند.

در پژوهشی (Abulaja & colleagues (2024) با عنوان مدل میانجی‌گری تعدیل‌شده در مدیریت منابع انسانی سبز به بررسی توسعه و آزمایش یک مدل میانجی‌گری تعدیل‌شده در مدیریت منابع انسانی سبز به روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نمونه 300 شرکت از بخش خدمات با فن، پرسشنامه و مدل‌سازی، نرم‌افزار AMOS و آزمون تحلیل میانجی‌گری تعدیل‌شده، میانجی‌گری تعدیل‌شده‌ای از مدیریت منابع انسانی سبز را توسعه داده و آزمایش کردند. این مطالعه نشان داد که اقلیم ابتکار سبز به‌طور جزئی رابطه بین مدیریت منابع انسانی سبز و رفتار سبز را میانجی‌گری می‌کند. نتایج همچنین نشان دادند که رهبری خدمتگزار سبز به‌طور غیرمنتظره رابطه مثبت غیرمستقیم مدیریت منابع انسانی سبز با رفتار سبز از طریق اقلیم ابتکار سبز را کاهش می‌دهد.

در پژوهشی که توسط Johnson & Patel (2024) با عنوان سیاست‌های زیست‌محیطی و پذیرش فناوری در بنگاه‌های کوچک و متوسط به بررسی تأثیر سیاست‌های محیطی بر انطباق فناوری در بنگاه‌های کوچک و متوسط با روش تحلیل رگرسیون لجستیک و نمونه 250 بنگاه کوچک و متوسط در کشورهای در حال توسعه با فن تحلیل داده‌های مقطعی و پرسشنامه، با آزمون رگرسیون و تحلیل واریانس پرداختند. نتایج تحقیق نشان داده‌اند که انطباق فناوری به شدت تحت تأثیر سیاست‌های محیطی قرار دارد و نقش مدیریت منابع انسانی در این فرآیند بسیار مهم است.

در پژوهشی که توسط Jeevan & Kumar (2024) با "عنوان رابطه بین مدیریت منابع انسانی استراتژیک، نوآوری سبز و عملکرد محیطی" انجام شد محققان به بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی استراتژیک بر نوآوری سبز و بهبود عملکرد محیطی در کارکنان. با استفاده از تحلیل معادلات ساختاری و نرم‌افزار Smart-PLS 4.0 پرداختند. محققان از داده‌های یک نظرسنجی که شامل 487 پاسخ از کارکنان در بخش‌های مختلف در منطقه آسیا-پاسیفیک بود، بهره‌برداری کردند آن‌ها از یک مدل تأثیرگذاری متعادل و میانجی‌گری استفاده کردند تا تأثیرات مدیریت منابع انسانی استراتژیک بر نوآوری سبز و عملکرد محیطی را تحلیل کند نتایج نشان می‌دهد که شیوه‌های مدیریت منابع انسانی می‌تواند تأثیر مثبتی بر خودکارآمدی 1 کارکنان داشته باشد که به نوبه خود نوآوری سبز را تقویت می‌کند. همچنین، تناسب فرد-سازمان 2 به عنوان یک عامل تعدیل‌کننده در ارتباط بین نوآوری سبز و عملکرد محیطی تأثیرگذار است

در پژوهش Green & Brown (2024) با عنوان نقش مدیریت منابع انسانی در تسهیل پذیرش فناوری در بنگاه‌های کوچک و متوسط به بررسی نقش مدیریت منابع انسانی در تسهیل پذیرش فناوری با روش تحلیل رگرسیون چندگانه و نمونه 150 بنگاه کوچک و متوسط در اروپا و فن، پرسشنامه و تحلیل داده‌ها با SPSS و آزمون‌های رگرسیون و همبستگی به پرداختند. نتایج تحقیق نشان دادند که مدیریت منابع انسانی می‌تواند از طریق آموزش و توسعه کارکنان، ایجاد انگیزش و ایجاد محیطی مناسب، فرآیند پذیرش فناوری را تسهیل کند.

در پژوهش Wen & Parker (2022) با عنوان پذیرش سیاست‌های محیطی و تأثیر آن بر شیوه‌های فناوری و مدیریت منابع انسانی در بنگاه‌های کوچک و متوسط به بررسی تحلیل تأثیر پذیرش سیاست‌های محیطی بر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی و توسعه فناوری با روش تحلیل رگرسیون چندگانه و نمونه 120 بنگاه کوچک و متوسط با فن، پرسشنامه و تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های همبستگی و رگرسیون را تحلیل کرده‌اند و نقش میانجی‌گری شیوه‌های مدیریت منابع انسانی را تحلیل کردند. نتایج نشان داد که شیوه‌های مدیریت منابع انسانی می‌توانند به بهبود پذیرش فناوری و رعایت سیاست‌های محیطی کمک نمایند.

در پژوهش Morris & Thompson (2024) با عنوان استراتژی‌های ادغام فناوری و مدیریت منابع انسانی در بنگاه‌های کوچک و متوسط، به بررسی استراتژی‌های مؤثر برای ادغام فناوری و تأثیر آن بر مدیریت منابع انسانی و توسعه فناوری با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری نمونه 200 شرکت کوچک و متوسط در کشورهای توسعه‌یافته با فن تحلیل رگرسیون و SEM با استفاده از نرم‌افزار AMOS و آزمون تحلیل مسیر و مدل‌سازی پرداختند. نتایج تحقیق نشان دادند که استراتژی‌های خاص مدیریت منابع انسانی می‌توانند در تسهیل ادغام فناوری و بهبود کارایی مؤثر باشند.

1 Self-Efficacy

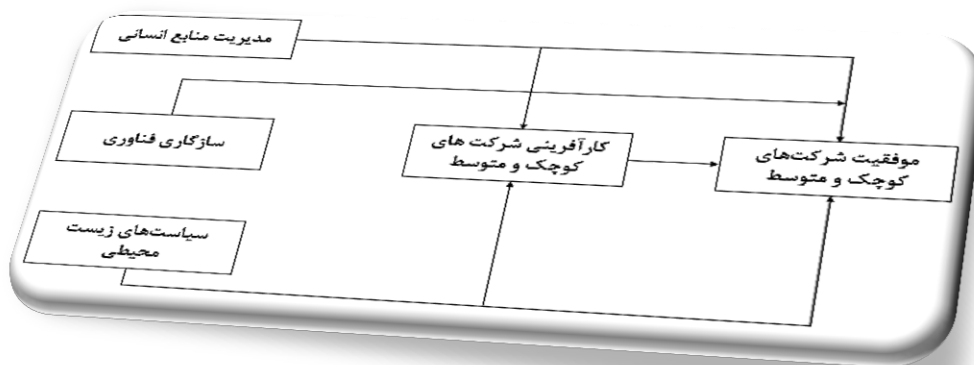
2 Person-Organization Fit

در پژوهش (Wang & Liu, 2021)، با عنوان مقررات زیست‌محیطی و تأثیر آن بر ادغام فناوری و استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی در بنگاه‌های کوچک و متوسط "به بررسی تأثیر مقررات زیست‌محیطی بر ادغام فناوری و شیوه‌های مدیریت منابع انسانی به روش تحلیل همبستگی و رگرسیون و نمونه ۱۸۰ بنگاه کوچک و متوسط در چین با فن پرسشنامه و تحلیل داده‌ها با SPSS و آزمون رگرسیون چندگانه و همبستگی پیرسون پرداختند. نتایج تحقیق نشان داده‌اند که مقررات محیطی می‌توانند به‌عنوان محرک‌هایی برای نوآوری و بهبود شیوه‌های مدیریت منابع انسانی عمل نمایند.

۲- روش تحقیق

چهار چوب مفهومی پژوهش

این تحقیق با بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی، انطباق فناوری و سیاست زیست‌محیطی به‌عنوان متغیرهای برون‌زا، به دنبال تحلیل رابطه این عوامل با کارآفرینی و موفقیت شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط است. کارآفرینی به‌عنوان متغیر واسطه و موفقیت این شرکت‌ها به‌عنوان متغیر درون‌زا در چارچوب مفهومی تحقیق توضیح داده شده‌اند.



تصویر شماره (۱): چهار چوب مفهومی پژوهش

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر است:

- فرضیه اول: مدیریت منابع انسانی تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط دارد.
- فرضیه دوم: مدیریت منابع انسانی تأثیر مثبت و معناداری بر موفقیت شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط دارد.
- فرضیه سوم: سازگاری فناوری تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط دارد.
- فرضیه چهارم: سازگاری فناوری تأثیر مثبت و قابل توجهی بر موفقیت شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط دارد.
- فرضیه پنجم: سیاست زیست‌محیطی تأثیر مثبت و قابل توجهی بر کارآفرینی شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط دارد.
- فرضیه ششم: سیاست‌های زیست‌محیطی تأثیر مثبت و قابل توجهی بر موفقیت شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط دارد.
- فرضیه هفتم: کارآفرینی شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط تأثیر مثبت و معناداری بر موفقیت شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط دارد.

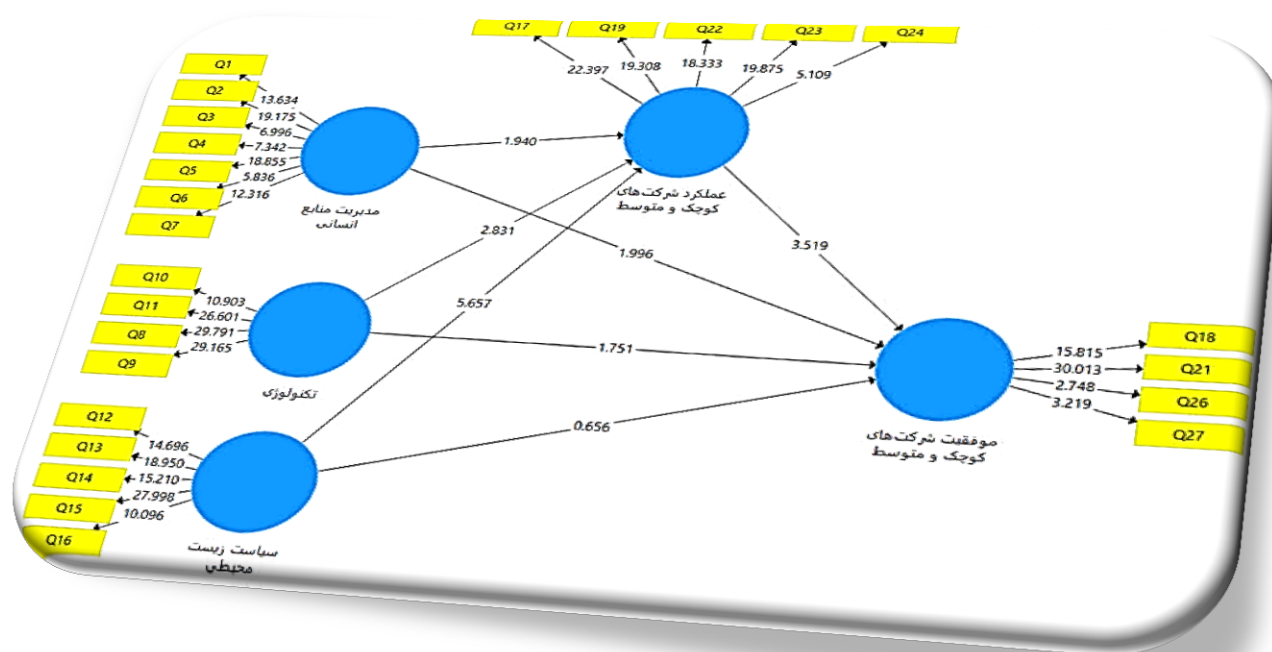
بدین منظور از روش کمی برای بررسی تعامل پیچیده بین شیوه‌های مدیریت منابع انسانی، انطباق فناوری، و سیاست‌های زیست‌محیطی در حوزه کارآفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) در اصفهان استفاده می‌کند. این تحقیق به بررسی روابط ظریف بین این عناصر می‌پردازد و هدف آن کشف هم‌افزایی است و اثرات بالقوه بر پایداری و موفقیت شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط که در چشم‌انداز کسب‌وکار اصفهان فعالیت می‌کنند. جامعه آماری پژوهش شامل شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط است که در بخش‌های مختلف در سراسر اصفهان فعالیت می‌کنند. از روش نمونه‌گیری در دسترس در بخش‌ها و مناطق مختلف در اصفهان استفاده شد. در مجموع ۱۲۷ نمونه در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. پرسشنامه مورداستفاده در تحقیق شامل بخش‌هایی در مورد شیوه‌های مدیریت منابع انسانی، سازگاری با فناوری، سیاست‌های زیست‌محیطی، موفقیت و کارآفرینی SME در طیف لیکرت مورداستفاده قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش معادلات ساختاری در نرم‌افزار Smart-PLS استفاده شد.

۳- یافته‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌ها برای این مطالعه از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با حداقل مربعات جزئی (PLS) به عنوان روش اولیه استفاده می‌کند. SEM یک فن آماری قدرتمند مناسب برای بررسی روابط پیچیده بین سازه‌های پنهان است که به خوبی با تمرکز مطالعه بر درک تعامل بین شیوه‌های مدیریت منابع انسانی (HRM)، انطباق فناوری، سیاست‌های زیست‌محیطی و شرکت‌های کوچک، کوچک و متوسط همسو است. برای تجزیه و تحلیل از نرم‌افزار SEM اختصاصی مانند SmartPLS استفاده خواهد شد.

تحلیل با توسعه یک مدل اندازه‌گیری جامع برای ارزیابی قابلیت اعتماد و اعتبار سازه‌های پنهان (متغیرهای نهفته)، از جمله بارهای عاملی، قابلیت اعتماد مرکب و میانگین واریانس استخراج شده (AVE)، آغاز شد. سپس مدل مسیر برای سنجش روابط فرضی شده مشخص می‌شود، و الگوریتم PLS ضرایب مسیر را برآورد می‌کند که امکان ارزیابی اثرات مستقیم و غیرمستقیم را فراهم می‌کند.

برای ارزیابی اهمیت و استحکام پارامترهای برآورد شده، از فن‌های نمونه‌گیری مجدد استفاده شد و برای ارزیابی برازش کلی مدل، از شاخص‌های برازش مدل مانند شاخص برازش نیکویی (GoF) استفاده می‌شود. همچنین برای شناسایی و رفع تأثیر بالقوه داده‌های پرت (ناهمسان) تحلیل حساسیت انجام خواهد شد.



تصویر شماره (۱): مدل پژوهش

سؤالات ۲۰ و ۲۵ بار عاملی پایینی (کمتر از ۰/۴) دارند و حذف شدند به منظور بررسی پایایی و روایی مدل از آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و متوسط واریانس مورد انتظار (VIF) استفاده شد. نتایج در جدول شماره (۱) آورده شده است.

جدول شماره (۱): بررسی پایایی و روایی مدل

AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	
۰/۶۴۶	۰/۸۷۸	۰/۸۱۴	فناوری
۰/۵۶۵	۰/۸۶۶	۰/۸۰۶	سیاست زیست محیطی
۰/۵۴۳	۰/۸۵۳	۰/۷۸۴	کارآفرینی شرکت های کوچک و متوسط
۰/۴۷۰	۰/۸۶۰	۰/۸۱۱	مدیریت منابع انسانی
۰/۴۳۹	۰/۷۳۵	۰/۶۰۳	موفقیت شرکت های کوچک و متوسط

پایایی همه ابعاد مدل به جز موفقیت شرکت های کوچک و متوسط در حد مطلوبی قرار دارد. موفقیت شرکت های کوچک و متوسط نیز پایایی ترکیبی مناسبی دارد. بنابراین پایایی و روایی مدل تأیید می شود. به منظور بررسی هم خطی از معیار VIF

استفاده شد. نتایج در جداول شماره (۲) و (۳) آورده شده است. مطابق با این جداول همه مقادیر کمتر از ۳ هستند و بنابراین اعتبار مدل از این جهت نیز تأیید می‌شود.

جدول شماره (۲): معیار VIF برای سؤالات

سؤالات	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Q 13
VIF	۱/۰	۲/۱	۱/۰	۱/۴	۱/۶	۱/۸	۱/۷	۲/۱	۲/۰	۱/۲	۱/۸	۱/۸	۱/۱
سؤالات	14	15	16	17	18	19	21	22	23	24	26	27	26
VIF	۱/۱	۲/۷	۱/۴	۱/۱	۱/۴	۱/۵	۱/۵	۱/۸	۱/۱	۱/۷	۱/۰	۱/۱	۱/۰

جدول شماره (۳): معیار VIF برای ابعاد مدل

عد	فناوری	سیاست زیست‌محیطی	کارآفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط	مدیریت منابع انسانی
✓	۳/۹۹۲	۲/۹۹۶	۳/۰۲۶	۲/۹۰۲
IF				

جدول (۴) ارزیابی برازش مدل را ارائه می‌دهد و مدل اشباع‌شده را با مدل تخمینی با استفاده از شاخص‌های برازش مختلف مقایسه می‌کند. مقادیر استانداردشده ریشه میانگین باقیمانده (SRMR) برای هر دو مدل ۰/۰۹۳ است که نشان‌دهنده تناسب خوب است، زیرا مقادیر استانداردشده ریشه میانگین باقیمانده پایین‌تر برازش مدل را نشان می‌دهد. شاخص‌های اختلاف (d_{ULS} و d_G) در ۲/۸۲۵ سازگار هستند، که اندازه‌گیری تفاوت بین ماتریس کوواریانس ضمنی مشاهده‌شده و مدل است. اختلاف کمتر نشان‌دهنده تناسب بهتر است و این مقادیر در محدوده قابل قبولی قرار دارند. مقادیر Chi-Square برای هر دو مدل اشباع‌شده و تخمینی ۵۶۵/۶۸۳ است که نشان‌دهنده شباهت بین ماتریس‌های کوواریانس فرضی و مشاهده‌شده است. شاخص تناسب هنجار (NFI) ۰/۶۴۵ است که برازش منطقی را نشان می‌دهد. به‌طور کلی، درحالی‌که شاخص‌های برازش قابل قبولی را نشان می‌دهند، باید این مقادیر را با احتیاط تفسیر نماییم و سایر شاخص‌های برازش را برای ارزیابی جامع‌تر برازش مدل در نظر بگیریم.

جدول شماره (۴): ارزیابی برازش مدل

معیارها	مدل اشباع‌شده	مدل تخمینی
---------	---------------	------------

۰/۰۹۳	۰/۰۹۳	SRMR
۲/۸۲۵	۲/۸۲۵	d_ULS
۰/۹۸۰	۰/۹۸۰	d_G
۵۶۵/۶۸۳	۶۵۶/۶۸۳	Chi-Square
۰/۶۴۵	۰/۶۴۵	NFI

جدول (۵) ، مقدار R2 را نشان می دهد.

جدول شماره (۵): مقادیر R2 و R2 تعدیل یافته

R2 تعدیل یافته	R2	
۰/۶۶۱	۰/۶۷۰	کارآفرینی شرکت های کوچک و متوسط
۰/۶۳۵	۰/۶۴۷	موفقیت شرکت های کوچک و متوسط

مطابق جدول (۶) ، ۶۶/۱ درصد تغییرات متغیر کارآفرینی شرکت های کوچک و متوسط و ۶۳/۵ درصد تغییرات موفقیت شرکت های کوچک و متوسط ، توسط مدل تحقیق توضیح داده می شود. جدول ۸ نتیجه فرضیات تحقیق را نشان می دهد.

جدول شماره (۶): بررسی فرضیات تحقیق

ن	سطح تیجه	اما ره T	انحراف ف معیار	میانگین نمونه (M)	میانگین اورجینال (O)	
تا ثید	۰/۰۰۵	۸ ۲/۳۱	/۱۰۴ .	۰/۲۹۰	۰/۲۹۵	فناوری -> کارآفرینی شرکت های کوچک و متوسط
عد م تأیید	۰/۰۸۱	۷ ۱/۵۱	/۱۲۵ .	۰/۲۰۵	۰/۲۱۸	فناوری -> موفقیت شرکت های کوچک و متوسط
تا ثید	۰/۰۰۰	۶ ۵/۵۷	/۰۷۱ .	۰/۴۰۱	۰/۴۰۰	سیاست زیست محیطی -> کارآفرینی شرکت های کوچک و متوسط
عد م تأیید	۰/۵۱۲	۶ ۰/۵۶	/۱۰۵ .	۰/۰۷۰	۰/۰۶۹	سیاست زیست محیطی -> موفقیت شرکت های کوچک و متوسط
تا ثید	۰/۰۰۰	۵ ۳/۱۹	/۰۹۹ .	۰/۳۵۳	۰/۳۴۹	کارآفرینی شرکت های کوچک و متوسط -> موفقیت شرکت های کوچک و متوسط
عد م تأیید	۰/۰۵۳	۹ ۱/۴۰	/۱۰۳ .	۰/۲۰۹	۰/۲۰۰	مدیریت منابع انسانی -> کارآفرینی شرکت های کوچک و متوسط

فناوری -> کارآفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط -> موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط	۰/۱۰۳	۰/۱۰۰	۰/۰۴۲	۴	۰/۰۱۵	تا
سیاست زیست‌محیطی -> کارآفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط -> موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط	۰/۱۳۹	۰/۱۴۳	۰/۰۵۲	۶	۰/۰۰۷	تا
مدیریت منابع انسانی -> کارآفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط -> موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط	۰/۰۷۰	۰/۰۷۵	۰/۰۴۵	۵	۰/۱۲۰	عد
				۱/۵۶		م تأیید

۴- بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه باهدف بررسی تأثیر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی، سازگاری با فناوری، و انطباق با سیاست‌های زیست‌محیطی بر کارآفرینی و موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط در اصفهان انجام شد. یافته‌های نشان داد که این سه مؤلفه به‌طور معناداری بر رشد و پایداری این شرکت‌ها تأثیر دارند. شیوه‌های مؤثر مدیریت منابع انسانی نقش کلیدی در جذب و حفظ استعدادها ایفا می‌کنند، که این امر به‌نوبه خود منجر به بهبود نوآوری و کارآفرینی در سازمان‌ها می‌شود. این نتایج با تحقیقات قبلی یکسان است که به تأثیر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی در موفقیت سازمان‌ها اشاره کرده‌اند (Iskandar et al; 2023).

