

بررسی تأثیر معماری دانش بر هویت سازمانی با تأکید بر نقش میانجی توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان شهرداری مشهد)

مریم عبدالمهی (دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تربت حیدریه، تربت حیدریه، ایران)

m.abdollahi206602@yahoo.com

علی حسین‌زاده (استادیار مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تربت حیدریه، تربت حیدریه، ایران، نویسنده مسئول)

hosseinzadeh56@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر معماری دانش بر هویت سازمانی با نقش میانجی توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی انجام شده است. روش تحقیق کاربردی و به لحاظ روش، جزء تحقیقات توصیفی-همبستگی به شمار می‌رود. جامعه آماری کلیه کارکنان شهرداری مشهد، ۲۸۵۱ نفر بوده‌اند که تعداد ۳۳۲ نفر به‌عنوان نمونه به شیوه‌ی نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. به‌منظور گردآوری داده‌های پژوهشی از پرسش‌نامه معماری دانش چوران و کروگر (۲۰۰۴)، هویت سازمانی چنی (۱۹۸۳)، توانمندسازی روان‌شناختی اسپیترز (۱۹۹۲) و سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) استفاده شد. برای سنجش روایی، از روایی محتوا و تحلیل عامل تأییدی و سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. میزان آلفای کرونباخ هویت سازمانی، معماری دانش، توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی به ترتیب ۰/۸۶، ۰/۸۶، ۰/۸۴ و ۰/۷۲ محاسبه شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد روش حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار SMART PLS انجام گرفت. نتایج این پژوهش حاکی از تأثیر مثبت و معنادار بودن معماری دانش بر هویت سازمانی، توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی به ترتیب به میزان ۰/۴۲، ۰/۴۷، ۰/۶۴ توانمندسازی

روانشناختی بر هویت سازمانی به میزان ۰/۴۱ است. در نهایت توانمندسازی روانشناختی و سرمایه اجتماعی نقش میانجی‌گری در تأثیر معماری دانش بر هویت سازمانی به میزان ۰/۳۲ و ۰/۴۳ دارد.

کلیدواژه‌ها: هویت سازمانی، معماری، توانمندسازی روانشناختی.

۱. مقدمه

امروزه اهمیت مطالعه‌ی هویت سازمانی به‌طور فزاینده‌ای احساس می‌شود؛ زیرا سازمان‌ها در حال تجربه‌کردن تغییرات سریع در فرآیند جهانی‌شدن، نوآوری‌های تکنولوژیکی، تغییرات سیاسی و روابط کارمند-کارفرمای جدید هستند. بنابراین، سازمان‌ها نمی‌توانند راهبردهای جدید را بدون تفکر در مورد آنچه اکنون هستند و آنچه می‌خواهند باشند، توسعه دهند. ساختار هویت سازمانی توجه درخور ملاحظه‌ای را به خود جلب کرده است (مائل و آشفورث^۱، ۱۹۸۹، داتون، دوکریچ و هارکوایل^۲، ۱۹۹۴ و پرت^۳، ۱۹۸۸). هویت سازمانی با اهمیت است از آن جهت که یک نتیجه ذاتی در سطح فردی و سازمانی دارد. تحقیقات نشان داده‌اند که هویت سازمانی با رفتار فرا اجتماعی برون‌نقشی، اهدا مالی به سازمان، تداوم خدمات و قصد رهاسازی سازمان رابطه دارد. مفهوم هویت سازمانی بیشتر از همه جا در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی به بحث گذاشته می‌شود (هتچ و شولتز^۴، ۲۰۰۴، ص. ۳۷۸). این مفهوم در ادبیات متنوعی از تحقیقات شامل روان‌شناسی اجتماعی و رفتارشناسی مطرح شده است. البته چنانچه پرت^۵ (۱۹۸۸) اظهار می‌دارد، رشد هویت سازمانی هنوز در دوره‌ی طفولیت خودش است. طبق نظر آلبرت و وتن^۶، پدیده هویت سازمانی زمانی پدیدار می‌شود که اعضای سازمان از خودشان می‌پرسند: «ما چه کسانی هستیم»، «در چه شغل و

-
1. Mael & Ashforth
 2. Dutton & Dukerich & Harquail
 3. Pratt
 4. Hatch & Schultz
 5. Pratt
 6. Albert & Whetten

پیشه‌ای قرار گرفته‌ایم» یا «می‌خواهیم چه باشیم». محققانی که از آلبرت و وتن پیروی کرده‌اند، آن را یک «حس خود جمعی» یا «ما» در روابط اجتماعی می‌دانند. در این صورت، هویت سازمانی پدیده‌ای است که باعث می‌شود یک گروه اجتماعی خودش را متمایز و متفاوت از دیگران حس کند (هتچ و شولتز، ۲۰۰۵: ۲۲). از لحاظ مفهومی، هویت سازمانی ریشه در هویت اجتماعی دارد. به استناد تئوری هویت اجتماعی، افراد خود را بر اساس طیفی از عوامل مانند: سن، طبقه اجتماعی، جنسیت و فرهنگ در گروه‌های مختلف اجتماعی طبقه‌بندی می‌کنند. ساختار هویت اجتماعی از دو قسمت تشکیل شده است: قسمت اول، هویت فردی است که در آن علایق و توانایی‌های فرد را توصیف می‌کند و قسمت دوم، هویت اجتماعی است که جمع این دو قسمت خود پنداره فرد را تشکیل می‌دهد.

مائل و آشفورث (۱۹۹۲)، ادعا می‌کنند، زمانی که فرد خود را با یک سازمان شناسایی می‌کند، حس پیوندی ایجاد می‌شود که افراد بر اساس آن به‌طور مجازی و لفظی، شروع به تعریف خود بر حسب سازمان‌شان می‌کنند به این ترتیب هویت سازمانی به منزله زیر مجموعه هویت اجتماعی تلقی می‌شود که در آن افراد بر اساس عضویت یا تعلق به یک سازمان خاص شناسایی می‌شود. در دنیای پر رقابت کنونی، همزمان با تغییرات تکنولوژی و با ورود سازمان‌ها به اقتصاد دانش محور، نیروی انسانی می‌تواند به‌عنوان حیاتی‌ترین عصر راهبردی در افزایش اثربخشی و کارایی سازمان‌ها از جمله شهرداری‌های کشور محسوب شود. سازمان‌ها بدون تمایل کارکنان به همکاری و مشارکت، قادر به توسعه اثربخشی خود نیستند. این مسئله توجه مدیران را به نگرش اعضا و کارکنان سازمان جلب کرده است؛ زیرا این نگرش‌ها بر رفتار افراد در سازمان اثر می‌گذارد. با این وجود پژوهش‌هایی درباره اثر معماری دانش بر هویت سازمانی به واسطه متغیرهای توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی انجام نشده است، از آن جایی که شهرداری به‌عنوان یک شرکت خدماتی است، همچنین به دلیل کمبود چنین پژوهشی در شهرداری مشهد، هویت سازمانی نیز بیش از پیش برای مدیران شهرداری مشهد امری مهم قلمداد می‌شود. بنابراین با توجه به اهمیت بحث

هویت سازمانی و معماری دانش در سازمان، تحقیق حاضر به بررسی تأثیر معماری دانش بر هویت سازمانی بر اساس نقش واسطه توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی کارکنان شهرداری مشهد می‌پردازد.

۲. مبانی نظری پژوهش

۲.۱. هویت سازمانی^۱

هویت به‌عنوان یک پدیده، برای سال‌های متمادی مورد علاقه فلاسفه و متفکران روان‌شناسی و جامعه‌شناسی بوده است. از این دیدگاه هویت را باید یک مقوله تاریخی دانست که ریشه‌های آن را می‌توان در مطالعه هویت در سطح فردی جست‌وجو کرد. به‌کارگیری واژه هویت از دهه ۱۹۵۰ رایج شده و در دو حوزه نظری روان‌شناسی و جامعه‌شناسی بحث و بررسی شده است. نظریه‌های حوزه روان‌شناسی با کارهای فروید آغاز شده و بر هسته درونی و ذهنی یک ساختار روانی و فیزیکی تأکید دارد. درحالی‌که در حوزه جامعه‌شناسی، نظریه‌های هویت با مفهوم «خود» در مکتب کنش متقابل نمادین گره خورده است. نظریه‌های جامعه‌شناسی هویت ابتدا با کارهای ویلیام جیمز و جورج هربرت مید مطرح شد و بعدها به واسطه دستاوردهای دیگران مفهوم هویت به‌طور گسترده‌تری وارد تحلیل‌های جامعه‌شناسان شد (بارتلز، رینک و منو^۲، ۲۰۰۶، ص. ۲۵۰). هویت به افراد کمک می‌کند تا به پرسش‌هایی از این نظیر پاسخ دهند: من کیستم؟، می‌خواهم چه کسی باشم؟، قادرم چه کسی شوم؟، اهداف من در زندگی چیست؟، چه‌طور در رابطه با دیگران رفتار کنم؟ و در جامعه‌ای که زندگی می‌کنم از چه جایگاهی برخوردارم؟ (پوسا و تولوانس^۳، ۲۰۰۶، ص. ۳۰). همچنین هویت را می‌توان به‌عنوان دارایی‌های شخصی که افراد از طریق آن تجربیات خود را سازماندهی می‌کنند، قلمداد نمود. هویت در دوران جوانی تکامل

1. Organizational Identity

2. Bartels, Rynke, Menno & Pruyn

3. Puusa & Tolvanen

می‌یابد و در حین این تکامل، تمایلات و تعارضات در خصوص این که در تعامل با دیگران چه خویشتنی داشته باشیم، مدیریت و هدایت می‌شود (کوری^۱، ۲۰۰۳، ص. ۵۵۸).

