

نقش هویت تیمی و هویت سازمانی بر عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی

ابوالفضل قاسم زاده^۱، شیوا ملکی^۲، حمداله حبیبی^۳

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی اثر میانجی هویت سازمانی در روابط هویت تیمی با عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی است. این پژوهش بر حسب هدف کاربردی و بر اساس شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش، کلیه کارکنان شرکت مخابرات آذربایجان شرقی شهر تبریز به تعداد ۴۲۰ نفر در سال ۱۳۹۳ بودند که از میان آنها نمونه‌ای به حجم ۱۸۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبتی انتخاب شدند. داده‌ها از طریق پرسشنامه‌های استاندارد هویت سازمانی، هویت تیمی، عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی جمع‌آوری گردید. به منظور بررسی روابط متغیرها در الگوی مفهومی از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در الگوی مورد نظر، هویت تیمی با عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌دار دارد و از طریق هویت سازمانی باعث افزایش عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی کارکنان می‌شود. همچنین نتایج نشان می‌دهد که رابطه بین هویت تیمی با عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی از طریق هویت سازمانی قابل تبیین است. در الگوی مورد نظر، تمام وزن‌های رگرسیونی از نظر آماری معنی‌دار هستند.

کلید واژه‌ها

هویت سازمانی، هویت تیمی، عملکرد شغلی، مسئولیت اجتماعی، گاه‌نگار علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. استادیار رشته مدیریت آموزشی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان

۲. کارشناس ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه ارومیه و مدرس دانشگاه پیام نور مرکز اردبیل، نویسنده مسئول: shiva.maleki.89@gmail.com

۳. استادیار مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تبریز

مقدمه

در طی سال‌های اخیر، پژوهشگران سازمانی با تمرکز بیشتری به شناسایی عوامل مؤثر بر ادراک و رفتار کارکنان برای تحقق بهتر اهداف سازمان‌ها پرداخته‌اند که می‌توان گفت از جمله‌ی آن‌ها، بررسی هویت در سازمان است (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۲). یکی از طبقه بندی‌های کلی کلاسیک درباره هویت، تمایز بین هویت فردی و اجتماعی است (ابسکونکا^۱ و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۳۸). در این مقاله تمرکز ما بر هویت اجتماعی به خصوص هویت تیمی و سازمانی می‌باشد. وجود رابطه نزدیک بین هویت سازمانی و مسائل و موضوع‌های سازمانی باعث می‌شود که افراد احساس وحدت و انسجام و پیوستگی نسبت به سازمان داشته باشند و خود را جزئی از مسائل و مشکلات سازمان بدانند. به همین سبب هویت سازمانی یکی از متغیرهای مهم سازمانی است که باید در میان اولویت‌های مطالعاتی سازمانی قرار بگیرد (میل و اشفرت^۲، ۱۹۹۲: ۱۰۵). پژوهش‌های مستمر در زمینه‌ی هویت سازمانی، برای اجرای مؤثر مدیریت منابع انسانی بسیار مهم و تعیین کننده است. با وجود ادبیات غنی و متنوع در این جریان پژوهشی، تأثیر هویت سازمانی تعبیه شده در محیط تیم کاری و به ویژه این که چگونه روابط میان اعضای تیم ممکن است تحت تأثیر هویت سازمانی تغییر کند، کمتر مورد توجه واقع شده است و با توجه به این که بیشتر سازمان‌ها از تیم‌های کاری به عنوان واحدهای کار اصلی و اولیه استفاده می‌کنند چنین غفلتی تعجب آور است (لیو^۳ و همکاران، ۲۰۱۱: ۳۱۸۷). تحقیقات رفتار سازمانی در دو دهه گذشته، تمایل قابل توجهی به مطالعه روی هویت سازمانی داشته است (اللهیاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۶) زیرا هویت سازمانی با بسیاری از رفتارها، نگرش‌ها و متغیرهای زمینه‌ای (وضعیتی) کاری در ارتباط است (ریکتا^۴، ۲۰۰۵) و نقشی محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می‌کند و باعث

به وجود آمدن خود تنظیمی در نزد افراد برای دستیابی به اهداف عملکردی در سازمان می‌شود (رحیم نیا و نیکخواه فرخانی، ۱۳۹۰: ۲). مطالعات نشان می‌دهند افرادی که در سازمان‌ها نتوانند با فرایندهای درون سازمانی، انطباق پیدا کنند یا به تعبیری جامعه پذیری سازمانی در آن‌ها به صورت صحیح انجام نگرفته است، احساس مسئولیت فردی رضایت‌بخش نیست در نتیجه پیامدهای منفی، از جمله اختلال در عملکرد در سازمان منجر خواهد شد (حقیقتیان و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۲). مدیران همواره به دنبال ارزیابی و ارتقای هویت سازمانی در میان کارکنان خود هستند چرا که به نتایج مثبت آن علاقه‌مندند (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۳). تا زمانی که کارکنان سازمان احساس هویت قوی‌تری با سازمان داشته باشند، باور آن‌ها درباره سازمان بیشتر جنبه مثبت می‌یابد، با آگاهی کامل، برای تحقق اهداف سازمان تلاش می‌کنند (اللهیاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۷) و تعهد بالاتری به سازمان خود دارند (دکونیک^۵، ۲۰۱۱) چنانچه ریکتا (۲۰۰۵) بیان می‌کند کارکنانی با هویت سازمانی بیشتر، تمایل دارند وابستگی بیشتری به گروه‌های کاری‌شان پیدا کنند؛ اما یک مسئله کشف نشده این است که آیا هویت سازمانی و هویت تیمی اثرات متقابلی بر دیدگاه‌ها و رفتار شغلی و سازمانی دارد؟ با این که هویت سازمانی و گروه کار ممکن است رابطه مثبتی داشته باشند. فرض برخی از پژوهشگران بر این است که هر دو شکل هویت تا میزان خاصی مستقل‌اند. حتی می‌توان موقعیت‌هایی را تصور کرد که رابطه منفی در آن ممکن است وجود داشته باشد؛ مثلاً وقتی هنجارها و ارزش‌های تیمی با سازمان در تضاد باشند؛ بنابراین کشف این تعاملات احتمالی مهم است؛ چون گروه کاری و سازمان ممکن است همیشه اثر برابری بر خود مفهوم سازی فرد نداشته باشد (وان دیک^۶ و همکاران، ۲۰۰۸: ۳۸۹). با بررسی این مسئله، پژوهش‌های پیشین بر روابط متمایز هویت تیمی و سازمانی با رفتارها و نگرش‌های شغلی متمرکز

1. Obschonka
2. Mael & Ashforth
3. Liu
4. Riketta

تعریف می‌کنند (کان و نلسون^۳، ۲۰۰۲؛ به نقل از امیرخانی و آغاز، ۱۳۹۰). این موضوع به منزله شکل خاصی از مفهوم گسترده‌تر هویت اجتماعی شناخته می‌شود (امیرخانی و آغاز، ۱۳۹۰). بحث هویت سازمانی یکی از چالش‌برانگیزترین مباحث سازمانی است که رابطه مستقیم با اعمال و رفتار سازمان‌ها دارد و محرک پنهان بسیاری از کارهای گروهی و تلاش‌های اجتماعی است. بنابراین توجه زیادی در ادبیات رفتار سازمانی و پژوهش‌های مدیریتی به خود جلب کرده است (نوابی، ۱۳۹۰؛ به نقل از حسنی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۸۸). درباره معنی و تعریف هویت سازمانی، توافق کمی وجود دارد. این سازه، نشان دهنده روش‌های خاصی است که از طریق آن‌ها افراد خودشان را بر حسب عضویتشان در یک سازمان خاص تعریف می‌کنند (کال و براچ^۴، ۲۰۰۶: ۵۸۶). هویت سازمانی، مفهومی است برای توصیف رابطه بین فرد با سازمانی که در آن کار می‌کند. صاحب نظران این عرصه، هویت سازمانی را چنین تعریف می‌نمایند: ادراک یکی بودن (متعلق بودن) با سازمان، جایی که افراد خود را بر اساس خصوصیات سازمانشان تعریف می‌کنند (میل و اشفرث، ۱۹۹۲: ۱۰۵). اعضای سازمان، هم هویت سازمانی را شکل داده و هم از آن شکل و قالب می‌پذیرند (قلی پور و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۵۱). از طریق هویت یابی، کارکنان ویژگی‌های مهم سازمان را به عنوان ویژگی‌های خود، جذب می‌نمایند. (پوسا^۵، ۲۰۰۶).

