



عوامل رفتاری مؤثر بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران

الهام محمداسمعیلی^۱

امیرمحسن مدنی^۲

مرضیه محمدی^۳

عباسعلی قیومی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۸/۲۷ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۹/۰۳

چکیده

این تحقیق در راستای بررسی عوامل رفتاری مؤثر بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران انجام شده است. روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع داده‌ها کمی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق عبارت از کلیه کارکنان سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران می‌باشند که تعداد آن‌ها حدوداً ۲۵۰۰ نفر می‌باشند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش روش نمونه‌گیری ساده می‌باشد. از جامعه آماری مذکور با توجه به ضوابط نمونه‌گیری (بر اساس شیوه نمونه‌گیری مندرج در جدول مورگان) تعداد ۳۰۸ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شده و سپس با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته در چهار بعد و ۳۲ گویه تنظیم بر اساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت و گویه‌های مستخرجه در نمونه آماری تحقیق مورد پرسش قرار گرفته است. در بخش آمار توصیفی نیز، توصیف داده‌ها در دو بخش متغیرهای زمینه‌ای و متغیرهای اصلی ارائه گردیده و در بخش آمار استنباطی، جهت بررسی فرضیه‌ها از آزمون کاسکوئر (کای دو) استفاده شده است. با توجه به داده‌های تحقیق می‌توان گفت، بین عوامل رفتاری عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی و ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

کلمات کلیدی

هویت سازمانی، عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. ely.esmaili@gmail.com
۲- استادیار، گروه طراحی صنعتی، واحد یادگار امام خمینی (ره)، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) amir_m_madani@yahoo.com
۳- استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. marziehmohammadi@yahoo.com
۴- دانشیار، گروه مدیریت فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. ghaiyoomi@gmail.com

سازمان‌ها بدون وجود نیروی انسانی نه تنها مفهومی ندارند، بلکه اداره آن‌ها نیز میسر نخواهد بود. حتی با ورود فناوری‌های جدید به سازمان‌ها و تبدیل آن‌ها به توده‌ای از تجهیزات و دستگاه‌ها، همچنان نقش انسان به عنوان عاملی حیاتی و راهبردی در بقای سازمان، کاملاً مشهود است؛ بنابراین منابع انسانی ارزشمندترین منبع سازمان‌های امروزی به شمار می‌آیند، چراکه به تصمیمات سازمانی شکل داده و باعث حل شدن مسائل و مشکلات سازمان و عینیت بخشیدن به بهره‌وری می‌شوند. بهبود و افزایش مستمر بهره‌وری سازمان، مستلزم رشد و بهره‌وری کارکنان و تقویت نیروی انگیزش آنان می‌باشد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۵).

در این میان از آنجاکه گران‌بهاترین عنصر هر سازمان را انسان، و به بیان دقیق‌تر، نیروی انسانی آن تشکیل می‌دهد، تردیدی نیست که واحد مدیریت منابع انسانی با جایگاه خطیری که دارد می‌تواند عنصر انسانی را به گونه‌ای تأمین، بهسازی و نگهداری کند که هرگونه همگامی با نیازها و چالش‌های کنونی و آتی را در کلیه واحدهای سازمان مسیر سازد. اکنون دست‌اندرکاران مسائل مدیریتی به یاری دانش موجود و تجربه دریافته‌اند که بخش اعظم دشواری‌های سازمان‌ها و مدیران آن‌ها مستقیم یا نامستقیم با مسائل نیروی انسانی مرتبط است. نکته درخور توجه آن است که کیفیت نازل فرآورده‌ها و خدمات، نارضایتی مشتریان و مراجعان، عدم دستیابی کامل به هدف‌های سازمان، عدم حضور مؤثر در رقابت‌های جهانی، پایین بودن درآمد سرانه و تولید ناخالص داخلی و نظایر آن، همیشه ناشی از کمبود بودجه، امکانات و منابع مادی نیست، بلکه با اندک تأمل می‌توان دریافت که به کارگیری نادرست منابع انسانی به عنوان عامل تأمین‌کننده مأموریت سازمان و همچنین بنیادی‌ترین رکن اقتصاد (به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه) علت اصلی است. در واقع کشورهای در حال توسعه و توسعه‌نیافته، اگرچه بعضاً از سرمایه‌های فیزیکی و طبیعی، گاهی فراوان برخوردارند، اما به دلیل کم‌توجهی به سرمایه انسانی و عدم توسعه منابع انسانی خود با مشکلات بی‌شمار دست به گریبانند (اسفندیاری و آدابی، ۱۳۹۵).

هر سازمانی همانند انسان‌ها یک هویت دارد، هویت مجموعه از صفاتی است که در هر فرد با دیگری متفاوت است، لیکن هویت سازمانی به وسیله این حقیقت که می‌تواند به عنوان یک ابزار استراتژیک در روند پیاده‌سازی هدف‌ها و ایده آل سازمان به کار رود، از هویت انسانی متفاوت شده است. هویت سازمان می‌تواند از راه ساختار سازمان، محصولات و خدمات آن، راهی که محیطش را شکل می‌دهد، روش‌هایی که ارتباط برقرار می‌کند و چگونگی رفتارش درک، شناخته و معرفی شود. این عوامل بر روی چگونگی نگرش از درون و بیرون، بر سازمان اثر می‌گذارند. همین‌گونه که محصولات

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۴، دوره ۱۴، تابستان ۱۴۰۲

رقیب افزایش می‌یابند و جدا کردن محصولات از یکدیگر دشوار می‌شود، کانون توجه از محصول نشان‌دار به شرکت مالک نشان تغییر می‌کند. برندگان آینده کسانی خواهند بود که بتوانند یک هویت را به نشان‌های انحصاری بالاتری انتقال دهند. نقش طراحان در سازمان‌ها، تبدیل ایده‌های انتزاعی به موارد محسوس و آشکاراست. به علت دانش آن‌ها از علم رفتار که با توانایی بیان کردن از راه فرم و شکل ترکیب‌شده است، باید به طراحان، به‌عنوان عوامل مهمی در استفاده استراتژیک از هویت‌سازمانی نگریسته شود.

منظور از هویت احساس تعلق به مجموعه‌های مادی و معنوی است که عناصر آن قبلاً شکل گرفته است. هویت فرایند پاسخگویی آگاهانه فرد، قوم و ملت به پرسش‌های از حال حاضر و از گذشته خود می‌باشد. مجموعه‌ای معانی را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی و چیستی او را تشکیل می‌دهد (رهبری، ۱۳۸۰؛ عاملی، ۱۳۸۳).

هویت‌سازمانی 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 هویت‌سازمانی به‌عنوان چارچوب شناختی و یا نگرشی ادراکی که افراد را در درک حسی بهتر هدایت می‌کند، منطبق است. به‌عبارت‌دیگر، به هویت‌سازمانی 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 هویت‌سازمانی به آن دسته از ویژگی‌هایی که توسط اعضای سازمان به‌عنوان ویژگی‌های محوری، مستمر و شاخص (متمايز) ادراک‌شده و در نحوه تعریف آن‌ها از خود (به‌عنوان اعضای سازمان) و سازمان‌شان سهیم است، اطلاق می‌شود (طبرسا و نظریور، ۱۳۹۲: ۱۱۴) گیدنز معتقد است؛ هویت شخص چیزی نیست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی به او تفویض شده باشد، بلکه چیزی است که فرد باید آن را به‌طور مداوم و روزمره ایجاد کند و در فعالیت‌های بازتابی خویش از آن پشتیبانی کند. گیدنز معتقد است که "خود" انسان درکنش متقابل با دیگران است که هویتش را ایجاد و در جریان زندگی آن را پیوسته تغییر می‌دهد. خود مفهوم منفعلی نیست که تنها تحت تأثیر عوامل بیرونی شکل بگیرد، بلکه ناشی از تعامل درون و بیرون است. علاوه بر آن هویت تفویض نمی‌شود، بلکه باید به‌وسیله خود فرد ایجاد شود (گیدنز، ۱۳۸۷: ۳۲).

در همین راستا در همین راستا پژوهش حاضر در پی آن است تا عوامل رفتاری مؤثر بر ارتقای هویت‌سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع‌دستی استان تهران را بررسی نماید.