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 (کول و بروچ^۲، ۲۰۰۶، ص. ۵۸۶). هویت سازمانی توصیفی است از این که چگونه اعضای سازمان خود را به‌عنوان گروهی اجتماعی تعریف کرده و از این طریق خود را از اعضای سایر سازمان‌ها متمایز می‌کند (امپسون^۳، ۲۰۰۴، ص. ۷۶۰).

داتون و همکاران (۱۹۹۴) بیان داشتند که، هویت سازمانی یک حلقه اتصال مفهومی بین شناخت از سازمان و شناخت از خود به شمار می‌رود (دوکریچ، بریان و استفان^۴، ۲۰۰۲، ص. ۵۰۸). هویت سازمانی به‌عنوان چارچوب مفیدی تعریف شده است که به درک مفهوم «هم‌خانواده‌بودن» کمک می‌کند. هویت سازمانی کمک می‌کند تا هر فرد خود را از اعضای سایر خانواده‌ها تمیز دهد (سلیمانی، آهنچیان و اصغرپور، ۱۳۹۲، ص. ۱۲۹). هویت سازمانی، مفهومی است برای توصیف رابطه بین فرد با سازمانی که در آن کار می‌کند. هویت سازمانی شامل نگرش‌های اعضای سازمان درباره سازمان است و چگونه اعضای سازمان خود را به‌عنوان گروهی اجتماعی در ارتباط با محیط بیرونی خود معرفی می‌کنند و چگونه آن‌ها خود را از سایر رقبا متفاوت می‌دانند (مائل و آشفورث، ۱۹۹۵، ص. ۳۰۶). یکی از نویسندگان اثرگذار در زمینه هویت سازمانی که به نظر می‌رسد دیدگاه‌های او هنوز مورد توجه است، دیدگاه چنی () می‌باشد. چنی () هویت سازمانی را فرآیندی پویا تعریف کرد که به وسیله‌ی آن افراد خود را به عناصری در صحنه اجتماعی متصل می‌کنند. چنی سه بعد

1. Curry
2. Cole & Bruch
3. Empson
4. Dukerich, Brian & Stephen

عضویت یا احساس همبستگی، وفاداری یا حمایت از سازمان و مشابهت یا ادراک مشخصه‌های مشترک را مورد سنجش قرار داد.

۲.۲. معماری دانش^۱

معماری دانش از اجزای اصلی سیستم‌های مدیریت دانش بوده که مکان و چگونگی کسب و انتقال دانش را مشخص می‌نماید. معماری دانش چگونگی تبدیل و تحول اطلاعات به دانش و چگونگی انتقال آن را ارائه می‌دهد به بیان دیگر معماری دانش طرح کلی زیر ساخت فنی مدیریت دانش را در دسترس قرار می‌دهد. معماری دانش، یکی از زیر مجموعه‌های معماری سازمان بوده که به‌عنوان یکی از اجزای اصلی سیستم‌های مدیریت دانش، مکان و چگونگی کسب و انتقال دانش را مشخص نموده و مشتمل بر سه بخش اساسی: مهارت، اطلاعات و ساختار است که نوآوری نیز جزئی از آن به‌شمار می‌رود. به بیان دیگر، معماری مدیریت دانش، طرح کلی زیر ساخت فنی مدیریت دانش را در دسترس قرار می‌دهد. معماری دانش، ایجاد ساختاری برای شکل دهی به کلیت دانش به منظور فهم و تأثیرگذاری بیشتر آن در سازمان می‌باشد. به عبارت دیگر معماری دانش ساختار پایگاه دانش را مشخص نموده و نحوه‌ی به هم پیوستن اجزای دانش و چگونگی تبدیل و تحول اطلاعات به دانش و چگونگی انتقال و ارتباط آن را ارائه می‌دهد.

در بررسی عوامل اساسی موفقیت برای ایجاد برنامه مدیریت دانش چهار مورد قابل توجه هستند: فرهنگ، معماری دانش، فن‌آوری اطلاعات، زیرساخت و خدمات حمایتی (چارترج^۲، ۲۰۰۲، ص. ۳)؛ (هولم، اولا، مورا و وارहत^۳، ۲۰۰۶، ص. ۳۶). از زمانی که مدیریت دانش به تولید، بازنمود، ذخیره‌سازی، انتقال دانش پرداخته (هدلوند^۴، ۱۹۹۴، ص. ۷۵)، معماری دانش برای استخراج دانش طراحی شده و بدین‌وسیله فرآیندهای مدیریت دانش را فراهم

-
1. Knowledge Architecture
 2. Chatterjee
 3. Holm, Olla, Moura & Warhavi
 4. Hedlund

کرده است (ویکراماسینگ^۱، ۲۰۰۳، ص. ۲۹۸). معماری دانش نیازمند اطمینان از اجرای موفقیت‌آمیز یک دوره کوتاه‌مدت یا دوره‌ای بلندمدت برنامه‌ریزی مدیریت دانش است (تنگ، هان و چن^۲، ۲۰۰۴: ۳). به عبارت دیگر، هدایت دانش ضمنی و استفاده پیوسته (بوسشما^۳، ۲۰۰۵، ص. ۳۲)، برای منافع رقابتی نیازمند به چارچوبی خاص، برای معماری دانش خاصی است (اورس^۴، ۲۰۰۸، ص. ۹). معماری دانش بر اساس دانش پایه‌ریزی شده (چای، منخوف، لوه و اورس^۵، ۲۰۰۵، ص. ۹۸)؛ (چای، منخوف، لوه و اورس، ۲۰۰۷، ص. ۴۵) که جریان دانش و نگهداری دانش، معماری دانش در یک سازمان را تشکیل می‌دهد. بنابراین، معماری دانش یکی از ویژگی‌های سازمان است (اورس، ۲۰۰۸، ص. ۱۱). اساس معماری دانش که به‌طور تجربی کشف شده است، شامل چگونگی دانستن، چه دانستن، چه کسی بداند، چرا دانستن، چه موقع دانستن، کدام را دانستن، ارتباط آنچه می‌دانیم و کجا دانستن است (تام^۶، ۲۰۱۱، ص. ۸). می‌توان گفت که معماری دانش بیش از همه برای به‌دست‌آوردن، سازمان‌دهی کردن، اندوختن و توزیع منابع دانش برای دستیابی به اهداف سازمانی حیاتی است. از نظر چوران (۲۰۰۱) و اسنایمن و کروگر (۲۰۰۴) مؤلفه‌های معماری دانش؛ شامل توانایی افراد، فرآیندها، رفتارها، فناوری و محتوا است (چوران^۷، ۲۰۰۱، ص. ۱۵)؛ (اسنایمن و کروگر^۸، ۲۰۰۴، ص. ۱۵).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Wickramasinghe
2. Tang, Han & Chen
3. Boschma
4. Evers
5. Chay, Menkhoff, Loh & Evers
6. Tom
7. Chevron
8. Snyman & Kruger

۳.۲. توانمندسازی روان‌شناختی^۱

یکی از سرمایه‌های اصلی هر سازمان که به‌عنوان مزیت رقابتی از آن یاد می‌شود، برخورداری از نیروی انسانی کارآمد، توانا و مشارکتی است (ساجدی و امیدواری، ۱۳۸۶). مطالعه در خصوص رهبری و مهارت‌های مدیریتی نشان می‌دهد که عمل توانمندسازی نیروی انسانی، محور اصلی اثربخشی سازمان و مدیریت است (مشبکی، ۱۳۸۰). در چنین شرایطی مدیران فرصت‌چندانی برای کنترل کارکنان در اختیار ندارند و باید بیشترین وقت و نیروی خود را صرف شناسایی محیط داخلی و خارجی سازمان کنند و سایر وظایف روزمره را به عهده کارکنان بگذارند (موغلی، حسن‌پور و حسن‌پور، ۱۳۸۸، ص. ۱۲۰). در این شرایط کارکنان سازمان تنها به‌عنوان ابزار برای موفقیت مدیر نیستند بلکه به‌عنوان سرمایه‌های سازمان، به گردانندگان اصلی جریان کار و شرکای سازمان تبدیل شده‌اند (روی و شینا، ۲۰۰۵، ص. ۴۱). از همین رو، کارکنان و دانشی که در ذهن آن‌هاست، منابع بسیار ارزشمندی برای سازمان هستند (کردنائیج، مشبکی، فانی و خانعلیزاده، ۱۳۸۹، ص. ۲۲).

