

ارایه مدل هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی ، گردشگری و صنایع دستی استان تهران چکیده:

مقدمه و هدف پژوهش: هویت سازمانی، اصطلاح ارزشمندی است که محرک پنهان بسیاری از اعمال گروهی و تلاش‌های اجتماعی و بازاریابی از هویت اجتماعی می‌باشد پژوهش حاضر به ارایه مدل هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی ، گردشگری و صنایع دستی استان تهران پرداخته است .

روش پژوهش: این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش ، تلفیقی از روش های کیفی و کمی می باشد. در مرحله اول از روش کیفی داده بنیاد استفاده شده است، جامعه آماری در بخش کیفی شامل خبرگان اجرایی سازمان میراث فرهنگی ، گردشگری و صنایع دستی استان تهران می باشند. همچنین از خبرگان علمی و دانشگاهی در زمینه فرهنگ نیز استفاده شد ابزار تحقیق شامل برگه‌های کدگذاری محقق ساخته بود که روایی آن توسط اعضای گروه دلفی تأیید و پایایی آن با معیار پی اسکات ۰/۹۵ محاسبه شد. جامعه آماری در مرحله دوم تحقیق، را کارکنان سازمان میراث فرهنگی ، گردشگری و صنایع دستی استان تهران تشکیل می دهند که حدوداً ۲۵۰ نفر می باشند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۱۶۰ نفر برآورد شد و پس از گردآوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل آماری داده های پژوهش در دو سطح توصیفی با استفاده از شاخص های آماری (نظیر فراوانی، درصد و میانگین) و سطح استنباطی تحلیل عاملی تأییدی، با استفاده از Spss ۲۲ و Lisrel ۸,۵۴ و Excel صورت گرفت .

یافته ها: نشان داد که عوامل مرتبط با مدل هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی ، گردشگری و صنایع دستی استان تهران در قالب ۱۳ مقوله و در ابعاد ۵ گانه به صورت عوامل محوری (هویت سازمانی کارکنان)، شرایط علی ، شرایط زمینه‌ای ، شرایط مداخله گر ، راهبردها و پیامدها جای گرفتند.

نتیجه گیری: نشان داد که از بین ابعاد مدل هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی ، گردشگری و صنایع دستی استان تهران ، بعد شرایط علی با میانگین (۰/۹۰) بیشترین و بعد پیامدها با میانگین (۰/۵۳) کمترین تاثیر را در هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی ، گردشگری و صنایع دستی استان تهران دارند.

کلمات کلیدی: هویت ، هویت سازمانی کارکنان ، سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان

تهران

مقدمه

اصول اساسی تئوری هویت اجتماعی، مبنایی برای مفهوم‌سازی هویت سازمانی در دو دهه اخیر ایجاد کرده است؛ به عبارت دیگر، هویت سازمانی فرم ویژه‌ای از هویت اجتماعی است (نصراصفهانی و آقاباباپور، ۱۳۹۲: ۱۴۲). هویت سازمانی با بسیاری از رفتارها، نگرش‌ها و متغیرهای زمینه‌ای (وضعیتی) کاری در ارتباط است و نقشی محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می‌کند (قاسم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۸). هویت‌یابی را می‌توان سازه‌ای در نظر گرفت که به صورت یک پل ذهنی میان فرد و سازمان، به‌ویژه در هنگامه تغییر عمل می‌کند. هویت‌یابی به تحلیل افراد از ادراک از خود، ارتباط با دنیای پیرامون و ارتباط با سازمان متبوعشان کمک می‌کند. به اعتقاد محققان، فرآیند هویت‌یابی ارتباط میان هویت‌ها را در سطوح مختلف فراهم می‌سازد و یک هویت سازمانی خوب تعریف شده، کاملاً متمایز، فراگیر و پذیرفته شده، می‌تواند نقطه ثقلی برای اعضای سازمان فراهم نماید که در یک بستر استخدای غیر مطمئن به تعیین هویت خود بپردازند (Puusa, ۲۰۰۶: ۴۲). هویت سازمانی چارچوبی ثابت، پایدار و ایستا نیست بلکه الگویی از باورها، ارزش‌ها و احساسات است که در تعامل ویژه‌ای میان افراد و محیط پیرامونی آن‌ها در بستر فرهنگ سازمانی شکل می‌گیرد (Du, ۱۹۹۷: Gay, Abzug, ۲۰۰۲: ۱۲۹ & ۳۰۷, Glynn). لذا عواملی چون جنسیت، ملیت و نژاد از این منظر چندگانگی هویت سازمانی را به همراه خواهند داشت که می‌تواند بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت یا منفی داشته باشد. (Cornelissen et al., ۲۰۰۷: ۹)

بیان مسأله

نظریه‌پردازان هویت سازمانی معتقدند افراد سعی در بروز تمایز و در نتیجه هویت‌یابی خود با سازمان‌هایی می‌کنند که در مقایسه با سایر گروه‌ها، ویژگی‌های منحصر به فردی داشته باشند. افراد تمایل دارند با سازمان‌هایی تعیین هویت شوند که موقعیت اجتماعی بالا یا مطلوبیت اجتماعی (در مقایسه با سایر گروه‌ها) دارند و از این راه، نیاز احترام خود را پاسخ می‌دهند (Bartel, ۲۰۰۱: ۳۶). عزت نفس کارکنان زمانی افزایش می‌یابد که ارزیابیشان از سازمان مثبت باشد و تصور کنند افراد خارج از سازمان نیز دید مثبتی نسبت به آنها دارند. در چنین حالتی افراد با سازمان، هویت‌یابی کرده و به شدت علاقه‌مند هستند تا از طریق سازمانی که در آن عضو هستند خود را به دیگران معرفی کنند (Lievens et al., ۲۰۰۷: ۱۶).

هویت‌یابی سازمانی عبارت است از ادراک خود از تعلق سازمانی، وقتی که او خود را با سازمان متبوعش تعریف می‌کند. عضویت در سازمان‌های با پرستیژ، خوداحترامی افراد و نیاز برای ارتقای درونی آنها را ارضا

می‌کنند. افراد تمایل به شناسایی شدن از طریق سازمان‌هایی دارند که با پرستیژ شمرده می‌شوند. همچنین افراد جذابیت هویت سازمانی خود را با سنجیدن ویژگی‌های هسته‌ای بودن، منحصر به فرد بودن و پایداری هویت مذکور به دست می‌آورند (Fuller et al., ۲۰۰۶: ۸۱۷).

مسئله‌ای که امروزه، در بسیاری از سازمان‌های کشور شاهد آن هستیم، فقدان یک هویت سازمانی منسجم و ناتوانی سازمان‌ها در شکل دادن به هویتی قوی و پایدار و بروز ضعف‌ها و نارسایی‌هایی در فرایندهای مختلف و مسائل گوناگونی که سازمان با آن روبروست می‌باشد. فقدان هویت سازمانی منسجم، احساس تعلق اعضا به سازمان را خدشه‌دار کرده و از میزان وفاداری و تعهد آن‌ها به ارزش‌ها و اهداف سازمان و همچنین حساسیت آن‌ها نسبت به تحقق این اهداف خواهد کاست. از این طریق، موجب از دست رفتن مزیت‌های رقابتی سازمان و به خطر افتادن موجودیت آن در محیط پویا و رقابتی که سازمان‌های عصر حاضر ناگزیر به فعالیت در آن هستند، خواهد شد. بنابراین آگاهی هرچه بیشتر مدیران و اداره‌کنندگان سازمان‌های مختلف از عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت سازمانی و همچنین تأثیر وجود هویت سازمانی مستحکم بر میزان تعهد کارکنان و همچنین رفتارهای شهروندی اعضای سازمان، ضروری بوده و زمینه لازم جهت شکل دادن به هویت سازمانی منسجم و دست یافتن به مزایای رقابتی حاصل از آن را در پی خواهد داشت. در تحقیق حاضر به دنبال بیان عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری هویت سازمانی و بررسی پیامدهای شکل‌گیری هویت سازمانی هستیم.