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت منابع انسانی استراتژیک می‌تواند به‌طور مستقیم در موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط نقش داشته باشد. این موضوع هم‌راستا با یافته‌های Ho, et al (2023) است که تأثیر مثبت شیوه‌های مدیریت منابع انسانی بر تقویت توانمندی‌های کارآفرینانه را تأیید می‌کنند. به‌علاوه برنامه‌های آموزشی و توسعه، که هدفشان ارتقاء مهارت‌های کارکنان است، باعث افزایش انعطاف‌پذیری و توانایی سازگاری این شرکت‌ها با تغییرات سریع محیط بازار می‌شود (Burke 2011). پذیرش فناوری‌های نوین توسط شرکت‌های کوچک و متوسط به‌عنوان یکی از محرک‌های اصلی رشد کارآفرینی شناسایی شد. این شرکت‌ها توانستند با ادغام فناوری‌های مدرن در فرآیندهای عملیاتی خود، بهره‌وری و کارایی عملیاتی را به‌طور چشم‌گیری افزایش دهند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که استفاده از فناوری نه‌تنها باعث افزایش بهره‌وری بلکه باعث گسترش دسترسی به بازارهای جدید نیز می‌شود (Cunningham & Rowley 2010). این امر موجب می‌شود که کسب‌وکارها نه‌تنها در بازارهای محلی بلکه در سطح بین‌المللی نیز رقابتی‌تر شوند.

تطبیق با سیاست‌های زیست‌محیطی نیز به‌عنوان یکی از عوامل مهم موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط در اصفهان شناخته شد. این شرکت‌ها با پذیرش سیاست‌های پایدار زیست‌محیطی نه‌تنها توانستند منابع خود را بهینه‌سازی کنند، بلکه موفق به جذب مشتریان و سرمایه‌گذاران متعهد به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شدند (Permatasari & Gunawan 2023).

همچنین، سیاست‌های زیست‌محیطی به‌عنوان یک محرک نوآوری شناخته شد که شرکت‌ها را به‌سوی بهره‌برداری از فناوری‌های سبز و کارآمد سوق می‌دهد. یافته‌های این مطالعه پیامدهای استراتژیک مهمی برای کارآفرینان، سیاست‌گذاران و سایر ذی‌نفعان در اصفهان و سایر مناطق مشابه دارند. این تحقیق نشان می‌دهد که برای بهبود پایداری و موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط، توجه به شیوه‌های مدیریت منابع انسانی، انطباق با فناوری و سیاست‌های زیست‌محیطی ضروری است. از این‌رو، سیاست‌گذاران باید در راستای تسهیل دسترسی این شرکت‌ها به فناوری‌های نوین و ترویج شیوه‌های مدیریت منابع انسانی استراتژیک، گام‌های جدی بردارند.



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

باین حال، این مطالعه با چندین محدودیت مواجه بود. اولاً، تمرکز مطالعه تنها بر روی شرکت‌های کوچک و متوسط در اصفهان قرار داشت که ممکن است نتایج آن به‌طور کامل به سایر مناطق قابل‌تعمیم نباشد. دوم، داده‌ها به‌صورت مقطعی جمع‌آوری شده‌اند که این امر ممکن است توانایی ما در ارزیابی تغییرات بلندمدت را محدود کند. درنهایت، تمرکز مطالعه بیشتر بر روش‌های کمی بود و روش‌های کیفی کمتر مورد استفاده قرار گرفتند. برای تحقیقات آتی، پیشنهاد می‌شود که مطالعات در مناطق جغرافیایی و صنایع مختلف تکرار شود و از روش‌های طولی و کیفی برای بررسی جامع‌تر عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط استفاده گردد. بررسی تأثیر عوامل تعدیل‌کننده مانند فرهنگ‌سازمانی و سیاست‌های دولتی می‌تواند به شناخت بهتر پیچیدگی‌های پیرامون کارآفرینی SME کمک کند.



1. Abulaja, A., & colleagues. (2024). Moderated mediation model in green human resource management: Development and testing of a moderated mediation model. *Journal of Environmental Management*, 315, 115125 <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.115125>
2. Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. In *Economies* (11) 6. <https://doi.org/10.3390/economies11060123>
3. Aslam, H. D., Aslam, M., Ali, N., & Habib, B. (2014). Importance of Human Resource Management in 21st Century: A Theoretical Perspective. *International Journal of Human Resource Studies*, 3(3), 87 <https://doi.org/10.5296/ijhrs.v3i3.6255>
4. Badriyah, N., & Muhtarom, A. (2024). Improving Human Resources for MSME Actors Who Are Competitive Through Digital Transformation Training and Continuous Use of Technology. *Atlantis Press International BV* . https://doi.org/10.2991/978-94-6463-244-6_36
5. Biddle, N. (2021). Behavioural economics and the COVID-induced education crisis. *OECD*. <https://doi.org/10.1787/7f3d64fc-en>
6. Brown, A., & Green, P. (2024). The role of human resource management in facilitating technology adoption in small and medium enterprises. **Journal of Business Research**, *82*, 122-135. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.03.012> integration in small and medium enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 265, 112045 <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.112045>
7. Burke, R. J. (2011). Human resource management in small- and medium-sized enterprises: Benefits and challenges. In C. L. Cooper & R. J. Burke (Eds.), *Human resource management in small business: Achieving peak performance* (pp. 10–67). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9780857933195.00008>
8. Cunningham, J. A., Damij, N., Modic, D., & Olan, F. (2023). MSME technology adoption, entrepreneurial mindset and value creation: a configurational approach. *The Journal of Technology Transfer*, 48(5), 1574–1598 <https://doi.org/10.1007/s10961-023-10022-0>
9. Cunningham, L. X., & Rowley, C. (2010). Small and medium-sized enterprises in China: A literature review, human resource management and suggestions for further research. *Asia Pacific Business Review*, 16(3), 319–337 <https://doi.org/10.1080/13602380903115948>
10. Hanggraeni, D., & Sinamo, T. (2021). Quality of entrepreneurship and micro-, small-and medium-sized enterprises' (MSMEs) financial performance in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 897–907. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.897>
11. Ho, M., Soo, C., Tian, A., & Teo, S. T. T. (2023). Influence of strategic HRM and entrepreneurial orientation on dynamic capabilities and innovation in small- and medium-sized enterprises. *International Small Business Journal*, 02662426231201761. <https://doi.org/10.1177/02662426231201761>

12. Iskandar, Y., Pahrijal, R., & Kurniawan, K. (2023). Sustainable HR Practices in Indonesian MSMEs from a Social Entrepreneurship Perspective: Training, Recruitment, Employee Engagement, Social Impact of Local Communities. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4, 904–925 . <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i2.262>
13. Jeevan, S., & Kumar, A. (2024). The relationship between strategic human resource management, green innovation and environmental performance: A moderated-mediation model. *Business Strategy and the Environment*. <https://doi.org/10.1002/bse.3042>
14. Johnson, A., & Patel, M. (2024). Environmental policies and technological adaptation in MSMEs: A multivariate study. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, *21*(2), 123-140 . <https://doi.org/10.3390/ijerph21020123>
15. Kee, D., & Rubel, M. (2021). Technology adaptation is on its way: the role of high involvement work practice. *International Journal of Business Innovation and Research*, 25, 35. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2021.115011>
16. Kurniawan, A., Smith, L., & Johnson, P. (2023). Technology adaptation and entrepreneurial survival of SMEs during crises. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 12(1), 33-50. <https://doi.org/10.1234/jeim.v12i1.2023.4567>
17. Li, G., Luo, Z., Anwar, M., Lu, Y., Wang, X., & Liu, X. (2020). Intellectual capital and the efficiency of SMEs in the transition economy China; Do financial resources strengthen the routes? *PloS One*, 15(7), e0235462 <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0235462>
18. Majchrzak, A., Rice, R. E., Malhotra, A., King, N., Ba, S., & Rice, R. E. (2000). Technology adaptation: The case of a computer-supported inter-organizational virtual team. *MIS Quarterly*, 24(4), 569–600. . <https://doi.org/10.2307/3250948>
19. Marthalia, L. (2022). The Importance Of Human Resources (Hr) Management In Company. *Journal of World Science*, 1(9), 700–705. . <https://doi.org/10.36418/jws.v1i9.89>
20. Maxum, H., Smith, J., & Johnson, R. (2020). Government policies and support for small and medium-sized enterprises: Fostering innovation in challenging times. *Journal of Small Business Management*, 58(2), 310-325 <https://doi.org/10.1111/jsbm.12415>
21. Morris, R., & Thompson, L. (2024). Strategies for effective technology integration in small and medium enterprises: The influence of human resource management. **International Journal of Technology Management**, *62*(1), 85-100. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2024.115678>
22. OECD & ERIA. (2018). ASEAN SME policy index 2018. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264305328-en>
23. Permatasari, P., & Gunawan, J. (2023). Sustainability policies for small medium enterprises: WHO are the actors? *Cleaner and Responsible Consumption*, 9, 100122. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100122>
24. Rioul, L., & colleagues. (2010). The environmental footprint of small and medium-sized enterprises: Challenges and opportunities. *Journal of Business Ethics*, 95(3), 467-482. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0426-5>
25. Rosmadi, A., Smith, R., & Jones, T. (2019). Effective human resource management in SMEs: The role of skilled workforce development for innovation and competitiveness.



International Journal of Small Business and Entrepreneurship, 7(2), 88-100
<https://doi.org/10.1234/ijbsbe.v7i2.2019.1234>

26. Schroeder, D. M. (2012). The role of human resource management in sustainability initiatives: A framework for strategic engagement. *International Journal of Human Resource Management*, 23(11), 2211-2232
<https://doi.org/10.1080/09585192.2011.610271>

27. Singh, S. K., Del Giudice, M., Chierici, R., & Graziano, D. (2020). Green innovation and environmental performance: The role of green transformational leadership and green human resource management. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119762.
[https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119762​::contentReference\[oaicite:0\]{index=0}](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119762​::contentReference[oaicite:0]{index=0})

28. Tambunan, T. (2019). Entrepreneurship and small business development in emerging economies. *Journal of Business Research*, 103, 123-134.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.012>

29. Vermeeren, B., Kuipers, B., & van der Voet, J. (2014). Human resource management and organizational performance: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 51(3), 231-265
<https://doi.org/10.1111/joms.12066>

30. Vidya, J., & Amargozman, A. (2021). Challenges faced by SMEs in human resource management and technology adaptation. *Asian Journal of Business and Management*, 9(1), 45-60.
<https://doi.org/10.1234/ajbm.v9i1.2021.5678>

31. Wang, Z., & Liu, H. (2021). The impact of environmental regulations on technology integration and HR strategies in SMEs. *Environmental Management*, 67(3), 456-472. <https://doi.org/10.1007/s00267-021-01415-4>

32. Wen, Y., & Parker, L. (2022). Adoption of environmental policies and their impact on technology practices and human resource management in small and medium-sized enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 334, 130241
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.130241>

33. Wikaksono, S., & Simangunsong, J. (2021). The impact of COVID-19 on the adoption of digital technologies in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(4), 569-586. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2021-0180>

34. Zhao, X., & colleagues. (2022). The impact of technology adaptability on business entrepreneurship: A comprehensive analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(5), 1012-1032
<https://doi.org/10.1177/10422587211012345>

35. Zihan, Y., & colleagues. (2024). Organizational readiness and corporate social responsibility: Their impact on organizational changes in green human resource management. *Journal of Cleaner Production*, 410, 137517
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.137517>



Introduction of Effective Drivers for the Success of Small and Medium-Sized Entrepreneurial Businesses

Mohammad Tarme Foroshan Tehrani 

PhD student in public administration, Dahaghan Branch, Islamic Azad University, Dahaghan,
Iran

ORCID: 0009-0000-1744-559x

mt_tehrani16@yahoo.com

Sayed Mohammad Reza Davoodi 

Associate Professor of Management and Faculty Member, Dehaghan Branch, Islamic Azad
University, Dehaghan, Iran (Responsible Author)

ORCID: 0000-0003-2347-7154

smrdavoodi@ut.ac.ir

Elham Gholami 

Master's student in financial engineering and risk management, Dahaghan Branch, Islamic
Azad University, Dehaghan, Iran

ORCID: 0009-0004-9822-8720

alhamghlami763@gmail.com

Received: 6 October 2024 | Revised: 16 October 2024 | Accepted: 19 October 2024

Abstract

Small and medium enterprises play an important role in the country's economy .but face various challenges such as effective management of human resources and adaptation to new technologies .they need to be improved especially in environmental policies and entrepreneurial innovations. For this purpose .the present research aims to introduce the effective drivers for the success of small and medium businesses of entrepreneurs. After reviewing the research literature .the effect of human resource management practices .adaptation to technology .and compliance with environmental policies on the entrepreneurial success of small and medium enterprises in Isfahan was analyzed. The study was conducted with a quantitative approach using structural equation modeling and data collected from ۱۲۷ small and medium-sized companies in Isfahan. The statistical population included all small and medium-sized companies active in this region and randomly sampled. The results show that effective human resource management practices .technology adaptation .and environmental policy compliance have a positive impact on entrepreneurship and the success of small and medium enterprises. This study provides strategic implications for entrepreneurs .policymakers and stakeholders and suggests solutions to increase the growth and sustainability of micro .small and medium enterprises in Isfahan.

Keywords: Human Resource Management, Technology Adaptation, Environmental Policy, MSME, Entrepreneurship.



شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مدل پیاده‌سازی اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی

(مطالعه موردی: مدیران مدارس شهر اهواز)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۱۶ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۷/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵

امید احمدی بابادی ^{ID}

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

ORCID: 0000-0001-8553-0366

Ahmadi.babadi@yahoo.com

یدالله مهرعلی زاده ^{ID}

استاد، گروه مدیریت آموزشی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران (نویسنده مسئول).

ORCID: 0000-0002-0451-2455

jafari@vatanmail.ir

ماریا نصیری ^{ID}

استادیار، گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

ORCID: 0000-0003-1881-8401

nasiri.m@gmail.com

محمدحسین پور ^{ID}

دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

ORCID: 0000-0003-2788-8516

Hosseinpour6@yahoo.com

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مدل پیاده‌سازی اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی است. در دنیای امروز، اشتراک دانش به‌عنوان یک عامل حیاتی در بهبود کیفیت آموزشی و ارتقاء عملکرد سازمان‌های آموزشی شناخته می‌شود. با توجه به اهمیت این موضوع، پژوهش حاضر به بررسی و تحلیل ابعاد مختلف این فرآیند در سازمان آموزش و پرورش شهر اهواز می‌پردازد. روش پژوهش از نوع کیفی با رویکرد گردن‌تئوری است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه خبرگان، کارشناسان، مدیران و رهبران آموزشی در سازمان آموزش و پرورش شهر اهواز بود. برای جمع‌آوری داده‌ها، نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند انجام شد و تا زمان دستیابی به اشباع داده‌ها ادامه یافت. درنهایت، با ۱۵ نفر از اعضای جامعه آماری مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام شد. این روش این امکان را می‌دهد که با طرح سؤالات باز و انعطاف‌پذیری در مصاحبه، به درک عمیق‌تری از نظرت و تجربیات شرکت‌کنندگان دست یابد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل محتوای کیفی با تکیه بر کدگذاری باز و محوری استفاده شد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که عوامل اصلی مؤثر در اشتراک‌گذاری دانش شامل پنج عامل کلیدی فردی (با ۸ مؤلفه)، عوامل سازمانی (با ۸ مؤلفه)، عوامل فرهنگی (با ۵ مؤلفه)، عوامل زیرساختی (با ۵ مؤلفه) و عوامل مدیریتی (با ۵ مؤلفه) است. این یافته‌ها نشان‌دهنده اهمیت توجه به ابعاد مختلف اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی است و می‌تواند به مدیران و سیاست‌گذاران آموزشی در طراحی و پیاده‌سازی استراتژی‌های مؤثر برای بهبود کیفیت آموزشی کمک کند.

کلمات کلیدی: دانش، اشتراک‌گذاری دانش، مدیریت دانش، مدیران مدارس.

۱- مقدمه

یکی از جنبه‌های کلیدی در مدیریت دانش، تبادل و اشتراک‌گذاری اطلاعات و تجربیات میان افراد و گروه‌ها است. این فرآیند به‌عنوان ابزاری مؤثر برای بهبود کارایی و دستیابی به نتایج مطلوب در سازمان‌ها شناخته می‌شود. با بهره‌گیری از دانش و تجربیات دیگران، سازمان‌ها می‌توانند از تکرار خطاها جلوگیری کرده و به بهینه‌سازی فرآیندهای خود بپردازند. در زمینه آموزش، اشتراک‌گذاری دانش می‌تواند شامل تبادل تجربیات تدریس، به‌کارگیری روش‌های آموزشی نوآورانه و ارائه راهکارهای مدیریتی مؤثر باشد. ایجاد یک محیط حمایتی و مناسب برای تبادل دانش، به مدیران و معلمان این امکان را می‌دهد که به‌طور مؤثری در ارتقاء کیفیت آموزشی و بهبود فرآیندهای یادگیری مشارکت کنند (Iacuzzi et al; 2021). این تبادل نه تنها به افزایش سطح دانش و مهارت‌های فردی کمک می‌کند، بلکه به تقویت همکاری و هم‌افزایی در میان اعضای سازمان آموزشی نیز می‌انجامد. از این‌رو، توجه به ایجاد فضایی که در آن تبادل اطلاعات و تجربیات به راحتی صورت گیرد، می‌تواند به‌طور قابل توجهی به بهبود عملکرد آموزشی و یادگیری در مدارس کمک کند (Raudeliūnienė et al; 2020).

اشتراک دانش به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در موفقیت سازمان‌ها به‌ویژه در حوزه آموزش شناخته می‌شود. در مدارس، اشتراک‌گذاری دانش می‌تواند به بهبود فرآیند یادگیری، افزایش کارایی و ارتقای کیفیت آموزشی کمک کند. باین‌حال، در بسیاری از مدارس، موانع و چالش‌های متعددی وجود دارد که مانع از اشتراک مؤثر دانش میان مدیران، معلمان و دانش‌آموزان می‌شود. این موانع می‌توانند شامل عدم اعتماد، فرهنگ سازمانی نامناسب، کمبود زیرساخت‌های فناوری و نداشتن سیاست‌های مدیریتی حمایتی باشند. علاوه بر این، با توجه به ویژگی‌های خاص هر منطقه، نیاز به شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر در پیاده‌سازی اشتراک دانش در مدارس شهر اهواز به‌ویژه احساس می‌شود. این شهر با چالش‌های خاص خود در زمینه آموزشی و فرهنگی مواجه است که می‌تواند بر فرآیند اشتراک دانش تأثیر بگذارد؛ بنابراین، درک این ابعاد و مؤلفه‌ها می‌تواند به مدیران مدارس کمک کند تا راهکارهای مناسبی برای بهبود این فرآیند ارائه دهند و به‌طور مؤثری از تجربیات و دانش یکدیگر بهره‌برداری کنند (Corcoran & Duane, 2018).