واژه انگلیسی «Empower» در فرهنگ آکسفورد به معنای «قدرتمندشدن، مجوزدادن، ارائه قدرت و تواناشدن» است. این واژه در اصطلاح، در برگیرنده قدرت و آزادی عمل بخشیدن برای اداره خود است و در مفهوم سازمانی به معنای طراحی ساختار سازمان می‌باشد، به نحوی که در آن افراد ضمن کنترل خود، آمادگی پذیرش مسئولیت‌های بیشتری را نیز داشته باشد (لاولر^۲، ۱۹۹۴). آنچه نیاز به توانمندسازی را بیش از پیش مشخص می‌سازد، این است که نخست: کارکنان توانمند خود را در محیط کارشان تأثیرگذارتر می‌پندارند و این توانمندی را با همکاران خود شریک می‌شوند؛ دوم: آن‌ها خود را نوآور می‌بینند و برای امتحان چیزهایی جدید، از خود ترس کمتری نشان می‌دهند (اسپریتزر و کوین^۳، ۱۹۹۷). به

1. Psychological Empowerment

2. Roy & Sheena

3. Lawler

4. Spreitzer & Quinn

همین خاطر از توانمندسازی به عنوان یکی از مهم ترین چالش های مدیران حاضر یاد می کنند (امیرخانی، تاج میراهی و محمدی^۱، ۲۰۱۲، ص. ۱۳۲). تاکنون پژوهشگران و دانشمندان بسیاری در زمینه توانمندسازی به تحقیق پرداخته اند. آن ها تعریف های متفاوتی از توانمندسازی ارائه کرده اند. برخی از آن ها عبارت اند از توانمندسازی، یعنی سهیم شدن کارکنان در اطلاعات برای تشکیل گروه و طراحی ساختار سازمان (کانگر و کانو^۲، ۱۹۹۸، ص. ۴۷۴). توانمندسازی در حقیقت واگذاری اختیارات رسمی و قدرت قانونی به کارکنان است (آرجیس^۳، ۱۹۹۸). همچنین توانمندسازی، تقویت عقاید افراد و ایجاد اعتماد به نفس آنان در مورد خودشان و تلاش در جهت اثربخشی فعالیت های سازمان است (گوردن^۴، ۱۹۹۳). از نظر گرو، توانمندسازی یعنی تفویض اختیار قانونی، تفویض اختیار کردن، مأموریت دادن و قدرت بخشی است (گرو^۵، ۱۹۷۱). همچنین توانمندسازی، اعطای اختیار و تصمیم گیری کارکنان به منظور افزایش کارایی آنان و ایفای نقش مفید در سازمان است (ارستاد^۶، ۱۹۹۷).

مفهوم توانمندسازی نخستین بار در دهه (۱۹۸۰) معرفی شد (وتن و کامرون^۷، ۱۹۹۸). محققان و اندیشمندان سازمان و مدیریت تا دهه (۱۹۹۰)، توانمندسازی نیروی انسانی را به معنی اقدامات و راهبردهای مدیریتی مانند تفویض اختیار و قدرت تصمیم گیری به رده های پایین تر سازمان، سهیم کردن کارکنان در اطلاعات و دسترسی آنان به منابع سازمانی دانسته اند (باون و لاور^۸، ۱۹۹۵)؛ (فوی^۹، ۱۹۹۷).

1. Amirkhani, Tajmirriahi & Mohammadi
2. Conger & Kanungo
3. Argyris
4. Gorden
5. Grove
6. Erstad
7. Wetten & Cameron
8. Bowen & Lawler
9. Foy

کوین و اسپریتزر^۱ (۱۹۹۷) بیان داشتند توانمندسازی مفهومی چند بعدی است و برای افراد مختلف معانی متفاوتی دارد، که این نگاه به توانمندسازی را رویکرد ارگانیکی نامیده‌اند. گفتمان جدیدی در توانمندسازی کارکنان به وجود آمده که معتقد است، توانمندسازی چیزی نیست که مدیر به کارمند بدهد بلکه آن یک نظام فکری در ذهن کارمند، نسبت به نقشش در سازمان می‌باشد و مدیر در این حالت می‌تواند محیطی را آماده سازد که توانمندکننده بوده و در آن کارمندان توانمندشان را انتخاب کنند (اسپریتزر، ۱۹۹۵). به نظر کانگو و کانانگو (۱۹۸۸) توانمندسازی ریشه در نیازهای انگیزشی افراد دارد. توماس و ولتهوس (۱۹۹۰) توانمندسازی روان‌شناختی را فرآیند افزایش انگیزشی درونی شغل می‌دانند و برای اولین بار مفهوم توانمندسازی روان‌شناختی را در ادبیات مدیریت وارد کرد. اسپریتزر (۱۹۹۵) با توجه به الگوی توماس و ولتهوس، توانمندسازی روان‌شناختی را به‌عنوان یک مفهوم انگیزشی تعریف کرده است. این گفتمان جدید تعبیر به توانمندسازی روانی شده است، فرد را زمانی توانمند می‌داند که چهار مشخصه در رابطه با نقشش را در سازمان باور داشته و تجربه کند که این چند ویژگی عبارت‌اند از: (توماس و ولتس^۲، ۱۹۹۰). شایستگی^۳: باور شخصی افراد نسبت به توانایی خود برای انجام کار به‌طور کامل را شامل می‌شود (امیرکبیری و فتحی، ۱۳۸۹، ص. ۱۰۶). وقتی افراد توانمند می‌شوند احساس شایستگی می‌کنند که قابلیت و تبحر لازم برای انجام موفقیت‌آمیز کاری را دارند. خودمختاری^۴: خودمختاری به معنای آزادی عمل و استقلال فرد در تعیین فعالیت‌های لازم برای انجام دادن وظایف شغلی اشاره دارد (توماس و ولتس، ۱۹۹۰، ص. ۶۷۸).

1. Quinn & Spreitzer
2. Thomas & Velthouse
3. Competence
4. Self-Determination

مؤثر بودن^۱: بعد تأثیرگذاری درجه‌ای است که فرد می‌تواند بر نتایج راهبردی، اداری و عملیاتی شغل اثر بگذارد (اسپریتز، ۱۹۹۵، ص. ۱۴۴۳). گرین برگر معتقد است احساس مؤثر بودن عبارت است از اعتقادات فرد در یک مقطع مشخص از زمان در مورد توانایی خود برای ایجاد تغییر در جهت مطلوب (واعظی و سبزیکاران، ۱۳۸۹، ص. ۱۶۲).

معنادار بودن^۲: فرصتی است که افراد احساس کنند اهداف شغلی مهم و با ارزشی را دنبال می‌کنند (کردنائیچ، مشبکی، فانی و خانعلیزاده، ۱۳۸۹، ص. ۲۶). فعالیت‌هایی که معنادار هستند، نوعی احساس هدفمند بودن، هیجان یا مأموریت برای افراد ایجاد می‌کنند و به جای از بین بردن نیرو و اشتیاق افراد منبعی از نیرو و اشتیاق نیز برای آنان فراهم می‌کنند (توماس و ولتس، ۱۹۹۰، ص. ۶۷۸).

اطمینان (امنیت): افراد توانمند مطمئن‌اند که با آنان منصفانه و صادقانه رفتار خواهد شد، آنان اطمینان دارند که صاحبان قدرت با آنان بی‌طرفانه رفتار خواهند کرد (وتن و کامرون، ۲۰۱۱، ص. ۴۵۰).

۲. ۴. سرمایه اجتماعی

امروزه مفهوم سرمایه اجتماعی کانون توجه اندیشمندان رشته‌های علمی مختلف به‌ویژه محققین سازمانی شده است. یکی از دلایل اصلی این توجه را می‌توان در اهمیت و مزایای سرمایه اجتماعی در دنیای امروزی، خصوصاً در عرصه سازمانی جست‌وجو کرد. شبیه دیگر اشکال سرمایه، سرمایه اجتماعی مولد و امکان موفقیت اهداف مشخص را فراهم می‌کند که در صورت فقدان آن این امر مسیر نیست (رایت، ۲۰۰۸). مزایای سرمایه اجتماعی هم در سطح خرد و هم در سطح کلان شایان ملاحظه است (هوگ و استول، ۲۰۰۳، ص. ۴). به‌جهت مزایا و اهمیتی که سرمایه اجتماعی در زندگی امروزی دارد، تحقیقات بیشماری در

