

طراحی سنجه اندازه‌گیری بی‌تفاوتی سازمانی: پژوهش ترکیبی

تاریخ دریافت: ۸۹/۶/۱۸

تاریخ پذیرش: ۸۹/۹/۱۳

حسن دانایی‌فرد*

علیرضا حسن‌زاده**

نورا سالاریه***

چکیده

یکی از دغدغه‌های اصلی مدیران، برانگیختن کارکنان به‌عنوان سرمایه‌های استراتژیک سازمان است. سازمان‌های سالم به‌طور خودکار انگیزش‌آورند. عوامل متعددی بر انگیزش‌زایی سازمانی مؤثرند. بیتوجهی رفتار جان‌سوزی است که اگر بر روح و جسم سازمان چنگ بیندازد، سازمان دچار عقب‌ماندگی ذهنی و جسمی مزمن خواهد شد. هدف غایی این پژوهش طراحی نوعی سنجه برای اندازه‌گیری بی‌تفاوتی سازمانی است. برای طراحی چنین سنجه‌ای، استراتژی پژوهش ترکیبی اکتشافی متوالی استفاده شده است. بر این اساس، ابتدا بر اساس یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های بی‌تفاوتی تعیین شد (پژوهش کیفی) و در مرحله دوم برای تعیین روایی سازه همبستگی سنجه بی‌تفاوتی با سه سنجه استاندارد تعهد سازمانی، ترک شغل و هویت سازمانی محاسبه شد. نتیجه حاصل نوعی سنجه (پرسش‌نامه) روا برای اندازه‌گیری بی‌تفاوتی در سازمان‌هاست.

واژگان کلیدی

بی‌تفاوتی، بی‌تفاوتی سازمانی، پژوهش ترکیبی، مصاحبه اکتشافی

hdanaee@modares.ac.ir

Hasanzadeh.alireza@gmail.com

nora_salarieh@yahoo.com

* دانشیار دانشگاه تربیت مدرس

** استادیار دانشگاه تربیت مدرس

*** کارشناس ارشد مدیریت دولتی (نویسنده مسئول)

مقدمه

سازمان محملی است که از قبال آن کوشش‌های گروهی انسان‌ها برای تحقق اهداف معینی هماهنگ می‌کنند. در واقع، سازمان‌ها تحقق اهدافی را بر عهده دارند که از حیثه و ظرفیت و توان فردی خارج و اجرای آن تشکل جمعی و تلاش گروهی را می‌طلبد. بر این اساس، سازمان را متشکل از دو بدنه اصلی می‌دانند:

۱- بدنه یا نیمه انسانی سازمان؛ در کالبدشکافی سازمان این بخش دربرگیرنده انسان‌هایی است که کارگزاری امور مختلف سازمان را در ظرفیت‌های گوناگون مانند مدیر، متخصص، کارمند و کارگر... به عهده دارند.

۲- نیمه مادی سازمان؛ این بخش از عناصر مختلفی تشکیل شده است که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: ساختمان و فضا، تجهیزات و دستگاه‌ها، مواد اولیه، امکانات پولی و مالی و اطلاعات.

نسبت‌های این اجزا تابع متغیرهایی اساسی و اصلی همچون «عملیات سازمان»، «هدف سازمان» و «محیط سازمان» می‌باشد. به‌رغم اهمیت بدنه مادی سازمان و نقش آن در تحقق اهداف سازمانی، اگر به هر دلیل عوامل انسانی درون هر سازمان انگیزه و رغبت کافی برای کار و فعالیت و تشریک مساعی برای رسیدن به اهداف را نداشته باشند، سازمان پویایی اصلی و اساس خود را از دست خواهد داد (زواره، ۱۳۷۴، ص ۶۸). یکی از پیامدهای بی‌تفاوتی به نیروی انسانی، ایجاد پدیده‌ای به نام «بی‌تفاوتی در سازمان» است. در این مقاله، پس از تعیین ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های اصلی بی‌تفاوتی سازمانی از طریق پژوهش کیفی، سنجه «بی‌تفاوتی سازمانی» تدوین شده است و سپس برای تعیین روایی سازه، همبستگی این سنجه با سه معیار مطمئن دیگر، محاسبه شده است. نتیجه، حاصل نوعی پرسش‌نامه است که می‌توان بر اساس آن بی‌تفاوتی سازمانی را اندازه‌گیری کرد.