بسیاری از تحقیقات انجام شده در زمینه هویت سازمانی مبین این نکته‌اند که هویت سازمانی، از عوامل مؤثر بر افزایش عملکرد سازمانی و بهره‌وری در سازمان‌هاست (برگمی و

شده‌اند. به خصوص وان کنیپنورگ و وان شای^۱ (۲۰۰۰) و وان دیک و همکاران (۲۰۰۴) بر این نظر هستند که هویت تیمی و سازمانی باید به عنوان منابعی مجزا از هم با روابط متفاوت برای نگرش‌ها و رفتارهای مربوط به شغل در نظر گرفته شوند. آن‌ها معتقدند که هویت تیمی باید قوی‌تر از هویت سازمانی باشد و این مفروضه را مطرح می‌کنند که فعالیت‌های روزمره در یک سازمان معمولاً در بستر گروه کاری رخ می‌دهد تا در بستر سازمانی.

با توجه به مطالب مذکور و این مطلب از رویز و گیل (۲۰۱۳) که معتقدند الگوهای میانجی می‌تواند در درک بهتر فرآیندهایی که توسط آن‌ها متغیرهای سازمانی، عملکرد گروه را تحت تأثیر قرار می‌دهد به ما کمک کند؛ موضوع مورد بررسی این است که آیا هویت سازمانی و هویت تیمی اثرات متقابلی بر نگرش‌ها و رفتار شغلی افراد دارند؟ آیا هویت سازمانی در رابطه بین هویت تیمی و پیامدهای شغلی نقش میانجی را ایفا می‌کند؟ بررسی نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه هویت تیمی با پیامدهای احتمالی آن حائز اهمیت است، زیرا گروه کاری و سازمان ممکن است همیشه اثر برابری بر اعتماد به نفس فرد نداشته باشد. برای مثال، هویت تیمی بالا همراه با هویت سازمانی پایین می‌تواند افراد را برای عمل از طرف تیم کاری و نه از طرف سازمان برانگیزد (همان). پژوهش حاضر با هدف روشن ساختن اثر میانجی هویت سازمانی با رویکرد سازمانی صورت می‌گیرد.

مبانی نظری

هویت سازمانی^۲ از جمله نگرش‌های کارکنان است که پس از دهه‌ی ۱۹۸۰ به خط مقدم مطالعات سازمانی انتقال یافته و درک مدیران را از رفتار کارکنان و سازمان افزایش داده است (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۲). هویت سازمانی به حدی اشاره می‌کند که کارکنان یک سازمان، خود را از طریق ویژگی‌های مشابهی که باور دارند مشخصه سازمانی است،

3 . Kuhn & Nelson

4 . Cole & Bruch

5 . Puusa

1 . Van Knippenberg & van Schie

2 . Organizational identification

کنند (سرلک و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۱). لذا مدیران به تدریج به این نتیجه رسیده‌اند که برای اجرای فعالیت‌های پیچیده‌ی سازمان، نیازمند کارکنانی هستند که در قالب تیم‌های چندنفره با تخصص‌های مکمل، در جهت پیشبرد اهداف سازمان عمل کنند (فلاوندی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۲). تأثیرات کار تیمی، هم در سطح سازمانی، هم در سطح گروهی و هم در سطح فردی مشهود است (ماروسی و بنسیک^۵، ۲۰۰۹: ۱۶۸). در سطح سازمان وجود تیم‌های کاری موجب افزایش عملکرد و بهبود فعالیت متقابل اعضا، افزایش نوآوری، خلاقیت و انعطاف پذیری شده که این عوامل با توجه به محیط پیچیده فعلی منجر به اثربخشی سازمانی می‌شود (معايير حقیقی فرد و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۲). به‌طور کلی، نظریه‌های هویت به این موضوع اشاره دارند که افراد خود را توسط گروه‌های متفاوتی که در آن عضو هستند (گروه کاری، سازمان، شغل یا حرفه و...) به دیگران می‌شناسانند (قلی پور و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۵۰). همچنین از جمله عوامل مرتبط با هویت شامل تشخیص ارزش‌های گروه و اقدام مرتبط با آن است (مرتضوی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۹۵). تیم‌ها به دلیل ماهیت به‌شدت انسانی خود در کار موفق می‌شوند و اعضای تیم‌های تخصصی با آگاهی بر نقایص انسانی خود فرصت رشد در گرایش‌های تعهد، مسئولیت پذیری و توجه به نتیجه کار را فراهم می‌کنند (امینی، ۱۳۸۲؛ به نقل از معایر حقیقی فرد و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۸).

عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی: عملکرد شغلی به عنوان یکی از مؤلفه‌های اثرگذار در سازمان‌ها که بخش مهمی از مطالعات سازمانی بوده است (اژه ای و همکاران، ۱۳۸۸) واژه‌ای است که هم مفهوم فعالیت برای انجام کار و هم نتیجه کار را یکجا در بر دارد (یمنی، ۱۳۷۳: ۱۱۰). یکی از عمده

باگزی^۱، بلو^۲ و همکاران (۲۰۰۵). همچنین نتایج تحقیق برگمی و باگزی (۲۰۰۰) نشان داد کارکنانی که احساس هویت یکسانی با سازمان خود دارند، تفکرات مثبت و رفتارهای مفیدی در برابر محیط کار خود نشان می‌دهند. با این که افراد ممکن است با گروه‌های سازمانی متعددی هویت بگیرند اساسی‌ترین هویت‌های سازمانی هویت با سازمان به شکل کلی و هویت با واحد کاری است که افراد در آن بیشتر فعالیت‌های شغلی روزانه‌شان را انجام می‌دهند؛ بنابراین افراد علاوه بر این که هویت سازمانی دارند یک هویت معینی نیز با واحد کاری دارند که به آن «هویت تیمی»^۳ گفته می‌شود (وان کینیورگ و وان شای، ۲۰۰۰: ۱۳۹). هویت تیمی توجه زیادی را از طرف روانشناسان، جامعه‌شناسان و محققان دیگر دریافت کرده است (لی و فریرا^۴، ۲۰۱۳: ۱۶۳). وجود انواع هویت‌ها در سازمان مانند هویت سازمانی و هویت گروه کاری، با رفتارهای فرانشی بیشتری همراه است (وان دیکو همکاران، ۲۰۰۸: ۳۸۹). هویت تیمی و گروه‌های کاری به عنوان ساز و کارهای مطرح، عامل مهمی هستند که می‌توانند با هویت سازمانی مرتبط باشند. واقعیت این است که کار تیمی به سرعت جایگزین روش‌های سازمان دهی سنتی در سازمان‌ها شده و دانش در این زمینه در طی سال‌های گذشته رشد قابل ملاحظه داشته است (معايير حقیقی فرد و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۲). امروزه در شرکت‌های خدماتی، تولیدی و تجاری موفق، صرفاً توانایی و استعداد فردی برای استخدام و کار کردن کافی نیست، بلکه اصل مهم این است که افراد بتوانند با دیگران بسازند و در تیم‌های مختلف کاری به عنوان عضوی توانا و سازگار با دیگران، در جهت اهداف سازمانی تلاش