1. Impact
2. Meaning
3. Wright
4. Hooghe & Stolle

این زمینه در حوزه‌های مختلف از جمله مطالعات خانواده، مشکلات رفتاری جوانان، مدرسه و آموزش، کار و سازمان‌ها، سلامت عمومی، جرم و خشونت، زندگی جمعی، دموکراسی و حکمرانی و توسعه اقتصادی انجام شده است (تکل^۱، ۲۰۰۷)؛ (بارتلز، راینک، منو و پروین^۲، ۲۰۰۶، ص. ۳۵). امروزه می‌توان به این لیست سلامت جسمانی و روحی، مهاجرت و مراقبت عمومی را نیز افزود (فرانک^۳، ۲۰۰۵). سرمایه اجتماعی منعکس‌کننده بستر اجتماعی و روابط اجتماعی است که پیامدهای مهمی را به همراه دارند (کریتوکاس^۴، ۲۰۰۸). در برخی از تحقیقات بین سلامت روحی و جسمانی با موقعیت در شبکه‌ها همبستگی قوی یافت شده است (پوتنام^۵، ۲۰۰۰، صص. ۲۲۶-۲۳۵). پژوهشگران همچنین در حوزه سلامت عمومی به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه اجتماعی با پیامد سلامتی، شامل کیفیت زندگی بهتر در پیری و نرخ‌های مرگ و میر پایین‌تر رابطه دارد (اسرابسکی، کوپ و کاواشی^۶، ۲۰۰۴). همچنین سرمایه اجتماعی می‌تواند حمله قلبی را کاهش دهد. تحقیقات دیگری نیز نشان داده‌اند که سرمایه اجتماعی با میزان استعمال و مصرف الکل رابطه مثبتی دارد (ویتسلند و چن^۷، ۲۰۰۵). در علم اقتصاد، استفاده از واژه سرمایه اجتماعی نسبتاً جدید است. بی‌رونقی در اقتصاد نشانه‌ای از سرمایه اجتماعی کم است (لوپز^۸، ۲۰۰۳). برخی از یافته‌های اقتصاددانان نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی می‌تواند توسعه اقتصادی را در سطح محلی تقویت کند (بلایر و کارول^۹، ۲۰۰۸). شواهد همچنین از همبستگی بین سرمایه اجتماعی و عملکرد اقتصادی خوب دولت حکایت می‌کنند. همچنین مشخص شده است که سرمایه

1. Tekel
2. Bartels, Rynke, Menno & Pruyn
3. Franke
4. Kritsotakis
5. Putnam
6. Skrabski, Kopp & Kawachi
7. Westland & Chen
8. Lopez
9. Blair & Carroll

اجتماعی می‌تواند بر فقر و تهیدستی نیز اثر بگذارد (گروتارت و باستلار^۱، ۲۰۰۲). در تحقیق دیگری مشخص شد که سرمایه اجتماعی نقش مهمی را در بهره‌وری نیروی انسانی ایفا می‌کنند (گریو و بناسی^۲، ۲۰۰۶). نظریه پردازان جامعه‌شناسی سازمانی و صنعتی معتقدند که اقدامات مدیریتی در شبکه‌های روابط اجتماعی معنی پیدا می‌کند (اکیوا^۳، ۲۰۰۷). سازمان‌ها متشکل از افراد (سرمایه‌های انسانی) هستند، اما زمانی این سازمان‌ها موفق‌ترند که اقدام جمعی این افراد بیش از جمع جبری تلاش آن‌ها به تنهایی شود (کانینگام^۴، ۲۰۰۲). در مطالعات سطح گروهی، تحقیقات به این نتیجه رسیده‌اند که هر چه سرمایه اجتماعی گروه بیشتر باشد، اثربخشی گروه نیز بیشتر خواهد شد. در مطالعات سازمانی مشخص شده است که سرمایه اجتماعی عامل قوی در توضیح موفقیت افراد در برخی از موضوعات اساسی مربوط به تحقیقات سازمانی است (آدلر و وون^۵، ۲۰۰۲). به اعتقاد برخی از محققان سرمایه اجتماعی بر موفقیت در مسیر شغلی تأثیر به‌سزایی دارد (بارت^۶، ۱۹۹۲)؛ (گابای و زاکرمن^۷، ۱۹۹۸). عده‌ای دیگر نیز معتقدند سرمایه اجتماعی نظام جبران خدمت را متأثر می‌سازد (بلیویا، اوریلی و واد^۸، ۱۹۹۶). محققان دیگر در تحقیقاتشان به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه اجتماعی به کارکنان کمک می‌کند تا مشاغل مدنظر خود را بیابند (گرنووتر^۹، ۱۹۷۳)؛ (لین و دومین^{۱۰}، ۱۹۹۶)؛ (لین، انسل و واگن^{۱۱}، ۱۹۸۱). بر اساس الگویی که ناهاپیت و گوشال ارائه کرده‌اند، سرمایه اجتماعی دارای سه بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی است.

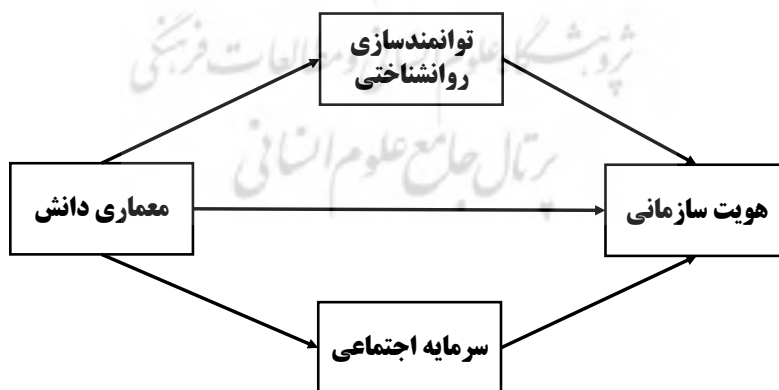
1. Grootaert & Bastelaer
2. Greve & Benassi,
3. Acquaah
4. Cunningham
5. Adler & Kwon
6. Burt
7. Gabbay & Zuckerman
8. Belliveau, OReilly & Wade
9. Granovetter
10. Lin & Dumin
11. Lin, Ensel & Vaughn

با توجه به پیشینه پژوهش، چارچوب نظری (شکل شماره ۱) برای این پژوهش در نظر گرفته شد. همان‌طور که در شکل ملاحظه می‌شود تأثیر معماری دانش بر هویت سازمانی، توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی به‌طور مستقیم و سپس این تأثیر به واسطه متغیرهای توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی بررسی شده است. با توجه به چارچوب نظری تدوین شده فرضیات زیر را می‌توان برای این پژوهش در نظر گرفت.

۱. معماری دانش بر هویت سازمانی کارکنان شهرداری مشهد تأثیر معناداری دارد.
 ۲. معماری دانش بر توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان شهرداری مشهد تأثیر معناداری دارد.

۳. معماری دانش بر سرمایه اجتماعی کارکنان شهرداری مشهد تأثیر معناداری دارد.
 ۴. توانمندسازی روان‌شناختی بر هویت سازمانی کارکنان شهرداری مشهد تأثیر معناداری دارد.

۵. سرمایه اجتماعی بر هویت سازمانی کارکنان شهرداری مشهد تأثیر معناداری دارد.
 ۶ و ۷. توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی، تأثیر معماری دانش بر هویت سازمانی کارکنان شهرداری مشهد میانجی‌گری می‌کند.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

۴. روش تحقیق

این پژوهش از لحاظ گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی و از لحاظ هدف کاربردی است. جامعه آماری این تحقیق شامل تمامی کارکنان شهرداری مشهد است. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، تصادفی ساده است، به این ترتیب که برای تمامی اعضای جامعه‌شانس یکسان برای انتخاب شدن در نمونه مدنظر قرار گرفته و بر اساس فهرست اعضای جامعه به صورت تصادفی انتخاب شده است. برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. در زمان انجام دادن تحقیق تعداد کارکنان ۲۸۵۱ نفر بوده‌اند که بر اساس فرمول یادشده تعداد ۳۳۲ نفر به صورت تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. برای سنجش معماری دانش از پرسش‌نامه (چوران و کروگر، ۲۰۰۴) استفاده شد، توانمندسازی روان‌شناختی از پرسش‌نامه استاندارد (اسپریتز، ۱۹۹۲) و همچنین برای سنجش هویت سازمانی از پرسش‌نامه استاندارد (چنی، ۱۹۸۳) و سرمایه اجتماعی (ناهایت و گوشال، ۱۹۹۸) مورد استفاده قرار گرفته است. بدین منظور، پس از طراحی پرسش‌نامه یادشده برای سنجش روایی پرسش‌نامه از روایی محتوا و برای سنجش پایایی از آلفای کرنباخ مورد استفاده قرار گرفت که در مرحله ابتدایی تعداد ۲۰ پرسش‌نامه در میان نمونه آماری توزیع شد. برای تحلیل داده‌ها مدل‌سازی معادلات ساختاری بهره گرفته شده است، نرم‌افزارهای مورد استفاده در این پژوهش SPSS و PLS بوده است. پیش از ارزیابی مدل ساختاری ارائه شده، لازم است معناداری وزن رگرسیونی (بار عاملی) سازه‌های مختلف پرسش‌نامه در پیش‌بینی مؤلفه‌های مربوطه، بررسی شده تا از برازندگی مدل‌های اندازه‌گیری و پذیرفته بودن نشان‌گرهای آن‌ها در اندازه‌گیری سازه‌ها اطمینان حاصل شود. بنابراین، ابتدا هریک از مدل‌های اندازه‌گیری به طور جداگانه بررسی شدند و سپس مدل کلی نیز مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای مؤلفه‌های پرسش‌نامه در جدول ۱ ارائه شده است. در تحلیل عاملی تأییدی، ابتدا باید از نرمال بودن داده‌های گردآوری شده اطمینان حاصل کرد که به وسیله دو شاخص کشیدگی و چولگی مورد سنجش قرار گرفت. برای این شاخص‌ها،