۱. بیان مسئله

کندکاری کارکنان سازمان‌ها در ایران گریبانگیر تعدادی از سازمان‌های دولتی و بعضی از سازمان‌های خصوصی و غیردولتی است. سکوت و دلسردی کارکنان به سرنوشت و

برنامه‌های سازمان و درک و تفاهم مؤثر بین کارکنان و مدیریت زنگ خطری برای کاهش عملکرد سازمانی است که در سطح کلان‌تر به کل جامعه آسیب می‌رساند. یکی از دلایل کندکاری، بی‌تفاوتی سازمانی است. در واقع، روح بی‌تفاوتی در رفتار کارکنان، انگیزه کار و تلاش را از آن‌ها می‌گیرد و در پی کارکنان بی‌تفاوت، سازمان بی‌تفاوت شکل می‌گیرد (Keefe, 2003, p27). رفع این بی‌تفاوتی می‌تواند مسئله کندکاری را حل کند.

۲. نگاهی به مبانی نظری پدیده بی‌تفاوتی

بی‌تفاوتی هنگامی به وجود می‌آید که شخص پس از ناکامی طولانی امید تحقق هدف یا هدف‌های خود را در وضعیتی به‌خصوص از دست می‌دهد و می‌خواهد از منشأ ناکامی خود کناره‌گیری کند. این پدیده ویژگی افرادی است که به کارهای تکراری و کسل‌کننده اشتغال دارند و در کار خود اغلب به این واقعیت تسلیم می‌شوند که در محیط کار خود چندان امیدی به بهبودی و پیشرفت وجود ندارد. هر مدیر باید به خاطر داشته باشد که پرخاشگری، دلیل تراشی و بی‌تفاوتی، همگی عوارض عجز و ناکامی هستند و می‌توانند بر وجود مشکلات دلالت داشته باشند (رضائیان، ۱۳۷۹، ص ۱۰۰).

حیطه بی‌تفاوتی در سازمان رفتار فردی را توصیف می‌کند که به‌صورت ماشینی‌وار و بدون به‌کاربردن نبوغ و خلاقیت خود دستاوردهای سازمانی را بی‌چون‌وچرا انجام می‌دهد. طبعاً چنین پذیرش دستوری که به دور از هر گونه علاقه باشد، ممکن است در ظاهر باعث حفظ نظم سازمانی شود؛ ولی کارمند را به تلاش، پذیرش مسئولیت‌ها یا نشان‌دادن ابتکار تشویق نمی‌کند. نمود حیطه‌های بی‌تفاوتی در افراد سازمانی کاربرد عبارت «مأمور و معذور» می‌باشد. با چنین واکنشی از طرف فردی که یاریگر سازمان خوانده می‌شود؛ معلوم می‌شود که او از خود ابتکار عمل و جوششی ندارد و آنچه به‌عنوان عملکرد سازمانی از او مشاهده می‌شود، اجرای صرف دستورهای مدیران است. گاهی افراد اعتراض خود را به دستورها به‌صورت اعتراضات و اعتصابات که آشکارترین نوع بیان نارضایتی است، بروز می‌دهند و گاه غیبت زیاد بیانگر این امر است. ولی آنچه باعث تسلیم‌شدن و بی‌تفاوتی افراد می‌شود، نارضایتی عمیق و به مدت طولانی است (گیزلا، ۱۳۷۸، ص ۱۳۶). در سازمان‌ها، با نوعی چرخه کاری مواجه

هستیم. هنگامی که افراد شغل تازه‌ای اختیار می‌کنند یا در سازمان ارتقا پیدا می‌کنند، با موقعیتی پر از شور و انگیزه مواجه می‌شوند. آن‌ها درباره‌ی کسانی که قرار است با آن‌ها کار کنند یا اهدافی که قرار است محقق سازند، هیجان‌زده هستند؛ احساس می‌کنند به آن‌ها شانس داده شده که نقشی بسیار مهم را بر عهده گیرند. مسئله‌ای که بعد از این مرحله روی می‌دهد، آن است که طرز فکر آن‌ها آرام‌آرام تغییر می‌کند و شور و انگیزه آن‌ها به تدریج جای خود را به بی‌تفاوتی سازمانی می‌دهد (Keefe, 2006, p14). در این حالت، کارکنان به موفقیت‌های آن سازمان بی‌توجه هستند؛ فقط برای حقوق کار می‌کنند و سطح کاری آن‌ها در اندازه‌ای است که مانع از اخراج شدن آن‌ها شود (Keefe, 2003, 27).