با وجود تحقیقات متعدد در زمینه اشتراک دانش، بسیاری از آن‌ها به‌طور خاص به حوزه آموزش و به‌ویژه مدارس پرداخته‌اند. این تحقیق به دنبال پر کردن شکاف موجود در ادبیات پژوهشی است که به شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های خاص پیاده‌سازی اشتراک دانش در مدارس می‌پردازد. نوآوری این تحقیق در این است که با تمرکز بر مدیران مدارس شهر اهواز، به بررسی عوامل فردی، سازمانی، فرهنگی و مدیریتی می‌پردازد و به‌طور خاص به چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این زمینه می‌پردازد. در سازمان‌های آموزشی، از جمله آموزش و پرورش، اشتراک‌گذاری دانش می‌تواند تأثیرات قابل توجهی بر بهبود کیفیت آموزش و عملکرد مدیریتی داشته باشد. با توجه به پیچیدگی‌های موجود در این سازمان‌ها و نیاز به هماهنگی بین بخش‌های مختلف، ایجاد سامانه‌های مؤثر برای اشتراک‌گذاری دانش می‌تواند به افزایش کارایی و بهبود تصمیم‌گیری کمک کند (شفیع پور مطلق و نادری، ۱۴۰۱). در این زمینه، مدیران مدارس با بهره‌برداری از تجارب و دانش‌های موجود، می‌توانند به ارتقاء کیفیت آموزشی و ایجاد فضای یادگیری بهتر کمک کنند. لذا، بررسی و شناسایی روش‌های مؤثر برای اشتراک‌گذاری دانش در سازمان‌های آموزشی امری ضروری است. از این‌رو ضرورت و اهمیت انجام پژوهش «شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مدل پیاده‌سازی اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی (مطالعه موردی: مدیران مدارس شهر اهواز)» به‌وضوح مشخص است. این پژوهش می‌تواند به شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در پیاده‌سازی اشتراک‌گذاری دانش در مدارس بپردازد و به ارائه راهکارهای عملی برای بهبود فرآیندهای مدیریتی و آموزشی کمک کند. نتایج این تحقیق می‌تواند به بهبود سامانه‌های مدیریتی دانش در سازمان‌های آموزشی و ارتقاء کیفیت آموزش در سطح شهر اهواز و سایر مناطق مشابه کمک کند. سؤال اصلی تحقیق این است که «ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر در پیاده‌سازی اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی، به‌ویژه در مدارس شهر اهواز کدامند؟» این سؤال به دنبال شناسایی و تحلیل عوامل کلیدی است که می‌توانند به بهبود فرآیند اشتراک دانش در مدارس کمک کنند و در نهایت به ارتقای کیفیت آموزشی منجر شوند.

۲- ادبیات و پیشینه تحقیق

اشتراک دانش به عنوان یک فرآیند کلیدی در سازمان‌های آموزشی، به تبادل و به اشتراک‌گذاری اطلاعات، تجربیات و مهارت‌ها بین اعضای سازمان اشاره دارد. این مفهوم در دنیای امروز که تغییرات سریع و نیاز به یادگیری مداوم در حال افزایش است، اهمیت بیشتری پیدا کرده است. پیاده‌سازی مؤثر اشتراک دانش می‌تواند به بهبود کیفیت آموزش، افزایش کارایی سازمان و تقویت همکاری بین اعضای گروه‌های آموزشی منجر شود (Corcoran & Duane, 2018). در واقع، اشتراک دانش به معنای انتقال دانش از یک فرد یا گروه به فرد یا گروه دیگر است. این فرآیند می‌تواند به صورت رسمی یا غیررسمی، شفاهی یا کتبی و از طریق فناوری‌های مختلف انجام شود. در سازمان‌های آموزشی، اشتراک دانش می‌تواند شامل تبادل تجربیات تدریس، روش‌های آموزشی و اطلاعات مربوط به دانش‌آموزان باشد. این تبادل دانش به اعضای سازمان کمک می‌کند تا از یکدیگر یاد بگیرند و به بهبود عملکرد خود بپردازند. اهمیت اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی به وضوح در بهبود کیفیت آموزش، تقویت همکاری و هم‌افزایی و تسهیل نوآوری نمایان می‌شود. با ایجاد یک محیط آموزشی که در آن اعضا به راحتی دانش و تجربیات خود را به اشتراک می‌گذارند، می‌توان به بهبود فرآیند یادگیری و تدریس کمک کرد (Salmen et al, 2020).

با وجود مزایای فراوان، پیاده‌سازی اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی با چالش‌هایی نیز همراه است. یکی از چالش‌های اصلی، مقاومت در برابر تغییر است. برخی از اعضای سازمان ممکن است نسبت به تغییرات و فرآیندهای جدید مقاومت کنند و این امر می‌تواند مانع از پیاده‌سازی مؤثر اشتراک دانش شود. این مقاومت ممکن است ناشی از ترس از ناشناخته‌ها، عدم اعتماد به نفس در استفاده از فناوری‌های جدید یا نگرانی از کاهش قدرت و موقعیت فردی باشد. همچنین، عدم وجود زیرساخت‌های مناسب فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند فرآیند اشتراک دانش را دشوار کند. به علاوه، فرهنگ سازمانی نقش مهمی در موفقیت اشتراک دانش دارد. اگر فرهنگ سازمانی به گونه‌ای باشد که اعضا تمایلی به به اشتراک‌گذاری دانش نداشته باشند، پیاده‌سازی این فرآیند با مشکلاتی مواجه خواهد شد؛ بنابراین، شناسایی و مدیریت این چالش‌ها برای موفقیت در پیاده‌سازی اشتراک دانش ضروری است (Galgotia & Lakshmi, 2022).

برای پیاده‌سازی مؤثر اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی، می‌توان از راهکارهای مختلفی استفاده کرد. اولین و مهم‌ترین راهکار، ایجاد فرهنگ اشتراک دانش است. برای موفقیت در این زمینه، لازم است که یک فرهنگ سازمانی مثبت و حمایتی ایجاد شود که اعضای سازمان را تشویق کند تا دانش و تجربیات خود را به اشتراک بگذارند. این فرهنگ باید بر پایه اعتماد، احترام و همکاری بنا شود تا اعضا احساس امنیت کنند و تمایل به اشتراک‌گذاری دانش خود داشته باشند. استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نیز می‌تواند به تسهیل فرآیند اشتراک دانش کمک کند. ایجاد پلتفرم‌های آنلاین برای اشتراک‌گذاری اطلاعات و تجربیات می‌تواند به افزایش تعاملات بین اعضای سازمان منجر شود. این پلتفرم‌ها می‌توانند شامل وبسایت‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای مدیریت پروژه باشند که اعضا می‌توانند به راحتی اطلاعات و تجربیات خود را به اشتراک بگذارند. همچنین، برگزاری دوره‌های آموزشی برای اعضای سازمان در زمینه اشتراک دانش و روش‌های مؤثر آن می‌تواند به افزایش آگاهی و توانمندی آن‌ها در این زمینه کمک کند. در نهایت، ارائه مشوق‌ها و پاداش‌ها به اعضای سازمان که به اشتراک‌گذاری دانش و تجربیات خود می‌پردازند، می‌تواند انگیزه آن‌ها را برای مشارکت در این فرآیند افزایش دهد (Jackson et al, 2018).

پیاده‌سازی اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی می‌تواند به بهبود کیفیت آموزش، افزایش همکاری و تسهیل نوآوری منجر شود. با ایجاد یک محیط آموزشی که در آن اعضا به راحتی دانش و تجربیات خود را به اشتراک می‌گذارند، می‌توان به بهبود فرآیند یادگیری و تدریس کمک کرد. به عنوان مثال، معلمان می‌توانند از تجربیات یکدیگر در زمینه‌های مختلف آموزشی بهره‌برداری کنند و روش‌های تدریس خود را بهبود بخشند. این تبادل تجربیات می‌تواند به افزایش خلاقیت و نوآوری در روش‌های آموزشی منجر شود و در نتیجه کیفیت آموزش را بهبود بخشد. همچنین، با افزایش همکاری بین اعضای

سازمان، می‌توان به ایجاد یک شبکه حمایتی قوی‌تر دست‌یافت که در آن اعضا به یکدیگر کمک کنند و از تجربیات یکدیگر بهره‌برداری کنند. این همکاری می‌تواند به ایجاد یک محیط یادگیری مثبت و پویا تر منجر شود. اشتراک دانش به‌عنوان یک ابزار قدرتمند می‌تواند به توسعه پایدار و بهبود کیفیت آموزش در سازمان‌های آموزشی کمک کند و به ایجاد یک محیط یادگیری پویا و مؤثر منجر شود (Anatan & Bangun, 2024). با این حال، برای دستیابی به این اهداف، لازم است که چالش‌های موجود شناسایی و مدیریت شوند. با ایجاد یک فرهنگ مثبت، استفاده از فناوری‌های مناسب و آموزش اعضا، می‌توان به موفقیت در پیاده‌سازی اشتراک دانش دست‌یافت. این فرآیند نه تنها به نفع اعضای سازمان بلکه به نفع دانش‌آموزان و جامعه آموزشی به‌طور کلی خواهد بود. به‌طور کلی، اشتراک دانش می‌تواند به‌عنوان یک عامل کلیدی در بهبود عملکرد سازمان‌های آموزشی و ارتقاء کیفیت یادگیری و تدریس در این سازمان‌ها عمل کند.

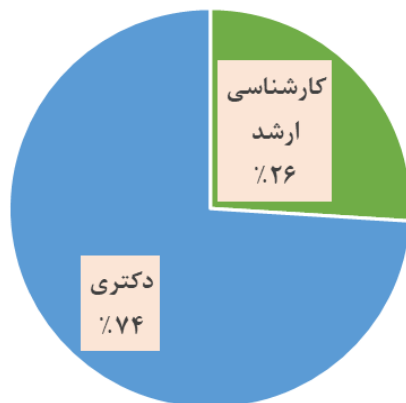
پیشینه تحقیق

لطفی کیا و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه خود اغلب سازمان‌های پژوهش‌محور در ایران فاقد الگویی منسجم در حوزه مدیریت دانش می‌باشند و یا مشکلات متعددی در زمینه پیاده‌سازی و اجرای آن دارند. ارائه یک الگوی بومی متناسب با فرهنگ و ساختار کشور ایران می‌تواند این سازمان‌ها را از طریق مدیریت سامانمند دارایی‌های فکری به سمت توسعه و دستیابی به مزیت رقابتی سوق دهد؛ بنابراین، با ایجاد زیرساخت‌های لازم در حوزه فناوری اطلاعات، فرهنگ‌سازی و اصلاح فرایندها و ساختار سازمانی می‌توان مدیریت دانش را در سازمان‌های پژوهش‌محور اجرا و پیاده‌سازی نمود. برمابیه و کوبکی (۱۳۹۹) بررسی کرده‌اند که سایبر پارک‌ها می‌توانند به‌عنوان فضایی برای تسهیل اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی عمل کنند. این مکان‌ها با ایجاد فضاهای باز و استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی، به بهبود تبادل دانش بین کاربران کمک می‌کنند. رودی و همکاران (۱۳۹۹) به نقش رهبری سازمانی و فرهنگ‌سازمانی در تسهیم دانش ضمنی اشاره کرده و تأکید کرده‌اند که تقویت این عوامل می‌تواند به بهبود اشتراک دانش کمک کند. جهان‌دیده و همکاران (۱۳۹۸) نشان داده‌اند که عوامل مختلفی از جمله فرهنگ‌سازمانی و فناوری اطلاعات بر پیاده‌سازی مدیریت دانش تأثیرگذار هستند. این یافته‌ها می‌تواند به سازمان‌های آموزشی کمک کند تا با شناسایی و تقویت این عوامل، فرآیند اشتراک دانش را بهبود بخشند. وفادار و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه خود اشاره کرده‌اند که الگوهای شناسایی‌شده در آموزش بین‌حرفه‌ای می‌تواند به بهبود تعاملات و کیفیت یادگیری در سازمان‌های آموزشی کمک کنند. این مطالعه پیشنهاد می‌کند که ایجاد تعاملات مؤثر بین حرفه‌ای‌ها راهی برای تقویت اشتراک دانش است. بیگی (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای، نشان داده است که فرهنگ یادگیری، اعتماد و همکاری در سازمان‌های دولتی ایران، به‌عنوان زیرساخت‌های اصلی برای پیاده‌سازی مدیریت دانش شناسایی شده‌اند. او تأکید می‌کند که تقویت این زیرساخت‌ها می‌تواند به بهبود فرآیند اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی کمک کند.

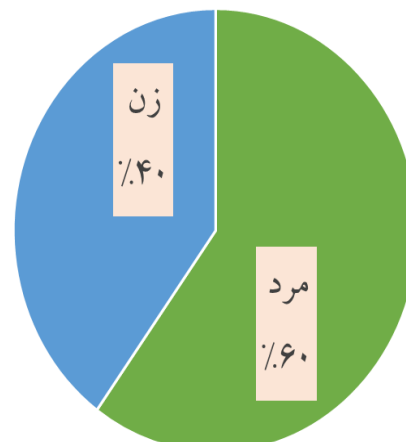
Anatan & Bangun (2024) مطرح می‌کند مطالعات انجام‌شده بر روی مدل‌های به اشتراک‌گذاری دانش در سازمان‌های آموزشی، شیوه‌ها، استراتژی‌ها و عوامل مؤثر بر انتقال دانش را برجسته می‌کند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که فعالیت‌های اشتراک‌گذاری دانش، با پشتیبانی زیرساخت فناوری اطلاعات و فرهنگ‌سازمانی، عملکرد را در محیط‌های آموزش عالی به‌طور قابل‌توجهی افزایش می‌دهد. شیوه‌های مؤثر شامل سخنرانی‌های عمومی، کارگاه‌ها و همکاری‌های پژوهشی است که انتقال دانش را تسهیل می‌کند. Fan & Beh (2023) طی یک بررسی سامانمند عوامل فردی، سازمانی و فناورانه را به‌عنوان پیشایندهای حیاتی برای به اشتراک‌گذاری دانش، با شکاف قابل‌توجهی در تحقیقات بر روی تأثیرات فناوری شناسایی کرد. علاوه بر این، ادغام فرآیندهای مدیریت دانش، به‌ویژه از طریق سامانه‌های مدیریت یادگیری، نشان داده‌شده است که نوآوری را تقویت می‌کند و کیفیت تدریس را بهبود می‌بخشد. Mohammadi & Faskhodi (2022) علاوه بر این، یک رویکرد پویایی سیستم نشان داد که مدیریت دانش مؤثر می‌تواند منجر به افزایش عملکرد و رضایت کارکنان آموزشی شود. Anatan (2022) سیاست‌هایی که از اشتراک دانش حمایت می‌کنند، مانند تأمین مالی برای تحقیقات و انجمن‌های مشارکتی، برای ترویج فرهنگ اشتراک‌گذاری ضروری هستند.

۳- روش تحقیق

این تحقیق به صورت کیفی و با استفاده از روش گرداندن تئوری^۱ به شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مدل پیاده‌سازی اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی پرداخته است. روش گرداندن تئوری به عنوان یک رویکرد کیفی، به پژوهشگران این امکان را می‌دهد که از طریق جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، نظریه‌ای جدید و مبتنی بر داده‌ها را توسعه دهند. در این مطالعه، داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق با مدیران مدارس شهر اهواز جمع‌آوری شده است. این مصاحبه‌ها به صورت نیمه‌ساختاریافته طراحی شده‌اند تا این امکان را فراهم سازند که به عمق تجربیات و دیدگاه‌های مدیران در مورد پیاده‌سازی اشتراک دانش بپردازند. تحلیل داده‌ها در این رویکرد با استفاده از کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شده است تا ابعاد و مؤلفه‌های کلیدی مدل شناسایی شوند. در این تحقیق، نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شده است و تلاش شده تا مدیران با تجربیات و دیدگاه‌های متنوع در زمینه اشتراک دانش انتخاب شوند. معیار انتخاب تعداد اعضای نمونه اشباع نظری بوده است. مشخصات افراد مطلع و آگاه مشارکت‌کننده در مصاحبه‌ها که در کل ۱۵ نفر از افراد مطلع (۱- کارکنان وزارت آموزش و پرورش که در بخش‌های راهبردی و آموزشی این دستگاه مشغول به فعالیت و کار هستند و حداقل پنج سال سابقه کار دارند؛ ۲- استادان دانشکده علوم تربیتی و مدیریت آموزشی؛ ۳- کارکنان بخش آموزش و پژوهش اداره کل آموزش و پرورش شهر خوزستان که حداقل دارای پنج سال سابقه در پست خود باشند؛ ۴- مدیرانی که بیش از ۱۰ سال مدیریت مدرسه‌ها را به عهده داشته باشند؛ و پژوهشگران و افرادی که در این زمینه تحصیل کرده باشند) بودند. ویژگی جمعیت‌شناسی اعضای نمونه تحقیق به شرح نمودارهای (۱)، (۲) و (۳) است.

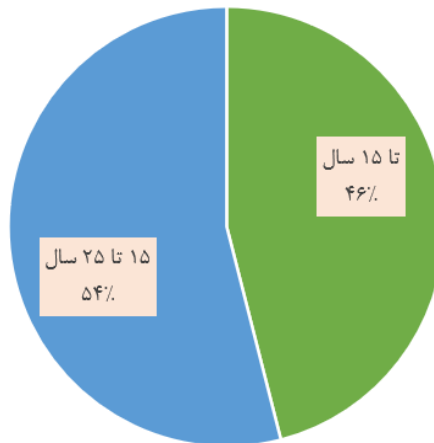


تصویر شماره (۲): سطح تحصیلات گروه خبرگان تحقیق



تصویر شماره (۱): جنسیت گروه خبرگان تحقیق

¹ Grounded Theory



تصویر شماره (۳): سابقه گروه خبرگان تحقیق

همان گونه که در نمودارهای فوق مشخص است، ۶۰ درصد گروه خبرگان مرد و ۴۰ درصد زن هستند. همچنین سطح تحصیلات ۲۶ درصد کارشناسی ارشد و ۷۴ درصد دکتری است. سابقه کاری نیز عمدتاً در بازه ۱۵ تا ۲۵ سال است.

۴- یافته‌ها

در این بخش جهت کدگذاری از رویکرد کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شد. تحلیل داده‌های این پژوهش، با بهره‌گیری از نظریه داده بنیاد، به‌عنوان یکی از روش‌های مطرح در پژوهش‌های کیفی، انجام شد. در جهت شناسایی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر اشتراک‌گذاری دانش، با استفاده از روش پژوهش کیفی و از طریق الگوی تحلیل محتوای کیفی اطلاعات جمع‌آوری شد. بدین لحاظ مصاحبه‌های عمیق با افراد مطلع و آگاه به عمل آمد و در طی مصاحبه پس از رسیدن به اشباع نظری داده‌ها، تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی حاصل از متن مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی از نظر مشارکت‌کنندگان انجام شد و نتایج این بخش با اطلاعات حاصل از مبانی نظری و تحقیقاتی تطبیق داده شد. جهت کشف روابط واژه‌ها و مفاهیم در متن مصاحبه‌ها، پژوهشگر تعداد دفعاتی که واژه‌ها و مفاهیم به‌کاررفته‌اند و هم‌راستایی آن‌ها با عوامل و مؤلفه‌های اشتراک‌گذاری دانش، پیوندها و روابط میان واژه‌ها و مفاهیم را در نظر گرفت. سپس در مرحله رمزگذاری روابط، پژوهشگر از طریق رمزهای ارتباطی مفاهیمی که نشان دهنده ارتباط مثبت با عوامل و مؤلفه‌های اشتراک‌گذاری دانش متن موردنظر را رمزگذاری نمود. بدین لحاظ متن مصاحبه‌ها چندین بار مرور شد تا حس و برداشت کلی از محتوای مصاحبه‌ها به دست آید. سپس محتوای مصاحبه‌های تبدیل‌شده به متن به واحدهای معنایی تقسیم و سپس خلاصه گردید. در مرحله بعد کدگذاری انجام شد و کدهای اختصاصی بر اساس تفاوت و مشابهت طبقه‌ای باهم مقایسه شد تا عوامل اصلی و مؤلفه‌های آن‌ها آشکار شد و در گام آخر با تلفیق طبقات، درون‌مایه‌های اصلی معین شد و در طی سه مرحله مجزا، کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی برای طبقه‌بندی داده‌ها در گروه‌های یکسان انجام شد. بدین طریق تحلیل محتوایی مصاحبه‌ها و کدگذاری محتوا مصاحبه‌ها در سه گروه کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی، مقوله‌ها، عوامل اصلی و فرعی تأثیرگذار در اشتراک دانش میان مدیران مدارس در ۵ عامل یا مقوله اصلی و ۳۱ عامل؛ فردی (۸ مؤلفه)، سازمانی (۸ مؤلفه)، فرهنگی (۵ مؤلفه)، زیرساختی (۵ مؤلفه) و مدیریتی (۵ مؤلفه). این عوامل به ترتیب دارای بیشترین فراوانی بوده و نسبت به سایر عوامل در اشتراک‌گذاری دانش اهمیت بیشتری دارند. نام‌گذاری برای ۵ عامل استخراج‌شده از سه طریق انجام شد: ۱- بر اساس ماهیت و وسعت متغیرهایی که عامل‌های استخراجی از آن‌ها بالاترین سهم را داشت، ۲- بررسی گستره‌ی واژه‌ها و اصطلاحات در حوزه مدیریت دانش و بهره‌گیری از دیدگاه افراد مطلع و آگاه و ۳- بر اساس مبانی نظری و پیشینه تحقیقاتی.