مقادیر مختلفی ارائه شده است. برخی مقادیر این دو شاخص را جهت نرمال بودن داده‌ها در بازه عددی (۲+ و ۲-)، و عده ای هم مقادیر فوق را در بازه (۳+ و ۳-) می‌دانند. بنابراین جدول ۱ بیانگر نتایج تحلیل عاملی تأییدی (CFA) است. این نتایج مربوط به مؤلفه‌های پرسش‌نامه بوده که به همراه تست نرمال‌بودن داده‌ها از طریق دو شاخص کشیدگی و چولگی بیان شده و لازم به ذکر است که تمامی داده‌های یادشده در بازه عددی (۲+ و ۲-) بوده که نشان‌دهنده‌ی نرمال بودن داده‌ها است. ضرایب بارهای عاملی نشان می‌دهد که این ضرایب بیش از ۰/۴ می‌باشد و این مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه‌ها و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵، ص. ۸۰). همچنین اعداد معناداری t (آماره) در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش است (همان منبع، ص. ۹۰). بنابراین همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، آماره تمامی اعداد معناداری از ۱/۹۶ بزرگ‌تر شده‌اند و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد محقق می‌شود.

جدول ۱- نتایج تحلیل عاملی تأییدی (CFA)

نام متغیر	مؤلفه‌ها	چولگی	کشیدگی	بار عاملی	آماره t
معماری دانش	توانایی	-۰/۸۵۷	۱/۴۶۷	۰/۷۵۶	۱۲/۰۴۶
	فرآیند	-۰/۳۶۸	۰/۵۴۷	۰/۹۴۹	۱۵/۳۴۴
	فناوری	-۰/۳۶۶	۰/۳۹۶	۰/۷۵۴	۱۲/۲۵۵
	رفتار	-۰/۶۳۱	۰/۶۴۷	۰/۷۷۶	۱۵/۰۰۰
	محتوا	-۰/۳۰۳	۰/۳۵۳	۰/۷۴۳	۱۰/۹۲۲
توانمندسازی روان‌شناختی	انتخاب	-۰/۱۷۵	-۰/۵۲۷	۰/۷۷۹	۱۶/۴۸۹
	معناداری	-۰/۲۳۶	۰/۱۵۶	۰/۸۰۵	۱۶/۷۴۷
	شایستگی	-۰/۲۶۷	-۰/۱۸۰	۰/۸۷۱	۳۵/۷۶۸
	مؤثر بودن	-۰/۵۶۶	-۰/۰۶۳	۰/۸۳۸	۲۳/۶۰۴

ادامه جدول ۱

نام متغیر	مؤلفه‌ها	چولگی	کشیدگی	بار عاملی	آماره t
هویت سازمانی	عضویت	-۰/۷۵۵	۰/۶۰۱	۰/۸۹۷	۳۵/۹۸۰
	وفاداری	-۱/۰۰۳	۱/۱۲۷	۰/۸۷۷	۲۳/۶۱۱
	مشابهت	-۰/۵۱۳	۰/۴۱۲	۰/۸۷۸	۲۵/۲۲۳
سرمایه اجتماعی	ساختاری	۰/۲۶۷	۰/۶۴۷	۰/۷۵۸	۹/۰۷۱
	شناختی	-۰/۳۷۴	۰/۷۵۳	۰/۸۳۲	۱۱/۶۵۸
	ارتباطی	۲/۰۲۵	۰/۴۴۱	۰/۷۶۰	۶/۸۵۲

۵. یافته‌های تحقیق

در این قسمت، یافته‌های مربوط به هر یک از فرضیه‌ها، به صورت جداگانه و در قالب جدول‌های مربوطه، به ترتیب مطرح و برای آزمون بین متغیرهای تحقیق از تحلیل رگرسیون چندگانه، استفاده شده است. اما لازم به ذکر می‌باشد برای آزمون صحت مدل نظری تحقیق و محاسبه ضرایب تأثیر از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری به وسیله نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است. برای بررسی برازش الگوی اندازه‌گیری، از معیار پایایی، روایی همگرا استفاده می‌شود. برای سنجش پایایی الگو پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ استفاده شده که نتایج آن در جدول شماره ۲ بیان شده است. روایی پرسش‌نامه توسط معیار روایی همگرا، که مختص الگوسازی معادلات ساختاری است، بررسی شد. معیار روایی همگرا نشان دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خود است.

جدول ۲- گزارش آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا متغیرهای الگو

متغیرهای مکنون	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha < ۰/۷۰)	ضریب پایایی ترکیبی (CR < ۰/۷۰)	AVE	R ²	Q ²
سرمایه اجتماعی	۰/۷۲	۰/۸۰	۰/۵۷	۰/۴۲	۰/۳۳
توانمندسازی روان‌شناختی	۰/۸۴	۰/۸۹	۰/۶۸	۰/۲۲	۰/۲۵

ادامه جدول ۲

متغیرهای مکنون	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha < ۰/۷۰)	ضریب پایایی ترکیبی (CR < ۰/۷۰)	AVE	R ²	Q ²
هویت سازمانی	۰/۸۶	۰/۹۱	۰/۷۸	۰/۵۳	۰/۳۹
معماری دانش	۰/۸۶	۰/۹۰	۰/۶۴	-	-

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که متغیرهای پژوهش ارائه شده در جدول از پایایی خوبی در الگو برخوردار بوده است. پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ در مورد تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۷۰ است. در نتیجه، نتایج این پژوهش در مورد این دو معیار برازش مناسب الگو را تأیید می‌کند.

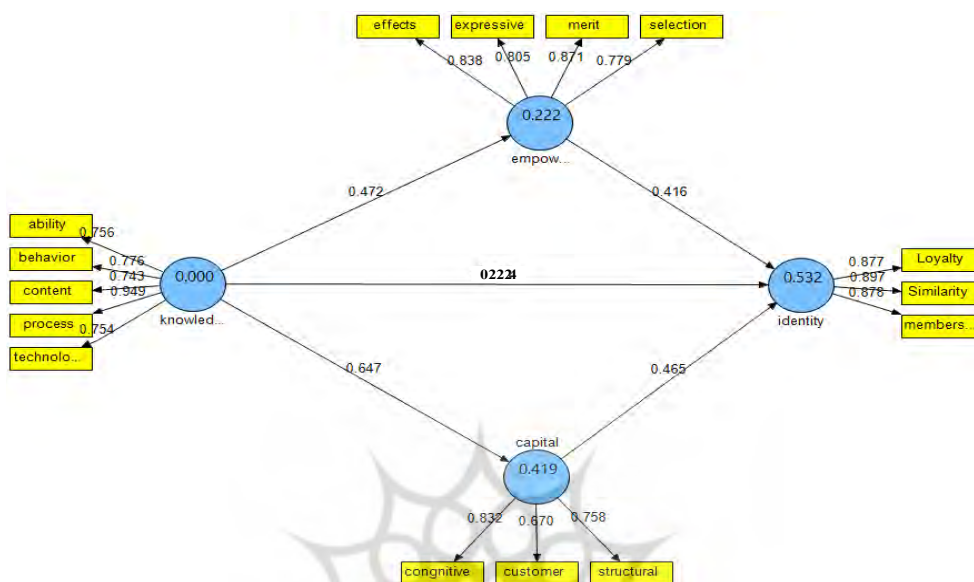
همچنین نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که AVE تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۵۰ بوده و در نتیجه روایی همگرایی الگو و مناسب بودن برازش الگوهای اندازه‌گیری تأیید می‌شود. برای بررسی برازش الگوی ساختاری با روش PLS در این پژوهش از معیارهای R² و Q² استفاده شد. R² معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری الگوسازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا (مستقل) بر یک متغیر درون‌زا (وابسته) می‌گذارد و Q² قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌کند. مقادیر R² و Q² برای سازه‌های الگو در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود. هر چه مقدار R² مربوط به متغیرهای درون‌زا الگو بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر الگو است. همچنین، هر چه مقادیر Q² مربوط به متغیرهای درون‌زا الگویی بیشتر باشد، نشان از قدرت پیش‌بینی بهتر الگو دارد. بنابراین با توجه به مقادیر به‌دست‌آمده برای متغیرهای درون‌زا و برون‌زا برای متغیرهای الگو می‌توان گفت که برازش الگو ساختاری تأیید شده است.

پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری الگو، برازش کلی الگو از طریق معیار GOF استفاده می‌شود. با توجه به این که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ که به

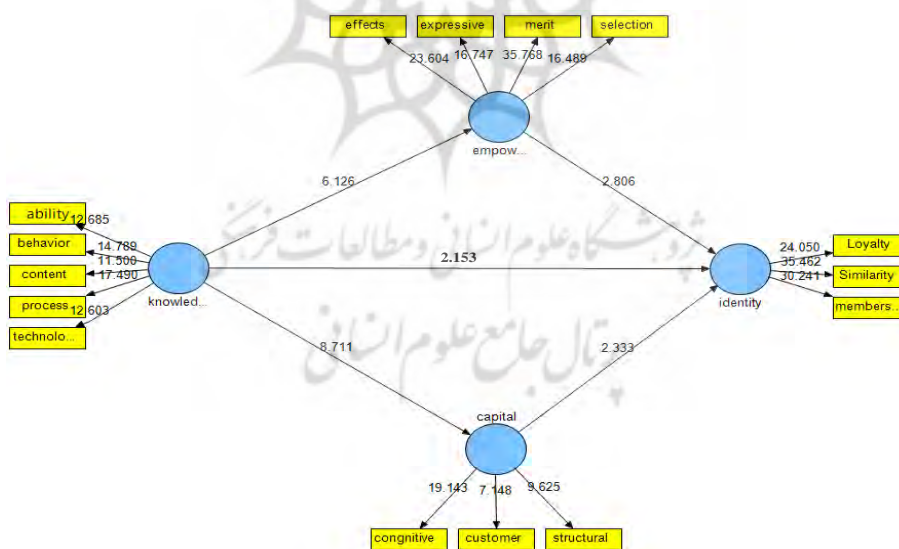
ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵، ص. ۱۵۳) مقدار حاصل‌شده از نرم‌افزار مربوطه ۰/۵۹ برای GOF نشان از برازش کلی قوی الگوی پژوهش را دارد.

مدل معادلات ساختاری یک رویکرد آماری جامعی برای آزمون فرضیه‌هایی درباره روابط بین متغیرهای مشاهده‌شده و متغیرهای مکنون است. از طریق این رویکرد می‌توانیم پذیرفتنی بودن مدل‌های نظری را در جامعه‌های خاص با استفاده از داده‌های همبستگی غیرآزمایشی و آزمایشی آزمود. این روش پیچیده آماری، بسیاری از معایب مدل‌های رگرسیونی و تحلیل مسیر را به حداقل می‌رساند. مدل مفهومی این پژوهش که بر اساس مبانی نظری تدوین شده است، با مدل‌سازی معادلات ساختاری تحلیل شد.

شکل ۲، مدل اندازه‌گیری را در حالت تخمین استاندارد ضرایب رگرسیونی نشان می‌دهد. شاخصی که بیشترین بار عاملی را داشته باشد، در اندازه‌گیری متغیر مربوطه سهم بیشتری دارد و شاخصی که ضرایب کوچک‌تری داشته باشد، سهم کمتری را در اندازه‌گیری متغیر مربوطه ایفا می‌کند. همان‌طور که شکل ۲ نشان می‌دهد، ضریب استانداردشده مسیر میان متغیر معماری دانش بر هویت سازمانی، توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی به ترتیب به میزان ۰/۴۲۴، ۰/۴۷۲ و ۰/۶۴۷، توانمندسازی روان‌شناختی بر هویت سازمانی به میزان ۰/۴۱۶ و سرمایه اجتماعی بر هویت سازمانی به میزان ۰/۴۶۵ متغیر هویت را به‌طور مستقیم و غیر مستقیم تبیین می‌کند.



شکل ۲- مدل معادلات ساختاری در حالت تخمین استاندارد ضرایب رگرسیونی



شکل ۳- مدل معادلات ساختاری در حالت معناداری

شکل ۳ نیز مدل پژوهش را در حالت معناداری ضرایب^۱ نشان می‌دهد. این مدل در واقع، معادلات اندازه‌گیری (بارهای عاملی) و ضرایب مسیر را با استفاده از آماره‌تی آزمون می‌نماید. اگر مقدار آماره تی بیش از $1/96$ باشد این امر معنادار بودن تمامی سؤالات و روابط میان متغیرها را در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تأیید قرار می‌دهد (داوری و رضا زاده، ۱۳۹۵: ۱۹۹).

همان‌طور که در شکل (۳) مشاهده می‌شود، معماری دانش بر هویت سازمانی با ضریب $0/424$ و آماره‌تی معادل $2/153$ تأثیر مثبت و معناداری را می‌گذارد (تأیید فرضیه ۱)، تأثیر معماری دانش بر توانمندسازی روان‌شناختی با ضریب $0/472$ و آماره‌تی معادل $6/126$ مثبت و معنی‌دار می‌باشد (تأیید فرضیه ۲)، تأثیر معماری دانش بر سرمایه اجتماعی با ضریب $0/647$ و آماره‌تی معادل $8/711$ (تأیید فرضیه ۳) و تأثیر توانمندسازی روان‌شناختی بر هویت سازمانی با ضریب $0/416$ و آماره‌تی معادل $2/806$ مثبت و معنی‌داری می‌گذارد (تأیید فرضیه ۴) و تأثیر سرمایه اجتماعی بر هویت سازمانی با ضریب $0/465$ و آماره‌تی معادل $2/333$ مثبت و معناداری می‌گذارد (تأیید فرضیه ۵).

طبق مقادیر آماره‌تی، همه بارهای عاملی در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادارند و در اندازه‌گیری متغیرهای خود سهم معناداری را ایفا می‌نمایند. به منظور آزمون نقش میانجی توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی (فرضیه ۶ و ۷) از آزمون سوبل و تعیین شدت تأثیر میانجی را با آماره‌ای به نام VAF^2 استفاده می‌شود که مقادیری بین ۰ تا ۱ اختیار می‌کند. در واقع این مقدار نسبت اثر غیر مستقیم بر اثر کل را می‌سنجد (داوری، رضا زاده، ۱۳۹۵، ص. ۲۱۱).

1. t-value

2. Variance Account For

جدول ۳- آزمون مدل میانجی

نتیجه	VAF	Z-value	S _b	S _a	c	b	a	متغیر مستقل ← متغیر میانجی ← متغیر وابسته
تأیید	۰/۳۲	۱/۹۷	۰/۲۰	۰/۰۷۶	۰/۴۲	۰/۴۲	۰/۴۷	معماری دانش ← توانمندسازی روان‌شناختی ← هویت سازمانی
تأیید	۰/۴۳	۲/۷۹	۰/۱۶	۰/۰۷۰	۰/۴۲	۰/۴۷	۰/۶۵	معماری دانش ← سرمایه اجتماعی ← هویت سازمانی

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، مقدار Z-value حاصل از آزمون سوبل برابر با ۱/۹۷ و ۲/۷۹ است که به دلیل بیشتر بودن از ۱/۹۶، می‌توان اظهار داشت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأثیر متغیر میانجی توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی در رابطه میان معماری دانش بر هویت سازمانی، معنادار است. بنابراین اثر غیرمستقیم مشاهده شده از نظر آماری معنادار بوده و فرضیه ششم و هفتم تأیید می‌شود. در نهایت طبق نتایج ضرایب رگرسیونی و معناداری جدول ۴ و شکل‌های ۲ و ۳ تمامی فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

جدول ۴ - ضرایب رگرسیونی و معناداری مدل

فرضیه	مسیر مستقیم	ضریب مسیر	p-value	عدد معناداری	نتیجه
۱	معماری دانش ← هویت سازمانی	۰/۴۲۴	۰/۰۰۰	۲/۱۵۳	تأیید
۲	معماری دانش ← توانمندسازی روان‌شناختی	۰/۴۷۲	۰/۰۰۰	۵۶/۱۲۶	تأیید
۳	توانمندسازی روان‌شناختی ← هویت سازمانی	۰/۴۱۶	۰/۰۰۰	۲/۸۰۶	تأیید
۴	معماری دانش ← سرمایه اجتماعی	۰/۶۴۷	۰/۰۰۰	۸/۷۱۱	تأیید
۵	سرمایه اجتماعی ← هویت سازمانی	۰/۴۶۵	۰/۰۰۰	۲/۳۳۳	تأیید

با توجه به جدول ۴ نتایج پژوهش، ضرایب مسیرهای بین چهار متغیر اصلی نشان‌دهنده تأیید تأثیر مستقیم و غیرمستقیم (از طریق متغیر میانجی توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی) معماری دانش بر هویت سازمانی است.