مبانی و چهارچوب نظری تحقیق

هویت‌سازمانی

هویت‌سازمانی اصطلاح ارزشمندی است که محرک پنهان بسیاری از اعمال گروهی و تلاش‌های اجتماعی است. هویت‌سازمانی بازتابی از هویت اجتماعی است. بر اساس نظریه هویت اجتماعی، هویت فردی ادراک فرد از خود است که شامل خصوصیات وابسته به طرز تفکر یا شیوه خاص فرد «مثل گرایش‌ها و شایستگی‌ها» است. هویت اجتماعی به وفق دادن دو قطب هویت، یعنی یگانه بودن فرد یا «هویت فردی» و یکی بودن با دیگران یا «هویت اجتماعی» در مطالعات میان‌رشته‌ای هویت کمک می‌کند. اصول اساسی تئوری هویت اجتماعی، مبنایی برای مفهوم‌سازی هویت‌سازمانی در دو دهه اخیر ایجاد کرده است؛ به عبارت دیگر، هویت‌سازمانی فرم ویژه‌ای از هویت اجتماعی است (نصراصفهانی و آقاباباپور، ۱۳۹۲: ۱۴۲). از هویت‌سازمانی تعاریف متعددی شده است، از جمله همگرایی ارزش‌های فرد-سازمان، ادراک یکی بودن با سازمان یا تعلق داشتن به سازمان، یا یک التزام و تعهد عاطفی به سازمان (خورشید، ۱۳۸۸: ۱۳۵) همه این تعاریف به‌طور ضمنی بیان می‌کنند که یک فرد عضویت سازمانی خود را با خودانگاره یا خودپنداره‌اش از لحاظ شناختی (احساس عضو سازمان بودن و درونی کردن ارزش‌های سازمانی) یا از لحاظ عاطفی (غرور و رزیدن و مباحث نمودن به عضویت در سازمان) یا هر دو پیوند می‌دهد (Riketta, 2005: 364).

عوامل رفتاری مؤثر بر ارتقای هویت‌سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و

صنایع دستی استان تهران

رضایت شغلی

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). کارمندان با وجود تنوع شغلی و بازخوردی که از سرپرستان خود می‌گیرند و همچنین رابطه خوبی که با همکارانشان دارند، رضایت شغلی بالایی خواهند داشت. کارمندان راضی،

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۴، دوره ۱۴، تابستان ۱۴۰۲

به کار/سازمان 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).

رضایت شغلی را با توجه به جنبه‌های بیرونی ارزیابی می‌کنند، مانند حقوق و حمایت سرپرستان، جبران خدمت و مزایا، چشم‌انداز شغلی و سبک رهبری، محیط کار، پاداش‌های کاری و وضعیت اشتغال، امنیت شغلی، مزایا و حقوق، معیارهای ارزیابی حقوق و دستمزد. مفهوم رضایت شغلی اسلامی جنبه‌های زندگی روی زمین و زندگی پس از مرگ را ترکیب می‌کند. اسلام کار را جزئی از عبادت و اجرای حکم خدا و برای جلب رضایت خداوند می‌داند، بر این اساس می‌توان ادعا نمود که نارضایتی کاری، زمانی که با توجه به دیدگاه‌های موجود در مورد رضایت شغلی مطرح می‌شود، ناشی از عوامل بیرونی و تمایل به دستیابی به زندگی بهتر از طریق انجام کار است (مروان و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۳۶۳). این جنبه خارجی، آن را از رضایت شغلی اسلامی که جنبه‌های داخلی و خارجی را در رابطه با انجام یک کار ترکیب کرده است، متمایز می‌کند. از دیدگاه اسلامی، رضایت شغلی احساس شادی است که قبل، حین و بعد از انجام کار به دست می‌آید و بر اساس این باور است که انجام کار عبادتی برای کسب رضایت خداوند است (سعد و محمد، ۲۰۱۴). متغیرهای رضایت شغلی اسلامی دارای «ابعاد معنوی، فکری، اجتماعی و مادی» است. رضایت شغلی معنوی به‌عنوان "قلب الهی" یا حقیقت باطنی شناخته می‌شود (بهارم و همکاران، ۲۰۱۴: ۷۳). منظور از رضایت شغلی معنوی در این پژوهش، رضایت درونی مسلمانی است که برای رسیدن به سعادت و تقرب به خداوند خالصانه در حال انجام کار است و اگر کار به روش نادرست انجام شود، ترس از گناه دارد. بعد دیگر رضایت شغلی اسلامی بعد فکری یا عقلی است بر این اساس بالاترین جزء انسان عقل است که او را قادر می‌سازد تا خداوند در او تجلی کند. رضایت شغلی عقلی به شناخت فکری و دانش کارکنان که از طریق مشورت، بحث و تصمیم‌گیری به دست می‌آید می‌پردازد. بعد سوم رضایت شغلی اسلامی، بعد اجتماعی است که به معنای جزئی از تمایلی است که دربرگیرنده مجموعه‌ای از احساسات انسانی است. رضایت شغلی اجتماعی زمانی رخ می‌دهد که رضایت در روابط متقابل کارکنان، رهبران و مشتریان وجود داشته باشد. رضایت شغلی، بر تمایل به ترک کار تأثیر دارد (آلیا و محمد، ۲۰۱۹: ۱۶۷). مدیریت می‌تواند سطح پایین تعهد سازمانی را به‌عنوان نشانه‌ای از بروز احساسات عاطفی ناخوشایند کارکنان در نظر بگیرند (یوتینگ و همکاران،

عوامل رفتاری موثر بر ارتقای هویت.../محمداسماعیلی، مدنی، محمدی و قیومی

۲۰۱۹: ۶). از جمله متغیرهایی که تحت تأثیر رضایت شغلی قرار دارد، تمایل به ترک شغل کارکنان است، به طوری که به اعتقاد پژوهشگران، رضایت شغلی یک عامل کلیدی در جهت نگهداری و حفظ کارکنان است. به عنوان نمونه تحقیقات (لی و چلدورای، ۲۰۱۸: ۴۰۳) نشان داد که رابطه منفی و معناداری بین رضایت شغلی و تمایل به ترک شغل وجود دارد. (سیلوا، ۲۰۰۶: ۳۲۵) و (الیانا و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۴۲) به این نتیجه رسیدند که رضایت شغلی رابطه معناداری با تعهد سازمانی دارد، نتایج برخی تحقیقات نشان می‌دهد که رضایت شغلی تأثیر مثبتی بر تعهد سازمانی دارد (لامبرت و هوگان، ۲۰۰۹: ۱۱۴؛ مصدق‌راد، فرلی و رزنبرگ، ۲۰۰۸: ۲۲۴).

عدالت سازمانی

اولین تعاریف درباره عدالت به سقراط^۱، افلاطون^۲ و ارسطو^۳ منسوب است. عدالت در ثبات و سکون یا در تغییر و حرکت، از جمله تردیدهایی بود که در فلسفه آن زمان که به سؤال از چیستی و ماهیت جهان می‌پرداخت ایجاد شد. یکی از مهم‌ترین پرسش‌های سقراط در مورد سرشت عدالت بود. سقراط در جدال با سوفسطائیان عدالت را یکی از بزرگ‌ترین مظاهر فضیلت دانست. (سلطانی، ۱۳۹۰).

به نظر افلاطون عدالت وقتی حاصل می‌شود که در دولت هرکسی به کاری که شایسته آن است بپردازد. به همان گونه انسان عادل نیز انسانی است که اجزای سه‌گانه روح او (غضب، شهوت و عقل) تحت فرمانروایی عقل هماهنگ باشد. (اخوان کاظمی، ۱۳۸۲)

اما ارسطو با دیدی واقع‌گرایانه، روابط اجتماعی افراد را در حوزه‌های متفاوت می‌نگرد و نوع عدالت را در این حوزه متفاوت تشخیص می‌دهد. او نیز مانند استادش افلاطون، عدالت را در پیوند با فضیلت قرار داد و بر ایده «عدالت طبیعی» یا آنچه خود «عدالت» به معنی اعم مطابق با تمام فضیلت می‌نامید صحه گذاشت، ضمن اینکه گاهی پا را فراتر نهاد و به معرفی عدالت قراردادی، که مرتبط با اراده خرد و قوانین موضوعه بشری بود پرداخت. (امین بیدختی، شریفی، ۱۳۹۲).

به طور کلی، از نظر ارسطو، عدالت داشتن رفتاری برابر با افراد برابر است. ارسطو معتقد بود که توده‌های مردم به این دلیل انقلاب می‌کنند که با آنان با بی‌عدالتی رفتار می‌شود.

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 طبقه‌بندی و تشریح می‌کند: احساسی که برای اثربخشی عملکرد سازمان‌ها و نیز رضایت افراد در سازمان‌ها ضرورت دارد. کروپانزانو عدالت سازمانی را

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۴، دوره ۱۴، تابستان ۱۴۰۲

به‌مثابه یک جستار روان‌شناختی در نظر می‌گیرد که بر ادراک از انصاف در محیط کاری تأکید دارد (سیدجوادین، فراحی و طاهری، ۱۳۹۲).

عدالت توزیعی: به انصاف ادراک‌شده از ستاده‌ها و پیامدهایی که افراد دریافت می‌دارند اشاره دارد. عدالت رویه‌ای: این نوع از عدالت با برداشت افراد از عادلانه بودن رویه‌های جاری در تصمیم‌گیری برای جبران خدماتشان نه با توزیع واقعی درآمدها سروکار دارد (رضائیان، ۱۳۸۴). به عبارتی، عدالت رویه‌ای به انصاف ادراک‌شده از رویه‌ها و فرآیندهایی که توسط آن‌ها پاداش‌ها تخصیص می‌یابند مربوط می‌شود (امین بیدختی، شریفی، ۱۳۹۲).