علائمی که می‌توان برای فرد بی‌توجه در نظر گرفت عبارت است از:

- ۱- فرد شخصیت خود را از دست می‌دهد و به هنگام واکنش در برابر دیگران، از نظر شخصیتی وجهه منفی به خود می‌گیرد.
- ۲- کار انجام شده را معرف خود نمی‌داند.
- ۳- از نظر جسمی، فیزیکی، ذهنی و احساسی تهی می‌شود (رابینز، ۱۳۷۴، صص ۱۰۳۸-۱۰۳۹).

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش بر اساس شیوه‌های ترکیبی نوعی استراتژی پژوهشی یا روش‌شناسی برای گردآوری، تحلیل و ترکیب داده‌های کمی و کیفی است که برای فهم مسائل پژوهشی در زمان اجرای هر پژوهش استفاده می‌شود (Creswell, 2003). همان‌طور که از نام استراتژی پژوهشی شیوه‌های ترکیبی پیداست، این استراتژی درباره‌ی پژوهش‌هایی صادق است که در آن پژوهشگر هم داده‌های کیفی و هم داده‌های کمی را گردآوری می‌نماید. داده‌های کیفی متشکل از اطلاعاتی است که بدون اتکا به ابزارهای ازپیش‌تعیین‌شده، مانند پرسش‌نامه و با استفاده از ابزارهایی نظیر مشاهده بی‌ساختار، مصاحبه و شیوه کیفی، گردآوری می‌شوند؛ درحالی‌که داده‌های کمی شامل اطلاعاتی است که در آن پژوهشگر پیشاپیش طیفی از پاسخ‌ها را تعیین و از پاسخ‌دهنده

می‌خواهد که صرفاً پاسخ‌های مناسب را علامت زند. واژه ترکیب^۱ در تعریف، اشاره به این نکته دارد که برخی از شکل‌های ترکیب یا تلفیق داده‌ها در مقایسه با گردآوری صرف داده‌های کمی و کیفی یا گردآوری هر دو داده و ایجاد پیوند جعلی بین آن‌ها نقش بیشتری در یافتن پاسخ‌های مناسب‌تر به مسئله ایفا می‌کند. این حالت را می‌توان در روشی ترکیبی ملاحظه کرد. در روش‌های ترکیبی، نخست پژوهشگران می‌توانند داده‌های کمی و کیفی را گردآوری و سپس با ترکیب، یکپارچه‌سازی و مقایسه دو مجموعه داده، آن‌ها را هم‌گرا کنند. این یکپارچگی به خلاقیت نیاز دارد؛ زیرا مستلزم ادغام داده‌های عددی با داده‌های متنی است. یکپارچه‌سازی وقتی می‌تواند رخ دهد که پژوهشگران ابتدا داده‌های کیفی را برای اجرای کدگذاری تحلیل می‌کنند و سپس کدها را به عدد تبدیل می‌نمایند. پژوهشگران سپس این اعداد را با نوعی برنامه آماری یا استنباطی متناسب می‌کنند و نتایج مدنظر را به دست می‌آورند. (دانایی‌فرد، ۱۳۸۶، ص ۳۷). استراتژی این پژوهش ترکیبی اکتشافی است. ابتدا پژوهش کیفی و سپس بر اساس داده‌های کیفی نوعی روش کمی انجام می‌شود.