نتایج کدگذاری باز به شرح ذیل است:

جدول شماره (۱): نتایج کدگذاری محوری

مقولات فرعی	مفاهیم
مالکیت فکری	جلوگیری از سوءاستفاده و سرقت ایده‌ها و افکار خلاق، حق تألیف و حقوق مرتبط، حفاظت از اختراعات و نوآوری‌ها، ثبت طرح‌های سازمانی، سیاست‌های حفاظت از دانش
استراتژی‌های سازمان	تلاش برای پرورش نخبگان توسط سازمان آموزش و پرورش، استفاده از نظرت و تجربیات مدیران مدارس موفق، استفاده از دانش و تجربیات مدیران و کارکنانی که به فرصت‌های مطالعاتی خارج از کشور رفته‌اند + بهره‌گیری از تجارب و نظرات متخصصان خارج از سازمان + تشکیل کمیته‌ها و کارگروه‌های ویژه اشتراک دانش، تأکید بر اهمیت و ضرورت تسهیم دانش و ترویج آن در سازمان، تمرکز سازمان آموزش و پرورش بر ایجاد نوآوری و خلاقیت، فراهم‌سازی امکانات و نیروی انسانی برای اشتراک دانش، برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های توانمندسازی و بازآموزی، تعیین راه‌های مؤثر برای اشتراک دانش، اختصاص زمان و مکان مناسب برای تسهیم دانش
توانمندی و کارایی فرد	توانایی ارائه مطالب به شکل قابل‌فهم + مهارت در برقراری ارتباط مؤثر، مهارت در رد درخواست‌ها به‌طور مناسب
اعتماد و اطمینان	اطمینان از امنیت در بیان نظرات و دیدگاه‌ها در سازمان، صداقت در تعاملات، قابل‌اعتماد بودن منابع اطلاعاتی، احترام متقابل، سابقه مثبت همکاری
انتقادپذیری	پذیرش نظرات منطقی دیگران و اجتناب از مقاومت در برابر انتقادات، توانایی شنیدن بازخوردهای منفی، پذیرش نقاط ضعف و اشتباهات، انگیزه برای بهبود و پیشرفت شخصی، گوش دادن فعال و بدون قضاوت، برخورد غیر تدافعی با انتقاد
نگرش فرد نسبت به اشتراک آگاهی و شناخت فرد	تمایل به اشتراک دانش و اطلاعات خود با دیگران + داشتن روحیه همکاری و کار گروهی، علاقه به حضور در دوره‌های آموزشی، باور به حل مشکلات از طریق اشتراک دانش، پرهیز از غرور علمی آگاهی از مزایا و امکانات اشتراک دانش، تخصص و زمینه علمی فرد، شناخت نسبت به مزایای اشتراک‌گذاری دانش، آگاهی از فواید چرخش دانش در سازمان
ساختارهای سازمان	مشخص بودن جریان ارتباطات در سازمان (بالا و پایین)، تفویض اختیار و کاهش تمرکز در تصمیم‌گیری‌ها، انعطاف‌پذیری ساختار سازمان آموزش و پرورش، تمایل مدیران ارشد به تسهیم دانش، تعیین وظایف هر گروه و اعضای سازمان در اشتراک دانش
تجربه	آمادگی قبلی برای اشتراک دانش، استفاده از تجارب افراد خارج از سازمان، سوابق و تجربیات پژوهشی فرد
زمان	اختصاص زمان کافی برای اشتراک‌گذاری دانش، زمان‌بندی مناسب برای جلسات و کارگاه‌های اشتراک‌گذاری دانش، فرصت‌های مناسب برای برگزاری نشست‌ها و ملاقات‌های اشتراک‌گذاری دانش، تعیین وقت‌های خاص برای بررسی مواضع و تجربیات دانشی
شایسته‌سالاری	تمایز قائل شدن بین افراد بر اساس توانمندی و تلاشگری، ایجاد فرصت‌های برابر و عادلانه برای مشارکت مدیران مدارس
ارزش دادن به اشتراک دانش	تشویق و ارائه بازخورد مثبت به افراد تسهیم‌کننده دانش، فرهنگ‌سازی اشتراک دانش در جامعه و سازمان آموزش و پرورش
اهداف	گنجاندن تسهیم دانش در اهداف و رسالت سازمان آموزش و پرورش، داشتن اهداف کاری مناسب برای الزام افراد به اشتراک‌گذاری دانش، اختصاص زمان کافی برای تسهیم دانش در اهداف سازمان آموزش و پرورش
ارتباط	تقویت رفتار دوستانه کارکنان با یکدیگر، ایجاد مهارت‌های ارتباطی مؤثر
تشویق و تنبیه	تشویق مناسب افراد برای تسهیم دانش، فراهم کردن حمایت قانونی و مالی برای اشتراک دانش، بازنگری در آیین‌نامه‌های تشویقی
اعتماد و اطمینان	ایجاد فضایی مطمئن برای انتشار و تسهیم دانش و حفظ حقوق ناشر دانش، حفظ حریم خصوصی و محرمانگی اطلاعات، ایجاد فضای امن برای بحث و تبادل نظر، ارزیابی و تضمین کیفیت دانش منتشرشده، تشویق به تعامل و همکاری بین مدیران، تقویت احساس مسئولیت و انگیزه برای اشتراک دانش
ارزیابی و پایش	تعریف و مشخص کردن انتظارات از مدیران مدارس، تعیین حداقل‌های توانمندی مدیران مدارس در اشتراک

مقولات فرعی	مفاهیم
	دانش، ارزشیابی مستمر سیستم اشتراک دانش
سیاست‌های کلان سازمان	تدوین و بازنگری سیاست‌ها و آیین‌نامه‌های ارتقاء مدیران و کارکنان در وزارت آموزش و پرورش، تدوین سیاست‌ها و آیین‌نامه‌ها
برنامه‌ریزی	برنامه‌ریزی منسجم و منظم برای اشتراک دانش، برنامه‌ریزی برای ارائه آموزش‌های لازم در حوزه اشتراک‌گذاری دانش
دانش و شناخت	درک اهمیت و ضرورت اشتراک‌گذاری دانش، شناخت فرآیندهای اشتراک دانش، درک اهمیت حفظ حریم خصوصی در اشتراک دانش، آشنایی با روش‌های مدیریت دانش، توانایی تحلیل و ارزیابی دانش، اطلاع از منابع دانش در سازمان
اعتماد	ترویج فرهنگ اعتماد به‌عنوان سرمایه اجتماعی، افزایش مشارکت مدیران در مباحث سازمانی
آشنایی با فناوری‌های آموزشی	ارتقاء سواد فناوری اطلاعات و فناوری‌های نوین، مهارت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات
پیشرفت‌گرایی	ترویج فرهنگ علاقه به پیشرفت سازمان، نقش انگیزش در سازمان
دسترسی به فناوری‌های نوین	دسترسی آسان و سریع مدیران مدارس به فناوری‌های آموزشی، امکانات فناوری اطلاعات در مدارس
حمایت	احترام متقابل میان کارکنان، حمایت و پشتیبانی فرهنگی از تسهیم‌کنندگان دانش، پرورش روحیه اشتراک دانش در سازمان
وجود سخت‌افزارها و نرم‌افزارها	تهیه و تدارک امکانات فناوری و فناوریانه لازم، سامانه‌ها و نرم‌افزارهای مدیریت مدرسه، دسترسی به اینفراسترکتور و شبکه‌های مجازی، وسایل و تجهیزات ارتباطی
جهت‌مندی	تعیین مسیر و جهت سازمان در اشتراک دانش، هم‌راستا کردن افراد سازمان در اشتراک دانش
تعهد	ایجاد فرهنگ تعهد به اشتراک و انتشار دانش، بهبود تعهد سازمانی مدیران مدارس
تحول‌آفرینی در سازمان	تحول سازمانی با استفاده از پیشرفت‌های فناوریانه، رهبری تحول‌آفرین + فرهنگ‌سازمانی نوآور، توسعه حرفه‌ای مستمر، حمایت مدیریت ارشد، توانمندسازی کارکنان
توانمندسازی	جذب و نگهداری مدیران و کارکنان توانمند و علاقه‌مند به اشتراک دانش، وجود مدیران توانمند در حوزه تسهیل اشتراک دانش
ارتباط	توانایی برقراری ارتباط مؤثر بین گروه‌های آموزشی و مدیران و کارکنان داخل سازمان آموزش و پرورش، توانایی برقراری ارتباط مؤثر با افراد کلیدی خارج از سازمان
تسهیل‌گری	تعیین راهبردهای اشتراک دانش، فراهم‌سازی زمینه‌های اشتراک دانش، تأمین امکانات و وسایل لازم، تخصیص بودجه برای آموزش مدیران و کارکنان
مدیریت تغییر	برنامه‌ریزی برای تغییر در حوزه اشتراک دانش و مدیریت آن، عملیاتی کردن برنامه‌های تغییر در اشتراک دانش
تأثیرگذاری	القای ارزش‌های سازمان به افراد، تأثیرگذاری اشتراک دانش با محدودسازی حیطه مسئولیت مدیر، افزایش انگیزش مدیران مدارس
شایسته‌سالاری	ترویج شایسته‌سالاری در سازمان آموزش و پرورش، انتخاب و انتصاب بر اساس شایستگی، پاداش و انگیزش بر اساس عملکرد
فضای مجازی	استفاده مدیران مدارس از اینترنت و شبکه‌های اشتراک دانش، آشنایی با اشتراک‌گذاری دانش در شبکه‌های مجازی، دسترسی به شبکه‌های مجازی

همان‌طور که یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهد، در مرحله دوم کدگذاری، ۳۶ مقوله فرعی از بررسی متون مصاحبه در خصوص پیاده‌سازی اشتراک دانش در مدارس شهر اهواز تعیین گردید. این مقوله‌ها شامل جنبه‌های مختلفی از فرآیند اشتراک دانش بودند که از تجربیات و نظرات مدیران مدارس استخراج شده‌اند. این مرحله از کدگذاری به پژوهشگران

این امکان را می‌دهد که به عمق بیشتری از داده‌ها دست یابند و ابعاد مختلف موضوع مورد بررسی را شناسایی کنند. در این تحقیق، در مرحله کدگذاری انتخابی، با توجه به مراحل قبلی، داده‌های سازمان‌دهی شده در قالب مؤلفه‌های گوناگون و در ابعاد محدودتری دسته‌بندی شدند. این فرآیند شامل تجزیه و تحلیل دقیق تر مقوله‌های فرعی و شناسایی وجوه مشترک بین آن‌ها بود. پژوهشگران با بررسی ارتباطات و همپوشانی‌های موجود بین مقوله‌ها، توانستند مؤلفه‌های سرآمده از مرحله قبلی را شناسایی کنند و آن‌ها را در دسته‌بندی کلی‌تری سازمان‌دهی نمایند. این دسته‌بندی به پژوهشگران کمک کرد تا به یک درک جامع‌تر از ابعاد کلیدی پیاده‌سازی اشتراک دانش در مدارس دست یابند. با وجود این، تعداد این ابعاد به ۴ مورد رسید که هر یک نمایانگر جنبه‌های کلیدی و اساسی در فرآیند اشتراک دانش بودند. این ابعاد شامل مواردی مانند فرهنگ‌سازمانی، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، فرآیندهای آموزشی و منابع انسانی است. هر یک از این ابعاد به‌نوبه خود می‌تواند تأثیر بسزایی بر موفقیت پیاده‌سازی اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی داشته باشد. به‌عنوان مثال، فرهنگ‌سازمانی مثبت می‌تواند اعضای سازمان را تشویق کند تا دانش و تجربیات خود را به اشتراک بگذارند، درحالی‌که وجود فناوری‌های مناسب می‌تواند فرآیند اشتراک دانش را تسهیل کند. در جدول (۲)، نگره‌ای از مرحله کدگذاری انتخابی نمایش داده شده است که ابعاد شناسایی شده و مؤلفه‌های مربوط به هر یک از آن‌ها را به‌وضوح نشان می‌دهد. این نگره می‌تواند به‌عنوان یک ابزار مفید برای درک بهتر ساختار و روابط بین ابعاد مختلف پیاده‌سازی اشتراک دانش در مدارس مورد استفاده قرار گیرد. به‌طور کلی، این فرآیند کدگذاری انتخابی به پژوهشگران این امکان را می‌دهد که به یک مدل جامع و قابل‌فهم از اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی دست یابند و راهکارهای مؤثری برای بهبود این فرآیند ارائه دهند.

جدول شماره (۲): نتایج کدگذاری انتخابی

عوامل (مقوله اصلی)	مقوله فرعی
عوامل فردی	انتقادپذیری
	دانش و شناخت فرد
	زمان
	مالکیت فکری
	اعتماد و اطمینان
	توانایی و مهارت فرد
	تجربه
عوامل سازمانی	نگرش فرد نسبت به اشتراک دانش
	سیاست‌های کلان سازمان
	ساختارهای سازمان
	اهداف
	برنامه‌ریزی
	تشویق و تنبیه
	شایسته‌سالاری
عوامل فرهنگی	استراتژی‌های سازمان
	ارزیابی و پایش
	تعهد
	حمایت
	پیشرفت‌گرایی
عوامل زیرساختی	ارتباط
	ارزش دادن به اشتراک دانش
	تحول‌آفرینی در سازمان
	دسترسی به فناوری‌های نوین
	آشنایی با فناوری‌های آموزشی

عوامل (مقوله اصلی)	مقوله فرعی
عوامل مدیریتی	وجود سخت‌افزارها و نرم‌افزارها
	فضای مجازی
	شایسته‌سالاری
	توانمندسازی
	جهت‌مندی
	مدیریت تغییر
	تأثیرگذاری

همان‌طوری که یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهد، شرایط پیاده‌سازی اشتراک دانش در مدارس شهر اهواز در ۵ مقوله (عوامل فردی، عوامل سازمانی، عوامل فرهنگی، عوامل زیرساختی و عوامل مدیریتی) شناسایی شد. در ادامه هر یک از این مفاهیم تشریح شده است.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مدل پیاده‌سازی اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی، به‌ویژه در مدارس شهر اهواز، طراحی و اجرا شده است. در این تحقیق، بخش کیفی به‌منظور شناسایی و تبیین مؤلفه‌ها و عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش مدیران مدارس به کار گرفته شد. این بخش از پژوهش از طریق تحلیل محتوای کیفی و با استفاده از مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی با اعضای خبره جامعه آماری انجام شد. اعضای موردنظر دارای تجارب مدیریتی، معاونتی و تحقیقاتی در زمینه اشتراک‌گذاری دانش بودند و نظرات و تجربیات آن‌ها به‌عنوان منبع اصلی داده‌ها مورداستفاده قرار گرفت.

نتایج تحقیق به شناسایی پنج عامل اصلی و ۳۱ عامل فرعی در فرآیند اشتراک‌گذاری دانش پرداخت. این پنج عامل اصلی شامل عوامل فردی، سازمانی، فرهنگی، زیرساختی و مدیریتی هستند. هر یک از این دسته‌ها به جنبه‌های خاصی از فرآیند اشتراک دانش توجه دارند و نقش مهمی در بهبود این فرآیند در سازمان‌های آموزشی ایفا می‌کنند. به‌ویژه، عوامل فردی با ۸ مؤلفه، شامل ویژگی‌هایی مانند انتقادپذیری، دانش و شناخت فرد، زمان، مالکیت فکری، اعتماد و اطمینان، توانایی و مهارت فرد، تجربه و نگرش فرد نسبت به اشتراک دانش، در این تحقیق موردبررسی قرار گرفتند. این مؤلفه‌ها به‌عنوان مهم‌ترین عوامل شناسایی شده‌اند که تأثیر عمده‌ای بر اشتراک‌گذاری دانش دارند. نتایج تحقیق نشان‌دهنده اهمیت و تنوع عوامل مؤثر در فرآیند اشتراک‌گذاری دانش در سازمان‌های آموزشی است. شناسایی پنج عامل اصلی شامل عوامل فردی، سازمانی، فرهنگی، زیرساختی و مدیریتی، به ما این امکان را می‌دهد که به‌طور جامع‌تری به بررسی و تحلیل این فرآیند بپردازیم. هر یک از این عوامل به جنبه‌های خاصی از اشتراک دانش توجه دارند و می‌توانند به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بر کیفیت و اثربخشی این فرآیند تأثیر بگذارند.

عوامل فردی به‌عنوان یکی از کلیدی‌ترین ابعاد در این تحقیق شناسایی شده‌اند. این عوامل شامل ۸ مؤلفه مهم هستند که هر یک نقش بسزایی در رفتار و نگرش افراد نسبت به اشتراک دانش دارند. ویژگی‌هایی مانند انتقادپذیری، دانش و شناخت فرد و زمان، به‌عنوان مؤلفه‌های اساسی در این زمینه مطرح شده‌اند. به‌ویژه، انتقادپذیری به‌عنوان یک ویژگی شخصیتی، می‌تواند به افراد کمک کند تا بازخوردهای سازنده را بپذیرند و از آن‌ها برای بهبود عملکرد خود استفاده کنند. همچنین، دانش و شناخت فرد از موضوعات مرتبط با اشتراک دانش، به او این امکان را می‌دهد که به‌طور مؤثری در این فرآیند مشارکت کند. علاوه بر این، مؤلفه‌های دیگری مانند مالکیت فکری، اعتماد و اطمینان، توانایی و مهارت فرد، تجربه و نگرش فرد نسبت به اشتراک دانش نیز به‌طور قابل‌توجهی بر این فرآیند تأثیر دارند. مالکیت فکری می‌تواند به افراد احساس امنیت بیشتری در به اشتراک‌گذاری دانش خود بدهد، درحالی‌که اعتماد و اطمینان میان اعضای سازمان، به تسهیل ارتباطات و اشتراک‌گذاری اطلاعات کمک می‌کند. توانایی و مهارت فرد نیز به‌عنوان عوامل کلیدی در تعیین قابلیت‌های او در فرآیند اشتراک دانش شناخته می‌شوند.

درنهایت، این نتایج تأکید می‌کنند که برای بهبود فرآیند اشتراک دانش در سازمان‌های آموزشی، باید به‌طور هم‌زمان به عوامل فردی و سایر عوامل سازمانی، فرهنگی، زیرساختی و مدیریتی توجه شود. این رویکرد جامع می‌تواند به ایجاد یک محیط مناسب برای اشتراک دانش کمک کند و درنهایت به بهبود کیفیت آموزشی و عملکرد سازمان‌های آموزشی منجر شود. به‌عبارت دیگر، توجه به ابعاد مختلف این فرآیند، به‌ویژه ابعاد فردی، می‌تواند به‌عنوان یک استراتژی کلیدی در توسعه و بهبود فرهنگ اشتراک دانش در سازمان‌ها مورداستفاده قرار گیرد. مطالعات پیشین مانند تحقیق (Deng et al, 2023) به این نتیجه رسیده‌اند که نگرش، علاقه و توانایی‌های حرفه‌ای گیرنده دانش و رابطه شخصی او با فرد به اشتراک‌گذارنده دانش، در اشتراک‌گذاری دانش مؤثر است. همچنین، پژوهش‌های (Choi & Lim, 2021) و (Cheng, 2021) نشان داده‌اند که عوامل شخصیتی و نگرش فردی نقش حیاتی در اشتراک‌گذاری دانش دارند. نگرش و ارتباط مثبت با قصد اشتراک دانش میان اعضای هیئت‌علمی دانشگاه و همچنین هنجارهای ذهنی و اعتماد، تأثیر قابل توجهی بر قصد به اشتراک‌گذاری دانش می‌گذارند. علاوه بر عوامل فردی، عوامل سازمانی، فرهنگی، زیرساختی و مدیریتی نیز بر فرآیند اشتراک دانش تأثیرگذار هستند. عوامل سازمانی شامل ساختار سازمانی و فرآیندهای داخلی، عوامل فرهنگی شامل ارزش‌ها و باورهای فرهنگی، عوامل زیرساختی شامل ابزارهای فنی و فنّاورانه و عوامل مدیریتی شامل سیاست‌ها و رویکردهای مدیریتی، همگی نقش مهمی در تسهیل یا موانع اشتراک دانش دارند. این عوامل باید به‌طور جامع و هم‌زمان موردتوجه قرار گیرند تا بتوان به بهبود فرآیند اشتراک دانش دست‌یافت.

در تبیین یافته‌های این پژوهش، می‌توان گفت که اشتراک‌گذاری دانش در سازمان‌ها و نهادهای آموزشی، به‌ویژه در مدارس، به‌عنوان یکی از ابزارهای کلیدی برای بهبود عملکرد و ارتقای کیفیت آموزشی شناخته می‌شود. این فرآیند نیازمند توجه به مجموعه‌ای از عوامل فردی، سازمانی، فرهنگی، زیرساختی و مدیریتی است که می‌توانند به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر کیفیت و اثربخشی اشتراک دانش تأثیر بگذارند. مؤلفه‌های فردی، از جمله انتقادپذیری، اعتماد و توانایی‌های فردی، به‌ویژه در این زمینه اهمیت دارند و باید موردتوجه قرار گیرند.