عدالت مروده‌ای: عدالت مروده‌ای بر ادراکات افراد از کیفیت رفتارهای بین شخصی در طول اجرای رویه‌ها تمرکز می‌کند. این مفهوم از گزارش‌های کارکنان دربارهٔ برخوردهای غیرمنصفانه که اغلب مواقع بر رفتارهای بین فردی متمرکز می‌شود تا فاکتورهای ساختاری، مشتق شده است. عدالت مروده‌ای شامل روشی است که عدالت سازمانی توسط سرپرستان به زیردستان منتقل می‌شود (رجایی و همکاران، ۱۳۸۷).

عدالت مروده‌ای دال بر این مطلب است که کلیه مرودات و تعاملات افراد در مسیر نیل به نتایج عادلانه، باید عادلانه باشد؛ یعنی افراد حق ندارند در مسیر نیل به اهداف عادلانه، مروداتی غیرعادلانه را بین خود و دیگران رقم بزنند (پورعزت و قلی‌پور، ۱۳۸۸).

سلامت سازمانی

سلامت سازمانی ازجمله مباحثی است که نظریه پردازان مدیریت همواره توجه خود را به آن ابراز داشته‌اند. بحث پیرامون سلامت سازمان نشان‌دهندهٔ 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. آن‌چنان‌که تندرستی در انسان موجب نشاط، سرزندگی و تلاش می‌شود. سلامت سازمانی نیز سبب ایجاد محیطی دلپذیر برای کار و کوشش، بالا رفتن روحیهٔ سازندگی و دستیابی به اهداف سازمانی خواهد شد (کامکار و آتش‌پور، ۱۳۸۶). اگرچه تعریف، اندازه‌گیری و تخمین سلامت سازمانی کار آسانی نیست اما مفهومی توجیه‌کننده علت دوام و بقای سازمان‌هاست لذا باید مورد توجه و اهمیت خاصی قرار بگیرند (مهدوی دهکردی، ۱۳۹۰).

از دیدگاه کیت دیویس^۴ زمانی سازمان سالم است که کارکنان احساس کنند کاری سودمند انجام

عوامل رفتاری موثر بر ارتقای هویت.../محمداسماعیلی، مدنی، محمدی و قیومی

می‌دهند و به احساس رشد و پرورش شخصی دست می‌یابند. آنان بیشتر کاری شوق‌انگیز 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 به‌راستی برای نیازها و دشواری‌های آنان دلسوزی می‌کند (دیویس، ۵، ۱۳۷۶). ریچارد بکهارد^۶ سازمان سالم را سازمانی می‌داند که بر اساس «مدیریت بر مبنای هدف»^۷ اداره شود (برومند، ۱۳۷۳). مک فارلند^۸ نیز در زمینه سازمان سالم معتقد است که «ایده سلامت» بر زندگی، رشد و حیات تأکید دارد. سازمان نظام‌پویائی است که نوسان تغییرات به‌طور مداوم تکامل سازمان و پس‌از آن نگرش، رفتار و زندگی تعداد زیادی از کارکنانش را شکل می‌دهد. یک سازمان حرفه‌ای وقتی موفق است که بتوان در محیط رقابتی و اغلب متخاصم پیشرفت کند (مک فالند، ۱۹۸۷، به نقل از صفی‌خانی، ۱۳۹۰).

امنیت شغلی

امنیت شغلی احتمال این است که شخصی بتواند شغل خود را حفظ کند و احتمال بیکار شدن شخص بسیار پایین باشد. عدم امنیت شغلی پروسه یا روندی است که به میزان نامعینی کارا کترهای کار و واحد اشتغال را تهدید کند یا آن‌ها را به چالش بکشاند و در جنبه‌های مختلف ناهنجاری به وجود بیاورد (سلطانی، ۱۳۹۰).

یکی از مهم‌ترین و بنیادی‌ترین نیازهای انسان که در بسیاری از نظریه‌ها و پژوهش‌های پژوهشگران و محققان رشته‌های روانشناسی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و مدیریت به آن اشاره شده است نیاز به امنیت است (دلور و همکاران، ۱۳۸۷، به نقل از امین‌پور و زارع، ۱۳۹۲). امنیت روانی دومین طبقه از سلسله‌مراتب نیازهای مزلو را تشکیل می‌دهد (امین‌پور و زارع، ۱۳۹۲). برای امنیت تعریف‌های زیر ذکر شده است: احساس امنیت عبارت است از احساس آزادی نسبی از خطر. این احساس وضع خوشایندی را ایجاد می‌کند و فرد در آن دارای آرامش جسمی و روحی است. ایمنی از عواطف و احساسات، زیربنایی حیاتی برای تأمین بهداشت روانی است. افراد ناامن نامتعادلند، شخصی که دائماً احساس عدم امنیت، ترس و خطر از بیرون و درون خود می‌کند، نمی‌تواند احساس سالمی داشته باشد (رجایی، تیموری و ساقی، ۱۳۸۷). شعاری‌نژاد (۱۳۷۳) نیز در تعریف امنیت می‌گوید: ۱- حالتی که در آن ارضای احتیاجات و خواسته‌های شخص انجام می‌یابد. ۲- احساس ارزش شخصی، اطمینان خاطر، اعتماد به نفس و پذیرش از طرف گروه (رجایی و همکاران، ۱۳۸۷). منظور از امنیت این است که شخص قادر باشد مشکلات خود را در رابطه با خود و دیگران کنترل و اداره کند (رجایی و همکاران، ۱۳۸۷).

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۴، دوره ۱۴، تابستان ۱۴۰۲

امنیت پدیده‌ای ادراکی و احساسی است، یعنی این اطمینان در مردم، دولتمردان و تصمیم‌گیران به وجود آید که برای ادامه زندگی بدون دغدغه، امنیت لازم وجود دارد. در تعریف لغوی امنیت، «محافظة در مقابل خطر، احساس ایمنی و رهایی از تردید است.» (گروسی و همکاران، ۱۳۷۸)

امنیت دارای ابعاد عینی و ذهنی- روانی است، به عبارت دیگر امنیت هم شامل اطمینان و آرامش فیزیکی و هم آرامش روحی و روانی است (سرلک‌زایی، ۱۳۸۵). مفهوم اصطلاحی امنیت در بعد عینی آن فقدان تهدیدعلیه ارزش‌های حاکم در یک جامعه است و در بعد ذهنی آن همان احساس امنیت است. احساس امنیت در امان بودن یا در امان حس کردن جان، مال، هویت و ارزش‌های خود از تهدید، صدمه، آسیب و نبود دغدغه تأمین نیازهای معقول حال و آینده می‌باشد (امین بیدختی، شریفی، ۱۳۹۲).

از سوی سازمان بین‌المللی کار شعار روز جهانی ایمنی و بهداشت حرفه‌ای در سال ۲۰۰۹ این‌گونه اعلام شده است که: «بهداشت و زندگی در محیط کار، یک حق اساسی انسانی است. این واقعیتی انکارناپذیر است که نیروی کار ملی در مسیر توسعه کشور، به عنوان سرمایه‌ای باارزش در مواجهه با مخاطرات جدی قرار داشته و فرهنگ ایمنی در محیط کار ارتباط مستقیم با سلامت نیروی کار، رشد و توسعه جوامع دارد. ایمنی، عبارت است از میزان درجه فرار از خطر. ایمنی یعنی مصونیت کامل در برابر هر نوع آسیب، جراحت و نابودی. فرآیند ایمنی سیستم نیز عبارت است از کسب اطمینان از اینکه شغل یا وظیفه در ایمن‌ترین شکل خود و بدون وجود ریسک انجام می‌گیرد و فرآیندی آینده‌نگر است.» (یزدانی و غلامی، ۱۳۹۲)

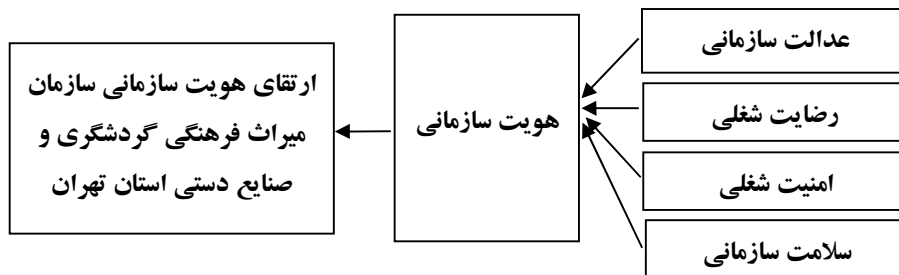
امنیت شغلی جنبه ذهنی و روانی دارد و تا حدودی به برداشت فرد از محیط کار بستگی دارد؛ بنابراین، امنیت شغلی، احساس فراغت نسبی از خطر یا حالتی است که در آن ارضای نیازها و خواسته‌های شخص تحقق می‌یابد (نظری و همکاران، ۱۳۹۴). احساس امنیت مستلزم توانایی در حفظ آن چیزی است که شخص دارد و حصول اطمینان از توانایی امرارمعاش در آینده است (نظری و همکاران، ۱۳۹۴). به عبارت دیگر امنیت شغلی، حق تداوم شغل است که معمولاً تا زمان بازنشستگی ادامه می‌یابد و حدودی است که کارکنان در آن حیطه اطمینان حاصل پیدا می‌کنند که شغلشان را از دست نخواهند داد (نظری و همکاران، ۱۳۹۴).