1 . Bergami & Bagozzi

2 . Bellou

3 . Team Identification

4 . Lee & Ferreira

5 . Marosi & Bencsik

که می‌توان آن‌ها را باید‌ها و نبایدهای ارزشی - فلسفی و ملاک سنجش درستی و نادرستی رفتار نسبت به خود، دیگران و جامعه تعریف کرد، از مباحثی است که در یکی دو دهه اخیر مورد توجه دانشمندان و علمای مدیریت قرار گرفته است (تقی‌زاده و سلطانی قسقندیس، ۱۳۸۹: ۹۵) و تحقیقات انجام شده و کتاب‌هایی که در زمینه‌ی مسئولیت اجتماعی در مدیریت آموزشی نوشته شده است نشان دهنده‌ی اهمیت و توجه روزافزون به این موضوع است (میرکمالی، ۱۳۸۲: ۲۰۸). اندیشمندان از زوایای گوناگونی مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمانی را مورد بحث و کنکاش قرار داده‌اند. در جمع بندی از تعاریف مسئولیت اجتماعی می‌توان گفت که مسئولیت اجتماعی عبارت است از مجموعه ارزش‌ها، باورها و دانش‌های مشترکی که در میان کارکنان نهادینه شده و در انجام فعالیت‌های سازمانی می‌تواند منجر به تولید و ارزش افزوده بیشتر شود. مسئولیت اجتماعی می‌تواند فعالیت‌ها را حول چارچوب خاصی سازمان دهد طوری که بتواند تجارب و گفتگوهای مشترک اعضای سازمان را تقویت کند. مسئولیت اجتماعی می‌تواند الزام به پاسخگویی و تعهد یک شرکت در قبال جامعه را افزایش دهد به گونه‌ای که هم منافع گروه‌های درون شرکت و هم منافع گروه‌های بیرونی شرکت تأمین گردد (حقیقتیان و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۳؛ شاهینی، ۱۳۹۰). باید گفت که اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی از سوی سازمان‌ها، رشد غیرقابل منتظره‌ای را تجربه کرده است. در عین حال سازمان‌ها در سال‌های اخیر درگیر انواع مختلفی از فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شده‌اند (بارون^۵ و همکاران، ۲۰۰۰). مزایایی که سازمان‌ها در پی فرآیند انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سازمان به دنبال آن هستند شامل: برآوردن انتظارات مشتری، نشان دادن تعهد در قبال محیط، پیشرو بودن

موضوعات مورد بحث در مسائل سازمانی، به درک صحیح دلایل عملکرد شغلی کارکنان برمی‌گردد (فرخ نژاد و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۸). نتایج تحقیقات گذشته نشان می‌دهند که هویت تیم، سهم بالایی در کمک‌های بیشتر به تیم و عملکرد بهتر آن دارد (کریمر ون ووت^۱ ۱۹۹۹؛ کریمر و ون دایک، ۲۰۰۲). با وجود این که تحقیقات تجربی کمی به بررسی تأثیر انگیزه تیم بر عملکرد پرداخته است (بلازویچ^۲، ۲۰۰۸؛ با این حال شواهد تجربی از وجود رابطه مثبت بین انگیزه تیم و عملکرد حمایت می‌کنند (فیشر و همکاران، ۲۰۰۳). تووری^۳ (۲۰۰۳) و رنکین^۴ (۲۰۰۴) نیز هر دو نشان داده‌اند که انگیزه‌های تیم، عملکرد را بهبود می‌بخشد (به نقل از بلازویچ، ۲۰۰۸). تیم‌های کاری، علاوه بر تأثیری که بر عملکرد دارند؛ می‌توانند فرصت رشد مسئولیت پذیری را نیز فراهم کنند. در همین رابطه قلاوندی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود که به بررسی رابطه‌ی مسئولیت پذیری اجتماعی و کار تیمی پرداختند ارتباط مثبت و معنی داری را بین مسئولیت پذیری اجتماعی با کار تیمی دریافتند.

در واقع امروزه سازمان‌ها علاوه بر انجام وظایف سنتی خود به انجام فعالیت‌های دیگری نیز مکلف شده‌اند که هدف این فعالیت‌ها، پاسخ‌گویی به انتظارات جامعه است و از آن به عنوان مسئولیت اجتماعی سازمان یاد می‌شود. در این دوران، مدیریت مؤثر، مدیریتی است که از محدوده اندیشه سازمان، خود را رها ساخته و به جامعه و محیط‌های وسیع‌تری می‌اندیشد چرا که نه سازمان‌ها می‌توانند خود را از جامعه جدا کنند و نه جامعه می‌تواند بدون سازمان‌ها تداوم یابد (مرتضوی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۹۴). مسئولیت و پاسخگویی

1. Cremer & van Vugt
2. Blazovich
3. Towry
4. Rankin

با بررسی ادبیات پژوهش و در روند مطالعه‌ی متغیرهای پژوهش در منابع موجود، مشخص شد که تاکنون نقش هویت تیمی در رابطه با عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی مورد بررسی قرار نگرفته است و پژوهشی که این مؤلفه‌ها را باهم مدنظر داشته باشد مشاهده نشد. همچنین مشخص شد که در مطالعات انجام یافته، هویت سازمانی فقط در نقش متغیر پیش بین و ملاک مدنظر بوده است اما با توجه به این امر که هویت، مفهومی چند سطحی است و در الگوهای چند سطحی می‌تواند نقش یک متغیر پیش بین (مستقل)، واسطه‌ای (میانجی) و یا پیامد (وابسته یا ملاک) را بسته به متغیرهای مورد استفاده ایفا کند و با عنایت به این که پژوهشگران دیگر محمدزاده و همکاران (۱۳۹۲) نیز انجام پژوهش‌هایی در سطوح گوناگون تحلیل برای این مفهوم را ضروری می‌دانند؛ لذا در این راستا به قصد پر کردن این خلأ و با عنایت به اهمیت و نقش تأثیرگذار عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌ها و بر روی متغیرهای شغلی و سازمانی، پژوهشگران مطالعه‌ی پیش رو هویت سازمانی را به عنوان یک متغیر میانجی بین هویت تیمی و نتایج کار در نظر گرفتند.

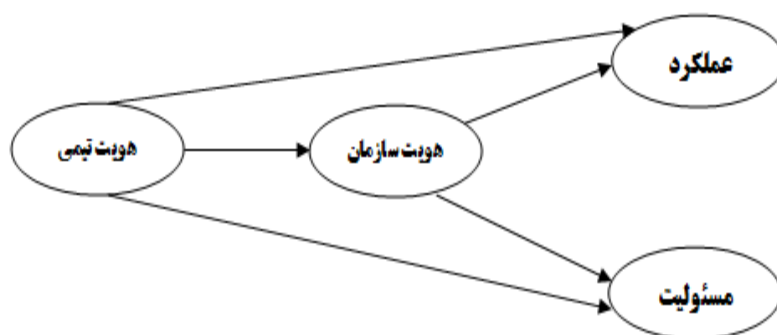
در مجموع بر اساس آنچه بیان گردید، الگوی مفهومی و نظری ارتباط بین متغیرهای هویت تیمی با پیامدهای عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی با نقش میانجی هویت سازمانی در شکل شماره ۱ آمده است.

در وضع قوانین و ارتقاء انگیزش کارکنان است (زایری و پیترز^۱، ۲۰۰۲: ۱۷۶).

در سال‌های اخیر، توجه زیادی به رابطه میان متغیرهای مختلف با پیامدهای کاری و سازمانی صورت گرفته است (داس و اشکاناسی^۲، ۲۰۰۵). هویت سازمانی، هویت تیمی، عملکرد و مسئولیت اجتماعی به عنوان ساختارهای مهم و مورد توجه در محیط کاری، به‌طور جداگانه در پژوهش‌های زیادی و در ارتباط با متغیرهای متعدد در داخل و خارج از کشور مورد مطالعه قرار گرفته است. از جمله مطالعه و بررسی‌های مربوط به هویت سازمانی می‌توان به پژوهش‌های اللهیاری و همکاران (۱۳۸۹)؛ رحیم نیا و نیکخواه فرخانی (۱۳۹۰)؛ قلی پور و همکاران (۱۳۹۰)؛ محمدزاده و همکاران (۱۳۹۲)؛ لی و فریرا (۲۰۱۳)؛ لیو و همکاران (۲۰۱۱)؛ وان دیک و همکاران (۲۰۰۸)؛ بلو و همکاران (۲۰۰۵)؛ وان دیک و همکاران (۲۰۰۴) اشاره کرد. همچنین به دلیل اهمیت مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها، پژوهش‌های متعددی در خارج و داخل کشور در این زمینه انجام گرفته است که می‌توان به پژوهش‌های میرکمالی (۱۳۸۲)؛ صلواتی و رستمی نوروز آباد (۱۳۹۲)؛ قاسم زاده و همکاران (۱۳۹۳) اشاره کرد. در خصوص ارتقای مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی نیز پژوهش‌های مختلفی مانند، رویایی و مهردوست (۱۳۸۸)؛ شاهینی (۱۳۹۰)؛ قاسم زاده و همکاران (۱۳۹۲)؛ گرنبرگ و بارون (۲۰۰۰)؛ دنیسون (۲۰۰۰) انجام گرفته است. در زمینه‌ی ارتباط تیم و گروه کاری با عملکرد شغلی نیز می‌توان به پژوهش‌های رویز و گیل (۲۰۱۴)؛ فیشر و همکاران (۲۰۰۳)؛ گودمن و لیدن (۱۹۹۱)؛ کوهن و بیلی (۱۹۹۷)؛ کریمر و ون دایک (۲۰۰۲) اشاره نمود.