درنهایت، به مدیران و سیاست‌گذاران آموزشی توصیه می‌شود که به اهمیت عوامل فردی در فرآیند اشتراک‌گذاری دانش توجه ویژه‌ای داشته باشند و برنامه‌های آموزشی و مدیریتی خود را بر اساس این عوامل طراحی کنند. به‌ویژه، ایجاد یک فرهنگ اعتماد در محیط‌های آموزشی و تشویق به انتقادپذیری می‌تواند به‌طور قابل توجهی به بهبود فرآیند اشتراک دانش کمک کند. علاوه بر این، لازم است که زیرساخت‌ها و ابزارهای فنّاورانه مرتبط با اشتراک دانش بهبود یابند. فراهم کردن فنّاوری‌های مناسب و دسترسی به منابع اطلاعاتی می‌تواند تسهیل‌کننده فرآیند اشتراک دانش باشد. همچنین، ایجاد سیاست‌های مدیریتی حمایتی که به تشویق و تسهیل اشتراک دانش بپردازند، از اهمیت بالایی برخوردار است.

اجرای این پیشنهادها می‌تواند به بهبود کیفیت آموزشی و ارتقای عملکرد در مدارس کمک کند و به‌طور کلی به توسعه پایدار و مؤثر نظام آموزشی منجر شود. با توجه به این عوامل، سازمان‌های آموزشی قادر خواهند بود تا محیطی مناسب برای یادگیری و اشتراک‌گذاری دانش ایجاد کنند که درنهایت به بهبود نتایج آموزشی و رشد حرفه‌ای اعضای سازمان منجر خواهد شد.

منابع و مآخذ

۱. برمایه ور، بهنود؛ کوبی، لیلا. (۱۳۹۹). تحلیل برهمکنش‌های فناوریانه کاربران در فضاهای باز عمومی دانشگاهی در راستای پیاده‌سازی سایر پارک‌های شهری مطالعه موردی: پردیس باغ ملی دانشگاه هنر. مجله شهر پایدار، ۳(۴)، ۵۹-۷۳. [doi: 10.22034/jsc.2020.233026.1246](https://doi.org/10.22034/jsc.2020.233026.1246)
۲. بیگی، رضا. (۱۳۹۰). طراحی الگوی زیرساختی مورد نیاز به منظور پیاده‌سازی مدیریت دانش در سازمان. پژوهش نامه مدیریت تحول، شماره ۳، ص ۱۴۸-۱۸۰. [doi: 10.22067/pmt.v3i5.10867](https://doi.org/10.22067/pmt.v3i5.10867)
۳. جهانپدیده، محمد علی؛ رضوی، سید محمدحسین؛ حسینی، سید عماد. (۱۳۹۸). تبیین الگوی بهینه پیاده‌سازی مدیریت دانش در تربیت بدنی آموزش و پرورش کشور. پژوهش های معاصر در مدیریت ورزشی، ۸(۱۶)، ۶۷-۷۹. [doi: 10.22084/smms.2019.17102.2240](https://doi.org/10.22084/smms.2019.17102.2240)
۴. رودی، غلامعلی؛ موسوی چلک، افشین؛ ضیایی، ثریا؛ شریف مقدم، هادی. (۱۳۹۹). بررسی نقش مؤلفه‌های رهبری و فرهنگ‌سازمانی بر تسهیم دانش ضمنی کارکنان کتابخانه های دانشگاه های دولتی ایران. تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی، ۵۴(۳)، ۸۷-۱۰۶. [doi: 10.22059/jlib.2021.310674.1520](https://doi.org/10.22059/jlib.2021.310674.1520)
۵. لطفی کیا، کاوه؛ کاباران زاد قدیم، محمدرضا؛ حقیقت منفرد، جلال؛ مرجانی، تیمور. (۱۴۰۰). طراحی الگوی بومی مدیریت دانش برای سازمان‌های پژوهش‌محور (مورد مطالعه: جهاد دانشگاهی). علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۷(۳)، ۳۲۳-۳۵۲. [doi: 10.22091/stim.2021.6706.1553](https://doi.org/10.22091/stim.2021.6706.1553)
۶. شفیع پور مطلق، فرهاد؛ نادى، محمدعلی. (۱۴۰۱). ارائه مدل پارادیمی به اشتراک‌گذاری دانش ضمنی باهدف راه اندازی آموزش کارآفرینی در مدارس. دوماهنامه علمی - پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۱۳(۶)، ۱۷۶-۱۹۸

Resources

- Anatan, L., Bangun, W. (2024). Knowledge transfer practices and strategies in higher education. International journal of advanced research, [doi: 10.21474/ijar01/18824](https://doi.org/10.21474/ijar01/18824)
- Anatan, L. (2022). An Initial Study of Knowledge Sharing Policies in Higher Education. [doi: 10.1108/s1571-038620220000030007](https://doi.org/10.1108/s1571-038620220000030007)
- Cheng, E. C. (2021). Knowledge management for improving school strategic planning. Educational Management Administration & Leadership, 49(5), 824-840. <https://doi.org/10.1177/1741143220918255>
- Choi, J. R., & Lim, S. B. (2021). Interactive E-Textbook Platform Based on Block Editing Model in Crowdsourcing E-Learning Environments. International Journal on Semantic Web and Information Systems (IJSWIS), 17(1), 50-66. [DOI: 10.4018/IJSWIS.2021010103](https://doi.org/10.4018/IJSWIS.2021010103)
- Corcoran, N., & Duane, A. (2018). Using Social Media to Enable Staff Knowledge Sharing in Higher Education Institutions. Australasian Journal of Information Systems, 22. <https://doi.org/10.3127/ajis.v22i0.1647>
- Deng, H., Duan, S. X., & Wibowo, S. (2023). Digital technology driven knowledge sharing for job performance. Journal of Knowledge Management, 27(2), 404-425. <https://doi.org/10.1108/JKM-08-2021-0637>
- Fan, Z., Beh, L., (2023). Knowledge sharing among academics in higher education: A systematic literature review and future agenda. Educational research and reviews, [doi: 10.1016/j.edurev.2023.100573](https://doi.org/10.1016/j.edurev.2023.100573)
- Galgotia, D., Lakshmi, N. (2022). Implementation of Knowledge Management in Higher Education: A Comparative Study of Private and Government Universities in India and Abroad. Frontiers in Psychology, [doi: 10.3389/fpsyg.2022.944153](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.944153)



- Iacuzzi, S., Fedele, P., & Garlatti, A. (2021). Beyond Coronavirus: the role for knowledge management in schools responses to crisis. *Knowledge Management Research & Practice*, 19(4), 433-438. [DOI:10.1080/14778238.2020.1838963](https://doi.org/10.1080/14778238.2020.1838963)
- Jackson, T., Nikolic, S., Jun, Shen., Glen, Xia. (2018). Knowledge Sharing in Digital Learning Communities: A Comparative Review of Issues between Education and Industry. [doi: 10.1109/TALE.2018.8615407](https://doi.org/10.1109/TALE.2018.8615407)
- Mohammadi, M., Amini, Faskhodi. A. (2022). Modeling the Dynamics of Knowledge Management in Educational Institutes: A System Dynamics Approach. *Образование и саморазвитие*, [doi: 10.26907/esd.17.2.09](https://doi.org/10.26907/esd.17.2.09)
- Raudeliūnienė, J., Tvaronavičienė, M., & Blažytė, M. (2020). Knowledge management practice in general education schools as a tool for sustainable development. *Sustainability*, 12(10), 4034. <https://doi.org/10.3390/su12104034>
- Salmen, kh., Aljaaidis, O., Bagais, A., Al-Moataz, E. (2020). Knowledge sharing and individuals' effectiveness in educational institutions. *Management Science Letters*, [doi: 10.5267/J.MSL.2020.7.001](https://doi.org/10.5267/J.MSL.2020.7.001)
- vafadar Z, Vanaki Z, Ebadi A. (2017). An Overview of the most Prominent Applied Models of Inter-Professional Education in Health Sciences in the World. *Res Med Edu* 2017; 8 (4) :69-80 URL: <http://rme.gums.ac.ir/article-1-429-en.html>



Identifying Dimensions and Components of the Knowledge Sharing Implementation Model in Educational Organizations (Case Study: School Managers in Ahvaz)

Omid Ahmadi Babadi 

PhD Student, Educational Management Department, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran.

ORCID: 0000-0001-8553-0366

Ahmadi.babadi@yahoo.com

Yadollah Mehralizadeh 

Professor, Educational Management Department, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran (Corresponding Author).

ORCID: 0000-0002-0451-2455

jafari@vatanmail.ir

Maria Nasiri 

Assistant Professor, Information Science and Knowledge Studies Department, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran.

ORCID: 0000-0003-1881-8401

nasiri.m@gmail.com

Mohammad Hosseinpour 

Associate Professor, Educational Management Department, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran.

ORCID: 0000-0003-2788-8516

Hosseinpour6@yahoo.com

Received: 6 September 2024 | Revised: 21 October 2024 | Accepted: 05 November 2024

Abstract

The main objective of this research is to identify the dimensions and components of the knowledge-sharing implementation model in educational organizations. In today's world, knowledge sharing is recognized as a vital factor in improving educational quality and enhancing the performance of educational organizations. Given the importance of this topic, the present study examines and analyzes various aspects of this process in the Education Organization of Ahvaz.

The research method is qualitative with a grounded theory approach. The statistical population of this study includes all experts, specialists, managers, and educational leaders in the Education Organization of Ahvaz. Data collection was conducted through purposive sampling until data saturation was achieved.

Ultimately, semi-structured interviews were conducted with 15 members of the statistical population. This method allows for open-ended questions and interview flexibility, leading to a deeper understanding of the participants' opinions and experiences.

For data analysis, qualitative content analysis was employed, focusing on open and axial coding. The results of this research indicate that the main factors affecting knowledge sharing include five key factors: individual factors (with 8 components), organizational factors (with



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

8 components), and cultural factors (with 5 components), infrastructural factors (with 5 components), and managerial factors (with 5 components).

These findings highlight the importance of addressing various dimensions of knowledge sharing in educational organizations. They can assist managers and educational policymakers in designing and implementing effective strategies to improve educational quality.

Keywords: Knowledge, Knowledge Sharing, Knowledge Management, School Managers

ارائه مدل اخلاق حرفه‌ای فرماندهان با تاکید بر دلزدگی شغلی کارکنان فرماندهی انتظامی شهرکرد^۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۰

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۲۰

ID

فاطمه امینی موسی آبادی

دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، دانشگاه علوم تحقیقات تهران، ایران

ORCID: 0009-0006-4318-565X

Fateme.am1944@gmail.com

ID

صدیقه طوطیان

دانشیار گروه مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب، تهران، ایران.

ORCID: 0000-0021-7948-8215

Tootian_ir@yahoo.com

ID

حرمت اصغری

استادیار گروه مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران، ایران.

ORCID: 0000-0002-8582-0539

H_asghari1980@yahoo.com

چکیده

یکی از رویکردهای جدید رهبری که بسیار مورد توجه قرار گرفته است و ضعفها و مشکلات مدل های سنتی رهبری را برطرف کرده، رویکرد رهبری اخلاقی است که در دهه پایانی قرن بیستم به طور جدی در ادبیات رهبری و مدیریت وارد شده است. هدف پژوهش حاضر، ارائه مدل اخلاق حرفه ای فرماندهان با تاکید بر دلزدگی شغلی کارکنان فرماندهی انتظامی شهرکرد می باشد. پژوهش حاضر بر مبنای هدف آن کاربردی از نوع اکتشافی و بر مبنای نتایج کمی می باشد. روش نمونه گیری و حجم در هر دو روش گردآوری و از ابزار روایی و پایایی استفاده شده است. در قسمت دلفی، تعداد ۲۰ نفر از فرماندهان و کارکنان فرماندهی انتظامی جمهوری اسلامی ایران شهرکرد که دارای سابقه بالای ۱۰ سال بودند به تدریج انتخاب شدند. در بخش اعتبارسنجی و سنجش وضعیت موجود و مطلوب پژوهش نیز، تعداد ۳۰۶ نفر در سال ۱۴۰۲ به عنوان نمونه و به صورت

^۱مقاله مستخرج از پایان نامه دانشجوی



هدفمند انتخاب شدند. برای اولویت‌بندی از نرم‌افزار Exper Choice و در بخش اعتبارسنجی از نرم افزارهای SPSS نسخه ۲۳ و Smart PLS استفاده گردید. یافته‌های تحقیق نشان داد «عوامل فردی» حائز رتبه اول در جهت الگوی اخلاق حرفه‌ای فرماندهان انتظامی کشور با تاکید بر دلزدگی شغلی می‌باشند. «عوامل سازمانی» حائز رتبه دوم در جهت الگوی اخلاق حرفه‌ای فرماندهان انتظامی کشور با تاکید بر دلزدگی شغلی می‌باشند. «عوامل فرهنگی- اجتماعی» حائز رتبه سوم در جهت الگوی اخلاق حرفه‌ای فرماندهان انتظامی کشور با تاکید بر دلزدگی شغلی می‌باشند.

کلمات کلیدی: اخلاق حرفه ای؛ دلزدگی شغلی، فرماندهی انتظامی

۱. مقدمه

اگرچه آموزش «اخلاق حرفه‌ای»^۱ در محیط‌های نظامی اغلب «بیشتر به پرورش یک شخصیت یا مجموعه-ای از ارزش‌ها می‌پردازد تا آموزش قواعد جهانی»، اما دستورالعمل‌های خاصی مانند «قواعد تعاملی»^۲ یا قواعد حقوقی، حقوقی، کانون اصلی آموزش اخلاقی در نیروهای نظامی محسوب می‌شوند؛ این رویکردهای استاندارد، که همیشه به عنوان آموزش اخلاقی برچسب گذاری نمی‌شوند، بر استدلال اخلاقی مشورتی تمرکز می‌کنند. به عبارت دیگر، آموزش نظامی در مورد استدلال اخلاقی (یعنی ارجاع به استانداردهای فردی) بر حسب ضرورت مبتنی بر اخلاق (یعنی ارجاع به استانداردهای جامعه) است (Troy, 2024). در این بین، «اخلاق حرفه‌ای»^۳ اصولی است که بر رفتار یک فرد یا گروه در یک محیط کسب و کار یا شغلی خاص حاکم است. اخلاق حرفه‌ای نیز مانند ارزش‌ها، قواعدی را ارائه می‌کند که چگونه یک فرد باید در چنین محیطی نسبت به افراد و مؤسسات دیگر رفتار نماید (Raza et al, 2024). زمانی که هیچ قواعد تعاملی توسط استانداردهای اخلاق حرفه‌ای جامعه ارائه نشده باشد پرسنل نظامی نیاز به درگیر شدن در استدلال‌های اخلاق حرفه‌ای دارند (Troy, 2024).

اخلاق حرفه‌ای را می‌توان به‌عنوان مجموعه‌ای از اصول تعریف کرد که بر نحوه ارتباط یک فرد حرفه‌ای با مشتریان، همکاران حرفه‌ای و عموم مردم حاکم است. امروزه اکثر رشته‌های تخصصی و حرفه‌ای قوانین رفتار حرفه‌ای خود را دارند که توسط رهبران اعضا نظارت می‌شود (Poff & Michalos, 2023).

در این بین، محیط‌های نظامی به دلیل ماهیت سفت و خشن خود می‌توانند مستعد انواع رفتارهای غیرحرفه‌ای و ناخوشایند باشند که باعث نارضایتی شغلی و به طور خاص «دلزدگی شغلی»^۴ شود. دلزدگی شغلی یک وضعیت روانی است که بر نحوه درک افراد از خود و دیگران در محل کار تأثیر می‌گذارد؛ همچنین با خستگی، بدبینی و ناکارآمدی در محل کار مشخص می‌شود (Borrelli et al; 2023). در تعریفی دیگر، اصطلاحی است که برای توصیف وضعیت شدید مرتبط با سندرم افسردگی مزمن استفاده می‌شود. دلزدگی شغلی حالتی از خستگی عاطفی، ذهنی و جسمی است که در اثر استرس مداوم و شدید ایجاد می‌شود (Ali et al; 2023).

مدل‌های یک‌بعدی و چند بعدی برای تعریف و مطالعه دلزدگی شغلی ایجاد شده‌اند. مدل‌های تک بعدی از طریق بعد دلزدگی تعریف می‌شوند. این مدل‌ها دلزدگی شغلی را به عنوان یک عامل واحد اندازه‌گیری می‌کنند، اگرچه برخی مدل‌ها بین خستگی روانی و فیزیکی تمایز قائل می‌شوند؛ بعد دلزدگی به عنوان تخلیه مداوم ذخایر عاطفی کارکنان که در محل کار تجربه می‌کنند، تعریف می‌شود. این امر باعث می‌شود که کارکنان از نظر عاطفی از کار خود فاصله بگیرند و سلامت و عملکرد آنها را در محل کار بدتر می‌کند؛ جو اخلاقی در یک سازمان و وجود اخلاقیات حرفه‌ای نقش مهمی در کاهش دلزدگی شغلی در میان کارکنان و در بهبود مشارکت کاری آنها ایفا کرده و از این رو به کاهش نیت ترک شغل آنها نیز کمک می‌نماید (Borrelli et al; 2023).

پیچیده‌تر شدن روزافزون سازمان‌ها و افزایش میزان کارهای غیراخلاقی، غیرقانونی و غیرمسئولانه در محیط‌های کاری، توجه مدیران و صاحب‌نظران را به بحث اخلاق کار و مدیریت اخلاق معطوف ساخته است (امیری و شهناز، ۱۳۹۵). هر حرفه‌ای رفتار، الزامات، تعهدات و قوانین مربوط به خود را دارد که برگرفته از اساسنامه آن

1. Professional ethics
2. Rules of Engagement
3. Professional ethics
4. Job burnout

حرفه است. رعایت همین مسأله باعث افزایش کارایی و پیشرفت فنی آن سازمان می‌شود. معیارهای اخلاقی همچون نقشه‌های راهنمایی هستند که به مدیران و فرماندهان یک سازمان کمک می‌کنند تا نقش‌های خود را به روشنی و وضوح ایفا کنند. این موضوع در سازمان نظامی به ویژه نیروی انتظامی نیز صادق است و رعایت اخلاق حرفه‌ای باعث بهبود روابط اجتماعی و افزایش رضایت‌مندی می‌شود (امین صارمی و قویمی، ۱۳۹۴).

انجام این پژوهش اهمیت بسیار ویژه‌ای دارد زیرا امروزه اصول اخلاق حرفه‌ای یک پیش شرط در مدیریت نیروی انتظامی محسوب می‌شود و با توجه به اینکه کارکردهای مدیریت در معنای واقعی مرتبط با مسئولیت و مسئولیت‌پذیری بوده و این مسأله، خود منبعث از پایبندی به رعایت اصول اخلاقی است می‌توان به این اصل اساسی رسید که اخلاق حرفه‌ای یک دانش است که باید بر مبنای یک سیر منطقی و عقلانی ایجاد و پشتیبانی شود. (رحمان سرشت، رفیعی و کوشا، ۱۳۸۹).

نیروی انتظامی از جمله سازمان‌های دولتی است که عرصه اصلی فعالیت آن بستر جامعه و مواجهه با مردمان بوده و بخش اعظمی از حضور اجتماعی آن به تعامل با حوزه جامعه و مردم باز می‌گردد؛ بنابراین تحقق بخشیدن به انتظارات و توقعات مردم می‌تواند پلیس را در انجام وظایفش یاری رساند که همان حفظ و برقراری نظم و امنیت عمومی جامعه است؛ بنابراین مسأله‌ای پژوهش حاضر تبیین نقش و رابطه اخلاق حرفه‌ای کارکنان براساس نوع مأموریت آن‌ها با عملکرد پلیس است و برای اینکه این نهاد قادر باشد به رسالت خود یعنی تحقق نظم و امنیت در جامعه عمل کند، باید تمام کارکنان به ویژه مدیران آن دارای قابلیت، شایستگی برجسته، ذکاوت علمی و آموزشی و اخلاق حرفه‌ای باشند و یکی از این شاخص‌های برجسته و بنیادین که ضریب کارآمدی و اثربخشی نیروهای پلیس را افزایش داده و ضامن اعتماد شهروندان خواهد بود، موضوع توجه به اخلاق حرفه‌ای پلیس است. آمارها مبین آن است ضعف اخلاق حرفه‌ای در بخش‌های مختلف ناجا منجر به ضعف عملکرد آن در استقرار نظم و امنیت بوده است؛ همچنین برخورداری و پایبندی پلیس به اخلاق حرفه‌ای، کارنامه درخشانی از آن به جا گذاشته است (پوراسدی و معدنی، ۱۳۹۵).