مدل تحقیق

متغیر مستقل: عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی، سلامت سازمانی

متغیر وابسته: ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران

عوامل رفتاری موثر بر ارتقای هویت... / محمد اسمعیلی، مدنی، محمدی و قیومی



نمودار ۲: مدل تحلیلی تحقیق

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی

عوامل رفتاری عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی، سلامت سازمانی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران مؤثر می‌باشد.

فرضیه‌های فرعی

عدالت سازمانی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران مؤثر می‌باشد.

رضایت شغلی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران مؤثر می‌باشد.

امنیت شغلی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران مؤثر می‌باشد.

سلامت سازمانی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران مؤثر می‌باشد.

روش تحقیق

اصولاً با توجه به ماهیت تحقیق و متناسب با موضوع مورد بررسی، روش‌های مختلفی وجود دارد. استفاده از هر یک از روش‌های تحقیق به ماهیت و زمینه تحقیق، فعالیت‌های لازم به نتیجه‌گیری و میزان مسئولیت محقق در مقابل نتایج و اهداف تحقیق بستگی دارد. با توجه به مسائل مطروحه و مطالعه اسناد و مدارک و همچنین مطالعات تحلیلی در خصوص ادبیات تحقیق، پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه‌های اجرا همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق عبارت از کلیه

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۴، دوره ۱۴، تابستان ۱۴۰۲

کارکنان سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران می‌باشند که تعداد آن‌ها حدوداً ۲۵۰۰ نفر می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش روش نمونه‌گیری ساده می‌باشد. از جامعه آماری مذکور با توجه به ضوابط نمونه‌گیری (بر اساس شیوه نمونه‌گیری مندرج در جدول مورگان تعداد ۳۰۸ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شده است. در این تحقیق داده‌های حاصل از گردآوری پرسشنامه‌ها به دو طریق مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند: در مرحله نخست داده‌ها به شیوه آمار توصیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند که در این قسمت از طریق جداول، اشکال و نمودارها و... به توصیف آن‌ها پرداخته می‌شود و در مرحله دیگر به روش تحقیق همبستگی، از طریق آزمون‌های آماری مناسب رابطه عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی، سلامت سازمانی و ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران مورد بررسی قرار می‌گیرد.

یافته‌های تحقیق

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه اصلی

"عوامل رفتاری عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران موثر می‌باشد."

مقدار ضریب تعیین ۰/۶۶۹ می‌باشد که این مؤید آن است که ۶۶/۹٪ از تغییرات متغیر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران به کمک متغیرهای عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی قابل تبیین است. در این فرضیه مقدار آماره دوربین واتسون برابر ۱/۸۳۳ به دست آمده است که بسیار مناسب است. با توجه به مقدار آماره آزمون F و معنی‌داری آن در سطح اطمینان بالای ۹۵٪ معادله رگرسیون معتبر بوده و نتایج آن قابل تحلیل است.

جدول ۱: خلاصه نتایج مدل رگرسیونی فرضیه اصلی

متغیر	B	خطای استاندارد	BETA (ضریب استاندارد شده بتا)	آماره t	سطح معنی‌داری
عدد ثابت	۰/۹۱۳	۰/۰۷۴	-	۱۲/۳۳۷	۰/۰۰۰
عدالت سازمانی و...	۰/۹۷۳	۰/۰۵۸	۰/۶۶۹	۱۶/۷۷۵	۰/۰۰۰
ضریب همبستگی = ۰/۶۶۹	ضریب تعیین = ۰/۴۴۷	آماره دوربین واتسون = ۱/۸۳۳	آماره F = ۸۰/۷۲۵		

با توجه به جدول ۱ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری متغیرهای عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است (sig < 0.05). بنابراین متغیرهای عدالت

عوامل رفتاری موثر بر ارتقای هویت.../محمداسماعیلی، مدنی، محمدی و قیومی

سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی وارد مدل رگرسیونی می‌شود. با توجه به مثبت بودن ضریب رگرسیونی (B) می‌توان گفت متغیرهای عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران اثر مثبت و مستقیم دارد. فرضیه فوق تأیید می‌گردد.

• **آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای عوامل رفتاری عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی و ابعاد ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران**

آزمون همبستگی بررسی رابطه‌ی میان متغیرها را به صورت دوجه‌دو نشان می‌دهد. برخی از ضرایب در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار هستند (مقدار سطح معناداری کمتر از ۱ درصد می‌باشد) و با علامت (***) مشخص شده‌اند. برخی از ضرایب در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار هستند و با علامت (*) مشخص شده‌اند. ضرایب که علامت خاصی ندارند نیز نشان می‌دهد که بین دو متغیر رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود ندارد. ضریب مثبت نشان‌دهنده رابطه‌ی مثبت و مستقیم بین دو متغیر می‌باشد و ضریب منفی نشان‌دهنده رابطه‌ی منفی و عکس بین دو متغیر می‌باشد.

جدول (۲): آزمون همبستگی پیرسون بین عوامل رفتاری عدالت سازمانی و ... با ابعاد هویت سازمانی

سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران

متغیر	عوامل رفتاری عدالت سازمانی و ...
هویت فردی	۰/۳۱۲**
هویت بین فردی	۰/۴۴۸**
هویت گروهی	۰/۵۹۱**
هویت تیمی	۰/۶۴۷**

**sig<0.01 ($\alpha=0.01$)

با توجه به جدول ۲ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر عوامل رفتاری عدالت سازمانی و ... با متغیر هویت فردی برابر ۰/۳۱۲ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر عوامل رفتاری عدالت سازمانی و ... با متغیر هویت بین فردی برابر ۰/۴۴۸ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر عوامل رفتاری عدالت سازمانی و ... با متغیر هویت گروهی برابر ۰/۵۹۱ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر عوامل رفتاری عدالت سازمانی و ... با متغیر هویت تیمی برابر ۰/۶۴۷ می‌باشد. تمام روابط در سطح اطمینان ۹۹٪ معنی دار بوده. علامت مثبت تمام ضرایب نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۴، دوره ۱۴، تابستان ۱۴۰۲

متغیرها می‌باشد. شدت همبستگی بین متغیرهای مذکور در حد متوسط می‌باشد.

فرضیه فرعی اول

" عدالت سازمانی بر ارتقای هویت‌سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران مؤثر می‌باشد."

مقدار ضریب تعیین ۰/۳۶ می‌باشد که این مؤید آن است که ۳۶٪ از تغییرات متغیر ارتقای هویت‌سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران به کمک متغیر عدالت سازمانی قابل تبیین است. در این فرضیه مقدار آماره دوربین واتسون برابر ۱/۹۲۴ به دست آمده است که بسیار مناسب است. با توجه به مقدار آماره آزمون F و معنی‌داری آن در سطح اطمینان بالای ۰/۹۵ معادله رگرسیون معتبر بوده و نتایج آن قابل تحلیل است.

جدول (۳): خلاصه نتایج مدل رگرسیونی فرضیه فرعی اول

متغیر	B	خطای استاندارد	BETA (ضریب استاندارد شده بتا)	آماره t	سطح معنی‌داری
عدد ثابت	۱/۲۱۳	۰/۰۸۸	-	۱۳/۷۸۴	۰/۰۰۰
عدالت سازمانی	۰/۶۰۹	۰/۰۶۲	۰/۶	۹/۸۲۲	۰/۰۰۰
ضریب همبستگی = ۰/۶	ضریب تعیین = ۰/۳۶	آماره دوربین واتسون = ۱/۹۲۴	آماره F = ۷۱/۹۲۳		

با توجه به جدول ۳ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری متغیر ترغیب ذهنی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است (sig < 0.05)، بنابراین متغیر عدالت سازمانی وارد مدل رگرسیونی می‌شود. با توجه به مثبت بودن ضریب رگرسیونی (B) می‌توان گفت عدالت سازمانی بر ارتقای هویت‌سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران اثر مثبت و مستقیم دارد. فرضیه فوق تأیید می‌گردد.