1 . Zairi & Peters

2 . Daus & Ashkanasy



شکل ۱. مدل مفهومی و نظری روابط بین متغیرهای پژوهش

پژوهش باید نسبت‌های این متغیر اعمال گردد، بنابراین از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده شد.

مبتنی بر این مدل سؤال اصلی این است که آیا اثر علی هویت تیمی بر عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی از طریق هویت سازمانی کارکنان قابل تبیین است؟

ابزارهای اندازه‌گیری

برای جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش از چهار پرسشنامه استاندارد استفاده شده است که در زیر به بررسی آنها پرداخته می‌شود.

پرسشنامه هویت سازمانی و هویت تیمی: هر کدام از متغیرهای هویت تیمی و هویت سازمانی با استفاده از دو پرسشنامه استاندارد ۶ سؤالی وان دیک و همکاران (۲۰۰۸) اندازه‌گیری شد. این پرسشنامه‌ها هویت تیمی و سازمانی را بر اساس طیف لیکرت (کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) اندازه‌گیری می‌کنند. مجموع نمرات به دست آمده در هر کدام از دو پرسشنامه، میزان هویت تیمی و سازمانی فرد را نشان می‌دهد. پایایی و روایی پرسشنامه‌های فوق در پژوهش‌های پیشین مورد تأیید قرار گرفته است (وان دیک و همکاران، ۲۰۰۴؛ وان دیک و همکاران، ۲۰۰۸).

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی از نوع همبستگی و به‌طور مشخص مبتنی بر مدل یابی معادلات ساختاری است. در مدل تحلیلی پژوهشی، هویت تیمی متغیر مستقل، هویت سازمانی متغیر میانجی و عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی متغیر وابسته هستند. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان شرکت مخابرات آذربایجان شرقی شهر تبریز است. حجم نمونه با توجه به جامعه آماری ۱۸۰ نفر در نظر گرفته شد که کفایت حجم نمونه بر اساس توان آماری بالاتر از ۰/۸ و سطح معنی‌داری نزدیک به صفر در تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها مورد تأیید قرار گرفت. روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبتی بود. با عنایت به این مطلب که جامعه آماری از حیث متغیر محل خدمت، دارای طبقات مشخصی است و الزاماً در نمونه

KMO (ضریب کفایت نمونه گیری) برابر با ۰/۸۵ و مقدار خنّی آزمون کرویت بارتلت ۸۸۰/۷۱ به دست آمد که در سطح ۰/۰۱ معنادار بود و نشانه کفایت نمونه و متغیرهای نمونه برای انجام تحلیل عاملی است. نتایج حاصل مورد تأیید و واریانس تجمیعی حدود ۶۱٪ بدست آمد. در پژوهش حاضر به منظور ارزیابی روابط بین متغیرهای مکنون و اندازه گیری شده در الگوی مفهومی، از مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

جدول (۱) میانگین و انحراف استاندارد نمرات کارکنان را در هر یک از متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد.

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی میانگین و انحراف استاندارد

متغیرهای مورد پژوهش

شاخص‌ها	هویت تیمی	هویت سازمانی	عملکرد شغلی	مسئولیت
میانگین	۳/۹	۳/۹۷	۳/۶	۳/۹۶
انحراف استاندارد	۰/۶۳	۰/۶۳	۰/۷۱	۰/۴۲

همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول (۲) ارائه شده است. چنانچه در جدول مشاهده می‌شود، ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش^۰ به غیر از رابطه بین دو متغیر هویت تیمی با مسئولیت اجتماعی - معنی دار هستند. بیش‌ترین میزان همبستگی معنی دار به رابطه بین هویت سازمانی با عملکرد شغلی و کمترین میزان همبستگی معنی دار به رابطه بین هویت سازمانی با مسئولیت اجتماعی مربوط می‌شود. از تحلیل همبستگی میان متغیرهای برون‌زا و درون‌زا می‌توان نتیجه گیری کرد که هر گونه افزایش در نمرات احساس هویت تیمی کارکنان همراه با افزایش در نمرات عملکرد

پرسشنامه عملکرد شغلی: پرسشنامه ۱۵ سؤالی عملکرد شغلی، توسط پاترسون^۱ تهیه و تدوین گردیده و در سال ۱۳۶۹ نیز توسط شکرکن و ارشدی در ایران ترجمه شده است. این پرسشنامه بر اساس مقیاس ۵ درجه ای لیکرت (کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) پاسخ داده شد. روایی صوری و محتوایی و پایایی این ابزار قبلاً توسط شکرکن و ارشدی و صالحی مورد تأیید قرار گرفته است (مقیمی، ۱۳۹۱).

پرسشنامه مسئولیت اجتماعی: مسئولیت اجتماعی با استفاده از یک پرسشنامه استاندارد مورد اندازه گیری قرار گرفت (مقیمی، ۱۳۹۰). روایی و پایایی این پرسشنامه در تحقیقات پیشین مورد تأیید قرار گرفته است. این پرسشنامه حاوی ۱۳ گویه است که با مقیاس لیکرت (از کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) سنجیده می‌شود (مقیمی، ۱۳۹۰).

برای برآورد ضریب پایایی^۲ محاسبه همسانی درونی گویه‌های پرسشنامه‌ها در پژوهش حاضر از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. ضرایب پایایی پرسشنامه‌های هویت تیمی، هویت سازمانی، عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی به ترتیب: ۰/۷۸، ۰/۸۳، ۰/۸۹ و ۰/۷۰ بدست آمد؛ بنابراین همه پرسشنامه‌ها پایایی بالایی داشتند.

به منظور بررسی روایی پرسشنامه‌های حاضر، با وجود استاندارد بودن ابزارها و استفاده مکرر آنها در پژوهش‌های روانشناسی و مدیریت در داخل و خارج از کشور، داده‌های حاصل از اجرای این مقیاس در گروه نمونه تحلیل عاملی شدند. این تحلیل به شیوه تحلیل اکتشافی^۳ به روش مؤلفه‌های اصلی^۴ (PC) با چرخش واریماکس انجام شد. مقدار ضریب

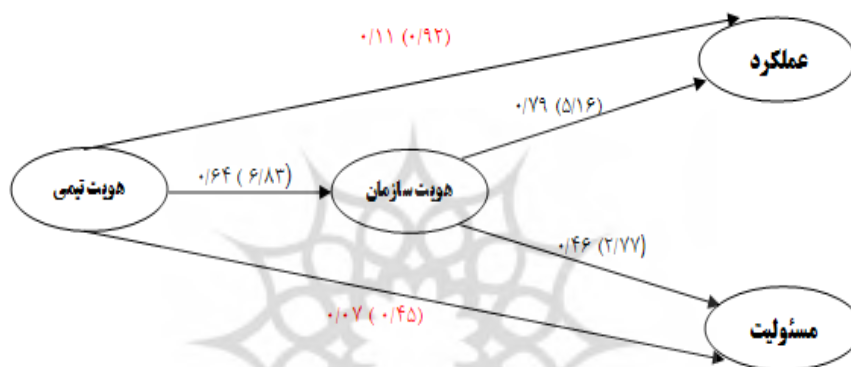
1. Paterson
2. Reliability
3. Exploratory Factor Analysis
4. Principle Components

شغلی و مسئولیت اجتماعی در بین کارکنان نمونه مورد پژوهش بود. همچنین هر گونه افزایش در احساس هویت سازمانی همراه با افزایش نمرات عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی بود.