بی‌شک با تبیین استانداردهای مدنظر جامعه اسلامی از پلیس، مبنای درست و روشنی برای برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران مشخص خواهد شد. با وجود انجام پژوهش‌های نسبتاً زیادی که در این حوزه صورت گرفته ولی هنوز موضوع رعایت اخلاق حرفه‌ای و ارتباط آن با دزدگی شغلی و عملکرد فرماندهان و مدیران ناجا از مهمترین و حساس‌ترین موضوعات است. به طور کلی می‌توان گفت یکی از فاکتورهایی که به شدت بر روی کارآمدی و بهره‌وری کارکنان در سازمان تأثیرگذار است اخلاق حرفه‌ای فرماندهان می‌باشد. سرخوردگی، خشم کارکنان و نارضایتی از محیط کار هزینه‌های زیادی را برای خود فرد و سازمان ایجاد می‌کند و عملاً این سرخوردگی‌ها در کیفیت زندگی افراد نیز تأثیرگذار است. با توجه به نقش تأثیرگذار رهبری اخلاقی و خدمات متنوع نیروی انتظامی به جامعه، به ویژه در جامعه مورد مطالعه یعنی استان چهارمحال و بختیاری، نبود چنین پژوهشی احساس می‌شود. بنابراین انجام یک کار علمی و ارائه راهکارهای مناسب به فرماندهان و رؤسای یگان‌های اجرای فرماندهی انتظامی استان از جمله اقدامات مفیدی است که می‌تواند نقش بسیار مؤثری در پیشبرد اهداف مورد نظر داشته باشد. این مطالعه به صورت کیفی در کلانتری ۱۳ شهرکرد در سال ۱۴۰۲ انجام می‌شود. بنابراین پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که ارائه مدل اخلاق حرفه‌ای فرماندهان با تأکید بر دزدگی شغلی کارکنان چگونه است؟

۲- ادبیات و پیشینه تحقیق

اخلاق حرفه‌ای

«اخلاق حرفه‌ای» قوانین یا اصولی هستند که خصوصیات اخلاقی تعاملات افراد که ناشی از فعالیت‌های حرفه‌ای آنها هستند را تضمین می‌کنند. پیدایش و توسعه چنین قوانینی منعکس‌کننده یکی از جهت‌گیری‌های اخلاق انسانی است، زیرا به ایجاد ارزش فرد و انسانیت در روابط بین فردی کمک می‌کند (Abdumannonovna, 2024). طبق تعاریف استاندارد این اصطلاح، حرفه‌ای‌ها در واقع اساتید حوزه‌های تخصصی خود هستند که ویژگی‌های ارزشمند (نظیر اخلاق و کردار مناسب) برای شکوفایی انسان را در اختیار جامعه قرار می‌دهند (Forster & Maxwell, 2023). حرفه‌گرایی به شیوه خاصی که فرد وظایف خود را انجام می‌دهد اشاره دارد. حرفه‌ای‌گرایی زمانی نشان داده می‌شود که یک فرد الزامات شغل خود را برآورده کند و دانش یا توانایی‌های خاص رشته را نشان دهد. علاوه بر این، حرفه‌ای بودن توانایی به کارگیری مهارت‌های تخصصی حل مسئله، پیروی از هنجارهای رفتاری خاص حوزه و توانایی انجام کارهایی است که نمی‌توان از افراد عادی انتظار داشت (Hebenstreit et al; 2023). اخلاق علم بررسی و اکتساب صفات نیک و مبارزه با صفات بد است که آثار و پیامدهای بسیاری بر جامعه دارد (Wilson, 2021).

اخلاق حرفه‌ای مجموعه قواعدی است که باید افراد به صورت داوطلبانه و بر اساس فطرت خود در انجام کارهای شغلی و حرفه‌ای رعایت کنند، بدون آنکه الزام خارجی وجود داشته باشد یا در صورت تخطی به مجازات‌های قانونی بینجامد (Loach, 2019). ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با سایر همکاران و غیره است که نقش مؤثری در موفقیت و عملکرد سازمان دارند (Chokprajakchat & Sumretphol, 2017). اخلاق حرفه‌ای به چگونگی رفتار و آداب شخص هنگام انجام فعالیت‌های حرفه‌ای می‌پردازد و مجموعه‌ای از استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را در یک ساختار حرفه‌ای تعیین و تبیین می‌کند (Fuchs & Schalljo, 2016). اخلاق حرفه‌ای تأثیر چشمگیری بر روی فعالیت‌ها و اثربخشی سازمانی دارد به گونه‌ای که بهره‌وری را افزایش داده، ارتباط را بهبود می‌بخشد و میزان خطرهای سازمانی را کاهش می‌دهد (Rodriguez & Juricic, 2018).

از یک سو ضعف در اخلاق حرفه‌ای به کاهش ارتباطات و افزایش خسارت در سازمان میانجامد و مدیریت بیشتر بر روی کنترل گذشته تکیه خواهد کرد. زیرا افراد اطلاعات را به مدیریت نرسانده و در این صورت انرژی سازمان به انرژی منفی تبدیل می‌شود و توان سازمان به جای آنکه صرف اهداف سازمانی شود، صرف شایعه، غیبت و کم کاری می‌گردد. از سوی دیگر تقویت اخلاق حرفه‌ای تأثیر چشمگیری بر روی فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد و بهره‌وری را افزایش، ارتباطات را بهبود و میزان خطر را کاهش می‌دهد (Yuren & Arnaz, 2014).

اخلاق حرفه‌ای نظامی، مانند اخلاق پزشکی یا رسانه، یک ظرفیت بنیادین است که هر عضو باید در طول حرفه خود به دست آورد، توسعه داده و ارتقا دهد. هدف اصلی آموزش اخلاق حرفه‌ای این است که افراد را با ظرفیت تشخیص اخلاقی درست از نادرست در زمانی که قوانین دیگر مفید نیستند، فراهم کند. اخلاق حرفه‌ای نظامی قصد ندارد فرد نظامی را به یک فیلسوف تبدیل کند، بلکه در عوض مهارت‌های پرسشگری بلاغی را فراهم می‌کند که به آن‌ها کمک می‌کند تصمیمات آگاهانه بگیرند. در آغاز، بخش تدریس باید ملموس باشد. مؤثرترین روش برای دستیابی به این هدف، پایه‌گذاری دستورالعمل بر اساس مطالعات موردی است (Micewski, 2016).

افراد استخدام شده از موقعیت‌های بحث شده به عنوان مرجعی برای تصمیم‌گیری‌های دشوار آینده استفاده می‌کنند. این تصمیمات می‌توانند پیچیده باشند، یا به دلیل پیچیدگی پارامترها یا پیامدهای احتمالی. بسیاری از تصمیمات اخلاقی شامل یک جزء یکپارچگی خواهند بود، اما این نوع رویکرد چند وجهی در اصلاح سطح پایه اصول آموزشی ضروری است (Baker, 2015).

دلزدگی شغلی

دلزدگی شغلی یک سندرم روان‌شناختی است که نشان‌دهنده واکنش طولانی‌مدت به عوامل استرس‌زای محیط کار است و عمدتاً به فشار مزمن اشاره دارد که به ناهماهنگی یا عدم تناسب بین کارمند و شغل نسبت داده می‌شود؛ دلزدگی شغلی شامل سه بعد کلیدی است: خستگی، بدبینی، و احساس ناکارآمدی. از زمانی که (Maslach & Jackson, 1981) مفهوم و ابزارهای اندازه‌گیری فرسودگی شغلی را توسعه دادند، مسیر تحقیق فرسودگی شغلی با تجربیات واقعی افراد در محیط کار سروکار که منجر به درک جامعی از زمینه و پیامدهای این پدیده و همچنین راهبردهای مداخله شد (Xie et al; 2024). به عنوان مثال، محققان دلزدگی شغلی بیشتر بر زمینه شغلی، مانند تقاضاها و منابع شغلی (Huang et al; 2021) و حمایت اجتماعی، نسبت به متغیرهای فردی مانند شخصیت تمرکز کرده‌اند. در مورد پیامدهای آن، فرسودگی شغلی به طور قوی و مثبت با ترک خدمت مرتبط است و نقش منفی در عملکرد شغلی کارکنان دارد (ژیه و همکاران، ۲۰۲۴).

درک سازوکارهای دلزدگی شغلی برای تضمین رفاه کارکنان و در نتیجه اثربخشی عملکرد آنها بسیار مهم است و از این رو توانمندسازی افراد برای مقابله با دلزدگی شغلی، باید در نظر گرفته شود تا به طور کلی عملکرد خوبی داشته باشند (Malta et al; 2024). دلزدگی شغلی به یک حالت خستگی و افسردگی روحی، روانی و فیزیکی گفته می‌شود. استرس بیش از اندازه و برای مدت زمان طولانی باعث ایجاد چنین حالتی در فرد می‌شود. دلزدگی شغلی زمانی ایجاد می‌شود که فرد از نظر روحی، به پوچی و بی‌احساسی برسد و نتواند نیازهای ثابت و اصلی خود را برآورده کند که در نتیجه باعث افزایش میزان استرس در فرد می‌شود. هرچه میزان استرس افزایش پیدا کند، رفته رفته علاقه و انگیزه وی برای ایفای نقش‌هایی که بر عهده اوست، پایین می‌آید و در نتیجه کاهش راندمان کاری فرد را به دنبال دارد (Heinemann & Torsten, 2017).

دلزدگی شغلی حالتی از فقدان انرژی و نشاط در فرد است. فرد احساس کسالت‌آمیزی نسبت به انجام رفتار شغلی دارد که نتیجه فشار دائم و مکرر در محیط کار است. دلزدگی شغلی نوعی از فرسودگی روانی است که در پاسخ به فشارهای روانی شامل سه جزء خستگی یا تحلیل محیطی، از خودبیگانگی و فقدان موفقیت فردی یا پیشرفت فرد ایجاد شده است و گریبانگیر افرادی می‌شود که اغلب کمال‌گرا و به طور افراطی درگیر کار هستند. دلزدگی شغلی با فشارهای روانی رابطه دارد. فشارهای روانی وقتی رخ می‌دهد که بین خواسته‌های محیطی با توانایی‌های فرد ناهمخوانی وجود دارد (Maslach & Leiter, 2016).

عدم علاقه و اشتیاق به کار باعث بروز عکس‌العمل‌هایی در موقعیت‌های فردی و کاری می‌گردد. تداوم شرایط بد کاری باعث می‌شود فرد بصورت ناخودآگاه در مقابله با شرایط ایجاد شده واکنش‌هایی همچون بی‌تفاوتی نسبت به کار، شانه خالی کردن از زیر بار مسئولیت‌ها، احساس کسالت و سستی و عدم تمایل به ادامه کار، کاهش کمی و کیفی بازدهی، افزایش ساعات غیبت از کار، وقت‌کشی و تعلل، فاصله گرفتن از دیگران و... از خود نشان دهد. تغییر در شرایط کاری می‌تواند استرس‌زا و در نهایت موجب دلزدگی از شغل گردد. (Salvagioni et al; 2018).

سازمان‌هایی که فضای غیر تعاملی ایجاد می‌نمایند به نحوی که کارمندان آنان در یک فضای ناامن که دوستی و صداقت در آن وجود ندارد، فعالیت می‌کنند که مهارت همدلی، همکاری و همفکری صمیمانه بین آنان وجود ندارد و هر کسی به فکر منافع شخصی خود است، در واقع زمینه را برای ظهور پدیده دلزدگی شغلی کارکنان فراهم نموده‌اند. عدم توجه مدیران به امنیت مالی کارکنان در سازمان نیز یکی از مهمترین انگیزه‌های کارمندان برای کار کردن را کاهش می‌دهد. زیرا هدف از اشتغال کارمندان، دستیابی به منافع مالی و تأمین زندگی و نیازهای شخصی است (Melinda Smith et al;2021).

محیط کار و شرایط حاکم بر آن چه از نظر فیزیکی و چه از نظر روحی تاثیر بسزایی در ایجاد دلزدگی شغلی دارد. نداشتن روابط نزدیک و صمیمی و یا نبود افرادی که در شرایط مختلف از فرد حمایت نماید بر عملکرد فرد در سازمان تاثیر خواهد داشت و بطورکلی شرایط کاری، ویژگیهای رفتاری و نوع سبک زندگی فرد در ایجاد دلزدگی شغلی و بعبارتی فرسودگی شغلی نقش دارند (مسلج و لیتیر، ۲۰۱۶).

پیشینه تحقیق

✓ میرزاخانی و همکاران (۱۴۰۲) تحقیقی با عنوان تأثیر رهبری اخلاقی بر پیشگیری از فرسودگی شغلی کارکنان با نقش واسطه نشاط سازمانی انجام دادند. نتایج حاکی است ابعاد رهبری اخلاقی می‌تواند تغییرات فرسودگی شغلی کارکنان دانشگاه را پیش‌بینی کند و با ترمیم و بازسازی شاخص‌هایی مانند احساس خستگی روحی، بی‌تفاوتی نسبت به همکاران و دانشجویان و احساس هدر رفت نیرو و توان، از فرسودگی شغلی پیش‌بینی نماید.

✓ آراسته و همکاران (۱۴۰۲) تحقیقی با عنوان ارائه مدل ارتقای اخلاق حرفه‌ای دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی استان تهران انجام دادند. نتایج نشان داد مهمترین عوامل مؤثر فردی، سازمانی، آموزشی و پژوهشی، محیطی بر ارتقای اخلاق حرفه‌ای تأثیرگذار هستند.

✓ مهدی‌زاده اشرفی و همکاران (۱۴۰۰) تحقیقی با عنوان طراحی مدل ارزیابی اخلاق سازمانی در صنایع کوچک و متوسط انجام دادند. جامعه آماری این پژوهش مدیران صنایع کوچک و متوسط می‌باشند. برای شناسایی معیارها و روابط بین معیارها نمونه‌گیری غیر احتمالی انجام گرفته است. پس از طراحی پرسشنامه نظرات خبرگان جمع‌آوری و مؤلفه‌ها و شاخص‌های ارزشیابی اخلاقی سازمانی اولویت‌بندی گردید. یافته‌های پژوهش نشان داد برای طراحی مدل ارزشیابی اخلاق سازمانی در صنایع کوچک و متوسط باید مؤلفه‌های عوامل فردی، عوامل سازمانی، عوامل محیطی، عوامل ساختاری و عوامل زمینه‌ای که هر کدام دارای شاخص‌هایی می‌باشند تدوین و بررسی شود.

✓ کرمی و علیدوستی (۱۴۰۰) تحقیقی با عنوان تأثیر راهبردهای نمایش عاطفی فرماندهان بر کاهش دلزدگی شغلی کارکنان در فرماندهی انتظامی انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد بین دو متغیر راهبردهای نمایش عاطفی مدیران و دلزدگی شغلی، خستگی عاطفی کارکنان رابطه‌ی معکوس وجود دارد. همچنین بین راهبردهای نمایش عاطفی و عملکرد فردی کارکنان رابطه‌ی مثبت و معناداری دیده شد. با توجه به اینکه بروز راهبردهای نمایش عاطفی به ویژه نمایش عمیق و واقعی مدیران می‌تواند بر کاهش دلزدگی شغلی کارکنان تأثیرگذار باشد، همچنین با افزایش راهبردهای عاطفی عمیق و واقعی مدیران میزان مسخ شخصیتی کارکنان کاهش می‌یابد، پیشنهاد می‌شود برای کاهش دلزدگی شغلی کارکنان فرماندهان به متغیرهای نمایش عاطفی توجه ویژه داشته باشند.

✓ فیروزکوهی مقدم و همکاران (۱۴۰۰) تحقیقی با عنوان اثربخشی آموزش گروهی مبتنی بر پذیرش و تعهد بر فرسودگی و انگیزش شغلی کارکنان سازمان تأمین اجتماعی انجام دادند. یافته‌ها نشان داد آموزش پذیرش و

تعهد بر فرسودگی از یافته‌های فوق می‌توان نتیجه گرفت که آموزش گروهی مبتنی بر پذیرش و تعهد بر کاهش فرسودگی و افزایش انگیزش شغلی کارکنان سازمان تأمین اجتماعی مؤثر است.

✓ محمدی فومنی و همکاران (۱۳۹۹) تحقیقی با عنوان ارائه مدل اخلاق حرفه‌ای برای اعضای هیأت علمی دانشگاه فرهنگیان انجام دادند. نتایج نشان داد که مؤلفه‌های صداقت، عدالت، احترام، مسئولیت‌پذیری، قانون‌مداری، وفاداری و حفظ کرامت انسانی به عنوان مؤلفه‌های تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای اعضای هیأت علمی دانشگاه فرهنگیان شناسایی شدند. یافته‌ها نشان داد که تمام مؤلفه‌های شناسایی شده، در بین اعضای هیأت علمی دانشگاه فرهنگیان در حد مطلوب بود و مدل ارائه شده از برازش مطلوبی برخوردار است.

✓ رضایی (۱۳۹۹) تحقیقی با عنوان رابطه مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای با عملکرد فرماندهان و مدیران نیروی انتظامی (مورد مطالعه: فرماندهان و مدیران انتظامی استان کرمانشاه) انجام داد. نتایج نشان داد که با توجه به سطوح معناداری مشاهده شده در متغیرهای مدنظر اعم از انضباط کاری، مسئولیت‌پذیری، رعایت عدالت و انصاف، صداقت و امانت‌داری و رعایت ادب و احترام، نرمال بودن داده‌ها تأیید شد؛ بدان معنا که هر یک از مؤلفه‌های یادشده اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد فرماندهان و مدیران انتظامی استان کرمانشاه تأثیرگذار است.

✓ دانشور و همکاران (۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان بررسی رابط فرسودگی شغلی و ابعاد آن با استرس شغلی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان انجام دادند. نتایج نشان داد که میزان خستگی عاطفی در سطح کم، مسخ شخصیت در سطح بالا، ناکارآمدی در سطح بالا، و اکثر افراد جامعه نیز دارای استرس طبیعی محاسبه گردید. نتایج نشان داد هر چه میزان استرس بین کارمندان بیشتر باشد میزان فرسودگی در بین کارکنان نیز بیشتر است. در نتیجه مداخلاتی در جهت کم کردن استرس شغلی و تقویت منابع مقابله با آن می‌تواند به کاهش فرسودگی شغلی در کارکنان کمک نماید.

✓ رضایی و همکاران (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان نقش تعدیلگری حمایت در رابطه بین کار عاطفی و عملکرد شغلی با هدف بررسی تأثیر کار عاطفی بر عملکرد شغلی با توجه به نقش تعدیلگری حمایت سازمانی، حمایت مدیریت و حمایت همکار در سال ۱۳۹۶ در بین کارکنان یک سازمان عمومی در شهر مشهد انجام دادند. نتایج پژوهش حاکی از این بود که اقدام عمیق و سطحی بر عملکرد شغلی اثرگذار هستند. علاوه بر این نتایج حاصل از بررسی نقش تعدیلگر حمایت مدیریت، حمایت همکار و حمایت سازمانی نیز بیانگر تأیید نقش تعدیلگری این متغیرها در رابطه بین اقدام عمیق و اقدام سطحی با عملکرد شغلی می‌باشند.

✓ ریاحی پاقعه و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان راهبردهای نمایش عاطفی مدیران و عملکرد شغلی پرستاران که به روش توصیفی و همبستگی و به صورت مقطعی در یکی از بیمارستان‌های آموزشی تهران بر روی یک نمونه ۱۰ نفره از مدیران پرستاران انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که راهبردهای نمایش عاطفی واقعی و عمیق مدیران در سطح بالای ۶۷ درصد و عملکرد شغلی کارکنان نیز در سطح بالای ۹۰ درصد ارزیابی شد. از بین راهبردهای نمایش عاطفی فقط نمایش عاطفی واقعی مدیران با عملکرد کارکنان همبستگی مثبتی داشت. رابطه‌ی معناداری در سایر متغیرهای راهبردهای نمایش عاطفی و عملکرد شغلی مشاهده نشد.

✓ نتایج حاصل از پژوهش نیری و همکاران (۱۳۹۵) نشان می‌دهد که بین ارزش‌های اخلاقی با تنش ناشی از ابهام و محدودیت اختیارات و مسئولیت، تنش ناشی از تعارض و تضاد و تنش شغلی کلی، رابطه معنادار وجود دارد. رهبری اخلاق مدار نیز با تنش شغلی کلی و ابعاد آن رابطه منفی و معناداری داشته است. محققان نتایج خود از

این پژوهش را اینطور بیان می‌کنند که رعایت معیارهای ارزشی و اخلاقی در قالب اخلاق حرفه‌ای، زمینه‌های کاهش تنش شغلی را فراهم می‌کند.

✓ Vera و همکارانش (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان بررسی رهبری اخلاقی و منابع شغلی در رفاه افسران گمرکی انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد که رهبری اخلاقی به طور قابل توجهی با منابع شغلی و رضایت شغلی مرتبط است، اما نه با فرسودگی شغلی. رهبری اخلاقی به رضایت شغلی به طور غیر مستقیم از طریق منابع شغلی و فرسودگی شغلی مرتبط است. مدل واسطه‌گری سریالی اثر غیرمستقیم (رهبری اخلاقی < منابع شغلی < فرسودگی شغلی < رضایت) معنی دار بود. نتایج شواهدی را ارائه می‌کند که رهبری اخلاقی یک مؤلفه مهم برای شکلدهی به ادراک منابع شغلی (یعنی استقلال و اهمیت کار) و در درجه اول کاهش استرس و بهبود رضایت است.

✓ Daderman & Basinska (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان ارزش‌های کاری افسران پلیس و رابطه آن‌ها با فرسودگی شغلی و درگیری کاری انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد که افسران پلیس بالاترین اولویت را به ارزش‌های کاری بیرونی می‌دهند. فرسودگی شغلی با ارزش‌های کار درونی شناختی (خلاقیت، چالش، و تنوع) همبستگی منفی داشت، در حالی که مشارکت کاری با بزرگترین گروه از ارزش‌های کاری درونی (خلاقیت، چالش، تنوع، نوع دوستی، و موفقیت) و نیز همبستگی مثبت با ارزش‌های کاری بیرونی داشت (پرستیژ و همکاران). افسران پلیس بین سطوح فرسودگی شغلی و درگیری کاری، برای ارزش‌های درونی کاری مانند تنوع، چالش، و خلاقیت (اثرات بزرگ)، و برای نوع دوستی و پرستیژ (اثرات متوسط) تفاوت معنی‌داری نشان دادند.