اهمیت و هدف پژوهش

هویت یک مزیت رقابتی برای سازمان‌ها محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر اهمیت یافته است. هویت سازمانی به وسیله رفتارهای بیرونی درک شده تأثیر می‌پذیرد. هویت سازمانی ابتدا بر رفتار کارکنان و سپس بر کارکرد و تحقق اهداف سازمانی تأثیر می‌گذارد. هویت سازمانی عبارت از تلاش برای پاسخ دادن به این پرسش است که ما به‌عنوان سازمان «که» هستیم؟ (Puusa & Tulvanen, ۲۰۰۶: ۵۴). مدیران همواره به دنبال ارزیابی و ارتقای این نگرش در میان کارکنان خود هستند زیرا به نتایج مثبت آن، از جمله رضایت شغلی بیشتر، حس وابستگی و تعلق قوی‌تر، تعهد سازمانی بالاتر، رفتار شهروندی بیشتر، جابه‌جایی کمتر، اثربخشی سازمانی و در نهایت توسعه ظرفیت‌های سازمانی علاقه‌مندند (رحمان سرشت و فرهادی، ۱۳۸۹: ۱۹). هویت سازمانی نقشی محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می‌کند (قاسم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۸). از طریق هویت‌یابی، کارکنان ویژگی‌های مهم سازمان را به عنوان ویژگی‌های خود جذب می‌کنند (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۲).

ادبیات پژوهش:

هویت سازمانی:

برای پاسخ به این پرسش که هویت سازمانی چیست، باید به چگونگی کار یک سازمان، نزدیک تر شد. سازمان ها سیستم های اجتماعی هستند که برای رسیدن به هدف های معین ایجاد می شوند. آنها شامل عناصری هستند که به صورت یک پیکر واحد شکل داده شده اند. این پیکر یک قصد و منظور دارد. همان گونه که در تعریف بالا بیان شد، ساختار به گونه ای است که افراد بتوانند برای اداره کردن کار با یکدیگر، همکاری و مشارکت کنند. عناصر پایه سازمان، وظایفی است که از آن انتظار می رود انجام دهد، فناوری که برای این کار استفاده می کند و هدف هایی که برای خود تنظیم می کند. در مجموع می توان گفت: هویت سازمانی، یک ابزار استراتژیک برای رسیدن به هدف ها و چشم اندازهاست. جوهری هیچ، پروفیسور در تئوری سازمانی در دانشگاه ویرجینیا، درباره هویت سازمانی این گونه می نویسد: «هویت سازمانی مربوط به تجارب و ایده هایی است که اعضا به طور کلی از سازمان دارند» (Hatch, ۱۹۹۷: p۲۸۲).

او می گوید که هویت سازمانی چیزی است که کارمندان درباره شرکت، دریافت، حس و فکر می کنند و به عنوان یک فهم معمول مشترک از ارزش ها و ویژگی های روشن سازمان، پذیرفته می شود. هویت سازمانی درباره ویژگی هایی است که سازمان را متمایز و تشخیص پذیر می سازد. این قدرت مدیریت است که بر روی اطلاعاتی که به وسیله گروه های داخلی یا خارجی در مورد سازمان دریافت می شود، اثر گذارد.

از رفتارشناس های سازمانی، به خاطر کوتاهی در شناخت اهمیت مشتریان و سرمایه گذاران، هنگام تعریف هویت سازمانی انتقاد شده است. هیچ، تأکید می کند که هویت سازمانی نباید با چیزی که او تصویر سازمان می خواند، اشتباه گرفته شود. در حالی که هویت به سوی داخل متمرکز است، تصویر، به دریافت خارج از سازمان مربوط می شود (Hatch, ۱۹۹۷: p۲۸۲).

اگر هویت قرار است یک مزیت رقابتی باشد، به نظر می رسد تصویری که مشتریان و سرمایه گذاران از سازمان دارند می تواند از اهمیت زیادی برخوردار باشد. مفهوم هویت شرکت، در مواردی که درباره هویت سازمانی بحث می شود، بیشتر استفاده می شود. این مفهوم بر روی اینکه سازمان از درون و بیرون چگونه به نظر می رسد، متمرکز است.

هویت سازمانی به‌عنوان یک سیستم تعبیر و تفسیر، یا به‌عنوان مجموعه‌ای از شناخت‌های مشترک و یا به‌عنوان زبان و رفتار مشترک تعریف شود. این ایده بر درک رایج هویت سازمانی به‌عنوان چارچوب شناختی و یا نگرشی ادراکی که افراد را در درک حسی بهتر هدایت می‌کند، منطبق است. به‌عبارت دیگر، به‌هویت سازمانی به‌عنوان داشتن تعریفی از خود یا بازنمودی شناختی از خود نگریسته می‌شود که منطبق با اعضای سازمانی بوده و عمیقاً با سرشت و مفروضات اساسی و پنهان آن‌ها عجین شده است. هم‌چنین هویت سازمانی به آن دسته از ویژگی‌هایی که توسط اعضای سازمان به‌عنوان ویژگی‌های محوری، مستمر و شاخص (تمایز) ادراک شده و در نحوه تعریف آن‌ها از خود (به‌عنوان اعضای سازمان) و سازمان‌شان سهیم است، اطلاق می‌شود (طبرسا و نظریور، ۱۳۹۲: ۱۱۴)

عوامل موثر بر هویت سازمانی:

از آنجا که اندیشمندان و صاحب‌نظران، بر نتایج مثبت رشد هویت سازمانی، اذعان دارند، توجه و بررسی عوامل موثر بر این سازه، ضروری است. کارکنان مهم‌ترین بخش هر سازمان هستند و از رضایت شغلی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل که در تمایل به ترک سازمان مؤثر است، نام برده شده است (آلیا و محمد، ۲۰۱۹: ۱۶۸). مطالعات زیادی در مورد رابطه پدیده رضایت شغلی با قصد ترک خدمت انجام شده است به‌عنوان نمونه (حسین و همکاران، ۲۰۱۵؛ کانوار و همکاران، ۲۰۱۲؛ عباسی، ۲۰۱۵). رضایت شغلی به‌عنوان نگرشی منفی و یا مثبت است که توسط کارکنان نسبت به کارشان مطرح می‌شود. رضایت شغلی هم‌چنین می‌تواند به‌عنوان شکلی از احساسات مثبت که با ارزیابی خصوصیات فرد بروز پیدا می‌کند، تفسیر شود (نلسون و همکاران، ۲۰۲۰). رضایت شغلی بیانگر احساسات فرد نسبت به کار او است که از نگرش کارمند نسبت به کار و بقیه چیزها در محیط کار او قابل مشاهده است. کارکنان در شرکت کار می‌کنند تا وظایف مختلف را با توجه به وضعیت و موقعیت خود انجام دهند. اساساً رضایت شغلی کارکنان به خواسته آن‌ها از کار و آنچه از این کار به‌دست خواهند آورد بستگی دارد (محمد، ۲۰۱۹: ۵۳). در کشورهای اسلامی، از جمله عوامل تاثیرگذار بر رضایت شغلی، موارد معنوی است. این در حالی است که در نظریه‌های رضایت شغلی مرسوم چنین مولفه‌هایی نادیده گرفته شده‌اند. به‌طورکلی، مطالعات متداول رضایت شغلی، فقط جنبه بیرونی رضایت شغلی فرد را بررسی می‌کنند، نه جنبه درونی و روحی فرد را، درحالی‌که اسلام به هر دو جنبه اهمیت می‌دهد. یکی از عوامل مهم که می‌تواند رابطه بین رضایت شغلی و تعهد سازمانی با تمایل به ترک خدمت را تحت تاثیر قرار دهد، اخلاق کار اسلامی است (مروان و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۳۶۴).