۴. دلایل شکل‌گیری پژوهش‌های ترکیبی

در ادبیات پارادایم، اصطلاحی تحت عنوان هم‌سنگی یا هم‌سنخی^۲ مبانی صاحب‌نظران مطرح شده است که اشاره به این نکته دارد که آیا پارادایم‌ها می‌توانند با هم دوست شوند یا این که صرفاً با هم رقیب هستند. برخی از اندیشمندان مدعی شدند که چون هستی‌شناسی پارادایم‌ها با هم متفاوت هستند، سازش بین آن‌ها محال است. برخی دیگر با استدلال‌هایی مدعی شدند که می‌توان از منظر پارادایم‌های مختلف به پدیده‌ای نگاه کرد و دانش تولیدی را ترکیب کرد. با طرح مستمر این مباحث، مقوله‌ای تحت عنوان کثرت‌رایی مطرح شد که اشاره دارد به مشاهده هر پدیده از منظرهای مختلف. طرح این موضوع در پژوهش اجتماعی و سازمانی اشاره به این نکته داشت که بررسی هر پدیده سازمانی یا اجتماعی از زوایای مختلف به زاویه‌ای خاص مفیدتر خواهد بود. بر این اساس، تقسیم‌بندی مختلفی از کثرت‌گرایی به شرح زیر بیان شد:

۱- کثرت‌گرایی در معیارهای پژوهش؛^۳ پژوهشگر برای بررسی هر پدیده، مشابه از

چند معیار استفاده می‌کند.

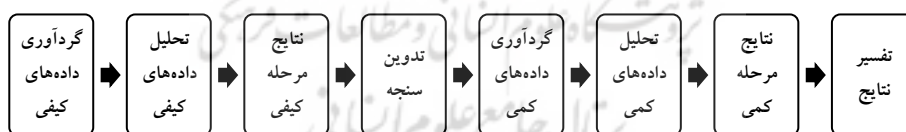
۲- کثرت‌گرایی در مشاهده‌گر؛^۵ چندین مشاهده‌گر یا چندین پژوهشگر هم‌زمان یا به صورت متوالی به مشاهده یا بررسی پدیده‌ای می‌پردازند.

۳- کثرت‌گرایی در نظریه؛^۶ برای مثال، برای بررسی پدیده بی‌اعتمادی به سازمان‌های دولتی، پژوهشگر بر اساس چارچوب نظری، با نگاهی جامعه‌شناسانه و با نگاه مدیریت دولتی در باب بی‌اعتمادی به دولت می‌پردازند. پژوهشگر در حالت نخست از منظر جامعه‌شناسی و در حالت دوم از منظر مدیریت دولتی به مطالعه بی‌اعتمادی می‌پردازند. این امر امکان ترکیب خلاقانه یا شکل‌دهی ایده‌های جدید را میسر می‌سازد.

۴- کثرت‌گرایی در شیوه؛^۶ به معنای ترکیب شیوه‌ها در درون یک یا دو یا چند پارادایم است (دانایی فرد، ۱۳۸۶، ص ۴۳).

۵. استفاده از پژوهش ترکیبی اکتشافی

در طرح پژوهشی اکتشافی، ابتدا داده‌های کیفی و سپس داده‌های کمی گردآوری و تحلیل می‌شوند (نمودار ۱). بنابراین، ابتدا پدیده موشکافی می‌شود و سپس برای تعیین روابط داده‌های کیفی از داده‌های کمی استفاده می‌شود. در واقع، داده‌های کیفی، داده‌های کمی را می‌سازند.



نمودار ۱. طرح پژوهش

پس در این طرح پژوهشی:

- پژوهشگر بر داده‌های کیفی به جای داده‌های کمی تأکید می‌کند.
- توالی گردآوری داده‌ها به ترتیب، داده‌های کیفی و سپس کمی است.
- برای تعیین یافته‌های کیفی، پژوهشگر به داده‌های کمی متوسل می‌شود.

مزیت این طرح پژوهشی آن است که ابتدا پدیده در دست بررسی را به نحوی کامل موشکافی می‌کند، ابعاد و مؤلفه‌های تشکیل دهنده پدیده را به دست می‌آورد. پژوهشگر با گوش دادن به آزمودنی‌ها ابعاد را مشخص می‌کند (دانایی‌فرد، ۱۳۸۶، ص ۵۵).