• آزمون همبستگی پیرسون بین عدالت سازمانی و ابعاد ارتقای هویت‌سازمانی

سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران

آزمون همبستگی بررسی رابطه‌ی میان متغیرها را به صورت دوجه‌دو نشان می‌دهد. برخی از ضرایب در سطح اطمینان ۰/۹۹ معنادار هستند (مقدار سطح معناداری کمتر از ۱ درصد می‌باشد) و با علامت (***) مشخص شده‌اند. برخی از ضرایب در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار هستند و با علامت (*) مشخص شده‌اند. ضرایب که علامت خاصی ندارند نیز نشان می‌دهد که بین دو متغیر رابطه معناداری در سطح اطمینان ۰/۹۵ وجود ندارد. ضریب مثبت نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین دو متغیر می‌باشد و ضریب منفی نشان‌دهنده رابطه منفی و عکس بین دو متغیر می‌باشد.

عوامل رفتاری موثر بر ارتقای هویت.../محمداسماعیلی، مدنی، محمدی و قیومی

جدول (۴): آزمون همبستگی پیرسون بین عدالت سازمانی و ابعاد ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران

متغیر	عدالت سازمانی
هویت فردی	**۰/۶۱۵
هویت بین فردی	**۰/۳۰۹
هویت گروهی	**۰/۴۷۲
هویت تیمی	**۰/۴۰۶

**sig<0.01 ($\alpha=0.01$)

با توجه به جدول ۴ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر عدالت سازمانی و متغیر هویت فردی برابر ۰/۶۱۵ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر عدالت سازمانی و متغیر هویت بین فردی برابر ۰/۳۰۹ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر عدالت سازمانی و متغیر هویت گروهی برابر ۰/۴۷۲ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر عدالت سازمانی و متغیر هویت تیمی برابر ۰/۴۰۶ می‌باشد. تمام روابط در سطح اطمینان ۹۹٪ معنی‌دار بوده. علامت مثبت تمام ضرایب نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین متغیرها می‌باشد. شدت همبستگی بین متغیرهای مذکور در حد متوسط می‌باشد.

فرضیه فرعی دوم

" رضایت شغلی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران مؤثر می‌باشد."

مقدار ضریب تعیین ۰/۳۴۶ می‌باشد که این مؤید آن است که ۳۴/۶٪ از تغییرات متغیر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران به کمک متغیر رضایت شغلی قابل تبیین است. در این فرضیه مقدار آماره دوربین واتسون برابر ۱/۷۶۱ به دست آمده است که بسیار مناسب است. با توجه به مقدار آماره آزمون F و معنی‌داری آن در سطح اطمینان بالای ۹۵٪ معادله رگرسیون معتبر بوده و نتایج آن قابل تحلیل است.

جدول ۵: خلاصه نتایج مدل رگرسیونی فرضیه فرعی دوم

متغیر	B	خطای استاندارد	BETA (ضریب استاندارد شده بتا)	آماره t	سطح معنی‌داری
عدد ثابت	۰/۶۰۶	۰/۰۳۵	-	۱۷/۳۱۴	۰/۰۰۰
رضایت شغلی	۰/۶۷۳	۰/۰۵۴	۰/۵۸۸	۱۲/۴۶۲	۰/۰۰۰
ضریب همبستگی = ۰/۵۸۸	ضریب تعیین = ۰/۳۴۶	آماره دوربین واتسون = ۱/۷۶۱	آماره F = ۶۲/۰۷۴		

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۴، دوره ۱۴، تابستان ۱۴۰۲

با توجه به جدول ۵ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری متغیر رضایت شغلی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است ($\text{sig} < 0.05$)، بنابراین متغیر انگیزش الهام‌بخش وارد مدل رگرسیونی می‌شود. با توجه به مثبت بودن ضریب رگرسیونی (B) می‌توان گفت رضایت شغلی بر ارتقای هویت‌سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع‌دستی استان تهران اثر مثبت و مستقیم دارد. فرضیه فوق تأیید می‌گردد.

• آزمون همبستگی پیرسون بین رضایت شغلی و ابعاد ارتقای هویت‌سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع‌دستی استان تهران

آزمون همبستگی بررسی رابطه‌ی میان متغیرها را به‌صورت دوبه‌دو نشان می‌دهد. برخی از ضرایب در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار هستند (مقدار سطح معناداری کمتر از ۱ درصد می‌باشد) و با علامت (***) مشخص شده‌اند. برخی از ضرایب در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار هستند و با علامت (*) مشخص شده‌اند. ضرایب که علامت خاصی ندارند نیز نشان می‌دهد که بین دو متغیر رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود ندارد. ضریب مثبت نشان‌دهنده رابطه‌ی مثبت و مستقیم بین دو متغیر می‌باشد و ضریب منفی نشان‌دهنده رابطه‌ی منفی و عکس بین دو متغیر می‌باشد.

جدول ۶: آزمون همبستگی پیرسون بین رضایت شغلی و ابعاد ارتقای هویت‌سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع‌دستی استان تهران

متغیر	انگیزش الهام‌بخش
هویت فردی	**۰/۳۴۱
هویت بین فردی	**۰/۳۶۵
هویت گروهی	**۰/۴۰۰
رشد و یادگیری	**۰/۵۴۶

**sig<0.01 ($\alpha=0.01$)

با توجه به جدول ۶ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر رضایت شغلی و متغیر هویت فردی برابر ۰/۳۴۱ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر رضایت شغلی و متغیر هویت بین فردی برابر ۰/۳۶۵ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر رضایت شغلی و متغیر هویت گروهی برابر ۰/۴ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر رضایت شغلی و متغیر هویت تیمی برابر ۰/۵۴۶ می‌باشد. تمام روابط در سطح اطمینان ۹۹٪ معنی‌دار بوده. علامت مثبت تمام ضرایب نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین متغیرها می‌باشد. شدت همبستگی بین متغیرهای مذکور در حد متوسط می‌باشد.

عوامل رفتاری موثر بر ارتقای هویت.../محمداسماعیلی، مدنی، محمدی و قیومی

فرضیه فرعی سوم

" امنیت شغلی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران مؤثر می‌باشد."

مقدار ضریب تعیین ۰/۴۰۱ می‌باشد که این مؤید آن است که ۴۰/۱٪ از تغییرات متغیر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران به کمک متغیر امنیت شغلی قابل تبیین است. در این فرضیه مقدار آماره دوربین واتسون برابر ۱/۸۹۴ به دست آمده است که بسیار مناسب است. با توجه به مقدار آماره آزمون F و معنی‌داری آن در سطح اطمینان بالای ۹۵٪ معادله رگرسیون معتبر بوده و نتایج آن قابل تحلیل است.

جدول ۷: خلاصه نتایج مدل رگرسیونی فرضیه سوم

متغیر	B	خطای استاندارد	BETA (ضریب استاندارد شده بتا)	آماره t	سطح معنی‌داری
عدد ثابت	۱/۰۲۷	۰/۱۰۳	-	۹/۹۷۱	۰/۰۰۰
امنیت شغلی	۱/۰۳۳	۰/۰۴۸	۰/۶۳۳	۲۱/۰۲۱	۰/۰۰۰
ضریب همبستگی = ۰/۶۳۳	ضریب تعیین = ۰/۴۰۱	آماره دوربین واتسون = ۱/۸۹۴	آماره F = ۴۴/۸۹۹		

با توجه به جدول ۷ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری متغیر ملاحظاتی فردی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است ($\text{sig} < 0.05$)، بنابراین متغیر امنیت شغلی وارد مدل رگرسیونی می‌شود. با توجه به مثبت بودن ضریب رگرسیونی (B) می‌توان گفت امنیت شغلی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران اثر مثبت و مستقیم دارد. فرضیه فوق تأیید می‌گردد.

• آزمون همبستگی پیرسون بین امنیت شغلی و ابعاد ارتقای هویت سازمانی سازمان

میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران

آزمون همبستگی بررسی رابطه‌ی میان متغیرها را به صورت دوجه دو نشان می‌دهد. برخی از ضرایب در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار هستند (مقدار سطح معناداری کمتر از ۱ درصد می‌باشد) و با علامت (***) مشخص شده‌اند. برخی از ضرایب در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار هستند و با علامت (*) مشخص شده‌اند. ضرایب که علامت خاصی ندارند نیز نشان می‌دهد که بین دو متغیر رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود ندارد. ضریب مثبت نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین دو متغیر می‌باشد و ضریب منفی نشان‌دهنده رابطه منفی و عکس بین دو متغیر می‌باشد.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۴، دوره ۱۴، تابستان ۱۴۰۲

جدول (۸): آزمون همبستگی پیرسون بین امنیت شغلی و ابعاد ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران

متغیر	انگیزش الهام بخش
هویت فردی	**۰/۴۲۲
هویت بین فردی	**۰/۵۴۹
هویت گروهی	**۰/۳۷۴
هویت تیمی	**۰/۵۲۸

**sig<0.01 ($\alpha=0.01$)

با توجه به جدول ۸ مشاهده می شود، مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر امنیت شغلی و متغیر هویت فردی برابر ۰/۴۲۲ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر امنیت شغلی و متغیر هویت بین فردی برابر ۰/۵۴۹ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر امنیت شغلی و متغیر هویت گروهی برابر ۰/۳۷۴ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر امنیت شغلی و متغیر هویت تیمی برابر ۰/۵۲۸ می باشد. تمام روابط در سطح اطمینان ۹۹٪ معنی دار بوده. علامت مثبت تمام ضرایب نشان دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین متغیرها می باشد. شدت همبستگی بین متغیرهای مذکور در حد متوسط می باشد.