کارمندان با وجود تنوع شغلی و بازخوردی که از سرپرستان خود می‌گیرند و هم‌چنین رابطه خوبی که با همکاران شان دارند، رضایت شغلی بالایی خواهند داشت. کارمندان راضی، به کاروسازمان خود متعهد هستند (جابید و

دارویس، ۲۰۱۹: ۳۹). رضایت شغلی با تأمین نیازهای اولیه مانند شرایط کار، درآمد، ارتباط با همکاران و مدیران و ارتقای سطح دسترسی به فرصت‌های شغلی در ارتباط است (لی و مین، ۲۰۲۰: ۳۳۰۸). رضایت شغلی کم می‌تواند منجر به خدمات ضعیف شود و شرکت نتواند به هدف خود برسد (خان و همکاران، ۲۰۲۰: ۶۵). رضایت شغلی بیانگر حسی است که در نتیجه برآورده شدن نیازهای مادی و روانی از کار ظاهر می‌شود (لی و مین، ۲۰۲۰، همان).

عدالت و اجرای آن نیز یکی از نیازهای اساسی و فطری انسان است که همواره در طول تاریخ وجود آن بستری مناسب جهت توسعه جوامع انسانی فراهم کرده است. تحقیقات نشان داده اند که فرایندهای عدالت نقش مهمی را در سازمان ایفا می‌کنند و چگونگی برخورد با افراد در سازمانها ممکن است باورها، احساسات، نگرشها و رفتار کارکنان را تحت تاثیر قرار دهد. رفتار عادلانه از سوی سازمان با کارکنان عموماً منجر به تعهد بالاتر آنها نسبت به سازمان می‌شود. از سوی دیگر افرادی که احساس بی‌عدالتی کنند، به احتمال بیشتری سازمان را رها می‌کنند یا سطوح پایینی از تعهد سازمانی را از خود نشان می‌دهند.

تحقیقات نشان داده است که فرآیندهای عدالت نیز نقش مهمی را در سازمان ایفا می‌کنند و چگونگی برخورد با افراد ممکن است که باورها و احساسات و نگرش‌های افراد را تحت تاثیر قرار دهد. به علت گستردگی پیامدهای رعایت عدالت، بررسی اثرات درک از عدالت در سازمانها توجه بسیاری از محققان منابع انسانی، رفتار سازمانی و روانشناسی سازمانی را به خود جلب کرده است (هزارجریبی، ۱۳۹۰).

سلامت سازمانی نیز نشان دهنده این است که یک شغل چگونه در شرایط سالم عمل می‌نماید و چطور کارکنان به حداکثر سلامت و مطلوبیت در سازمان می‌رسند و چگونه نتایج درست را به سایرین و جامعه ارائه می‌دهند (انونی موس ۱، ۲۰۰۵). از دیدگاه کیت دیویس ۲ زمانی سازمان سالم است که کارکنان احساس کنند کاری سودمند انجام می‌دهند و به احساس رشد و پرورش شخصی دست می‌یابند. آنان بیشتر کاری شوق انگیز را که خشنودی درونی فراهم می‌آورد. دوست دارند و می‌پذیرند. بسیاری از کارکنان مسئولیت و فرصت پیشرفت و کامیابی شغلی را جستجو می‌کنند. آنان می‌خواهند که به سخنانشان گوش داده شود و با آنان چنان رفتار شود که گویی هریک دارای ارزش وجود فردی هستند، آنان می‌خواهند که اطمینان یابند سازمان به راستی برای نیازها و دشواری‌های آنان دلسوزی می‌کند (دیویس ۳، ۱۳۷۶).

یکی دیگر از مهم‌ترین و بنیادی‌ترین نیازهای انسان که در بسیاری از نظریه‌ها و پژوهشهای پژوهشگران و محققان رشته‌های روانشناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت به آن اشاره شده است نیاز به امنیت است. شواهد تجربی

۱. Anonymous

۲. Kit Davis

۳. Davis

نشان داده اند که بین عدم امنیت شغلی و ضعف روحی و جسمی و بهزیستی کاری، نگرشهای شغلی منفی، کاهش عملکرد و خلاقیت و تطبیق پذیری رابطه معناداری وجود دارد. (شوس، ۲۰۱۷، ۴). عدم امنیت شغلی، علاوه بر سلامت فردی و سازمانی بر سلامت اجتماعی نیز تاثیر می گذارد. با توجه به اهمیت عدم امنیت شغلی به عنوان یکی از متغیرهای تأثیرگذار در محیط کار پژوهشهای اندکی در این خصوص صورت پذیرفته است. (سهرابی و همکاران، ۱۴۰۰). کاهش سطح امنیت شغلی به یک پدیده اجتماعی قابل توجه تبدیل شده است. (جیانگ و همکاران، ۲۰۲۰). البته حد مطلوبی از امنیت، باعث افزایش بازدهی کار و تجربه اندوزی علمی می شود و علاوه بر آن زمینه های بروز خلاقیت و نوآوری و استفاده از امکانات برای رسیدن به حداکثر بازده علمی را نیز فراهم می کند؛ لذا تأمین امنیت شغلی علاوه بر کارکنان برای سازمان و جامعه منافی به همراه می آورد (رضائی و همکاران، ۱۳۹۸). بسیاری از سازمانها و شرکتهای موفق و دارای بهره وری و عملکرد بالا به دنبال تأمین امنیت شغلی برای کارکنان خود هستند. حتی اگر کارکنان شایستگیهای بالا و تخصصی در زمینه کار و وظایف شغلی داشته باشند، کاهش امنیت شغلی در عملکرد، بهره وری و میزان موفقیت شرکتهای تأثیر منفی دارد. (سانیا، ۲۰۱۸).

پیشینه پژوهش:

فرقانی و عربشاهی (۱۴۰۱) در مقاله ای با عنوان "تاثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر رضایت شغلی، قانون شکنی و تعهد کارکنان با توجه به نقش تعدیل گر رهبری خدمتگزار (مطالعه موردی: شعب بانک آینده شهر مشهد)" نشان دادند که، مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر رضایت شغلی و تعهد کارکنان بانک آینده مشهد تاثیر مثبت و معناداری دارد و بر قانون شکنی کارکنان تاثیر منفی و معناداری دارد. رهبری خدمتگزار تاثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر رضایت شغلی و قانون شکنی کارکنان بانک آینده را تعدیل می کند. همچنین رهبری خدمتگزار بر تعهد کارکنان بانک آینده تاثیر مثبت و معناداری دارد. (فرقانی و عربشاهی، ۱۴۰۱). الفتی و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله ای با عنوان "تاثیر عدالت سازمانی و هویت سازمانی بر تعهد سازمانی" نشان دادند که، عدالت سازمانی و هویت سازمانی تاثیر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان دارند و می توانند تبیین کننده میزان تعهد سازمانی در بین کارکنان شهرداری تهران باشند. (الفتی و همکاران، ۱۴۰۰). گنجی (۱۴۰۰) در مقاله ای با عنوان "نقش هدف گرایی و هویت اخلاقی در مدیریت یادگیری سازمانی کارکنان سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران" نشان دادند که، اگر می خواهید برنامه نویسی خوبی شوید و از پس حل مسائل مختلف