۶. مرحله اول پژوهش؛ پژوهش کیفی

در روش تحقیق کیفی برای دیدگاه‌های افراد تحقیق شده ارزش قائل می‌شوند و می‌کوشند تا از دیدگاه‌های آنان آگاه گردند؛ ضمن آنکه پژوهشگر و افراد تحقیق شده با هم رابطه متقابل برقرار می‌کنند. در این روش، برای جمع‌آوری داده‌های اصلی به گفته‌ها و رفتارهای مشاهده‌کردنی افراد، تکیه می‌کنند (پارسائیان و اعرابی، ۱۳۷۷، ص ۷). در این بخش، از مصاحبه اکتشافی استفاده نمودیم. برای مصاحبه در این مرحله، چارچوبی تدوین شد که در آن موضوعاتی را دربر می‌گرفت که باید در باب آن‌ها پرسش‌هایی مطرح می‌شد. در این چارچوب، در نظر گرفتیم که پس از معرفی خود و بیان علت انجام مصاحبه، تعریفی کلی از بی‌تفاوتی به عمل آید. سپس از مصاحبه‌شونده پرسیده می‌شد که آیا در اطراف خود (میان همکاران و دوستان) این پدیده را مشاهده کرده یا اینکه با احتیاط پرسیده می‌شد که آیا خود او این حالت را تجربه کرده است. در واقع، با زمینه‌سازی مناسب، مصاحبه را آغاز کردیم. در طول مصاحبه نیز تلاش کردیم، مصاحبه‌شونده را در راستای بیان ابعاد بی‌تفاوتی سوق دهیم. برای اینکه از مناسب بودن، میزان ارزیابی ابعاد بی‌تفاوتی سازمانی اطمینان حاصل کنیم، صرف‌نظر از سطح سازمانی و صنعتی، اعضای مختلف چندین سازمان گوناگون در سطوح مختلف را در مطالعه، شرکت دادیم. ۱۸ زن و ۱۴ مرد به نمایندگی از اعضای سازمان و شغل‌های گوناگون در مصاحبه شرکت کردند. در واقع، این مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه یافت که پژوهشگر احساس کرد، داده‌ها تکراری شده و به حد اشباع رسیده است. در این مصاحبه، افرادی با دوره فعالیت ۷ ماه تا ۲۹ سال سابقه کاری حضور داشتند. این افراد از بین شاغلان در مؤسسه تحقیقاتی، شرکت تبلیغاتی، مدرسه، سازمان‌های دولتی و کارمندان دانشگاه انتخاب شده‌اند. در جدول ۱ فهرست مصاحبه‌شوندگان به تفکیک جنس و تحصیلات و حرفه بیان شده است.

جدول ۱. مصاحبه‌شوندگان به تفکیک جنس و تحصیلات و حرفه

مرد	زن
دیپلم - مدیر خدمات	دیپلم - متصدی امور اداری
دیپلم - تدارکات	دیپلم - کارمند بخش خدمات
دیپلم - کارشناس مالی	دیپلم - کارمند دبیرخانه
لیسانس - عامل ذی حساب	دیپلم - رئیس دبیر خانه
لیسانس - کارشناس ارشد مالی	فوق دیپلم - منشی
لیسانس - کارشناس مالی	فوق دیپلم - دبیر
لیسانس - معاونت مهندسی و مجری طرح	دیپلم - رئیس گروه نظارت
لیسانس - رئیس امور اداری	لیسانس - کارشناس مالی
فوق لیسانس - رئیس امور پژوهش	لیسانس - معاون مدرسه
فوق لیسانس - کارشناس ارشد مالی	لیسانس - مدیر مدرسه
فوق لیسانس - کارشناس ارشد مالی	لیسانس - دبیر
فوق لیسانس - رئیس گروه نظارت بر ارز	لیسانس - کارمند بخش صدور قبض
فوق لیسانس - مدیر تأمین دفتر منابع	لیسانس - سرپرست واحد طراحی
دکتر - پزشک کشیک	لیسانس - کارمند بخش تبلیغات
	لیسانس - کارمند بخش تبلیغات
	لیسانس - کارمند بخش تبلیغات
	لیسانس - کارمند بخش پشتیبانی
	دکتر - استاد دانشگاه