فرضیه فرعی چهارم

" سلامت سازمانی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران مؤثر می باشد."

مقدار ضریب تعیین ۰/۲۶ می باشد که این مؤید آن است که ۲۶٪ از تغییرات متغیر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران به کمک متغیر سلامت سازمانی قابل تبیین است. در این فرضیه مقدار آماره دوربین واتسون برابر ۲/۱۴۷ به دست آمده است که بسیار مناسب است. با توجه به مقدار آماره آزمون F و معنی داری آن در سطح اطمینان بالای ۹۵٪ معادله رگرسیون معتبر بوده و نتایج آن قابل تحلیل است.

جدول ۹: خلاصه نتایج مدل رگرسیونی فرضیه چهارم

متغیر	B	خطای استاندارد	BETA (ضریب استاندارد شده بتا)	آماره t	سطح معنی داری
عدد ثابت	۰/۷۵۸	۰/۰۹۵	-	۷/۷۳۴	۰/۰۰۰
سلامت سازمانی	۰/۳۵۳	۰/۰۳۱	۰/۵۱	۱۱/۵۶۵	۰/۰۰۰
ضریب همبستگی = ۰/۵۱	ضریب تعیین = ۰/۲۶	آماره دوربین واتسون = ۲/۱۴۷	آماره F = ۶۹/۷۵		

عوامل رفتاری موثر بر ارتقای هویت.../محمداسماعیلی، مدنی، محمدی و قیومی

با توجه به جدول ۹ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری متغیر نفوذ آرمانی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است ($\text{sig}<0.05$)، بنابراین متغیر سلامت سازمانی وارد مدل رگرسیونی می‌شود. با توجه به مثبت بودن ضریب رگرسیونی (B) می‌توان گفت سلامت سازمانی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران اثر مثبت و مستقیم دارد. فرضیه فوق تأیید می‌گردد.

• آزمون همبستگی پیرسون بین سلامت سازمانی و ابعاد ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران

آزمون همبستگی بررسی رابطه‌ی میان متغیرها را به صورت دوجه‌دو نشان می‌دهد. برخی از ضرایب در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار هستند (مقدار سطح معناداری کمتر از ۱ درصد می‌باشد) و با علامت (***) مشخص شده‌اند. برخی از ضرایب در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار هستند و با علامت (*) مشخص شده‌اند. ضرایب که علامت خاصی ندارند نیز نشان می‌دهد که بین دو متغیر رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود ندارد. ضریب مثبت نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین دو متغیر می‌باشد و ضریب منفی نشان‌دهنده رابطه منفی و عکس بین دو متغیر می‌باشد.

جدول ۱۰: آزمون همبستگی پیرسون بین سلامت سازمانی و ابعاد ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان تهران

متغیر	انگیزش الهام‌بخش
هویت فردی	**۰/۳۷۴
هویت بین فردی	**۰/۳۰۸
هویت گروهی	**۰/۵۱۶
هویت تیمی	**۰/۴۴۹

**sig<0.01 ($\alpha=0.01$)

با توجه به جدول ۱۰ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر سلامت سازمانی و متغیر هویت فردی برابر ۰/۳۷۴ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر سلامت سازمانی و متغیر هویت بین فردی برابر ۰/۳۰۸ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر سلامت سازمانی و متغیر هویت گروهی برابر ۰/۵۱۶ و مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر سلامت سازمانی و متغیر هویت تیمی برابر ۰/۴۴۹ می‌باشد. تمام روابط در سطح اطمینان ۹۹٪ معنی‌دار بوده. علامت مثبت تمام ضرایب نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین متغیرها می‌باشد. شدت همبستگی بین متغیرهای مذکور در حد متوسط می‌باشد.

بررسی مدل تحقیق

با توجه به نتایج فرضیه‌های تحقیق ابعاد عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع‌دستی استان تهران تأثیر دارد. حال با کمک رگرسیون خطی چندگانه بررسی مدل تحقیق پرداخته شده است. مقدار ضریب تعیین ۰/۳۴۲ می‌باشد که این مؤید آن است که ۳۴/۲٪ از تغییرات متغیر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع‌دستی استان تهران به کمک متغیرهای عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی قابل تبیین است. مقدار آماره دوربین واتسون برابر ۱/۷۷۶ به دست آمده است که بسیار مناسب است. با توجه به مقدار آماره آزمون F و معنی‌داری آن در سطح اطمینان بالای ۹۵٪ معادله رگرسیون معتبر بوده و نتایج آن قابل تحلیل است.

جدول ۱۱: خلاصه نتایج مدل رگرسیونی مدل تحقیق

متغیر	B	خطای استاندارد	BETA (ضریب استاندارد شده بتا)	آماره t	سطح معنی‌داری
عدد ثابت	۰/۸۱۲	۰/۰۸۸	-	۹/۲۲۷	۰/۰۰۰
عدالت سازمانی	۰/۵۳۵	۰/۰۶۷	۰/۴۰۳	۷/۹۵۸	۰/۰۰۰
رضایت شغلی	۰/۶۲۴	۰/۰۶۲	۰/۴۸۹	۱۰/۰۶۴	۰/۰۰۰
امنیت شغلی	۰/۷۵۴	۰/۰۴۹	۰/۵۶۲	۱۵/۳۸۷	۰/۰۰۰
سلامت سازمانی	۰/۳۱۱	۰/۰۳۸	۰/۳۹	۸/۱۸۴	۰/۰۰۰
ضریب همبستگی = ۰/۵۸۵	ضریب تعیین = ۰/۳۴۲	آماره دوربین واتسون = ۱/۷۷۶	آماره F = ۵۳/۲۲۲		

با توجه به جدول ۱۱ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری متغیرهای عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است ($sig < 0.05$)، بنابراین متغیرهای عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی وارد مدل رگرسیونی می‌شود. با توجه به مثبت بودن ضریب رگرسیونی (B) می‌توان گفت متغیرهای عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی و سلامت سازمانی بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع‌دستی استان تهران اثر مثبت و مستقیم دارد. با توجه به قدر مطلق ضریب بتای استاندارد شده می‌توان گفت امنیت شغلی با ضریب ۰/۵۶۲ بیشترین تأثیر را بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع‌دستی استان تهران دارد و متغیر سلامت سازمانی با ضریب بتای ۰/۳۹ کمترین تأثیر را بر ارتقای هویت سازمانی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع‌دستی استان تهران دارد.

نتیجه‌گیری

امروزه در کشور تقاضا برای انسان‌های نخبه بیشتر از عرضه آن است و شکار استعدادها ضروری است. جذب و حفظ این نوع منابع انسانی چالش بسیار بزرگی برای سازمان‌های کشور است. با وجود اینکه اکثر سازمان‌ها اهمیت این نوع منابع انسانی را می‌دانند ولی راهکار منسجم و یکپارچه‌ای مثل استاندارد ۳۴۰۰۰ برای جذب و حفظ آن‌ها را ندارند. سیستم‌های منابع انسانی یکپارچه و مکمل در اکثر سازمان‌ها وجود ندارد و این امر علت اصلی ترک خدمت داوطلبانه نخبگان و از دست رفتن سرمایه‌های انسانی است (قلی پور و محمد اسماعیلی، ۱۳۹۳).

در عصر حاضر، تمامی سازمان‌ها در پی آنند که امور مرتبط با مدیریت منابع انسانی را تسهیل نموده و کارایی چنین اقداماتی را بهبود ببخشند. نیاز به افزایش اثربخشی فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی از یک‌طرف و توسعه فناوری اطلاعات و افزایش دسترسی به ابزارهای ارتباطی مبتنی بر فناوری‌های نوین از طرف دیگر باعث شده است که مدیریت الکترونیک منابع انسانی به یکی از مؤثرترین و مهم‌ترین ابزارهای مدیریت نیروی انسانی تبدیل شود. بدین ترتیب انتظار می‌رود که با استفاده از کلیه اقدامات مرتبط با مدیریت منابع انسانی اثربخشی بیشتری یافته و حالت استراتژیک تری پیدا کند (مهدوی و مالکی، ۲۰۱۵).