^۴- Shoss

^۵- Jiang

^۶- Sanyal

بر آید باید به خوبی با مفهوم الگوریتم آشنا بوده و بتوانید طرح و ایده ی خود را در قالب الگوریتم و فلوچارت پیاده سازی کنید. (گنجی ، ۱۴۰۰). امیدوار و همکاران(۱۳۹۹) در مقاله ای با عنوان " بررسی رابطه هویت سازمانی با امنیت شغلی و اشتیاق شغلی معلمان مقطع ابتدایی شهرستان زرقان " نشان دادند که، هویت سازمانی می تواند بین امنیت شغلی و اشتیاق شغلی نقش میانجی را ایفا کند. امنیت شغلی و ابعاد آن با هویت سازمانی آنها رابطه معنا دار دارند. امنیت شغلی و ابعاد آن با اشتیاق شغلی آنها رابطه معنا دار دارد. (امیدوار و همکاران ، ۱۳۹۹). توکلی و همکاران(۱۳۹۹) در مقاله ای با عنوان " بررسی رابطه هویت سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان سازمان های نظامی (مورد مطالعه: کارکنان یک دانشگاه نظامی)" نشان دادند که، بین هویت سازمانی و مولفه های آن با عملکرد شغلی کارکنان پایور دانشگاه رابطه مثبت معنی دار وجود دارد. (توکلی و همکاران ، ۱۳۹۹). طبرسا و همکاران(۱۳۹۸) در مقاله ای با عنوان " ارزیابی نقش میانجی مدیریت برداشت (طرز تلقی) در رابطه بین هویت سازمانی و تصویر سازمانی " نشان دادند که، هویت سازمانی و مولفه های آن بر تصویر سازمانی تاثیرگذار است و مدیریت برداشت (طرز تلقی) در رابطه بین هویت سازمانی و تصویر سازمانی نقش میانجی دارد. (طبرسا و همکاران ، ۱۳۹۸). محمودی و عابدینی (۱۳۹۸) در مقاله ای با عنوان " بررسی میزان تاثیر عوامل موثر در هویت سازمانی و تعیین میزان تاثیر هویت سازمانی بر تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی شهید بهشتی " نشان دادند که، میان هویت سازمانی با تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. (محمودی و عابدینی ، ۱۳۹۸). بعلاوه، ایزامولیا و همکاران (۲۰۲۱) در مقاله ای با عنوان " بررسی رابطه بین هوش هیجانی ، رضایت شغلی و روحیه کاری کارکنان " نشان دادند که، ۱- بین هوش هیجانی و رضایت شغلی رابطه وجود دارد. ۲- بین روحیه کاری و رضایت شغلی و هوش هیجانی کارکنان رابطه وجود دارد. ۳- بین هوش هیجانی و رضایت شغلی در این جامعه آماری رابطه معنا داری وجود ندارد. ۴- بین روحیه کاری و هوش هیجانی رابطه معنا داری وجود دارد. ۵- بین روحیه کاری و رضایت شغلی رابطه معنا داری وجود ندارد. (ایزامولیا و همکاران ، ۲۰۲۱). آورین و همکاران (۲۰۲۱) در مقاله ای با عنوان " تشویق اتخاذ شهروندان از حکمرانی الکترونیکی راهی برای کاهش فساد " نشان دادند که، دولت الکترونیکی یک ابزار مؤثر مبارزه با فساد است. خدمات ارائه شده توسط دولت عمدتاً به صورت الکترونیکی با شاخص های ضد فساد مرتبط است و بر شفافیت قدرت دولت و اعتماد به دولت تأثیر مثبت می گذارد. همین تأثیر بسترهای ارتباطی با شهروندان و شناسایی نظرات و مشکلات آنها، حضور نهادهای دولتی در شبکه های اجتماعی را دارد. (آورین و همکاران ، ۲۰۲۱) وانگ و همکاران(۲۰۲۰) در مقاله ای با عنوان " تشویق اتخاذ شهروندان از حکمرانی الکترونیکی راهی برای کاهش فساد " نشان دادند که، بین فن آوری مورد استفاده در سازمان و خشنودی شغلی و نیز بین تناسب فن

آوری اطلاعات و الزامات حرفه‌ای کارکنان رابطه معنادار وجود دارد. (وانگ و همکاران ، ۲۰۲۰) هاندوفلد و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله ای با عنوان " تشویق اتخاذ شهروندان از حکمرانی الکترونیکی راهی برای کاهش فساد " نشان دادند که، بین هوش هیجانی و تعهد سازمانی و رضایت شغلی رابطه معنا دار مشاهده شده است. (هاندوفلد و همکاران ، ۲۰۲۰)

تعاریف مفهومی و عملیاتی:

هویت سازمانی:

هویت سازمانی یک متغیر شناختی مهم است که نه تنها بر احساس عضویت فرد در سازمان تأثیرگذار است بلکه تعیین کننده رفتار افراد در محیط سازمانی است (Melita & et al. ۲۰۱۱: ۴۰۹). هویت سازمانی، سازه ای زیر بنایی در رویدادهای سازمانی است و تبدیل به عامل نهفته بسیاری از رفتارهای سازمانی شده است. هویت سازمانی ابزاری استراتژیک برای رسیدن به هدف ها و چشم اندازهاست. هویت سازمانی مربوط به تجارب و ایده هایی است که اعضا به طور کلی از سازمان دارند همچنین هویت سازمانی چیزی است که کارمندان درباره شرکت، دریافت، حس و فکر می کنند و به عنوان یک فهم معمول مشترک از ارزش ها و ویژگی های روشن سازمان پذیرفته می شود (نصر اصفهانی و آقا باباپور دهکردی، ۱۳۹۲).

عدالت سازمانی:

واژه عدالت سازمانی اولین بار توسط گرینبرگ در سال ۱۹۸۷ مطرح شد. به نظر گرینبرگ، عدالت سازمانی با ادراک کارکنان از انصاف کاری در سازمان مرتبط است. به بیان دیگر، این نظریه احساس افراد را درباره منصفانه بودن نحوه رفتار با خودشان و دیگران طبقه بندی و تشریح می کند: احساسی که برای اثربخشی عملکرد سازمانها و نیز رضایت افراد در سازمانها ضرورت دارد. کروپانزانو عدالت سازمانی را به مثابه یک جستار روان شناختی در نظر می گیرد که بر ادراک از انصاف در محیط کاری تاکید دارد (سیدجوادین، فراحی و طاهری، ۱۳۹۲).

امنیت شغلی:

احساس امنیت ، مستلزم توانایی در حفظ آن چیزی است که شخص دارد و حصول اطمینان از توانایی امرار معاش در آینده است. (بوکرمن ۹ و همکاران، ۲۰۱۶). به عبارت دیگر، امنیت شغلی، حق تداوم اشتغال است که معمولاً تا زمان بازنشستگی ادامه می یابد و حدودی است که کارکنان در آن حیطه اطمینان حاصل می کنند که شغلشان

^۸ Hünefeld
^۹ Bockerman

را از دست نخواهد داد. بر اساس تعاریف یاد شده، احساس امنیت شغلی پدیده‌ای ذهنی است، یعنی احساس و ادراک فرد است که امنیت شغلی را برای او رقم می‌زند (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر امنیت شغلی را به چهار دسته عوامل فردی و سازمانی، فراسازمانی (محیطی) و شغلی تقسیم می‌کنند و هر یک از آنها را با استفاده از شاخصهای معینی مورد سنجش قرار می‌دهند. عوامل فردی اثرگذار بر امنیت شغلی، شامل سن، جنس، سطح تحصیلات، وضعیت تأهل، درآمد، وضعیت استخدام و سابقه کار است (موسوی نائینی، ۱۳۹۸). مهمترین عوامل سازمانی تأثیرگذار بر امنیت شغلی عبارت است از: رضایت از درآمد، فرهنگ سازمانی و آموزش و بهسازی نیروی انسانی. مهمترین عوامل شغلی تأثیرگذار بر امنیت عبارت است از: غنای شغلی، توسعه شغلی و پیشرفت شغلی (کرد، ۱۳۹۶). از بین عوامل محیطی، عواملی چون تحویل در مدیریت سازمانهای دولتی، تحول در ساختار سازمانی، تمرکززدایی و واگذاری اختیار و فعالیتهای میان بخشی، امنیت شغلی کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. عدم امنیت شغلی باعث کاهش روحیه افراد می‌شود که روحیه پایین در کار بسیار نامطلوب است. اشتغال از جمله مسائلی است که همواره ذهن انسان‌ها، دولت‌ها و ملت‌ها را به خود مشغول داشته است (چارنس، ۲۰۱۷).

سلامت سازمانی ۱۱

سلامت سازمانی از جمله مباحثی است که نظریه پردازان مدیریت همواره توجه خود را به آن ابراز داشته اند. بحث پیرامون سلامت سازمان نشان دهنده این است که توجه به آن کاهش پیدا نکرده است و موضوع سلامت سازمانی در نظریه و عمل چنان محوری است که نمی‌توان آن را نادیده گرفت و این موضوع هرگز فراموش نخواهد شد. آنچنان که تندرستی در انسان موجب نشاط، سرزندگی و تلاش می‌شود. سلامت سازمانی نیز سبب ایجاد محیطی دلپذیر برای کار و کوشش، بالا رفتن روحیه سازندگی و دستیابی به اهداف سازمانی خواهد شد (کامکار و آتش پور، ۱۳۸۶). سازمان سالم سازمانی است که برای ادامه حیاتش قادر است به هدفها و مقاصد انسانی خود دست یابد، موانعی را که در دستیابی به هدفهایش با آن مواجه می‌شود، بشناسد، این موانع را از پیش پای خود بردارد. سازمان سالم سازمانی است که درباره خود و موقعیتی که در آن قرار گرفته است، واقع بین باشد و بتواند برای مقابله با هر مشکلی بهترین منابع خود را بکار گیرد (عباسپور، ۱۳۹۰).