جدول ۲. همبستگی بین متغیرهای پژوهش

سازه	هویت تیمی	هویت سازمانی	عملکرد	مسئولیت
هویت تیمی	۱			
هویت سازمانی	۰/۵۳**	۱		
عملکرد	۰/۳۲**	۰/۵۶**	۱	
مسئولیت	۰/۱۴	۰/۳۰**	۰/۳۶**	۱

** < ۰/۰۱



شکل ۲. الگوی تابع ساختاری پس از برازش داده‌ها با الگوی مفروض

می‌شود. همه ضرایب به غیر از ضرایب مسیر هویت تیمی بر عملکرد و مسئولیت معنی دار هستند. احساس هویت تیمی دارای اثر مستقیم، مثبت و معنی دار بر هویت سازمانی دارد با ضریب ۰/۶۴. مسیر هویت سازمانی نیز دارای اثر علی مثبت معنی دار بر عملکرد شغلی با ضریب ۰/۷۹ (در جدول ۳) می‌باشد. در عین حال مشاهده می‌شود که مسیر مستقیم هویت تیمی بر عملکرد شغلی معنی دار نیست؛ بنابراین نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین هویت تیمی و عملکرد شغلی در مدل تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی هویت سازمانی، هویت تیمی دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معنی دار بر عملکرد شغلی با ضریب ۰/۵۰ می‌باشد. احساس هویت تیمی دارای اثر مستقیم، مثبت و معنی دار بر

به منظور شناخت هر چه بهتر روابط علی و نحوه تأثیر گذاری هویت تیمی بر پیامدهای احتمالی شغلی، تحلیل مسیر با استفاده از مدل معادلات ساختاری صورت گرفت. همان‌طور که در خروجی نرم افزار از تخمین‌های استاندارد (شکل ۲) و نیز اعداد معنی داری مربوط به تحلیل مسیر در مدل مفهومی (جدول ۳) مشاهده می‌شود، مقادیر شاخص‌های تناسب حاکی از برازش مناسب مدل است و مقدار نسبت کای دو بر درجه آزادی برابر با ۲/۳۲ و کوچک‌تر از مقدار مجاز ۳، مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۷ و کوچک‌تر از ۰/۰۸ می‌باشد. بیش‌ترین اثر مربوط به احساس هویت سازمانی بر عملکرد شغلی با ضریب ۰/۷۹ می‌باشد و بعد از آن اثر مربوط به هویت تیمی بر روی هویت سازمانی با ضریب ۰/۶۴ مشاهده

به طور خلاصه طبق یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان ادعا کرد که نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه هویت تیمی با عملکرد و مسئولیت تأیید می‌شود؛ یعنی طبق پژوهش حاضر صرف هویت تیمی در افراد منجر به عملکرد و مسئولیت اجتماعی نمی‌شود ولی با میانجیگری هویت سازمانی، هویت تیمی اثر علی غیرمستقیم بر عملکرد و مسئولیت می‌گذارد. به عبارتی افراد با هویت تیمی و سازمانی بالا دارای عملکرد و مسئولیت اجتماعی بالایی خواهند بود.

هویت سازمانی دارد با ضریب $0/764$. مسیر هویت سازمانی نیز دارای اثر علی مثبت معنی دار بر مسئولیت اجتماعی با ضریب $0/466$ می‌باشد. در عین حال مشاهده می‌شود که مسیر مستقیم هویت تیمی بر مسئولیت اجتماعی معنی دار نیست؛ بنابراین نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین هویت تیمی و مسئولیت اجتماعی در مدل تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی هویت سازمانی، هویت تیمی دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معنی دار بر مسئولیت اجتماعی با ضریب $0/30$ می‌باشد.

جدول ۳. ضرایب تأثیر مستقیم و غیرمستقیم هویت تیمی بر روی عملکرد و مسئولیت از طریق هویت سازمانی

مسیر فرضیه‌ها	ضریب مسیر استاندارد	t	نتیجه
هویت تیمی ← سازمانی	0/764	6/83	اثر مستقیم دارد
هویت تیمی ← عملکرد شغلی	0/11	0/92	اثر مستقیم ندارد
هویت تیمی ← مسئولیت	0/07	0/45	اثر مستقیم ندارد
هویت سازمانی ← عملکرد	0/79	5/16	اثر مستقیم دارد
هویت سازمانی ← مسئولیت	0/466	2/77	اثر مستقیم دارد
هویت تیمی ← عملکرد (از طریق هویت سازمانی)	0/50	-	اثر غیرمستقیم دارد
هویت تیمی ← مسئولیت (از طریق هویت سازمانی)	0/30	-	اثر غیرمستقیم دارد

$$X^2 = 300.16, df = 129, X^2/df = 2.32, RMSEA = .07, CFI = .95, GFI = .84, NFI = 92$$

بحث و نتیجه گیری

که هویت تیم قوی است، سیستم‌های نظارت در درون گروه یا سیستم‌های کنترل افقی (به عنوان مثال، نظارت متقابل) مؤثرتر از سیستم‌های کنترل سلسله مراتبی (سیستم‌های نظارت عمودی) سبب القا همکاری می‌شود و بنابراین تیم با هویت قوی اقداماتی را به منظور بهبود عملکرد اتخاذ می‌کند (بلازوویچ، ۲۰۰۸). در این راستا قلاوندی و همکاران (۱۳۹۳) معتقدند انجام کار تیمی و تعامل در گروه را می‌توان به عنوان اهرمی برای هم افزایی توانایی‌های افراد دانست. همان‌گونه که در مبانی نظری بیان گردید هویت تیمی منجر به شکل‌گیری یک گروه منسجم در سازمان می‌شود و سازمان را از

هدف غایی از انجام پژوهش حاضر بررسی رابطه هویت تیمی با عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی با توجه به اثر میانجی هویت سازمانی در کارکنان شرکت مخابرات است.

در راستای هدف مذکور و بر اساس نتایج به دست آمده نخست مشخص شد که هویت تیمی رابطه مثبت و معناداری با عملکرد شغلی دارد. این بخش از یافته‌ها با آنچه پژوهشگرانی چون فیشر و همکاران (۲۰۰۳)، گودمن و لیدن (۱۹۹۱)، کوهن و بیللی (۱۹۹۷)، کریمر و ون دایک (۲۰۰۲) مطرح کرده‌اند از برخی جنبه‌ها همسویی نشان می‌دهد. زمانی

در همین رابطه مرتضوی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهش خود اشاره دارند که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سازمان که در ارتباط مستقیم با محیط کار فیزیکی و روانی قرار دارند، بر تعهد سازمانی تأثیر می‌گذارند. همچنین (تورکر، ۲۰۰۹) نشان داده که تعهد سازمانی رابطه نزدیکی با تعدادی از عوامل سازمانی مثل جو سازمانی یا درجه تناسب بین شخص و سازمان دارد. اصولاً سازمان‌ها، سیستم‌هایی هستند که مشروعیت خود را از جامعه به دست می‌آورند. در حقیقت محصولات و خدمات ارائه شده توسط سازمان‌ها در نهایت نیازهای اجتماع را برآورده خواهد کرد (میرمحمدی و رجایی، ۱۳۹۳: ۴) بنابراین تلاش سازمان‌ها از طریق افزایش حضور و مشارکت افراد و گروه‌ها می‌تواند نمادی از این تعامل بین سازمان و جامعه باشد. هویت تیمی می‌تواند فرایندهای سازمانی را متأثر کرده و سازمان‌ها را در جهت افزایش مشروعیت خود تقویت نماید. با توجه به اینکه شکل‌گیری هویت تیمی می‌تواند متأثر از فرایندهای سازمانی مانند آنچه در مدیریت منابع انسانی اتفاق می‌افتد باشد بنابراین توجه به انسان‌ها و تفویض اختیار تیم‌ها می‌تواند موجب افزایش توجه به مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها شود.