✓ باتای (۲۰۱۸) اخلاق حرفه‌ای را در میان پرستاران بررسی کردند که نشان می‌دهد آن‌ها تمایل به رعایت اخلاق حرفه‌ای دارند اما ضرورت آموزش و تمرین در این زمینه یک چالش به شمار می‌رود.

✓ تحقیق پاگلیارو و همکاران (۲۰۱۸) نشان داد که در سازمان‌هایی که جو اخلاقی بر اساس نحوه برخورد شخصی افراد با مسائل اخلاق شکل گرفته، شخصیت مؤثر سازمان کم‌رنگ شده و جدایی در روش‌های اخلاقی بیشتر می‌شود.

✓ Badolamenti و همکاران (۲۰۱۷) در بررسی‌های انجام شده در خصوص راهبردهای عاطفی نشان دادند که راهبردهای نمایش عاطفی مثبت سبب افزایش همکاری و ترویج رفتار کارآمدتر شغلی همکاران می‌شود، لذا سازمان‌ها تمایل دارند کارکنان را تشویق کنند تا احساسات خود را کنترل نموده و نمایش‌های عاطفی مثبت را بروز دهند. از طرفی احساسات جزء جدایی ناپذیر فرایندها و نتایج مرتبط با رهبری اثربخش است، به گونه‌ای که در نظریه‌های مختلف رهبری تحول‌گرا، کارزماتیک و مبادله‌ای مدنظر قرار گرفته است.

✓ نیوس و کوئینتان (۲۰۱۷) در پژوهش با عنوان مدیریت سرمایه انسانی و خلاقیت در صنعت هتلداری با بررسی ۱۰۹ شرکت فعال در زمینه هتلداری در اسپانیا نشان دادند که روش‌های استخدام و گزینش، نوآوری و خلاقیت در عملکرد و روش‌های مدیریت سرمایه انسانی در توسعه مدیران و منابع انسانی مؤثر است.

۰۳. روش تحقیق

پژوهش حاضر بر مبنای هدف آن کاربردی می‌باشد. از حیث روش آمیخته (کیفی - کمی) از نوع اکتشافی و بر مبنای گردآوری داده‌ها کمی می‌باشد.

۰۳،۱. جامعه آماری، نمونه آماری و روش نمونه‌گیری

هنگامی که نمونه‌های در دسترس زیاد باشند و پژوهشگر حق انتخاب از میان نمونه‌ها را داشته باشد، حداقل نمونه انتخابی ۲۰ نفر بود. اما انتخاب نمونه تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت. از جمله ویژگی‌های جامعه آماری می‌توان به داشتن مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و به بالا و همچنین کسانی که از سابقه خدمتی بیش از ۱۰ سال برخوردار می‌باشند) در سازمان متبوع که سابقه فعالیت در حوزه مدیریت منابع انسانی را دارند، می‌باشند. در بخش کمی و برای اعتبارسنجی، اولویت‌بندی، سنجش وضعیت موجود و مطلوب، جامعه آماری تحقیق را کلیه کارکنان فرماندهی انتظامی جمهوری اسلامی ایران شهرکرد (۱۵۰۰) بود که برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران عداد ۳۰۶ نفر به عنوان نمونه انتخاب شد. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای بود.

۰۳،۲. ابزار سنجش

در بخش کیفی، برای جمع‌آوری اطلاعات از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. سوالات مورد استفاده در بخش کمی، پرسشنامه‌های این تحقیق از نوع سؤال‌های بسته می‌باشد. مزیت این نوع سؤال استخراج و تجزیه و تحلیل آسان و سریع داده‌هاست (روستا و همکاران، ۱۳۹۵). در پرسشنامه‌ها از طیف لیکرت استفاده شده است. برای شناسایی ابعاد، شاخص و مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای فرماندهان با تأکید بر دلزنگی شغلی کارکنان فراجای شهرکرد، پرسش‌نامه مجزا بین خبرگان مورد نظر توزیع گردید که نتایج آن در ادامه بصورت مشروح آورده شده است. محقق پس از تکمیل و جمع‌آوری اطلاعات کتابخانه‌ای با راهنمایی استاد راهنما به تدوین پرسشنامه‌ی مناسب پرداخته است. در بخش اول: سوالات بخش اول شامل سوالات جمعیت شناختی چون (جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه خدمت) از کارکنان و مدیران مورد بررسی و بخش‌های بعد در بردارنده سوالات مربوط به متغیرهای مورد بررسی پژوهش می‌باشد. بخش دوم که شامل تنه اصلی سوالات می‌باشد از طریق پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت. لازم بذکر پرسشنامه‌های مورد استفاده در این تحقیق از نوع نگرش سنجی و براساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت جهت تجزیه و تحلیل، طراحی شده‌اند. بر این اساس نحوه‌ی امتیازدهی در این مقیاس از گزینه خیلی زیاد تا خیلی کم مخالف مشخص شده است.

۰۳،۳. روایی و پایایی

بخش کیفی: جهت اطمینان از قابلیت اعتمادپذیری یافته‌ها (روایی)، از تکنیک درگیری طولانی‌مدت با حوزه‌ی مورد مطالعه (کرسول، ۲۰۰۷) استفاده شد. به این صورت که پژوهشگر به مدت طولانی با مشارکت‌کنندگان بخش کیفی پژوهش در تماس بوده و نظرات و دیدگاه‌های آنان را شد.

بخش کمی: در این پژوهش از روایی محتوایی و سازه‌ای برای بررسی روایی استفاده گردید. در این پژوهش با روش تعیین روایی محتوایی ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه‌های تنظیم شده قبل از توزیع بین اعضای نمونه انتخابی، به رؤیت استاد راهنما رسیده و پس از اخذ نقطه نظرات ایشان به منظور مطابقت پرسشنامه‌های تنظیمی با شرایط جامعه‌ی مورد مطالعه، تلاش گردیده در تنظیم پرسشنامه نهایی روایی صوری، سازه‌ای (روایی سازه پرسشنامه تحقیق با روش تحلیل عاملی تأییدی با نرم‌افزار اسمارت پی. ال اس مورد تأیید قرار گرفت) و روایی صوری سوالات مطرح

شده چه در ظاهر و مقدار شباهت با موضوع و چه از نظر اینکه سؤالات بطور واقعی معرف قسمت‌های محتوایی متغیرهای مورد سنجش باشند، لحاظ گردد. روایی محتوایی دو نوع است روایی صوری و منطقی. برای بررسی روایی محتوایی آزمون به دو شیوه عمل می‌شود که شاخص نسبت روایی محتوایی توضیح داده می‌شود:

الف) شاخص نسبت روایی محتوایی (CVR): این شاخص توسط لاوشه طراحی شده است. جهت محاسبه این شاخص از نظرات کارشناسان متخصص در زمینه محتوای آزمون مورد نظر استفاده می‌شود و با توضیح اهداف آزمون برای آن‌ها و ارائه تعاریف عملیاتی مربوط به محتوای سؤالات به آن‌ها، از آن‌ها خواسته می‌شود تا هر یک از سؤالات را بر اساس طیف سه بخشی لیکرت «گویه ضروری است»، «گویه مفید است ولی ضروری نیست» و «گویه ضرورتی ندارد» طبقه‌بندی کنند. بر اساس تعداد متخصصینی که سؤالات را مورد ارزیابی قرار داده اند، حداقل مقدار CVR قابل قبول بر اساس جدول زیر بایستی باشد. سؤالاتی مقدار CVR محاسبه شده برای آن‌ها کمتر از میزان مورد نظر با توجه به تعداد متخصصین ارزیابی کننده سؤال باشد، بایستی از آزمون کنار گذاشته شوند به علت اینکه بر اساس شاخص روایی محتوایی، روایی محتوایی قابل قبولی ندارند.

جدول (۱): حداقل مقدار CVR قابل قبول بر اساس تعداد متخصصین نمره گذار

تعداد متخصصین	مقدار CVR	تعداد متخصصین	مقدار CVR	تعداد متخصصین	مقدار CVR
۵	۰/۹۹	۱۱	۰/۵۹	۲۵	۰/۳۷
۶	۰/۹۹	۱۲	۰/۵۶	۳۰	۰/۳۳
۷	۰/۹۹	۱۳	۰/۵۴	۳۵	۰/۳۱
۸	۰/۷۵	۱۴	۰/۵۱	۴۰	۰/۲۹
۹	۰/۷۸	۱۵	۰/۴۹		
۱۰	۰/۶۲	۲۰	۰/۴۲		

۳،۴. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

آمار توصیفی

مهمترین روش‌های توصیفی بکار گرفته شده در تحقیق حاضر عبارتند از: فراوانی، درصد فراوانی، درصد جمعی. همچنین در این تحقیق از روش‌های آمار توصیفی جهت تنظیم داده‌ها در جداول توزیع فراوانی آزمودنی‌ها استفاده گردید.

آمار استنباطی

بخش کیفی: در بخش کیفی از تحلیل تم به صورت دستی و با کمک نرم افزار اکسل انجام شد. بخش کمی: در پژوهش حاضر، با توجه به ماهیت تحقیق در بخش اول از روش دلفی استفاده گردید. سپس و نوع متغیرها از آزمون های آماری زیر استفاده می شود. در این بررسی از روش های موجود در آمار توصیفی نظیر جداول توزیع فراوانی مطلق، میانگین جهت بررسی و مقایسه اطلاعات جمع آوری شده از طریق پرسشنامه و در بخش آمار استنباطی برای تجزیه و تحلیل و همچنین برای تحلیل عاملی و الگوسازی معادلات ساختاری (SEM) مورد استفاده قرار گرفت. سپس برای اولویت بندی متغیرها از تحلیل سلسله مراتبی استفاده شد. ضمن این که، برای بررسی وضعیت موجود و مطلوب متغیرهای تحقیق از آزمون تی استفاده شد. نرم افزارهای مورد استفاده در این تحقیق شامل SPSS نسخه ۲۳، Smart PLS نسخه ۳ و نرم افزار Exper Choice بود.

۴. تجزیه و تحلیل داده های پژوهش

در این تحقیق برای محاسبه ضریب آلفای کرونباخ، بین ۳۰ نفر از نمونه آماری توزیع شد و با استفاده از نرم افزار آماری SPSS¹⁹ ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه در جدول شماره (۲) آمده است. این مقادیر نشان دهنده این مطلب است که پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار است.

جدول (۲): مقادیر آلفای کرونباخ پرسشنامه

مقدیر آلفای کرونباخ	مولفه ها
۰/۷۵۱	بُعد فردی
۰/۷۱۲	بُعد سازمانی
۰/۷۲۶	بُعد فرهنگی - اجتماعی
۰/۷۱۷	دل زدگی شغلی

۴.۱. نتایج آزمون دلفی

شاخص های نتایج آزمون دلفی در دور سوم به شرح جدول زیر می باشد:

جدول (۳): نتایج دلفی در دور اول

ردیف	گویه ها	میانگین	انحراف معیار
۱	همدلی و گذشت	۲ ۴/۶۵	۰/۴۸۷
۲	بی طرفی سیاسی	۲ ۴/۵۲	۰/۸۲۱
۳	تحمل و سعه صدر	۳ ۴/۲۱	۰/۹۹۵
۴	انتقادپذیری	۱ ۴/۰۲	۰/۶۲۶
۶	پرهیز از قضاوت	۶ ۴/۳۲	۰/۸۲۱
۷	اعتدال و انعطاف	۲ ۴/۳۱	۰/۳۲۱



فصلنامه علمی رویکردهای نو در مدیریت دولتی

The scientific quarterly of
New Approaches in Public Administration



JNAPA

۰/۵۵۲	۱	توانایی استدلال	۸
	۴/۵۱		
۰/۶۵۴	۱	تفکر خلاق و انتقادی	۹
	۴/۱۴		
۰/۵۶۸	۲	خودشناسی	۱۰
	۴/۱۲		
۰/۵۵۳	۲	التزام به ارزش های دینی	۱۱
	۴/۰۱		
۰/۷۴۵	۲	تقوای الهی	۱۲
	۴/۳۱		
۰/۵۵۱	۳	پذیرش زمینه های فرهنگی	۱۳
	۴/۳۶		
۰/۴۸۷	۵	اجتناب از مادی گرایی	۱۴
	۴/۲۱		
۰/۸۲۱	۰	ارتقای هویت مذهبی	۱۵
	۴/۲۲		
۰/۹۹۵	۴	توانایی درک احساسات دیگران	۱۶
	۴/۱۷		
۰/۶۲۶	۶	اعتماد به نفس	۱۷
	۴/۵۴		
۰/۸۲۱	۳	صبوریت و خونسردی	۱۸
	۴/۶۶		
۰/۳۲۱	۲	قابلیت کار گروهی	۱۹
	۴/۶۹		
۰/۶۳۶	۳	مسئولیت پذیری	۲۰
	۴/۵۱		
۰/۷۶۵	۶	علاقه به شغل	۲۱
	۴/۳۲		
۰/۶۶۸	۳	عدم سوء استفاده از اموال دولتی	۲۲
	۴/۶۹		
۰/۷۴۱	۱	ادراک وظایف حرفه ای	۲۳
	۴/۵۹		
۰/۵۵۸	۶	توجه به توسعه حرفه ای خود	۲۴
	۴/۷۴		
۰/۵۶۵	۳	اشتراک گذاری دانش	۲۵
	۴/۶۱		
۰/۸۲۱	۲	به روز بودن	۲۶
	۴/۵۲		
۰/۹۹۵	۳	مدیریت اطلاعات	۲۷
	۴/۲۱		
۰/۶۲۶	۱	تعامل مناسب با همکاران	۲۸
	۴/۰۲		

۰/۸۲۱	۶	۴/۳۲	رعایت حریم خصوصی	۲۹
۰/۳۲۱	۲	۴/۳۱	داشتن مهارتهای ارتباطی	۳۰
۰/۵۵۲	۱	۴/۵۱	توجه به سلسله مراتبی اداری	۳۱
۰/۶۵۴	۱	۴/۱۴	عدم تبعیض بین کارکنان	۳۲
۰/۵۶۸	۲	۴/۱۲	توجه به ابعاد اجتماعی - فرهنگی	۳۳
۰/۵۵۳	۲	۴/۰۱	احترام به هنجارهای اجتماعی	۳۴
۰/۷۴۵	۲	۴/۳۱	علاقه مندی به پیشرفت فرهنگی جامعه	۳۵
۰/۵۵۱	۳	۴/۳۶	توجه به فرهنگهای مختلف	۳۶
۰/۴۸۷	۵	۴/۲۱	ارتقای مهارتهای شهروندی	۳۷
۰/۸۲۱	۰	۴/۲۲	حفظ منزلت اجتماعی کارکنان	۳۸
۰/۹۹۵	۴	۴/۱۷	برخوردهای اجتماعی مناسب	۳۹
۰/۶۲۶	۶	۴/۵۴	آداب معاشرت مناسب	۴۰
۰/۸۲۱	۳	۴/۶۶	خستگی از کار	۴۱
۰/۳۲۱	۲	۴/۶۹	حرکت اهلسته زمان در کار	۴۲
۰/۶۳۶	۳	۴/۵۱	بیحالی در انجام کار	۴۳
۰/۷۶۵	۶	۴/۳۲	خواب الود بودن در کار	۴۴
۰/۶۶۸	۳	۴/۶۹	عدم تمرکز در کار	۴۵
۰/۸۲۱	۲	۴/۵۲	سکون بودن شغل	۴۶
۰/۹۹۵	۳	۴/۲۱	تکراری بودن شغل	۴۷
۰/۶۲۶	۱	۴/۰۲	بی تفاوتی نسبت به کار	۴۸
۰/۸۲۱	۶	۴/۳۲	تمایل به جابجایی شغلی	۴۹

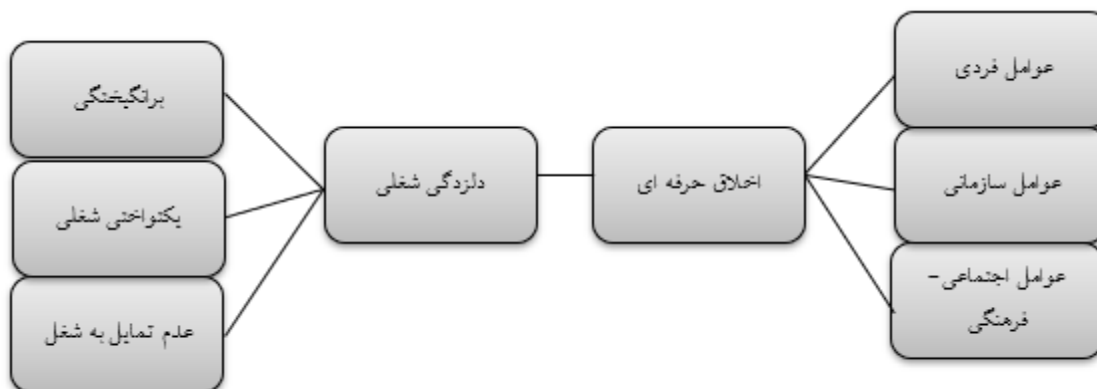
۰/۳۲۱	۲	بی حوصلگی در کار	۵
	۴/۳۱		۰

جدول (۴): نتایج آزمون کندال دور سوم دلفی

۵۰	تعداد
۰/۴۲۵	ضریب کندال
۶۵/۶۲۵	کای اسکوئر
۰/۸۴۱	آلفا
۰/۰۰۱	سطح معنی داری

با توجه به اینکه سطح معنی داری کوچکتر از $0,05$ می باشد بنابراین می توان گفت که تفاوت میانگین رتبه ها معنی دار می باشد؛ پس می توان به صورت کلی اجماع میان نظرات خبرگان را در خصوص همه مفاهیم دید.

با عنایت به موارد فوق، مدل مفهومی تحقیق به شرح زیر تدوین گردید.

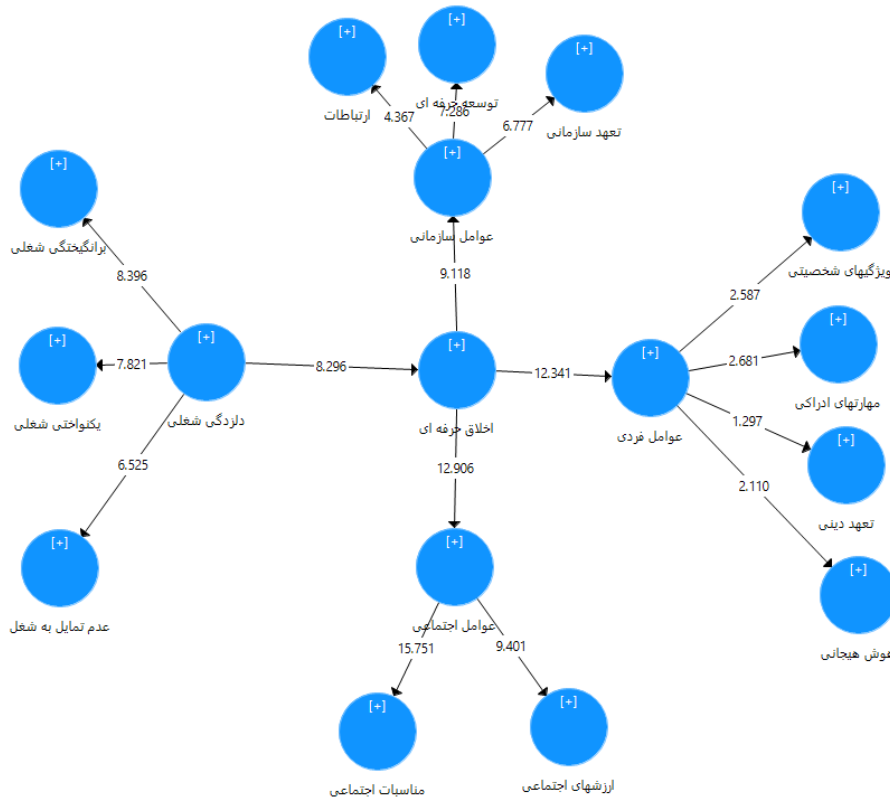


شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

معیارهای ارزیابی برازش بخش ساختار

اعداد معناداری t

ضرایب مربوط به مسیر بین متغیرها از مقدار $1/96$ بیشتر است که معنادار بودن این مسیر و مناسب بودن مدل ساختاری را نشان می دهد.



شکل (۲): مدل معادلات ساختاری در حالت مقادیر معناداری t

معیارهای R^2

سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی در نظر گرفته شده است. با توجه به جدول زیر مقادیر R^2 نشان از برازش مناسب مدل دارد.