رضایت شغلی:

از رضایت شغلی تعاریف متعددی به عمل آمده که به برخی از آنها اشاره می شود. اغلب گفته می شود که یک کارمند خوشحال بایستی با شغلش ارضا شود. اهمیت رضایت شغلی از آنجا ناشی می شود که بیشتر افراد تقریباً نیمی از ساعات بیداری خود را در محیط کاری می گذرانند. (شاپیرو، ۱۲، ۲۰۱۷). رضایت شغلی عبارتست از: حدی از احساسات و نگرش های مثبت که افراد نسبت به شغل خود دارند وقتی یک شخص می گوید دارای رضایت شغلی بالایی است این بدان مفهوم است که او واقعاً شغلش را دوست دارد. احساسات خوبی درباره کارش دارد و برای شغلش ارزش زیادی قائل است نتایج پژوهش ها نشان می دهد که کارکنان با رضایت شغلی بالاتر، از نظر فیزیک بدنی و توانایی ذهنی در وضعیت خوبی قرار دارند (ومیر، ۱۳ و همکاران، ۲۰۱۸). رضایت شغلی میزانی است که افراد شغلشان را دوست دارند. برخی افراد از کارشان لذت می برند و آن را بخش اصلی و مرکزی زندگی خود می دانند و برخی دیگر از کارشان متنفر هستند و تنها به این دلیل آن را انجام می دهند که مجبور هستند. رضایت شغلی یعنی اینکه افراد درباره شغلشان و جنبه های مختلف آن چه احساسی دارند (دیلی، ۱۴، ۲۰۱۷).

روش تحقیق:

تحقیق حاضر با هدف طراحی و تدوین مدل هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران صورت گرفت. این تحقیق از نوع تحقیقات آمیخته متوالی است که در دو بخش کیفی و کمی انجام شد. بخش کیفی بواسطه هدف جزء تحقیقات بنیادین از نوع تحقیقات اکتشافی است که روش آن داده بنیاد است و بخش کمی بواسطه هدف جزء تحقیقات کاربردی و به واسطه ماهیت از نوع تحقیقات توصیفی است که به روش پیمایشی انجام گرفت. در مرحله اول، از روش کیفی داده بنیاد استفاده شده است، جامعه آماری در بخش کیفی شامل خبرگان اجرایی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران می باشند که برابر ۲۰ نفر بودند. ابزار تحقیق شامل برگه های کدگذاری محقق ساخته بود که روایی آن توسط اعضای گروه دلفی تأیید و پایایی آن با معیار پی اسکات ۰/۹۵ محاسبه شد. یافته های تحقیق نشان داد که عوامل مرتبط با مدل هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران در قالب ۱۳ مقوله و در ابعاد ۵ گانه به صورت عوامل محوری (ارتقای هویت سازمانی کارکنان)، شرایط علی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، راهبردها و پیامدها جای گرفتند.

۱۲. Shapiro

۱۳. Vermeir

۱۴. Daley

در مرحله دوم، بعد از تعیین مولفه و شاخص های اصلی تحقیق در بخش اول، پرسشنامه ای براساس مقیاس ۵ بخشی لیکرت (۱=خیلی کم، ۲=کم، ۳=متوسط، ۴=زیاد و ۵=خیلی زیاد) طراحی شده و با توزیع آزمایشی پرسشنامه و دریافت نظرات اساتید آگاه، مولفه ها مورد جرح و تعدیل قرار گرفته و بعد از اصلاحات مورد نیاز و نهایی شدن، پرسشنامه در میان اعضای نمونه آماری توزیع شده است. در این تحقیق، از روش های مطالعات کتابخانه ای و میدانی و ابزار پرسشنامه برای جمع آوری داده ها استفاده شده است. جامعه آماری شامل کارکنان سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی در شهر تهران می باشند. که حدوداً ۲۵۰ نفر می باشند تعداد نمونه طریق جدول مورگان در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر با تعداد ۱۶۰ نفر به دست آمد که نمونه گیری به روش طبقه بندی در دسترس صورت گرفت. از تعداد ۲۰۰ پرسشنامه ارائه شده تعداد ۱۶۰ پرسشنامه برگشت شد. ابزار و روش گردآوری اطلاعات در بخش کیفی، تحلیل مضمون و در بخش کمی پرسشنامه محقق ساخته بود. روایی آن توسط اعضای گروه دلفی (۲۰ نفر از صاحب نظران سازمان میراث فرهنگی) تأیید و پایایی آن با معیار پی اسکات ۰/۹۵ محاسبه شد. در بخش کمی روایی محتوایی از طریق متخصصین موضوعی و روایی صوری از طریق تعدادی از پاسخگویان مورد تأیید قرار گرفت. همچنین در بررسی روایی سازه به بررسی تناظر بین ابعاد و مؤلفه های مدل هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران، از روش تحلیل عاملی تأییدی در محیط نرم افزار LISREL پرداخته شد. همچنین برای بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. در تحلیل داده های کیفی ۵ مرحله شامل مرور داده ها، سازماندهی داده ها، کدگذاری داده ها، طبقه بندی داده ها و ایجاد مقولات فرعی و ابعاد اصلی یا محورهای عمده و تدوین گزارش انجام شد. روش تجزیه و تحلیل داده ها در بخش کمی پژوهش در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفت.

یافته های پژوهش:

یافته های پژوهش در بخش کیفی:

سوال اول: ابعاد، مولفه ها و شاخص های مدل هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و

صنایع دستی استان تهران کدامند؟

پس از مطالعه منابع مکتوب و دیجیتالی در دسترس و با تجزیه تحلیل مبانی نظری پژوهش و بررسی دیدگاه های دانشمندان و صاحب نظران پیرامون مولفه ها و شاخص های مدل هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران، جمله ها و پاراگراف های مرتبط با سوال های تحقیق استخراج گردیدند و پس از کدگذاری و دسته بندی، مفاهیم و مقوله های اصلی استخراج گردید که نتایج آن در جدول ذیل آورده

شده و در نهایت مدل هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران در پنج بعد اصلی شناسایی شدند.

جدول (۱) ابعاد و مولفه های مدل هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران

ردیف	ابعاد	مؤلفه ها
۱	راهبردها	توسعه سرمایه انسانی
۲		توسعه اخلاق حرفه ای کارکنان
۳		توسعه رفتار شهروندی سازمانی
۴	شرایط مداخله گر	سبک رهبری
۵		وجدان کاری کارکنان
۶		توانمندسازی کارکنان
۷	شرایط علی	عدالت سازمانی
۸		سلامت سازمانی
۹		تعهد سازمانی
۱۰	شرایط زمینه ای	جو اخلاقی
۱۱		پاسخگویی اجتماعی
۱۲	پیامدها	اثربخشی سازمانی
۱۳		خشنودی شغلی کارکنان

منبع : محقق

سوال دوم: مدل هویت سازمانی کارکنان سازمان میراث فرهنگی ، گردشگری و صنایع دستی استان تهران کدام است؟

تحلیل عاملی تاییدی مدل

در شمایل زیربیزی ها، متغیر های مکنون یا عامل ها، و مستطیل ها مواد پرسشنامه ی مدل کمی هویت سازمانی، سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران را نشان می دهد. همان طور که مشاهده می شود مدل مسیر از ۶ متغیر پنهان و ۴۰ متغیر آشکار تشکیل شده است. بارهای عاملی مدل در حالت تخمین استاندارد میزان تاثیر هر کدام از متغیرها و یا گویه ها را در توضیح و تبیین واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی نشان می دهد. به عبارت دیگر بار عاملی نشان دهنده میزان همبستگی هر متغیر مشاهده گر (سوال پرسشنامه) با متغیر مکنون (عامل ها) می باشد. با توجه به بارهای عاملی هر یک از سوالات تحقیق را مشاهده نمود.