نتایج همچنین بیانگر نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین هویت تیمی با عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی بود و مطابق با یافته‌های پژوهش، هویت سازمانی به عنوان متغیر میانجی در این رابطه به‌طور مثبت و معناداری نقش آفرینی می‌کند. در خصوص این یافته، همان‌طور که در پیشینه هم اشاره شد پژوهشی با این عنوان صورت نگرفته است و تحقیقی که به‌طور مستقیم با این یافته هماهنگ باشد یافت نشد. ولی پژوهش وان دیک و همکاران (۲۰۰۸) می‌تواند تا حدودی مؤید نتیجه حاصل در این زمینه باشد که رابطه‌ی

مزیت‌های کار تیمی در حد اعلی برخوردار می‌نماید (بلازوویچ، ۲۰۰۸) از جمله اینکه در کار تیمی، احتمال ارائه راه‌حل‌های ابتکاری و خلاقانه برای حل مسائل مبتلا به سازمان بیشتر می‌شود و عقل جمعی تیمی می‌تواند در دانش و مهارت روبه‌رو شدن با مسائل سازمانی را افزایش دهد که در نتیجه آن بسیاری از متغیرهای رفتارشناسی داخل سازمانی از جمله انگیزه (اژه‌ای و همکاران، ۱۳۸۸؛ داس و اشکاناسی، ۲۰۰۵)، مشارکت، فرصت رشد فردی (معايير حقیقی فرد و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۶)، بالاتر می‌رود و در پی آن عملکرد سازمان را متأثر می‌سازد. در سازمان‌های امروزی چالش‌هایی مانند تخصص‌گرایی، بازار بسیار رقابتی و وجود ساختارهای منعطف برای تطابق با نیازهای محیط متلاطم باعث شده است مدیریت مدرن امروز به موضوع تیم و کار تیمی اهمیت بیشتری بدهند در چنین وضعیتی شناخت هویت تیمی و تلاش در جهت ایجاد و همسوسازی آن در جهت اهداف سازمانی می‌تواند عملکرد را افزایش دهد. هر چند می‌توان بیان کرد عملکرد مثبت سازمانی و بازخورد ناشی از آن می‌تواند در تقویت هویت تیم‌های موجود در سازمان نقش متقابل داشته باشد. البته در این زمینه نظر قاطعی را نمی‌توان ارائه داده و نیاز به تحقیقات بیشتری است. تجزیه و تحلیل داده‌ها همچنین نشان داد که بین هویت تیمی و مسئولیت اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد. این نتیجه نیز هماهنگ با یافته‌ی قلاوندی و همکاران (۱۳۹۳) می‌باشد. هر چند پیشینه پژوهشی کاملاً مرتبطی که بتواند از این یافته حمایت کند، یافت نشد ولی این یافته با شواهد عقلی و تجربی سازگار است و باید گفت موقعیت‌های خوب کاری از جمله آزادی عمل کارکنان در تیم‌های کاری از طریق مدیریت بر خویشان، در کنار بهبود فعالیت متقابل اعضا، می‌تواند بر میزان تعهدات، وظایف و مسئولیت‌پذیری آن‌ها تأثیر بگذارد.

هویت شغلی در ارتباط است و کارکرد هویت با شکل دهی به مفهوم درگیری در شغل به لحاظ تعریف تجانس بالایی دارد. لذا هویت سازمانی می‌تواند به تبع خود، هویت تیمی و در نتیجه عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی را به همراه داشته باشد. بررسی فرا تحلیلی ریکتا (۲۰۰۵) نیز می‌تواند از این یافته حمایت کند وی معتقد است هویت سازمانی، به علت ایجاد انگیزه‌های درونی در افراد می‌تواند از پیش بینی کننده‌های فعالیت‌های فراتر شغلی و عجزین شدن با شغل باشد. همچنین اشفورت (۲۰۰۱) نیز بیان می‌کند که هویت سازمانی می‌تواند پیامدهای رفتاری، عاطفی و شناختی را پیش بینی کند (به نقل از اللهیاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۶).

در پایان باید گفت از آنجا که ایجاد تمایز آشکار بین تلاش‌ها از طرف گروه کار و سازمان دشوار است (وان دیک و همکاران، ۲۰۰۸: ۳۹۱)، ما انتظار داریم که عملکرد شغلی و مسئولیت پذیری زمانی قوی‌تر باشد که هویت گروه کار و سازمانی هردو زیادند.

این مطالعه همچنین دارای محدودیت‌هایی است که نیاز به ذکر می‌باشد و نتایج آن باید با عنایت به محدودیت‌هایش مورد توجه قرار گیرد. جامعه آماری و قلمرو مکانی این پژوهش محدود به کارکنان شرکت مخابرات شهر تبریز است که این امر از میزان تعمیم پذیری نتایج پژوهش به دیگر حوزه‌ها و سازمان‌ها می‌کاهد؛ بنابراین توصیه می‌شود پژوهش‌های مشابهی در مطالعات متعدد و در جوامع آماری و قلمروهای مکانی دیگری نیز انجام شوند تا قابلیت تعمیم پذیری در طیف گسترده‌ای از محیط‌های سازمانی را افزایش دهد.

در رابطه با یافته‌های پژوهش حاضر، تأیید تأثیر متغیر مستقل هویت تیمی بر عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی، از طرف دیگر، شدت این رابطه که تحت تأثیر متغیر میانجی هویت سازمانی قرار گرفت؛ این ایده را تقویت می‌کند که شاید صرف

مثبت معناداری را بین هویت بالای سازمانی و هویت گروه کاری کارکنان با رضایت شغلی آن‌ها نشان داد.

دلایلی هست که انتظار داریم سطوح بالاتر هویت سازمانی دیدگاه‌ها و رفتار را بیشتر به هویت گروه کار وابسته می‌سازد، از جمله این که عضویت گروه کار در عضویت سازمانی قرار دارد یعنی عضویت گروه کار به معنای عضویت در سازمان است و هویت سازمانی بیشتر ممکن است به خود پایداری و بعد رفاه فردی بیفزاید که بیشتر به هویت گروه کار وابسته است (اشفورت و جانسون ۲۰۰۱؛ به نقل از وان دیک و همکاران، ۲۰۰۸: ۳۸۹). در توجیه این رابطه می‌توان اظهار کرد که حس وابستگی و تعلق قوی کارکنان به سازمان در نتیجه‌ی ارتقای هویت سازمانی، می‌تواند باعث شود که افراد نسبت به ماهیت شغل خود نیز احساس قرابت داشته و بر این اساس فعالانه در آن و در کار تیمی مشارکت داشته باشند به تبع این امر می‌تواند انسجام، هماهنگی، حمایت متقابل اعضا را به همراه داشته باشد و در نتیجه، گرایش‌های کاری، عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی آن‌ها را به گونه‌ای مثبت تحت تأثیر قرار دهد. در همین راستا بومستیر و لیری^۱ (۱۹۹۵) معتقدند در حالی که هویت سازمانی بیشتر ممکن است اثرات هویت گروه کار را افزایش دهد، سطوح پایین‌تر هویت گروه کار و سازمانی به احساس بیگانگی و انگیزه‌کشی می‌افزاید؛ زیرا بنا به اعتقاد اسمیت (۲۰۰۱) کارکنان مانند طرفداران یک تیم ورزشی ممکن است موفقیت سازمانی را همانند موفقیت خود بدانند. این ادراک یکی بودن (متعلق بودن) با سازمان که نشان از هویت سازمانی دارد می‌تواند به خودی خود احساس هویت تیمی و ادراک کارکنان از گروه را ارتقاء داده و مشارکت فعالانه در تیم‌ها را در پی داشته باشد؛ زیرا بنا به گفته‌ی قلی پور و امیری (۱۳۸۸) عجزین شدن با شغل با

نتایج حاصل از این مطالعه می‌تواند زمینه‌ی مناسبی را برای تحقیقات بیشتری در همین رابطه ارائه دهد. در مطالعه حاضر، متغیرهای پیامد (عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی) مبنی بر اثرگذار بودن این مؤلفه‌ها به عنوان ساختارهای مهم و مورد توجه در محیط کاری انتخاب شدند با این حال لحاظ کردن دیگر متغیرهای واجد شرایط در آزمون پیامدهای هویت تیمی ممکن است مفید و آموزنده باشد. همچنین تکرار پژوهش با گروه‌های شغلی مختلف و در سطوح گوناگون تحلیل، جهت افزایش تعمیم نتایج این تحقیق، از جمله پیشنهادهایی است که در سایه تلاش پژوهشگران آتی محقق خواهد شد. همچنین با توجه به این مطلب از کورنلیسن^۱ و همکاران (۲۰۰۷) که عواملی چون جنسیت، ملیت‌ها و نژادهای گوناگون چندگانگی هویت سازمانی را به همراه داشته و می‌تواند بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت یا منفی داشته باشد و این که تاکنون در خصوص بالا بودن هویت سازمانی در میان جنسیت‌ها، ملیت‌ها و یا نژادهای گوناگون به‌طور قطعی سخن به میان نیامده است (رحیم نیا و نیکخواه فرخانی، ۱۳۹۰: ۴)؛ بررسی تفاوت هویت سازمانی افراد و نقش آن در عملکرد با توجه به جنسیت آن‌ها، در پژوهش‌های آتی دور از فایده نخواهد بود.