مقصود از مدیریت منابع انسانی، سیاست‌ها و اقدامات موردنیاز برای اجرای بخشی از وظیفه مدیریت است که با جنبه‌هایی از فعالیت کارکنان به‌ویژه برای کارمندیابی، آموزش دادن به کارکنان، ارزیابی عملکرد، دادن پاداش و ایجاد محیطی سالم و منصفانه برای کارکنان سازمان بستگی دارد. مدیریت نیروی کار حوزه‌ای است که به‌اندازه کل حوزه مدیریت قدمت دارد، اما به‌طور طبیعی دستخوش تغییر و تکامل شده است. نقطه عطف این تغییر و تکامل جایی است که به‌جای مدیریت کارکنان، مدیریت منابع انسانی مطرح می‌شود. مدیریت منابع انسانی علاوه بر دارا بودن مبانی و مفاهیم مدیریت کارکنان، رویکردهای کلی‌تر و جدیدتری را در مدیریت نیروی انسانی در نظر می‌گیرد. امروزه قدرت رقابتی ملت‌ها در گرو کیفیت سرمایه انسانی آن‌هاست. مدیریت سرمایه انسانی که معمولاً در سازمان‌ها تجمع می‌یابد در زمره حیاتی‌ترین انواع مدیریت محسوب می‌گردد. فرسودگی سرمایه انسانی در سایه نبود تخصص، تجربه، انگیزش و...، کیفیت کالاها و خدمات تولیدی را به مخاطره می‌اندازد؛ بنابراین مدیریت صحیح منابع انسانی در عصر کنونی، راهکاری راهبردی برای موفقیت همه سازمان‌ها است (ارینا و همکاران، ۲۰۱۵).

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۴، دوره ۱۴، تابستان ۱۴۰۲

از آنجاکه امروزه منابع انسانی با ارزش‌ترین عامل تولید و مهم‌ترین سرمایه هر سازمان و منبع اصلی زاینده مزیت رقابتی و ایجادکننده قابلیت‌های اساسی هر سازمان است، یکی از عمده‌ترین برنامه‌ریزی‌های سازمانی، برنامه‌ریزی منابع انسانی است. به عقیده اغلب کارشناسان، مؤثرترین راه دستیابی به مزیت رقابتی در شرایط فعلی کارآمدتر کردن کارکنان سازمان‌ها از طریق بهبود و بهسازی آنان است و آنچه در راستای توسعه منابع انسانی اهمیت دارد این است که بهبود منابع انسانی تنها با آموزش‌های فنی و تخصصی حاصل نمی‌شود، بلکه باید روش‌های متعدد به توسعه کارکنان پرداخت و این مهم جزء با اعمال مدیریت مؤثر منابع انسانی امکان‌پذیر نخواهد بود (حمیدیان‌پور و همکاران، ۲۰۱۶).

پژوهش‌های برخی از پژوهشگران نشان می‌دهد افراد با هویت‌سازمانی بالا مایلند با همکاران خود، تشریک‌مساعی زیادی داشته باشند و تلاش خود را بیشتر صرف سازمان کنند و با این کار مشتاق رسیدن به اهداف سازمان شوند (Walumbwa et al. 2011: 207). سازمان‌ها سیستم اجتماعی هستند و برای رسیدن به هدف‌های معین ایجاد شده‌اند؛ بنابراین، هویت‌سازمانی، ابزاری استراتژیک برای رسیدن به هدف‌ها و چشم‌اندازهاست (مرادی و موسوی حجازی، ۱۳۸۷: ۲۰). همکاری داوطلبانه، عامل کلیدی در اجرای مؤثر تصمیم‌های راهبردی است. اجرای هدف‌های تصمیم راهبردی به خلاقیت و اقدام هم‌زمان افراد و هر دو به روحیه همکاری داوطلبانه نیازمند است (زارعی متین و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۷).

هر سازمانی همانند انسان‌ها یک هویت دارد، هویت مجموعه‌ای از صفاتی است که در هر فرد با دیگری متفاوت است، لیکن هویت‌سازمانی به‌وسیله این حقیقت که می‌تواند به‌عنوان یک ابزار استراتژیک در روند پیاده‌سازی هدف‌ها و ایده آل سازمان به‌کار رود، از هویت انسانی متفاوت شده است. هویت سازمان می‌تواند از راه ساختار سازمان، محصولات و خدمات آن، راهی که محیطش را شکل می‌دهد، روش‌هایی که ارتباط برقرار می‌کند و چگونگی رفتارش درک، شناخته و معرفی شود. این عوامل بر روی چگونگی نگرش از درون و بیرون، بر سازمان اثر می‌گذارند. همین‌گونه که محصولات رقیب افزایش می‌یابند و جدا کردن محصولات از یکدیگر دشوار می‌شود، کانون توجه از محصول نشان‌دار به شرکت مالک نشان تغییر می‌کند. برندگان آینده کسانی خواهند بود که بتوانند یک هویت را به نشان‌های انحصاری بالاتری انتقال دهند. نقش طراحان در سازمان‌ها، تبدیل ایده‌های انتزاعی به موارد محسوس و آشکار است. به علت دانش آن‌ها از علم رفتار که با توانایی بیان کردن از راه فرم و شکل ترکیب‌شده است، باید به طراحان، به‌عنوان عوامل مهمی در استفاده استراتژیک از هویت‌سازمانی نگریسته شود.

عوامل رفتاری موثر بر ارتقای هویت.../محمداسماعیلی، مدنی، محمدی و قیومی

منابع

- ۱) اخوان کاظمی، بهرام. (۱۳۸۲). عدالت در اندیشه‌های سیاسی اسلام، قم انتشارات مؤسسه بوستان کتاب
- ۲) اسفندیاری محمدجواد؛ آدابی حمیدرضا. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین مدیریت دانش و توانمندسازی روانشناختی منابع انسانی در شهرداری تهران. مطالعات مدیریت شهری؛ دوره ۸، شماره ۲۵؛ صفحه ۱۱ تا صفحه ۲۴.
- ۳) امین بیدختی، علی‌اکبر و شریفی، نوید. (۱۳۹۲). دینداری و سرمایه اجتماعی حامی امنیت اجتماعی، فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی شماره ۲۲، صص ۶۹-۴۷
- ۴) برومند، زهرا (۱۳۷۳). بهبود و بازسازی سازمان، فنون و علوم رفتاری. تهران: نشر هود.
- ۵) پورعزت، علی‌اصغر. (۱۳۸۸). طراحی سیستم خط‌مشی‌گذاری برای تحقق عدالت اجتماعی بر مبنای حکومت حق‌مداری علوی، رساله دکتری چاپ نشده دانشکده تربیت مدرس
- ۶) دیویس، استانی. مدیریت فرهنگ و سازمان. ترجمه: ناصر میرسپاسی و پریچهر معتمد گرجی (۱۳۷۶). تهران: انتشارات مروارید.
- ۷) رجایی، علیرضا؛ تیموری، سعیدوساقي، محمدحسین. (۱۳۸۷). بررسی رابطه ادراک نوجوانان از عملکرد خانواده با احساس امنیت. همایش روانشناسی و کاربرد آن در جامعه. دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.
- ۸) رهبری، مهدی (۱۳۸۰). بحران هویت فرهنگی در ایران معاصر، فصلنامه تحقیقات فرهنگی (نامه پژوهش فرهنگی)، سال ۶، شماره ۲۲ و ۲۳، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- ۹) زارعی متین، ح. طهماسبی، ر؛ و موسوی، م. (۱۳۸۸). «نقش مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی در اعتمادسازی»، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال چهارم ش ۱۵، صص ۱۴۵-۱۷۶.
- ۱۰) سرلک‌زایی، شریف. (۱۳۸۵). مناسبات آزادی و امنیت از دیدگاه امام خمینی (ره)، مجله علوم سیاسی، سال نهم، شماره ۲۴
- ۱۱) سلطانی، ایرج. (۱۳۹۰). نقش توسعه منابع انسانی در امنیت شغلی کارکنان، ماهنامه تدبیر، سال یازدهم
- ۱۲) سیدجوادین، ر. (۱۳۹۲). مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان. چاپ چهارم. تهران: انتشارات نگاه دانش.
- ۱۳) صفی‌خانی، کبری (۱۳۹۰). بررسی ارتباط بین سلامت سازمانی و سطوح فعالیت بدنی در کارکنان مرکز آموزشی درمانی الزهرا اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته تربیت بدنی گرایش مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه اصفهان.
- ۱۴) طبرسا، غلامعلی؛ علی رضائیان؛ اکرم هادیزاده مقدم و علی خلقانی، ۱۳۹۸، ارزیابی نقش میانجی