متغیر «راهبردها» دارای بار عاملی (۰/۷۸) می باشد. به عبارت دیگر متغیر «راهبردها» تقریباً ۶۱ درصد (۰/۷۸) را به توان ۲ می رسانیم) از واریانس عامل « هویت سازمانی » را تبیین می نماید.

متغیر «شرایط مداخله گر» دارای بار عاملی (۰/۸۸) می باشد. به عبارت دیگر متغیر «شرایط مداخله گر» تقریباً ۷۷ درصد (۰/۸۸) را به توان ۲ می رسانیم) از واریانس عامل « هویت سازمانی » را تبیین می نماید.

متغیر «شرایط علی» دارای بار عاملی (۰/۹۵) می باشد. به عبارت دیگر متغیر «شرایط علی» تقریباً ۹۰ درصد (۰/۹۵) را به توان ۲ می رسانیم) از واریانس عامل « هویت سازمانی » را تبیین می نماید.

متغیر «شرایط زمینه ای» دارای بار عاملی (۰/۷۶) می باشد. به عبارت دیگر متغیر «شرایط زمینه ای» تقریباً ۵۷ درصد (۰/۷۶) را به توان ۲ می رسانیم) از واریانس عامل « هویت سازمانی » را تبیین می نماید.

متغیر «پیامدها» دارای بار عاملی (۰/۷۳) می باشد. به عبارت دیگر متغیر «پیامدها» تقریباً ۵۳ درصد (۰/۷۳) را به توان ۲ می رسانیم) از واریانس عامل « هویت سازمانی » را تبیین می نماید.

خروجی بعدی یعنی مدل در حالت معناداری ضرایب و پارامترهای بدست آمده مدل اندازه گیری بارهای عاملی هر یک از سوالات تحقیق را نشان می دهد که تمامی ضرایب بدست آمده معنادار شده اند. زیرا مقدار آزمون معناداری بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- نشان دهنده معناداری بودن روابط است.

طبق مقادیر آماره t که خارج از بازه (۱/۹۶ و ۱/۹۶-) است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می توان گفت تمام روابط معنادار هستند.

روایی همگرایی

معیار AVE نشاندهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص های خود می باشد. به بیان ساده AVE میزان همبستگی یک سازه با شاخصهای خود را نشان می دهد. که هر چقدر این همبستگی بیشتر باشد برازش نیز بیشتر می شود. برای بررسی روایی همگرا استفاده می شود و مقدار بحرانی آن « برابر ۰/۵ می باشد و مقدار AVE بالای ۰/۵ روایی همگرایی قابل قبول است. طریقه محاسبه: با عاملی هر سوال معیار را به توان دو می رسانیم و میانگین آنها را می گیریم.

پایایی سازه ۱۵

پایایی سازه بیان می کند نتایج به دست آمده از کاربرد یک ابزار اندازه گیری تا چه حد با نظریه هایی که آزمون بر محور آنها تدوین شده است تناسب دارد. پایایی سازه (متغیرهای مفهومی) را میتوان بر اساس پایایی مرکب (CR) میزان واریانس (AVE) استخراج شده محاسبه کرد.

$$CR > 0,7$$

$$AVE > 0,5$$

همان گونه که در جدول ۲ ملاحظه می گردد، پایایی مرکب بیشتر از ۰/۷ و واریانس هر سازه بزرگتر از ۰/۵ می باشد بنابراین همبستگی یک سازه با شاخص ها فراهم می باشد و ابزار اندازه گیری مناسب و منعکس کننده متغیر پنهان می باشد.

جدول ۲: روایی همگرایی و پایایی مولفه ها

عوامل	مولفه	بار عاملی	ضریب تعیین	آماره t	اولویت	روایی و پایایی
						CR AEV
هویت سازمانی	راهبردها	۰/۷۸	٪۶۱	۸/۲۱	سوم	۰/۷۹ ۰/۶۸
	شرایط مداخله گر	۰/۸۸	٪۷۷	۱۰/۸۴	دوم	
	شرایط علی	۰/۹۵	٪۹۰	۱۱/۵۷	اول	
	شرایط زمینه ای	۰/۷۶	٪۵۷	۷/۹۶	چهارم	
	پیامدها	۰/۷۳	٪۵۳	۷/۳۳	پنجم	

برازش مدل

شاخص های نیکویی برازش یک از اهداف اصلی در استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری، شناخت میزان همخوانی بین داده های تجربی با مدل مفهومی و نظری است. برای شناخت میزان همخوانی داده های تجربی و مدل مفهومی از شاخص ها و معیارهایی استفاده می شود که به آنها شاخص های نیکویی برازش می گویند. در مدل اندازه گیری از شاخص های متفاوتی برای حصول اطمینان از نیکویی برازش مدل استفاده می شود. در جدول ۳ شاخص های محاسبه شده و مقدار استاندارد آورده شده است. مقایسه آن دو نشان می دهد که همخوانی بین داده های تجربی با مدل مفهومی و نظری وجود دارد.

جدول ۳: برازش مدل

شاخص های اصلی					شاخص های فرعی			*
CFI	NFI	AGAI	GFI	PNFI	RMSEA	X ² /DF	نام شاخص	

مقدار استاندارد	کمتر از ۳	کمتر از ۰/۰۸	بیشتر از ۰/۵	بیشتر ۰/۸	بیشتر ۰/۸	بیشتر ۰/۹	بیشتر ۰/۹
مقدار مدل	۲/۷۹۸	۰/۰۶۱	۰/۵۵۸	۰/۸۷۹	۰/۸۶۶	۰/۹۱۲	۰/۹۰۶

مقدار شاخص های اصلی و فرعی برازش مدل می توان نتیجه گرفت مدل برازش داده شده مدل مناسبی می باشد و میزان همخوانی داده های تجربی و مدل مفهومی در حد قابل قبول می باشد.

نتیجه گیری و پیشنهادات:

تئوری پردازان سازمانی، هویت سازمانی را به عنوان تجربه ها، احساسات و ایده هایی که کارمندان از سازمان دارند، معرفی می کنند در حالی که مفاهیمی نظیر هویت و نشان سازمان، اعتبار و تصویر درونی و بیرونی آن را در نظر نمی گیرند. هویت سازمان می تواند از راه ساختار سازمان، محصولات و خدمات آن، شیوه ای که آن سازمان محیط خود را شکل می دهد و شیوه ارتباطات و رفتار آن، درک و تجربه شود. این عوامل بر روی چگونگی نگرش افراد نسبت به سازمان تأثیر می گذارند.

تحقیق حاضر با هدف ارایه مدل هویت سازمانی کارکنان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان تهران صورت گرفت. شناسایی مفاهیم و ابعاد پژوهش در قالب ۱۳ مقوله و در ابعاد ۵ گانه به صورت عوامل محوری (ارتقای هویت سازمانی کارکنان)، شرایط علی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، راهبردها و پیامدها و با ۴۰ زیر مفهوم ارایه گردید. همه ابعاد و مؤلفه ها در بخش کمی با تحلیل عاملی مورد تأیید قرار گرفتند. لذا این پژوهش در نهایت منجر به طراحی مدل هویت سازمانی کارکنان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان تهران گردیده است که با تأیید بسیاری از پژوهش های هویت سازمانی در کشور، الگوی به دست آمده می تواند مدلی تجویزی برای هویت سازمانی کارکنان سازمانها و نهادهای فرهنگی کشور باشد.