۶. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد معماری دانش با میانجی‌گری توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی بر هویت سازمانی کارکنان شهرداری تأثیر مستقیم می‌گذارد. با توجه به اینکه مهم‌ترین و ارزشمندترین سرمایه سازمان، سرمایه انسانی آن است و توجه به این سرمایه گران‌بها بر روند شکست یا موفقیت سازمان تأثیر می‌گذارد، تلاش برای توسعه هویت در کارکنان امر مهمی است که مدیران باید به آن توجه کنند. تفسیر این مطالب نشان می‌دهد توجه به مباحثی از قبیل مشارکت کارکنان سازمان در تصمیم‌گیری، توانمندسازی نیروی انسانی و تفویض اختیار باعث می‌شود کارکنان نسبت به سازمان خود متعهدتر شده و به اهداف و ارزش سازمان پایبند باشد. همچنین هویت سازمانی رابطه مثبتی با بهبود عملکرد دارد و هویت سازمانی تغییرات نامطلوب و مقاصد ترک سازمان را کاهش می‌دهد و توانایی مدیران اجرایی را برای تصمیم‌گیری در مورد مهم‌ترین مسائل سازمان افزایش می‌دهد. در پژوهش رحیمیان و زنجانی (۱۳۹۰) که به بررسی تأثیر عوامل مؤثر فرهنگ سازمانی بر استقرار فرآیندهای مدیریت دانش در معاونت فناوری و برنامه‌ریزی سازمان امور مالیاتی کشور پرداختند، بدین نتیجه دست یافتند که میان فرهنگ سازمانی و استقرار فرآیندهای مدیریت دانش رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد. 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 سازمانی و ادراک کارکنان از گروه را ارتقاء داده و مشارکت فعالانه در سازمان را در پی داشته باشد، زیرا بنا به گفته قلی‌پور و امیری (۱۳۸۸)

عجین شدن با شغل با هویت شغلی در ارتباط است و کارکرد هویت با شکل دهی به مفهوم درگیری در شغل به لحاظ تعریف متجانس بالایی دارد. بنابراین، هویت سازمانی می تواند به تبع خود، هویت سازمانی و در نتیجه عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی را به همراه داشته باشد. بررسی فرا تحلیلی ریکتا (۲۰۰۵) نیز از این یافته حمایت می کند. وی معتقد است هویت سازمانی، به علت ایجاد انگیزه های درونی در افراد می تواند از پیش بینی کننده های فعالیت های فرآینقی و عجین شدن با شغل باشد. همچنین آشفورث (۲۰۰۱) نیز بیان می کند که هویت سازمانی می تواند پیامدهای رفتاری، عاطفی و شناختی را پیش بینی کند (قاسم زاده، ملکی و حبیبی، ۱۳۹۳، ص. ۱۰۰). همچنین باید پذیرفت که توانمندسازی روان شناختی کارکنان در چنین حوزه ها و سازمان هایی که حتی مسئولیت های اجتماعی آنان زیر سایه سود قرار دارد، با توانمندسازی روان شناختی در سازمان های عمومی و دولتی، متفاوت است. سازمان هایی که اهمیت توانمندسازی روان شناختی کارکنان را نادیده می گیرند، با افزایش ریسک مخاطرات پیامدهای منفی تصمیمات، نپذیرفتن قوانین و دستور کارها و از این دسته نمونه ها موجب کاهش رضایت شغل کارکنان می شوند (کانگر و کانگو، ۱۹۹۸). بنابراین، ترویج حس توانمندسازی روان شناختی در کارکنان، کلیدی برای افزایش رضایت شغل و در نهایت بروز هویت سازمانی است. در نهایت، با توجه به تأیید فرضیات پژوهش می توان گفت از آن جا که شهرداری به عنوان یک شرکت خدماتی است، باید برای دانش و شاخص های فرهنگ سازمانی که در پژوهش حاضر مطرح شد، اهمیت ویژه ای قائل شوند و این ویژگی ها را در مدیران و کارکنان سازمان تقویت کنند و آن را امری مهم در سرلوحه برنامه های خود قرار دهند. زیرا این موجب می شود که افراد به کار خود رضایت داشته و در نتیجه به سازمان متعهدتر باشند تا کمتر به ترک سازمان و یافتن شغل جدید اقدام کنند. از این رو، براساس نتایج پژوهش پیشنهادهای زیر بیان می شود:

- پیرو یافته های مطالعه و تأیید تأثیرگذاری مثبت معماری دانش بر هویت سازمانی نگرش مدیران شهرداری به ارتقای دانش کارکنان، احترام به ایده ها و نظرات آنان و

ارائه تکنولوژی برتر می‌تواند به بهبود هویت سازمانی کمک کرده و به دنبال آن پیامدهای مثبت کاری پرسنل را شاهد بود. به عبارت دیگر، از اطلاعات کارکنان جهت تصمیم‌گیری‌های کلان بهره‌گیرند و برای نظرات کارکنان سازمان ارزش قائل شوند. چرا که ادراک کارکنان از ارزش ایده‌هایشان در سازمان محرکی قوی در به‌کارگیری هویت در سازمان است.

- هویت سازمانی امری است که وجود آن دائماً در سازمان احساس می‌شود. بنابراین، باید نهادینه شود و جزء کار و فرهنگ سازمان شود.
- مدیران شهرداری کاری کنند که کارکنان بین خود و سازمان ویژگی‌های مشترک پیدا کنند. وجود اهداف مشترک بین افراد و سازمان می‌تواند حس شباهت بین کارمند و سازمان را در بین کارکنان افزایش دهد.
- مدیران شهرداری بکوشند ابزار و روش‌هایی را بکار گیرند تا حس وفاداری کارکنان را در سازمان ارتقاء دهند. افزایش رضایت در کارکنان می‌تواند باعث شود تا وفاداری ایشان به سازمان افزایش پیدا کند و علاقه مندی کارکنان به شغل و تناسب شغل با توانایی‌های ایشان، وفاداری را افزایش می‌دهد.
- مدیران شهرداری به کارکنان کمک کنند تا خود را عضوی از پیکره سازمان بدانند و عضویت در سازمان برای ایشان افتخار باشد.
- مسئولان سازمانی به دنبال افزایش دانش کارکنان و بهبود آن به منظور توانمند کردن آن‌ها باشند. مدیران به‌صورت ادواری، دوره‌های آموزشی برای کارکنان سازمان برگزار نمایند تا آثار آموزش کارکنان و میزان به‌کارگیری دانش کسب شده برای دستیابی موفقیت سازمان بیشتر گردد. همچنین مدیران به وسیله مشارکت دادن کارکنان از یک سو در تصمیم‌گیری‌های سازمانی کمک نمایند و از سوی دیگر روحیه همکاری و مساعدت را در سازمان گسترش دهند.

- توانمندسازی افراد سازمان از طریق معنا دادن به کار آنها و همچنین درگیر کردن آنها در بخشی از تصمیم‌های سازمانی در راستای افزایش فرهنگ سازمانی بیشتر.

کتابنامه

۱. امیرکبیری، ع. ض و فتحی، ص. (۱۳۸۹). بررسی ارتباط ابعاد توانمندی روان‌شناختی با کارآفرینی درون سازمانی (مورد مطالعه فن آوران اطلاعات تهران)، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت صنعتی، سال ششم، شماره ۱۶.
۲. داوری، ع. و رضازاده، آ. (۱۳۹۵). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS، انتشارات جهاد دانشگاهی.
۳. ساجدی، ف. و امیدواری، ا. (۱۳۸۶). توانمندسازی کارکنان و سازمان‌های امروزی، مجله تدبیر، شماره ۱۸۱.
۴. سلیمانی، ا؛ آهنچیان، م. ر و اصغری‌پور، ا. ر. (۱۳۹۲). نقش هویت در پیش بینی رفتار شهروندی سازمانی در دانشگاه علوم رضوی و دانشگاه خیام مشهد، مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال دهم، شماره دوم، صص ۱۲۷-۱۴۷.
۵. قاسم‌زاده، ا، ملکی، ش و حبیبی، ح. (۱۳۹۳). نقش هویت تیمی و هویت سازمانی بر عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی، فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، ۲(۴)، ۸۹-۱۰۵.
۶. کردنائیج، ا؛ مشبکی، ا؛ فانی، ع. ا و خانعلیزاده، ر. (۱۳۸۹). رابطه بین توانمندسازی و یادگیری سازمانی (مورد مطالعه: دانشگاه تربیت مدرس)، پژوهشنامه مدیریت تحول، سال دوم، شماره سوم.
۷. مشبکی، ا. (۱۳۸۰). مدیریت رفتار سازمانی، تهران: انتشارات ترمه.
۸. موغلی، ع. ض؛ حسن‌پور، ا؛ حسن‌پور، م. (۱۳۸۸). بررسی ارتباط بین توانمندسازی و تعهدسازمانی کارکنان در مناطق نوزده‌گانه سازمان آموزش و پرورش تهران، نشریه مدیریت دولتی، دوره اول، شماره دوم.

9. Acquah, M. (2007). Managerial social capital, strategic orientation, and organizational performance in an emerging economy. *Strategic Management Journal*, 28(12), 1235-1255.

10. Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
11. Amirkhani, A., Tajmiriahi, J., & Mohammad, M. (2012). Assessing the effectiveness of knowledge management in empowering and development of human resources: A case study on Ati Luleh Sepahan Company. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(12), 131-147.
12. Bartels, J., Douwes, R., De Jong, M., & Pruyn, A. (2006). Organizational identification during a merger: Determinants of employees' expected identification with the new organization. *British Journal of Management*, 17(1), 49-67.
13. Bebbington, A., Woolcock, M., Guggenheim, S. E., & Olson, E. (Eds.). (2006). *The search for empowerment: Social capital as idea and practice at the world bank*. Virginia, VA: Kumarian Press.
14. Belliveau, M. A., O'Reilly III, C. A., & Wade, J. B. (1996). Social capital at the top: Effects of social similarity and status on CEO compensation. *Academy of Management Journal*, 39(6), 1568-1593.
15. Blair, J. P., & Carroll, M. C. (2008). Social capital. *Economic Development Journal*, 7(3), 42-49.
16. Boschma, R. (2005). Role of proximity in interaction and performance: Conceptual and empirical challenges. *Regional Studies*, 39(1), 41-45.
17. Bowen, D. E., & Lawler E. E. (1992). The empowerment of service workers: What, why, how, and when. *Sloan Management Review*, 33(3), 31-40.
18. Burt, R. S. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Massachusetts, MA: Harvard University Press.
19. Chamlee-Wright, E. (2008). The structure of social capital: An Austrian perspective on its nature and development. *Review of Political Economy*, 20(1), 41-58.
20. Chatterjee, J. (2002, July). *Knowledge Based Strategies & Research Directions in India. Paper presented at the Kware Conference. Kanpur, India.*
21. Chay, Y. W., Menkhoff, T., Loh, B., & Evers, H. D. (2010). What makes knowledge sharing in organizations tick? A n empirical study. In T. Menkhoff, H. Evers, & Y. W. Chay (Eds.), *Governing and managing knowledge in Asia* (pp. 301-326). Singapore, Malaysia: World Scientific.
22. Chevron, J. S. (2001, May). *Developing an integrated enterprise-wide knowledge architecture*. Paper presented at the APQC conference of Next Generation KM, APQC, Houston, TX: pp. 1-20.
23. 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(5), 585-605.
24. Conger, J. A., & Kanungo, R. N. (1988). The empowerment process: Integrating theory and practice. *Academy of Management Review*, 13(3), 471-482.
 25. Cunningham, I. (2002). Developing human and social capital in organisations. *Industrial and Commercial Training*, 34(3), 89-94.
 26. Curry, B. K. (2003). Organizational flux and its destabilizing influence on employee identity. *Management Decision*, 41(6), 558-569.
 27. Dukerich, J. M., Golden, B. R., & Shortell, S. M. (2002). Beauty is in the eye of the beholder: The impact of organizational identification, identity, and image on the cooperative behaviors of physicians. *Administrative Science Quarterly*, 47(3), 507-533.
 28. Empson, L. (2004). Organizational identity change: Managerial regulation and member identification in an accounting firm acquisition. *Accounting, Organizations and Society*, 29(8), 759-781.
 29. Erstad, M. (1997). Empowerment and organizational change. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(7), 325-333.
 30. Evers, H. D. (2008, March). *Knowledge hubs and knowledge clusters: Designing a knowledge architecture for development*. Paper presented at the conference of Knowledge Architecture for Development: Challenges ahead for Asian Business and Governance, Singapore, SMU.
 31. Foy, N. (1997). *Empowering people at work*. England, Aldershot: Gower.
 32. Franke, S. (2005). *Measurement of social capital: Reference document for public policy research, development and evaluation*. Retrived from <http://publications.gc.ca/collections/Collection/PH4-27-2005E.pdf>
 33. Gabbay, S. M., & Zuckerman, E. W. (1998). Social capital and opportunity in corporate R&D: The contingent effect of contact density on mobility expectations. *Social Science Research*, 27(2), 189-217.
 34. Gordon, R. J. (1993). *Organizational behavior*. Massachusetts, MA: Ally & Bacon.
 35. Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 347-367.
 36. Greve, A., Benassi, M., & Sti, A. D. (2010). Exploring the contributions of human and social capital to productivity. *International Review of Sociology*, 20(1), 35-58.
 37. Grootaert, C., Narayan, D., Jones, V. N., & Woolcock, M. (2004). *Measuring social capital: An integrated questionnaire*. Washington, DC: The World Bank .
 38. Hatch, M. J., & Schultz, M. (2002). The dynamics of organizational identity. *Human Relations*, 55(8), 989-1018.

39. Hedlund, G. (1994). A model of knowledge management and the N-form corporation. *Strategic Management Journal*, 15(2), 73-90.
40. Holm, J., Olla, P., Moura, D., & Warhaut, M. (2006). Creating architectural approaches to knowledge management: an example from the space industry. *Journal of Knowledge Management*, 10(2), 36-51.
41. Hooghe, M., & Stolle, D. (Eds.). (2003). *Generating social capital: Civil society and institutions in comparative perspective*. New York, NY: Springer.
42. Kritsotakis, G., Koutis, A. D., Alegakis, A. K., & Philalithis, A. E. (2008). Development of the social capital questionnaire in Greece. *Research in Nursing and Health*, 31(3), 217-225.
43. Lawler, E. E. (1994). Total quality management and employee involvement: Are they compatible?. *Academy of Management Perspectives*, 8(1), 68-76.
44. Lin, N., & Dumin, M. (1986). Access to occupations through social ties. *Social Networks*, 8(4), 365-385.
45. Lin, N., Ensel, W. M., & Vaughn, J. C. (1981). Social resources and strength of ties: Structural factors in occupational status attainment. *American Sociological Review*, 46(4), 393-405.
46. López, E., & Olivia, C. (2003). *Social capital and government in the production of public goods*. Retrieved from <http://pareto.uab.es/wp/2003/58003.pdf>
47. Mael, F. A., & Ashforth, B. E. (1995). Loyal from day one: Biodata, organizational identification, and turnover among newcomers. *Personnel Psychology*, 48(2), 309-333.
48. Putnam, R. D. (2000). *Democracies in flux: The evolution of social capital in contemporary society*. Oxford, England: Oxford University Press.
49. Puusa, A. (2006). Conducting research on organizational identity. *EJBO-Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 11(2), 24-28.
50. Quinn, R. E., & Spreitzer, G. M. (1997). The road to empowerment: Seven questions every leader should consider. *Organizational Dynamics*, 26(2), 37-49.
51. Roy, Y. J. C., & Sheena, S. (2005). Empowerment through choice? A critical analysis of the effects of choice in organizations. *Research in Organizational Behaviors*, 27(2), 41-79.
52. Skrabski, Á., Kopp, M., & Kawachi, I. (2004). Social capital and collective efficacy in Hungary: Cross sectional associations with middle aged female and male mortality rates. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 58(4), 340-345.
53. Snyman, R., & Kruger, C. J. (2004). The interdependency between strategic management and strategic knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 8(1), 5-19.

54. Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442-1465.
55. Tam, S. (1999). Routes to intellectual capital formation: The genesis and development of wealth creating knowledge in the entrepreneurial minds. In S. Kwiatkowski, & L. Edvinsson (Eds.), *Knowledge café for intellectual entrepreneurship* (pp. 125-127). Warszawa: Poland: Leon Kozminski Academy of Entrepreneurship and Management.
56. Tang, A., Han, J., & Chen, P. (2004). A comparative analysis of architecture frameworks. In B. Werner (Ed.), *Proceedings of the 11th Asia-Pacific Software Engineering Conference* (pp. 640-647). Washington, DC: IEEE Computer Society.
57. Tekel, S. (2007, October). *Social capital and commercial organizations*. Paper presented at the International Congress on Social Capital and Networks of Trust, University of Jyväskylä, Finland.
58. Thomas, K. W., & Velthouse, B. A. (1990). Cognitive elements of empowerment: An interpretive model of intrinsic task motivation. *Academy of Management Review*, 15(4), 666-681.
59. Wah, C. Y., Menkhoff, T., Loh, B., & Evers, H. D. (2007). Social capital and knowledge sharing in knowledge-based organizations: An empirical study. *International Journal of Knowledge Management (IJKM)*, 3(1), 29-48.
60. Wallis, J., Killerby, P., & Dollery, B. (2004). Social economics and social capital. *International Journal of Social Economics*, 31(3), 239-258.
61. Weitzman, E. R., & Chen, Y. Y. (2005). Risk modifying effect of social capital on measures of heavy alcohol consumption, alcohol abuse, harms, and secondhand effects: national survey findings. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 59(4), 303-309.
62. Wetten, D. A., & Cameron, K. S. (1998). *Developing management skills*. Boston, MA: Addison-Wesley.
63. Whetten, D. A., & Cameron, K. S. (2011). *Developing management skills*. New York, NY: Prentice Hall.
64. Wickramasinghe, N. (2003). Do we practise what we preach? Are knowledge management systems in practice truly reflective of knowledge management systems in theory?. *Business Process Management Journal*, 9(3), 295-316.