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۴، دوره ۱۴، تابستان ۱۴۰۲

- مدیریت برداشت (طرز تلقی) در رابطه بین هویت‌سازمانی و تصویرسازمانی، کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و مهندسی صنایع، تهران، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی رهنما، https://www.civilica.com/Paper-MIECONF01-MIECONF01_052.html
- ۱۵) طبرسا، غ؛ و نظرپوری، ا. ه. (۱۳۹۲). «بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای هوشمندی انسانی - ساختاری در سازمان‌های دانش بنیان» فصلنامه پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۱۷ (۱)، ص ۱۱۳-۱۲۵.
- ۱۶) قلی‌پور، آرین؛ محمداسماعیلی، ندا (۱۳۹۳). استاندارد ۳۴۰۰۰ تعالی منابع انسانی. مهربان نشر، چاپ دوم.
- ۱۷) کامکار، منوچهر؛ آتشپور، سید حمید؛ آتشپور، سید رضا و سلاسل، ماهان (۱۳۸۶). سازمان‌های بیمار. اصفهان: نشر محبان.
- ۱۸) گروسی، سعیده، میرزایی، جلال و شاهرخی، احسان. (۱۳۸۵). بررسی رابطه اعتماد اجتماعی و احساس امنیت (مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه آزاد جیرفت)، فصلنامه دانش انتظامی، سال نهم، شماره ۲، صص ۳۹-۲۶
- ۱۹) گیدنز، آنتونی و بردسال، کارن (۱۳۸۷)، جامعه شناسی، با تجدیدنظر کامل و به‌روز شده، ترجمه‌ی حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- ۲۰) مرادی، م؛ و موسوی حجازی، ب. (۱۳۸۷). «نقش طراحان در روند خلق هویت‌سازمانی»، تدبیر، ش ۱۹۴، صص ۲۴-۱۹.
- ۲۱) مهدوی دهکردی، اعظم (۱۳۹۰). ارتباط سلامت سازمانی و تعهد سازمانی در سازمان آموزش و پرورش استان اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته تربیت‌بدنی گرایش مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان.
- ۲۲) نصر اصفهانی، علی و آقا باباپور دهکردی، طاهره (۱۳۹۲)، بررسی رابطه هویت‌سازمانی با سکوت سازمانی کارکنان مورد مطالعه کارکنان دانشگاه اصفهان، جامعه شناسی کاربردی، سال ۲۴، شماره ۵۲، صص ۱۶۲-۱۳۹
- ۲۳) نظری، فرهاد؛ سوری، ابوذر و عیدی، حسین. (۱۳۹۴). پیش‌بینی تعهد سازمانی معلمان تربیت‌بدنی استان کرمانشاه از طریق امنیت شغلی و مؤلفه‌های آن. پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۱۱. شماره ۲۱. صص ۱۷۵-۱۸۴.
- ۲۴) یزدانی، امیرعباس و غلامی، رمضان. (۱۳۹۲). کاربرد استاندارد OHSAS به‌منظور ارتقاء سطح امنیت شغلی در شرکت صنایع چوب و کاغذ مازندران. دو ماهنامه سلامت کار ایران. دوره ۱۰. شماره ۴.

- 25) Aliya, A. & Muhammad, A. (2019). Relationship between Job Satisfaction and Turnover Intention. *International Journal of Human Resource Studies*, 9(2), 163-194.
- 26) Baharom, M. Halimatus, S. M. S. & Sharifah, H. S. I. (2014). The role of integrity as a mediator between work satisfaction and work performance in the perspective of Islam: An empirical approach using Sem/Amos Model. *International Journal of Research in Applied, Natural and Social Sciences*, 2(1), 71-84.
- 27) Eliyana, A. Mardiana, Y. R. Prabowo, K. (2012). The influence of employee's job satisfaction factors on organizational commitment. *American Journal of Economics*, 2(4), 141-144.
- 28) Erina, I. Ozolina-Ozola, I. & Gaile-Sarkane, E. (2015). The Importance of Stakeholders in Human Resource Training Projects. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 794-800.
- 29) Giddens, A. (1999). *Modernity and isolation (the Society and personal identity in new era*. Translated by: Naser Movafaghiyan, Tehran: Ney Publication [In Persian].
- 30) Giddens, A. (2001). *Modernity and isolation*. Translated by: Naser Movafaghiyan, Tehran: Ney Publication [In Persian].
- 31) Giddens, A. (2008). *Beyond the left and right*. Translated by: Mohsen Salasi, Sales Publication [In Persian].
- 32) Hamidianpour, F. Esmacilpour, M. & Firoozi, H. (2016). Assessing the Impact of Electronic Human Resource Management on Creation of Organizational Agility: A Study in the Bushehr Banks, Iran. *Asian Social Science*, 12(7), 105.
- 33) Jabid, A. W. & Darwis, H. (2019). Relationship Between Job Characteristic And Organizational Commitment With Job Satisfaction As Mediating Variable: A Study At Conventional Banks In Ternate. *Eurasia: Economics & Business*, 2(20), 36-45.
- 34) Lambert, E. & Hogan, N. (2009). The importance of job satisfaction and organizational commitment in shaping turnover intent: A test of a causal model. *Criminal Justice Review*, 34(1), 96-118.
- 35) Le, T. & Minh, L. (2020). The influence of organizational commitment on employees' job performance: The mediating role of job satisfaction. *Management Science Letters*, 10, 3307-3312
- 36) Lee, Y. H. & Chelladurai, P. (2018). Emotional intelligence, emotional labor, coach burnout, job satisfaction, and turnover intention in sport leadership. *European Sport Management Quarterly*, 18(4), 393-412.
- 37) Marwan, M. S. Armanu, S. & Aisjah, S. (2020). Islamic job satisfaction, organizational commitment, and intention to leave: Moderating role of Islamic work ethics. *Management Science Letters*, 10 (2020) 1359-1368.

- 38) Mosadeghrad, A. M. Ferlie, E. & Rosenberg, D. (2008). A study of the relationship between job satisfaction, organizational commitment and turnover intention among hospital employees. *Health Services Management Research*, 21(4), 211-227.
- 39) Muhammad, E. (2019). THE Influence Job Satisfaction And Organizational Commitment On Employee Turnover Intention. *Journal of Business, Management, and Accounting*, 1, 48-55.
- 40) Nelson, S. Dewiana, N. Didi, S. Ardian, S. Masduki, A. Yayah, Y. Joko, S. Ahmad, F. (2020). The Relationship Of Transformational Leadership, Organizational Justice And Organizational Commitment: A Mediation Effect Of Job Satisfaction. *Journal Of Critical Reviews*, 19(7).
- 41) Riketta, M. (2005) "Organizational Identification: A Metaanalysis", *Journal of Vocational Behavior*, 66: 358-384.
- 42) Saad, H. S. M. & Mohamad, B. (2014). Pembinaan Instrumen Kepuasan Kerja menurut Perspektif Islam: Kajian dalam Kalangan Guru Pendidikan Islam. *International Conference of Education 2014 (ICEdu14) Universiti Malaysia Sabah*.
- 43) Silva, P. (2006). Effects of disposition on hospitality employee job satisfaction and commitment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4), 317-328.
- 44) Walumbwa, F. Mayer, D. Wang, H. Workman, K. Christensen, A. (2011) "Linking Ethical Leadership to Employee Performance: The Roles of Leader-Member Exchange, Self-Efficacy, and Organizational Identification". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 115:204-213.
- 45) Yuting, L. Rapinder, S. & Guilherme, L. T. (2019). Empirical Analysis of Factors Impacting Turnover Intention among Manufacturing Workers. *International Journal of Business and Management*, 14(4), 1-18.

یادداشت‌ها :

-
1. Socrates
 2. Plato
 3. Aristotle
 4. Kit Davis
 5. Davis
 6. Richard Bechard
 7. Management by objective (M.B.O)
 8. Dalyon E. Mcfarland
 - 9- Erina

Investigate the effected factors on development of Organizational Identity in Tehran Cultural heritage, tourism & handicrafts organization

Elham Mohammad Esmaili¹

Amirmohsen Madani²

Marzieh Mohammadi³

Abbasali Ghayoumi⁴

Abstract

The aim of the current applied, descriptive and correlational study was to investigate the effected factors on development of Organizational Identity in Cultural heritage, tourism & handicrafts organization. The research population comprised 2500 employees of Cultural heritage, tourism & handicrafts organization in Tehran out of whom a sample 308 was randomly selected, based on Morgan Table, to participate in the study. The research data were collected using a researcher-made five-point level Likert scale questionnaire comprising 4 factors and 28 items tapping the participants' responses were. Therefore, 350 questionnaires were distributed among members of the target population. Having distributed and collected the questionnaires, we analyzed descriptively and inferentially. Descriptively, features like absolute and relative frequency, mean, standard deviation and variance of background and main variables were estimated. Inferentially, correlational tests, multiple regression and F-Test used indicated that Organizational justice, job satisfaction, Organizational Healthiness; job security had a significant effect on development of Organizational Identity in Tehran Cultural heritage, tourism & handicrafts organization.

Keywords

Organizational Identity, Organizational justice, job satisfaction, Organizational Healthiness, job security

1-Ph.D. Student, Department Cultural Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. ely.esmaili@gmail.com

2-Assistant Professor, Department of public Management, yadegar emeam Branch, Islamic Azad University, tehran, Iran (Corresponding Author) amir_m_madani@yahoo.com

3-Assistant Professor, Department public Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. marziehmohammadi@yahoo.com

4-Asociated Professor, Department of Cultural Management and Planning, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. ghaiyoomi@gmail.com