نتایج این پژوهش با نتایج بسیاری از پژوهش های صورت گرفته همانند پژوهش الفتی و همکاران، (۱۴۰۰) با عنوان تأثیر عدالت سازمانی و هویت سازمانی بر تعهد سازمانی، پژوهش امیدوار و همکاران، (۱۴۰۰) با عنوان بررسی رابطه هویت سازمانی با امنیت شغلی و اشتیاق شغلی معلمان مقطع ابتدایی شهرستان زرقان، پژوهش توکلی و همکاران، (۱۳۹۹) با عنوان بررسی رابطه هویت سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان سازمان های نظامی (مورد مطالعه: کارکنان یک دانشگاه نظامی)، پژوهش طبرساوهمکاران (۱۳۹۸) با عنوان ارزیابی نقش میانجی مدیریت برداشت (طرز تلقی) در رابطه بین هویت سازمانی و تصویر سازمانی، پژوهش محمودی و عابدینی (۱۳۹۸) با عنوان « بررسی میزان تأثیر عوامل موثر در هویت سازمانی و تعیین میزان تأثیر هویت سازمانی بر تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی شهید بهشتی »،

پژوهش ایزامولیا و همکاران (۲۰۲۱) باعنوان « بررسی رابطه بین هوش هیجانی ، رضایت شغلی و روحیه کاری کارکنان » ، پژوهش آورین و همکاران (۲۰۲۱) باعنوان « تشویق اتخاذ شهروندان از حکمرانی الکترونیکی راهی برای کاهش فساد » ، پژوهش هاندوولد و همکاران (۲۰۲۰) باعنوان « بررسی رابطه هوش هیجانی ، تعهد سازمانی و رضایت شغلی کارکنان » ، پژوهش ونگ و همکاران (۲۰۲۰) « بررسی ارتباط بین هوش هیجانی ، تعهد سازمانی و رضایت شغلی کارکنان » ، همخوانی دارد و این نشان می دهد که تعداد زیادی از مفاهیم و ابعاد و مؤلفه های هویت سازمانی کارکنان سازمانها در بستر عمیقی از فهم مشترک جامعه قرار دارد.

فهرست منابع و مآخذ:

- الفتی، جواد و رحمانی فیروزجاه، علی و عباسی اسفجیر، علی اصغر، ۱۴۰۰، تاثیر عدالت سازمانی و هویت سازمانی بر تعهد سازمانی، <https://civilica.com/doc/۱۴۲۴۱۳۰>
- امیدوار، سعید و جعفری، فاطمه و امیدوار، حامد، ۱۳۹۹، بررسی رابطه هویت سازمانی با امنیت شغلی و اشتیاق شغلی معلمان مقطع ابتدایی شهرستان زرقان، دومین کنفرانس بین المللی علوم تربیتی، روانشناسی، مشاوره، آموزش و پژوهش، تهران، <https://civilica.com/doc/۱۱۴۳۶۳۷>
- توکلی ، میثم و هادی نژاد ، فرهاد و جهان بین، پویا ، ۱۳۹۹، بررسی رابطه هویت سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان سازمان های نظامی (مورد مطالعه: کارکنان یک دانشگاه نظامی)، <https://civilica.com/doc/۱۲۲۲۷۲۹>
- دیویس، استانلی. مدیریت فرهنگ و سازمان. ترجمه: ناصر میرسپاسی و پریچهر معتمد گرجی (۱۳۷۶). تهران: انتشارات مروارید.
- رحمان سرشت، ح. و فرهادی نژاد، م. (۱۳۸۹). « مروری بر رابطه میان هویت سازمانی و تعهد سازمانی»، دو ماهنامه منابع انسانی، ۲ (۱۱) ، ص ۱۲-۲۹.
- رضائی، میترا و ایمانی، محمدتقی و محمدخانی، کامران. (۱۳۹۸). شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر امنیت شغلی هیات علمی دانشگاهها با تأکید بر استقلال دانشگاه آزاد اسلامی ایران با رویکرد AHP. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۱۱ (۴).
- سلیمانی، آرزو و سماواتیان، حسین و نوری، ابوالقاسم. (۱۳۹۶). رابطه امنیت شغلی و حمایت سازمانی با رویدادهای شرکت گاز استان اصفهان: نقش تعدیل کنندگی ویژگیهای جمعیت شناختی. ارتقاء ایمنی و پیشگیری از مصدومیت ها، ۵ (۱).

سهرابی، آرزو و حسن‌زاده، کاظم و مولوی، زینب. (۱۴۰۰). نقش قلدری سازمانی در ویژگی‌های روان‌شناختی شغل (درگیری شغلی، استرس و عدم امنیت شغلی) مورد مطالعه: شعب یکی از بانک‌های منتخب در استان قم. پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۲۲(۳)، ۱۷۹-۱۵۹.

سیدجوادین، سیدرضا، فراچی، محمدمهدی و طاهری‌عطار، غزاله. (۱۳۹۲). شناخت نحوه تأثیرگذاری ابعاد عدالت سازمانی بر جنبه‌های گوناگون رضایت شغلی و سازمانی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده مدیریت و حسابداری طبرسا، غلامعلی؛ علی رضائیان؛ اکرم هادیزاده مقدم و علی خرقانی، ۱۳۹۸، ارزیابی نقش میانجی مدیریت برداشت (طرز تلقی) در رابطه بین هویت سازمانی و تصویر سازمانی، کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و مهندسی صنایع، تهران، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی رهنما،

https://www.civilica.com/Paper-MIECONF01-MIECONF01_052.html

عباسپور، راضیه (۱۳۹۰). پیش‌بینی سلامت سازمانی بر اساس ویژگی‌های شخصیتی و سلامت روانی مدیران، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت.

فرقانی، ادریس و عربشاهی، معصومه، ۱۴۰۱، تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر رضایت شغلی، قانون شکنی و تعهدکارکنان با توجه به نقش تعدیلگر رهبری خدمتگزار (مطالعه موردی: شعب بانک آینده شهر مشهد)، سیزدهمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در مدیریت، اقتصاد و توسعه، ۱۴۹۱۰۵۸، <https://civilica.com/doc/1491058> قاسم‌زاده، ابوالفضل؛ شیوا ملکی و حمداله حبیبی، ۱۳۹۳، نقش هویت تیمی و هویت سازمانی بر عملکرد شغلی و مسیولیت اجتماعی، فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی ۲ (۴)،

https://www.civilica.com/Paper-JR_IPOM-JR_IPOM-2-4_006.html

کامکار، منوچهر؛ آتشپور، سید حمید؛ آتشپور، سید رضا و سلاسل، ماهان (۱۳۸۶). سازمان‌های بیمار. اصفهان: نشر محبان.

کرد، حسین. (۱۳۹۶). بررسی رابطه نوع قرارداد استخدامی با عملکرد شغلی و امنیت شغلی در شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی منطقه گلستان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته روانشناسی عمومی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود.

گنجی، فرشید و گنجی، فرشاد، ۱۴۰۰، نقش هدف‌گرایی و هویت اخلاقی در مدیریت یادگیری سازمانی کارکنان سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، سومین کنفرانس بین‌المللی توسعه و ترویج علوم انسانی و مدیریت در جامعه، تهران، ۱۳۷۰۶۷۹، <https://civilica.com/doc/1370679>

محمدزاده، ز.؛ رحمان‌سرشت، ح. و کوشازاده، ع. (۱۳۹۲). «اثر اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر بر هویت سازمانی: نقش میانجی اعتماد به سازمان»، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، ۴ (۳)، ص ۱-۲۰.

محمودی، حسین و سحر عابدینی، ۱۳۹۸، بررسی میزان تاثیر عوامل موثر در هویت سازمانی و تعیین میزان تاثیر هویت سازمانی بر تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی شهید بهشتی، چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه ای و جهانی، تهران - دانشگاه شهید بهشتی، دبیرخانه دائمی کنفرانس،

https://www.civilica.com/Paper-ACONF04-ACONF04_250.html

موسوی نائینی، مهدی. (۱۳۹۸). طراحی مدل پیش بینی رفتار شهروندی سازمانی براساس امنیت شغلی و تعهد سازمانی و نقش تعدیل گری ویژگی های شخصیتی. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته روانشناسی عمومی، دانشگاه علامه طباطبائی.