منابع

- آژه ای، جواد؛ خدایپناهی، محمد کریم؛ فتحی آشتیانی، علی؛ ثابتی، آزاد (۱۳۸۸). تعامل بین شخصیت و سبک‌های فرآینگی در عملکرد شغلی، مجله علوم رفتاری، شماره ۴.
- امیرخانی، طیبه و غسل آغاز (۱۳۹۰). تأثیر ادراک کارکنان از عدالت سازمانی بر هویت سازمانی آنان

هویت تیمی در افراد منجر به عملکرد و مسئولیت اجتماعی بالایی نشود و در کنار آن افراد با هویت سازمانی بالا دارای عملکرد و مسئولیت بالایی خواهند بود؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود مسئولین در سازمان‌ها برای یکپارچه سازی گروه‌های کاری و سازمان‌ها و افزایش هویت اعضا با هر دو مورد بکوشند. اگرچه ممکن است نتوان به سادگی هویت تیمی و سازمانی را تقویت کرد اما بر اساس مبانی نظری و پژوهشی موجود و با توجه به نتایج تحقیق پیش رو، عناصر مؤثر بر هویت سازمانی و تیمی باید همواره مورد توجه مدیران ارشد سازمان‌ها قرار گیرد. در این راستا پیشنهاد می‌شود اهداف روشن و مشخصی برای تیم‌های داخل سازمانی تعیین شود و به موازات آن شاخص‌های ارزشیابی عملکرد تیم‌ها را نیز به صورت مشخص ارائه نمود. البته با توجه قوانین تفکر سیستمی، اهداف و شاخص‌های عملکرد باید طوری انتخاب شود که هم افزایی گروه‌ها را در جهت تحقق هویت سازمانی و در نهایت عملکرد سازمانی تقویت کند و مرز بهینه سازی بین گروه‌ها به درستی مهندسی شود. همچنین بستر لازم برای کار تیمی در سازمان فراهم شود این امر می‌تواند شامل متغیرهای رفتاری و رفاهی در سازمان باشد. توصیه می‌شود کارهای تیم‌ها را هر چه بیشتر تخصصی کرده تا با تمایز کاری، هویت تیمی در سازمان درست‌تر و منسجم‌تر شکل بگیرد. البته در این زمینه نباید توجه به اعضای تیم، تخصص آن‌ها، جنسیت، مهارت‌ها و سایر ویژگی‌های دموگرافی را فراموش کرد زیرا صاحب‌نظران (فورسایت، ۱۳۹۱) معتقدند این خصوصیات می‌تواند در میزان انسجام و عملکرد گروهی تأثیر گذار باشند. نکته دیگر اینکه به معنای واقعی سازمان از تیم‌ها حمایت نماید و مهم‌ترین کار در این زمینه تفویض اختیار بیشتر به گروه‌ها است تا در زمینه تخصصی خود تصمیمات مهم و مقتضی را بگیرند.

- مورد مطالعه: دانشگاه‌های تهران، علامه طباطبائی، تربیت مدرس در تهران، دانشور رفتار، سال هجدهم، شماره ۵۰: ۲۶۲-۲۴۵.
- تقی‌زاده، هوشنگ و غلامرضا سلطانی قسقدیس (۱۳۸۹). تأثیر اخلاق کسب و کار بر مسئولیت اجتماعی بنگاه، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۵، صص ۹۴-۱۰۴.
- حسنی، محمد، ابوالفضل قاسم زاده، رحیم شیرازی (۱۳۹۳). نقش تعاملی هویت سازمانی و هویت تیمی بر رضایت شغلی و رفتارهای فرانتش، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، سال نهم، شماره دوم، صص ۳۰۴-۲۸۷.
- حقیقتیان، منصور، سید علی هاشمیان فر و گلمراد مرادی، (۱۳۹۲). بررسی تأثیر جامعه پذیری سازمانی بر مسئولیت اجتماعی کارکنان (مورد مطالعه شرکت نفت کرمانشاه)، جامعه شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم، شماره سوم، صص ۹۶-۷۱.
- رحیم نیا، فریبرز و زهرا نیکخواه (۱۳۹۰). تأثیر جو اخلاقی سازمان بر هویت سازمانی و تمایل به ترک خدمت فروشندهگان، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، شماره ۴، صص ۱۱-۱.
- رویایی، رمضانعلی و حسین مهردوست (۱۳۸۸). بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی، فصلنامه پژوهش نامه علوم اجتماعی، شماره ۳، صص ۵۹-۴۳.
- سرلک، محمدعلی، اصغر ابوالحسنی، رضا رسولی، سیروس رضائی لیماهی (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد تیم محوری در سازمان‌های دولتی ایران مطالعه موردی: صنعت بیمه جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، سال اول، شماره ۴، صص ۴۸-۲۹.
- شاهینی، حسین علی (۱۳۹۰). راهکارهای ارتقای مسئولیت اجتماعی در میان مدیران ستادی سازمان مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی، مجله مدیریت فرهنگی، شماره ۱۴، صص ۱۲۳-۱۱۵.
- صلواتی، عادل و سامان رستمی نوروزآباد (۱۳۹۲). اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت پذیری اجتماعی در صنعت هتل‌داری، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۲۱، ۱۰۷-۱۴۳.
- فرخ نژاد، خدا نظر، قاسم سلیمی و بهرام فدائیان (۱۳۹۰). رفتار شهروندی سازمانی: تاملی بر رابطه وجدان کاری، سازش پذیری با رفتارکاری مخرب، فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، شماره ۷، دوره سوم.
- فورسایت، دنلسون آر (۱۳۹۱). پویایی گروه، ترجمه مهرداد فیروزبخت و منصور قنادان، چاپ هفتم، تهران، انتشارات رسا.
- قاسم زاده، ابوالفضل؛ محمد حسنی، تقی زوار (۱۳۹۲). برازش روابط علی-ساختاری ویژگیهای شخصیتی با استرس و رفتار شهروندی سازمانی با توجه به اثرات میانجی رفتار پاسخگویی فردی، پژوهش های روانشناسی اجتماعی، سال سوم، شماره ۹، ۹۴-۷۹.
- قاسم زاده، ابوالفضل، تقی زوار، روح ... مهدیون و ادیبه رضائی (۱۳۹۳). رابطه اخلاق حرفه ای با مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی: نقش میانجی فرهنگ خدمتگذاری، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال نهم، شماره ۲.
- قلاوندی، حسن؛ افشار کبیری، وحید سلطان زاده (۱۳۹۳). رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی و کار تیمی کارکنان دانشگاه ارومیه، فصلنامه جامعه شناسی کاربردی، شماره ۱، صص ۱۲۰-۱۱۱.
- قلی پور، آرین؛ علی اصغر پورعزت و فرشته محمدی (۱۳۹۰). تبیین عوامل درون سازمانی و