جدول (۶): مقادیر R^2

مقادیر R^2	متغیر	ردیف
۰/۷۴۶	عوامل فردی	۱
۰/۷۴۴	عوامل سازمانی	۲
۰/۶۱۷	عوامل فرهنگی اجتماعی	۳
۰/۲۹۱	دلزدگی شغلی	۴

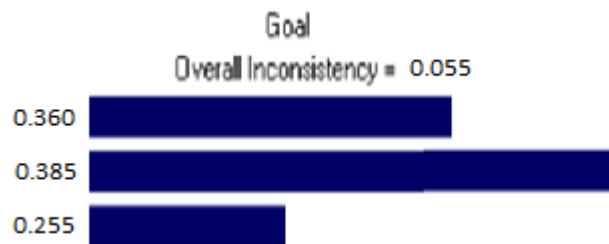
اولویت‌بندی ابعاد اخلاق حرفه‌ای با تاکید بر دلزدگی شغلی چگونه است؟

میزان نرخ سازگاری برابر با ۰/۰۵۵ و کمتر از ۰/۱۰ می‌باشد در تحلیل مقدار بدست آمده CR می‌توان گفت که مقایسات زوجی گروه در جدول (۶) از سازگاری برخوردار است.

جدول (۶): وزن و مقادیر اولویت ابعاد اخلاق حرفه‌ای

اولویت	وزن	ابعاد
۲	۰,۳۶۰	عوامل سازمانی
۱	۰,۳۸۵	عوامل فردی
۳	۰,۲۵۵	فرهنگی- اجتماعی

با توجه به جدول فوق، شاخص «عوامل فردی» حایز رتبه اول، «عوامل سازمانی» رتبه دوم و «عوامل فرهنگی- اجتماعی» رتبه سوم شدند.



نمودار (۱): وزن و مقادیر اولویت ابعاد اخلاق حرفه‌ای

اولویت‌بندی مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای با تاکید بر دلزدگی شغلی چگونه است؟

اولویت‌بندی مولفه‌های فردی
میزان نرخ سازگاری برابر با ۰/۰۵۴ و کمتر از ۰/۱۰ می‌باشد. در تحلیل مقدار بدست آمده CR می‌توان گفت که مقایسات زوجی گروه در جدول (۷) از سازگاری برخوردار است.

جدول (۷): وزن و مقادیر اولویت مولفه‌های فردی

اولویت	وزن	ابعاد
۲	۰,۲	ویژگی‌های فردی
۴	۰,۱	هوش هیجانی
۳	۰,۲	تعهد دینی
۱	۰,۳	مهارت‌های ادراکی
۴۷		

با توجه به جدول فوق، شاخص «مهارت‌های ادراکی» حایز رتبه اول و «هوش هیجانی» رتبه چهارم شدند.



نمودار (۲): وزن نهایی مولفه‌های فردی

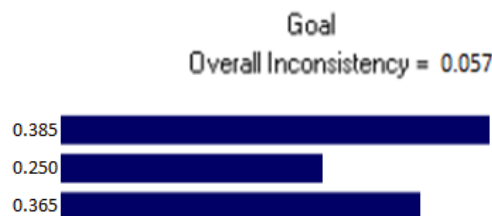
اولویت‌بندی مولفه‌های سازمانی

میزان نرخ سازگاری برابر با ۰/۰۵۷ و کمتر از ۱۰٪ می‌باشد. در تحلیل مقدار بدست آمده CR می‌توان گفت که مقایسات زوجی گروه در جدول (۸) از سازگاری برخوردار است.

جدول (۸): وزن و مقادیر اولویت مولفه‌های سازمانی

اولویت	وزن	ابعاد
۲	۰,۳۶۵	تعهد سازمانی
۱	۰,۳۸۵	توسعه حرفه ای
۳	۰,۲۵۰	ارتباطات

با توجه به جدول فوق، شاخص «توسعه حرفه‌ای» حایز رتبه اول، «تعهد سازمانی» رتبه دوم و «ارتباطات» رتبه سوم شدند.



نمودار (۳): وزن نهایی مولفه‌های سازمانی

اولویت‌بندی مولفه‌های اثربخشی اجتماعی

میزان نرخ سازگاری برابر با ۰/۰۶۶ و کمتر از ۱۰٪ می‌باشد. در تحلیل مقدار بدست آمده CR می‌توان گفت که مقایسات زوجی گروه در جدول (۹) از سازگاری برخوردار است.

جدول (۹): وزن و مقادیر اولویت مولفه‌های فرهنگی-اجتماعی

اولویت	وزن	ابعاد
۱	۰,۵۵۹	ارزش‌های اجتماعی
۲	۰,۴۴۱	مناسبات اجتماعی

با توجه به جدول فوق، عامل «ارزش‌های اجتماعی» حایز رتبه اول و «مناسبات اجتماعی» رتبه دوم شدند.



نمودار (۴): وزن نهایی مولفه‌های فرهنگی-اجتماعی

۵- بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی اخلاق حرفه‌ای فرماندهان انتظامی کشور با تأکید بر دلزدگی شغلی انجام شد. در راستای دست‌یابی به اهداف تحقیق، با مرور مطالعات پیشین، تلاش گردید تا عواملی مختلف که در این بین می‌توانند مورد توجه قرار بگیرند، احصا و با روش دلفی تلاش گردید تا نسبت به تأیید و رد آن اقدام گردد. یافته‌های تحقیق نشان داد «عوامل فردی» حایز رتبه اول در جهت الگوی اخلاق حرفه‌ای فرماندهان انتظامی کشور با تأکید بر دلزدگی شغلی می‌باشند. نتیجه بدست آمده با مطالعات کریمی و بسطامی (۱۴۰۲)، زاده مرادیان و همکاران (۱۴۰۰)، عبدالله و همکاران (۲۰۱۹) و چانگ و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد. در تبیین این نتیجه می‌توان بیان داشت که ایجاد ارتباط بین شغل و رفتار کارکنان سازمان از وظایف اصلی مدیران می‌باشد. در این بین، وظایف مدیران انتظامی کشور از اهمیت دوچندانی برخوردار است. به نحوی سبب می‌شود تا کارکنانی که با مردم سروکار دارند، احساس رضایت از شغل داشته باشند و نسبت به ارائه خدمات برای شهروندان اقدام نمایند. تا زمانی که کارکنان و جو حاکم بر سازمان را مناسب و درخور شایسته احساس نمایند، انتظار نمی‌رود تا این کارکنان با دارا بودن احساس خستگی روحی، روانی و فیزیکی بتوانند امنیت عمومی جامعه رو تضمین نمایند. بنابراین مدیران می‌توانند در جهت انجام وظایف سازمانی خویش، و اتخاذ تصمیمات مهم و با در نظر گرفتن اخلاق حرفه‌ای نسبت به ایجاد جو سازمانی مناسب گام بردارند. یافته‌های تحقیق نشان داد «عوامل سازمانی» رتبه دوم در جهت الگوی اخلاق حرفه‌ای فرماندهان انتظامی کشور با تأکید بر دلزدگی شغلی می‌باشند. نتیجه بدست آمده با مطالعات قاضی و همکاران (۱۳۹۸)، کریمی و بسطامی (۱۴۰۲)، زکی‌زاده و همکاران (۲۰۲۳) و سائر و وود (۲۰۲۰) همخوانی دارد. در تشریح این نتیجه می‌توان بیان داشت که زمانی که کارکنان سازمان از شغل خود دلزده می‌شوند، یک حالت تنفر یا ناسازگاری با هر نوع تجربه تکراری و بی‌قراری زیاد در شرایطی که رهایی از یکنواختی امکانپذیر نیست، ایجاد می‌شود که با نشانه‌هایی همچون احساس ملالت و خستگی، بی‌معنایی، پوچی، کسل بودن و عدم علاقه، عدم ارتباط یا عدم

تعامل با یک رویداد یا وضعیت یا محیط فعلی همراه است. بر این مدیران باید به ایجاد جوی که این شرایط را دگرگون می‌نمایند، همت نمایند. مدیران با رعایت عوامل سازمانی می‌تواند زمینه را برای کاهش دلزددگی فراهم نمایند.

یافته‌های تحقیق نشان داد «عوامل فرهنگی - اجتماعی» رتبه سوم شدند. در جهت الگوی اخلاق حرفه‌ای فرماندهان انتظامی کشور با تأکید بر دلزدگی شغلی می‌باشند. نتیجه بدست آمده با مطالعات جمالی و همکاران (۱۴۰۲)، مرادیان و همکاران (۱۴۰۰)، ووس (۲۰۱۸) و فرچ و اسپاج (۲۰۱۶) همخوانی دارد. در تبیین این نتیجه می‌توان داشت که به منظور توسعه و بهبود مانند عملکرد شغلی، رفتار سازمانی، نگرش‌های شغلی و پیامدهای روان شناختی مثبت، توجه به ابعاد فرهنگی - اجتماعی مدیران در پرتو اخلاق حرفه‌ای، از اهمیت بالایی برخوردار است. طبق تئوری تناسب بین فرد و محیط کاری، عوامل سازمانی نقش مهمی در شکل‌گیری دلزدگی شغلی دارند. دلزدگی شغلی در بلندمدت موجب فشار روانی برای فرد می‌شود، به طوری که می‌توان یکی از علل اصلی دلزدگی شغلی را عدم تناسب بین فرد و محیط کاری‌اش دانست.

یافته‌های تحقیق نشان داد «عوامل فردی» حایز رتبه اول در جهت الگوی اخلاق حرفه‌ای فرماندهان انتظامی کشور با تأکید بر دلزدگی شغلی می‌باشند. بر این اساس، موارد زیر توصیه می‌گردد:

✓ در زمان تصمیم‌گیری برای کارکنان، از پیش قضاوت خودداری نمایند و تلاش نمایند تا با سعه صدر صحبت‌های کارکنان را بشنوند و بعداً تصمیم بگیرند.

✓ با رعایت احترام و کرامت انسانی، جو همدلی و صمیمیت را در سازمان افزایش دهند.

✓ یافته‌های تحقیق نشان داد «عوامل سازمانی» رتبه دوم در جهت الگوی اخلاق حرفه‌ای فرماندهان انتظامی کشور با تأکید بر دلزدگی شغلی می‌باشند. بر این اساس، موارد زیر توصیه می‌گردد:

✓ با شرکت‌های در کلاس‌های آنلاین و حضوری در دوره‌های مختلف حرفه‌ای، نسبت به تقویت و بهبود آموزش‌های حرفه‌ای مدیریت اقدام نماید.

✓ برگزاری کارگاه‌های آموزشی ارتباطات بین سازمانی و فراسازمانی و شرکت خود و دیگران، اقدام

نمایند.

یافته‌های تحقیق نشان داد «عوامل فرهنگی - اجتماعی» رتبه سوم شدند. در جهت الگوی اخلاق حرفه‌ای فرماندهان انتظامی کشور با تأکید بر دلزدگی شغلی می‌باشند. بر این اساس، موارد زیر توصیه می‌گردد:

✓ برگزاری دوره‌های آموزشی شهروندانی در تمامی رده‌های سازمانی

✓ رعایت حریم خصوصی کارکنان در تمام سئونات اداری و سازمانی.

در راستای غنی بخشی به نتایج پژوهش حاضر، موضوعات پژوهشی زیر ارائه می‌گردد

✓ انجام پژوهش کیفی با هدف ارائه الگوی اخلاقی حرفه‌ای فرماندهان انتظامی کشور با رویکرد دلفی.

✓ بررسی تأثیر عوامل سازمانی در بروز دلزدگی شغلی کارکنان

✓ انجام این تحقیق در جامعه آماری دیگر و با فرهنگ متفاوت و انجام مقایسه تطبیقی بین آن‌ها

منابع و مآخذ

۱. آراسته، حمید رضا و مومنین، رضا و قورچیان، نادر قلی و جعفری، پروش. (۱۴۰۲). ارائه مدلی برای ارتقای اخلاق حرفه ای دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی استان تهران.
۲. امین صارمی، نودر، و قویمی، پژمان. (۱۳۹۴). رابطه اخلاق حرفه ای پلیس با تکرار اعمال مجرمانه اطفال و نوجوانان بزهکار. مطالعات امنیت اجتماعی، ۲(۴۴)، ۱۶۳-۱۸۴.
۳. پوراسدی، محمد و معدنی، جواد. (۱۳۹۵). تاثیر مولفه های مسئولیت اجتماعی بر کیفیت ارائه خدمات انتظامی. فصلنامه علمی انتظام اجتماعی.
۴. رحمان سرشت، حسین، و رفیعی، محمود. (۱۳۸۸). مسوولیت اجتماعی: اخلاقیات فراسازمانی. تدبیر، (۲۰۴).
۵. فیروزکوهی مقدم بیتا، ثناگوی محرر غلامرضا، شیرازی محمود. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر آموزش پذیرش و تعهد بر فرسودگی و انگیزش شغلی کارکنان سازمان تامین اجتماعی. رویش روان شناسی، ۱۱(۴): ۱۲۱-۱۳۲.
۶. کرمی، ذبیح اله، و علیدوستی، اکبرعلی. (۱۴۰۱). تاثیر راهبردهای نمایش عاطفی فرماندهان بر کاهش دل زدگی شغلی کارکنان در فرماندهی انتظامی استان چهارمحال و بختیاری. پژوهش های مدیریت انتظامی (مطالعات مدیریت انتظامی)، ۱۷(۱)، ۱۷۹-۲۰۰.
۷. مهدیزاده اشرفی، علی و جهانگیر فرد، مجید و مجیبی، تورج و جمالی منفرد، نسرين. (۱۴۰۱). طراحی مدل ارزیابی اخلاق سازمانی در صنایع کوچک و متوسط.
۸. میرزا خانی، عبدالرحمن و آهی سنزیقی، پرویز و درویشی، صیاد. (۱۴۰۲). تاثیر رهبری اخلاقی بر پیشگیری از فرسودگی شغلی کارکنان با نقش واسط نشاط سازمانی.

Resources

Abdumannonovna, T. D. (2024). An Understanding of the Auditor's Professional Ethics and its Importance in the Auditor's Work. *American Journal of Public Diplomacy and International Studies* (2993-2157), 2(2), 7-11. <https://doi.org/10.5220/0008339803310338>

Ali, U., Tari, E., Lao, H. A., & Koroh, L. I. (2023). THE EFFECT OF PRINCIPAL SUPERVISION AND BURNOUT ON TEACHER WORK ETHICS AT RITA KAKA PUBLIC ELEMENTARY SCHOOL. *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 4(4), 399-413. <https://doi.org/10.35672/afeksi.v4i4.144>

Baker, D.-P. (2015). *Key concepts in military ethics*. Sydney, AU: UNSW. <https://doi.org/10.4135/9781446268184.n52>

Borrelli, I., Rossi, M. F., Melcore, G., Perrotta, A., Santoro, P. E., Gualano, M. R., & Moscato, U. (2023). Workplace Ethical Climate and Workers' Burnout: a systematic review. *Clinical Neuropsychiatry*, 20(5), 405. <https://doi.org/10.1111/beer.14168/v2/review1>

Chokprajakchat, S., & Sumretphol, N. (2017). Implementation of the code of professional ethics for Thai civil servants. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(2), 129-135. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2016.03.004>

- Forster, D., & Maxwell, B. (2023). Using codes of professional ethics and conduct in teacher education: pitfalls and best practice. In *Ethics and Integrity in Teacher Education* (pp. 25-42). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-16922-9_3
- Fuchs, M., & Schalljo, M. (2016). 'Western' professional ethics challenged by foreign acquisitions: German managers' patterns of interpretation surrounding Chinese and Indian investors. *Geoforum*, 75, 20-28. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2016.06.017>
- Hebenstreit, G., Marics, A., & Hlavac, J. (2022). Professional ethics and professional conduct. *Handbook for interpreters in asylum procedures*, 2(8), 74-85. <https://doi.org/10.1102/9781118837119.ch10>
- Heinemann, L. V., & Heinemann, T. (2017). Burnout research: Emergence and scientific investigation of a contested diagnosis. *Sage Open*, 7(1), 2158244017697154. <https://doi.org/10.1177/2158244017697154>
- Loach, B. L. (2019). A time to speak and a time to keep silent: Professional ethics, conscience, and the medical interpreter. *Ethics, Medicine and Public Health*, 11, 52-59. <https://doi.org/10.1016/j.jemep.2019.100420>
- Malta, G., Plescia, F., Zerbo, S., Verso, M. G., Matera, S., Skerjanc, A., & Cannizzaro, E. (2024). Work and Environmental Factors on Job Burnout: A Cross-Sectional Study for Sustainable Work. *Sustainability*, 16(8), 3228. <https://doi.org/10.3390/su16083228>
- Maslach, C., & Leiter, M. P. (2016). Understanding the burnout experience: recent research and its Implications for psychiatry. *World psychiatry*, 15(2), 103-111. <https://doi.org/10.1002/wps.20311>
- Micewski, E. R. (2016). Conveying ideas and values in education! Challenges in teaching military ethics. In T. R. Elssner, R. Janke, & A. C. Oesterle (Eds.), *Didactics of Military Ethics* (pp. 173-177). Leiden, ND: BRILL NIJHOFF. https://doi.org/10.1163/9789004312135_015
- Poff, D. C., & Michalos, A. C. (Eds.). (2023). *Encyclopedia of business and professional ethics*. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-22767-8>
- Raza, S. A., Khan, K. A., & Hakim, F. (2024). Whether organizational citizenship behavior is triggered by employee CSR perception and spiritual values: the moderating role of Islamic work ethics. *Management Research Review*, 47(3), 353-373. <https://doi.org/10.1108/mrr-10-2022-0714>
- Rodriguez, J. V., & Juricic, Z. (2018). Perceptions and attitudes of community pharmacists toward professional ethics and ethical dilemmas in the workplace. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 14(5), 441-450. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2017.05.010>
- Salvagioni, D. A. J., Melanda, F. N., Mesas, A. E., González, A. D., Gabani, F. L., & Andrade, S. M. D. Physical, psychological and occupational consequences of job burnout: A systematic review of Prospective studies. *PloS one*, 12(10), e0185781. (2017). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0185781>
- Troy, J. (2024). Ethics as Moral Practice in Peacekeeping Missions: Insights on the Importance of Ethical Training. *International Peacekeeping*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/13533312.2024.2305901>
- Wilson, R. (2021). Ethical issues in teledentistry: Following the American dental association principles of ethics and code of professional conduct. *The Journal of the American Dental Association*, 152(2), 176-177. <https://doi.org/10.1016/j.adaj.2020.12.001>



Xie, X., Huang, C., Cheung, S. P., Zhou, Y., and Fang, J. (2021). Job demands and resources, burnout, and psychological distress of social workers in China: moderation effects of gender and age. *Front. Psychol.* 12:741563. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.741563>

Xie, X., Tu, Y., & Huang, C. (2024). Intercultural communication competence and job burnout in MNC employees: the mediation role of job stress. *Frontiers in Psychology*, 15, 1339604. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1339604>

Xie, X., Zhou, Y., Fang, J., and Ying, G. (2022). Social support, mindfulness, and job burnout of social workers in China. *Front. Psychol.* 13:332. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.775679>

Yuren, T., & Arnaz, J. A. (2014). Professional ethics and employability in higher education policies in Mexico. *An Analysis of the Discourse Procedi Social and Behavioral Sciences*. 182-188. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.053>



Presentation of Professional Ethics Model of Commanders with Emphasis on Job Burnout of Shahrekord Police Command Staff



Fatemeh Amini Musa Abadi

Master's student, public administration - majoring in organizational behavior; Tehran University of Research Sciences

Fateme.am1944@gmail.com



Seddiqeh Tootian

Associate Professor, Department of Public Administration, Islamic Azad University, West Branch, Tehran, Iran

Tootian_ir@yahoo.com



Hormat Asghari

Assistant Professor, Department of Public Administration, Islamic Azad University, Research Sciences Branch, Tehran, Iran

H_asghari1980@yahoo.com

Received: ۱۰ September 2024 | Revised: 05 November 2024 | Accepted: 10 November 2024

Abstract

One of the new leadership approaches that have received much attention and overcome the weaknesses and problems of traditional leadership models is the ethical leadership approach, which was seriously introduced in the literature of leadership and management in the last decade of the ۲۰th century. The purpose of this research is to present the professional ethics model of commanders with emphasis on the job burnout of Shahrekord police command staff. The current research is based on its purpose of application of exploratory type and based on quantitative results. Sampling and volume methods have been used in both collection methods and validity and reliability tools have been used. In the Delphi section ۲۰ commanders and employees of the police command of the Islamic Republic of Abran Shahrekord ,who had more than ۱۰ years of experience ,were gradually selected. In the validation and measurement of the current and desirable research situation, ۳۰۶ people were selected as a sample in ۱۴۰۲. Expert Choice software was used for prioritization, and SPSS version ۲۳ and Smart PLS software were used in the validation section. The research findings showed that "individual factors" have the first rank in the direction of the model of professional ethics of the country's law enforcement commanders with emphasis on job burnout. "Organizational factors" have the second rank in the direction of the model of professional ethics of the country's law enforcement commanders with emphasis on job burnout. "Social and cultural factors" are ranked third in the direction of the model of professional ethics of the country's law enforcement commanders, with an emphasis on job burnout.

Keyword: Professional Ethics, Job Burnout, Police Commander.