نصراصفهانی، ع. و آقاباباپور دهکردی، ط. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه هویت سازمانی با سکوت سازمانی کارکنان مورد مطالعه کارکنان دانشگاه اصفهان»، جامعه شناسی کاربردی، ۲۴ (۴)، ص: ۱۳۹-۱۶۲

هزارجریبی، ج. (۱۳۹۰). بررسی احساس عدالت اجتماعی و عوامل موثر بر آن. جامعه شناسی کاربردی ۲۲ (۴۳). پاییز. صص ۶۲-۴۱.

منابع لاتین

- Abbasi, T. F. (۲۰۱۵). Impact of work overload on stress, job satisfaction, and turnover intentions with moderating role of Islamic work ethics. *Management Studies and Economic Systems*, ۲(۱), ۲۷-۳۷.
- Aliya, A., & Muhammad, A. (۲۰۱۹). Relationship Between Job Satisfaction And Turnover Intention. *International Journal Of Human Resource Studies*, ۹(۲), ۱۶۳-۱۹۴.
- Anonymous, B. (۲۰۰۵). *Organizational Health: Putting the pieces together*. *Managing Employee Health*, ۲۹.
- Averin, A. V., Pogodina, I. V., & Manokhin, V. S. (۲۰۲۱, February). Encouraging Citizen Adoption of E-Governance—A Way to Reduce Corruption. In *International Scientific and Practical Conference "Russia ۲۰۲۰-a new reality: economy and society"* (ISPCR ۲۰۲۰) (pp. ۱۳-۱۶). Atlantis Press.
- Bartel, C.A. (۲۰۰۱) "Social Comparisons In Boundary- Spanning Work: Effects Of Community Outreach On Members" *Organizational Identity And Identification Administrative Science Quarterly*, ۴۶: ۳۷۹-۴۱۳.
- Böckerman, P., Ilmakunnas, P., & Johansson, E. (۲۰۱۶). Job security and employee well-being: Evidence from matched survey and register data. *Labour Economics*, ۱۸(۴), ۵۴۷-۵۵۴.
- Charness, G., Cobo-Reyes, R., Jiménez, N., Lacombe, J. A., & Lagos, F. (۲۰۱۷). Job security and long-term investment: An experimental analysis. *European Economic Review*, ۹۵, ۱۹۵-۲۱۴.
- Cornelissen, J.P., Haslam, S.A., Balmer, J.M.T., (۲۰۰۷) "Social Identity, Organizational Identity and Corporate Identity: Towards an Integrated Understanding of Processes, Patternings and Products", *British Journal of Management*; ۱۸:۱-۱۶.
- Fuller J. B., Hester, K. Barnett, T. Frey, L. Relyea, C. Bey, D. (۲۰۰۶) "Perceived External Prestige And Internal Respect: New Insights Into The Organizational Identification Process". *Human Relations*, ۵۹(۶):۸۱۵-۸۴۶.
- Hatch, M.J. 'Organisasjonsteori ' Moderne 'symbolske og postmoderne perspektiver ' Abstraktforlag, Oslo, ۱۹۹۷
- Hünefeld, L., Gerstenberg, S., & Hüffmeier, J. (۲۰۲۰). Job satisfaction and mental health of temporary agency workers in Europe: a systematic review and research agenda. *Work & Stress*, ۳۴(۱), ۸۲-۱۱۰.

- Hussain, S., Soroya, S. H., (۲۰۱۷) "Exploring the factors affecting job satisfaction of paraprofessional staff working in University Libraries of Pakistan", *Library Review*, Vol. ۶۶ Issue: ۳, pp. ۱۴۴-۱۶۲
- Ismayilova, K., & Klassen, R. M. (۲۰۲۱). Research and teaching self-efficacy of university faculty: Relations with job satisfaction. *International Journal of Educational Research*, ۹۸, ۵۵-۶۶.
- Jabid, A. W., & Darwis, H. (۲۰۱۹). Relationship Between Job Characteristic And Organizational Commitment With Job Satisfaction As Mediating Variable : A Study At Conventional Banks In Ternate. *Eurasia: Economics & Business*, ۲(۲۰), ۳۶-۴۵.
- Jiang, L., Hub, S., Näswallc, K., López Bohle, S., & Wang, H.-J. (۲۰۲۰). Why and when cognitive job insecurity relates to affective job insecurity? A three-study exploration of negative rumination and the tendency to negative gossip. *Eur. J. Work Organ. Psychol.* ۲۹, ۶۷۸-۶۹۲.
- Kanwar, Y. P. S., Singh, A. K., & Kodwani, A. D. (۲۰۱۲). A study of job satisfaction, organizational commitment and turnover intention among the IT and ITES sector employees. *Vision: The Journal of Business Perspective*, ۱۶(۱), ۲۷-۳۵.
- Khahan, N., Suteeluck, K., Jamnean, J., & Ian, D. S. (۲۰۲۰). Mediating Effects of Job Satisfaction and Organizational Commitment between Problems with Performance Appraisal and Organizational Citizenship Behavior. *Journal Of Open Innovation, Thechnology, Market And Complexity*, ۶, (۲۵), ۶۴-۶۹.
- Le, T., & Minh, L. (۲۰۲۰). The influence of organizational commitment on employees' job performance: The mediating role of job satisfaction. *Management Science Letters*, ۱۰, ۳۳۰۷-۳۳۱۲
- Lee, Y. H., & Chelladurai, P. (۲۰۱۸). Emotional intelligence, emotional labor, coach burnout, job satisfaction, and turnover intention in sport leadership. *European Sport Management Quarterly*, ۱۸(۴), ۳۹۳-۴۱۲.
- Lievens, F., Hoye, G.V. Anseel, F. (۲۰۰۷) "Organizational Identity and Employer Image: Towards A Unifying Framework". *British Journal of Management*, ۱۸: ۴۵-۵۹.
- Marwan, M. S., Armanu, S., & Aisjah, S. (۲۰۲۰). Islamic job satisfaction, organizational commitment, and intention to leave: Moderating role of Islamic work ethics. *Management Science Letters*, ۱۰ (۲۰۲۰) ۱۳۵۹-۱۳۶۸.
- Muhammad, E. (۲۰۱۹). THE Influence Job Satisfaction And Organizational Commitment On Employee Turnover Intention. *Journal of Business, Management, and Accounting*, ۱, ۴۸-۵۵.
- Nelson, S., Dewiana, N., Didi, S., Ardian, S., Masduki, A., Yayah, Y., Joko, S., Ahmad, F. (۲۰۲۰). The Relationship Of Transformational Leadership, Organizational Justice And Organizational Commitment: A Mediation Effect Of Job Satisfaction. *Journal Of Critical Reviews*, ۱۹(۷).
- Puusa, A. (۲۰۰۶) "Conducting Research on Organizational Identity", *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*; ۱۱(۲):۳۵-۱۲۲.
- Puusa, A., Tulvanen, U. (۲۰۰۶) "Organizational Identity and Trust", *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, ۱۱(۲):۲۴-۱۱۱.
- Sanyal, S., Wamique Hisam, M., & Aqeel BaOmar, Z. (۲۰۱۸). Loss Of Job Security And Its Impact On Employee Performance – A Study In Sultanate Of Oman. *International Journal of Innovative Research & Growth*. ۷, ۶, ۲۰۱-۲۱۲.
- Shapiro, R. L., Mohammed, S., Hopkins, M., Shapiro, D., & Dellasega, C. (۲۰۱۴). The negative impact of organizational cynicism on physicians and nurses. *The health care manager*, ۳۳(۴), ۲۷۶.
- Shoss, M. K. (۲۰۱۷). Job insecurity: An integrative review and agenda for future research. *Journal of management*, ۴۳(۶), ۱۹۱۱-۱۹۳۹.
- Vermeir, P., Blot, S., Degroote, S., Vandijck, D., Mariman, A., Vanacker, T., ... & Vogelaers, D. (۲۰۱۸). Communication satisfaction and job satisfaction among critical care nurses and their impact on burnout and intention to leave: A questionnaire study. *Intensive and Critical Care Nursing*, ۴۸, ۲۱-۲۷.
- Wang W, Wang Y, Zhang Y, Ma J. (۲۰۲۰). Spillover of workplace IT satisfaction onto job satisfaction: The roles of job fit and professional fit. *International Journal of Information Management*, ۵۰: ۳۴۱-۳۵۲.