- مقیمی، سید محمد (۱۳۹۰). سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی، چاپ هشتم، تهران: انتشارات ترمه.
- میر محمدی، سید محمد، هادی رجایی، (۱۳۹۳) رابطه رهبری تحول آفرین و مسئولیت اجتماعی سازمان، فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال ۲۲، شماره ۷۴، ۱۹-۱.
- میرکمالی، سید محمد (۱۳۸۲). اخلاق و مسئولیت اجتماعی در مدیریت آموزشی، مجله روان شناسی و علوم تربیتی، شماره ۱، صص ۲۲۱-۲۰۱.
- یمنی، محمد (۱۳۷۳). رویکرد سیستمی برای بررسی عملکرد مرکز آموزشی، فصلنامه آموزش بزرگسالان، شماره ۱۵.
- Barone, M.J., Miyazaki, A.D; Taylor, K.A. (2000). *the Influence of Cause-Related Marketing on Consumer Choice: Does One Good Turn Deserve Another?*, Journal of the Academy of Marketing Science, 2, 248-62.
- Baumeister, R. F., Leary, M. R. (1995). *The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation*, Psychological Bulletin, 117, 497° 529.
- Bellou, V., Chitiris, L., Bellou, A. (2005). *The Impact of Organizational Identification and Self-Esteem on Organizational Citizenship Behavior: The Case of Greek Public Hospitals*. Operational Research. An International Journal, 2, 305-318.
- Bergami, M; Bagozzi, R. P. (2000). *Self-categorization, affective commitment and group self esteem as distinct aspects of social identity in the organization*. Journal of Social Psychology, 39, 555.577.
- Blazovich, J. L. (2008). *Team Identity and Performance-based Compensation effects On Performance*. Submitted to the Office of Graduate Studies of Texas A&M University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy.
- Cohen, S. G., D. E. Bailey. (1997). *what makes teams work: Group effectiveness*
- برون سازمانی مؤثر بر ساخت سازمانی هویت در سازمان‌های دولتی، فصلنامه مدیریت دولتی، شماره ۷، صص ۱۶۶-۱۴۹.
- قلی پور، آرین و بهنام امیری (۱۳۸۸). تأثیر فناوری اطلاعات بر رفتار سازمانی: بررسی چالش های هویتی در تیم‌های مجازی و تأثیر آن بر رفتار اعضای تیم، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، شماره ۲، صص ۱۱۸-۱۰۳.
- اللهیاری، محبوبه، مهرزاد حمیدی، مهرعلی همتی نژاد و فاطمه اللهیاری (۱۳۹۰). رابطه هویت سازمانی و عوامل اجتماعی جمعیت شناختی با رفتار شهروندی سازمانی در ورزش، فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۹، صص ۱۱۲-۹۵.
- محمدزاده، زهرا؛ حسین رحمان سرشت، سیدعلی کوشازاده (۱۳۹۲). اثر اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر بر هویت سازمانی: نقش میانجی اعتماد به سازمان، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، شماره ۳، صص ۲۰-۱.
- مرتضوی، سعید؛ پور آزاد، ناصر؛ امیررضوی، پگاه؛ صادقی مقدم، معصومه (۱۳۸۹). بررسی نقش تعدیل گری متغیر اهمیت مسئولیت اجتماعی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی؛ نمونه مورد مطالعه: شرکت‌های صنایع غذایی شهر مشهد، مجله علوم اجتماعی، شماره ۲، صص ۲۱۷-۱۹۳.
- معیار حقیقی فرد، علی، مرتضی مرادی، ؛ مرتضی و جواد نوبخت ساهرود کلائی (۱۳۸۷). بررسی عملکرد تیم‌های کاری در سازمان و عوامل مؤثر بر آن، دوماهنامه توسعه انسانی پلیس، شماره ۲۰، صص ۴۴-۲۳.
- مقیمی محمد و مجید رمضان (۱۳۹۰). پژوهشنامه مدیریت، تهران: انتشارات راه دان.

- Identity: Towards an Integrated Understanding of Processes, Patterings and Products*, British Journal of Management, 18, 1-16.
- Cremer, D., E. van Dijk. (2002). *Reactions to group success and failure as a function of identification level: A test of the goal-transformation hypothesis in social dilemmas*, Journal of Experimental Social Psychology, 38, 435-442.
 - Cremer, D., M. van Vugt. (1999). *Social identification effects in social dilemmas: transformation of motives*, European Journal of Social Psychology, 7, 871-893.
 - Daus, C.S., Ashkanasy, N.M. (2005). *Basic Behavioral Science Research for Mentalhealth, a National Investment: Emotion and Motivation*, American Psychologist, 50, 838-845.
 - DeConinck, J. (2011). *The effects of ethical climate on organizational identification, supervisory trust, and turnover among salespeople*. Journal of Business Research, 64, 617-24.
 - Denison, D. (2000). *Organizational Cultural & Corporate Social Responsibility: Can it be a key level for Driving Organizational change?* International Institute for Management Development.
 - Fisher, J. G., S. A. Pfeffer, G. B. Sprinkle. (2003). *Budget-based contracts, budget levels, and group performance*. Journal of Management Accounting Research, 15, 51-74.
 - Goodman, P. S; and D. P. Leyden. (1991). *Familiarity and group productivity*. Journal of Applied Psychology, 44, 578-586.
 - Greenberg J, Baron. R. A. (2000). *Behavior in Organization*. 7th Ed. Prentice- Hall, Inc. P. 111-114.
 - Lee, J, Ferreira, M. (2013). *A role of team and organizational identification in the success of cause-related sport marketing*, Sport Management Review, 16, 161° 172.
 - Liu, Y; Loi, R; Lam, L. W. (2011). *Linking organizational identification and employee performance in teams: the moderating role of team-member exchange*, The International Journal of research from the shop floor to the executive suite, Journal of Management, 3, 239-290.
 - Cole, M. S; Bruch, H. (2006). *Organizational identity strength, identification, and commitment and their relationships to turnover intention: Does organizational hierarchy matter?*. Journal of Organizational Behavior, 27, 585° 605.
 - Cornelissen, J.P; Haslam, S.A., Balmer J.M.T. (2007). *Social Identity, Organizational Identity and Corporate Human Resource Management*, 22 (15), 3187° 3201.
 - Mael, F; Ashforth, B. E. (1992). *Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification*, Journal of Organizational Behavior, 13, 103-123.
 - Marosi, I; Bencsik, A. (2009). *Teamwork in Higher Education: Teamwork as Chance of Success*, The International Journal of Learning, 5, 166-174.
 - Obschonka, M; Goethner, M; Silbereisen, R. K; Cantner, U. (2012). *Social Identity and the transition to entrepreneurship: The role of group identification with workplace peers*, Journal of Vocational Behavior, 80, 137-147.
 - Puusa, A. (2006). *Conducting Research on Organizational Identity*, Journal of Business Ethics and Organization Studies, 2, 123-35.
 - Riketta, M. (2005). *Organizational identification: A meta-analysis*. Journal of Vocational Behavior, 66, 358° 384.
 - Ruiz, L. G; Gil, D. N. *The effects of interactive control system and team identity on team performance: An experimental study*. In *Performance Measurement and Management Control: Behavioral Implications and Human Actions*. Published online: 13 Oct 2014; 155-176. Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/S1479-351220140000028014>
 - Smith, W. J., Wokutch, R. E; Harrington, K. V; Dennis B. S. (2001). *An Examination of the Influence of Diversity and Stakeholder Role on Corporate*

- Social Orientation*, Journal of Business & Society, 3, 266° 294.
- Turker, D. (2009). *How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment*, Journal of Business Ethics, Vol. 89, 189° 204.
 - Van Dick, R; Christ, O; Stellmacher, J; Wagner, U; Ahlswede, O; Grubba, C; Hauptmeier, M; Hohfeld, C; Moltzen, K; Tissington, P.A. (2004). *Should I Stay or Should I Go? Explaining Turnover Intentions with Organizational Identification and Job Satisfaction*, British Journal of Management, 15, 351-360.
 - Van Dick, R; van Knippenberg, D; Kerschreiter, R; Hertel, G; Wieseke, J. (2008). *Interactive effects of work group and organizational identification on job satisfaction and extra-role behavior*, Journal of Vocational Behavior, 72, 388-399.
 - Van Knippenberg, D., van Schie, E. C. M. (2000). *Foci and correlates of organizational identification*. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 73(2), 137° 147.
 - Zairi, M; Peters, J. (2002). *The Impact of Social Responsibility on Business Performance*, Managerial Auditing Journal, 4, 174-178.