۱-۶. تحلیل داده‌های کیفی

رویکردهای مختلفی برای تحلیل داده‌ها وجود دارد. رویکرد ما در تحلیل داده‌های پژوهش، رویکرد ویرایشی است. رویکرد ویرایشی^۷ در سنت فلسفی پدیده‌شناسی ریشه دارد که در پی درک تجارب جهان زندگی فردی است. پدیدارشناسی گوهر اصلی هر پدیده را از میان تجارب متفاوت افراد با آن پدیده بیرون می‌کشد و بر کشف گوهر خود پدیده تمرکز دارد (Boon, Johnston, Webber; 2007, p210). در این نوع سبک،

مفسر مانند ویرایشگری که در پی بخش‌های معنادار، کم و زیاد کردن کلمات یا جملات، حذف کلمات غیرضروری در متن است، وارد متن می‌شود (Miller, Crabtree, 1992). برای استخراج مفاهیم از میان حجم انبوه اطلاعاتی که در طول مصاحبه به دست می‌آید، عمل کدگذاری انجام می‌گیرد. کوربین و استراوس (۱۹۹۸، صص ۶۸-۶۵) کدگذاری را نوعی تحلیل عمیق^۱ می‌دانند که در آن داده‌ها، کلمه‌به‌کلمه بررسی می‌شوند و درنهایت، کدها از لابه‌لای واژه‌ها یا عبارت‌ها خارج می‌شوند. در این مقاله، از «کدگذاری اولیه و ثانویه» برای شکل‌گیری مفاهیم و مقوله‌ها استفاده نمودیم. در پی آن، مضامین سازنده «بی‌تفاوتی سازمانی» احصا شده است.

۲-۶. کدگذاری اولیه

برای کدگذاری اولیه باید داده‌ها را کلمه‌به‌کلمه و خط‌به‌خط بازبینی کرد. نسخه اولیه هر مصاحبه انبوهی از داده‌ها را به همراه دارد که باید مطالعه شوند تا از میان آن‌ها مضامین پژوهش استخراج شوند. این عنوان‌ها را باید به صورت عبارت کوتاه درآورد. کلمات و عبارت‌های مشابهی ممکن است در طول مصاحبه تکرار شوند. باید تمامی آن‌ها را در نظر گرفت و عبارت‌های مشترک را در گروهی قرار داد. این عمل را «کدگذاری» و عبارت کوتاه را «کد» می‌گویند (Allen, 2003, p1). جدول ۲ نمونه‌ای از کدگذاری‌های اولیه‌ای است که بر روی داده‌های مصاحبه انجام گرفته است:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

جدول ۲. کدگذاری اولیه

کد اولیه	نکات کلیدی مصاحبه
• شوق و انگیزه بالا در نیروی تازه وارد	• اوایل که سر کار آمدم، شاد و سر حال بودم؛
• توجه به محیط اطراف	• به محیط اطرافم خیلی توجه می کردم؛
• اهمیت توجه به کارکنان	• اما کم کم فهمیدم، هر کاری هم بکنم، برای مدیر اهمیت ندارد.
• بدبینی به مدیر	• من هم کم کم منزوی شدم؛
• بروز حالت بی توجهی در فرد	• دیگر آن شور و شوق را ندارم.
• ازدست دادن انگیزه	• اوایل همه جا را مرتب نگه می داشتم؛ به خصوص قفسه فایل ها را.
• توجه به نظم و ترتیب در محیط کار	• الان دیگر برای من مهم نیست هر جوری باشد.
• بی توجهی در رفتار	• با اجبار کار می کنم.
• ازدست دادن انگیزه	• با اکراه جواب ارباب رجوع را می دهم.
• بی اهمیتی به ارباب رجوع	• روزهایی هم ممکن است اکراه به پرخاش تبدیل شود
• رفتار نامناسب با ارباب رجوع	• یا اصلاً تلفن را برندارم.
• در اولویت ندانستن ارباب رجوع	• به کار من هیچ بهایی داده نمی شود.
• بی ارزش دانستن ارباب رجوع	• من باشم و نباشم کار انجام می شود.
• اهمیت ندادن به کار کارمند	• من هم برای این که خودم را خالی کنم، تلفن را برمی دارم و با دوستم حرف می زنم.
• سرخوردگی از کار	• سازمان کلاس آموزشی می گذارد که هیچ ربطی به کار من ندارد.
• حس انتقام جویی در کارمند	• اما من شرکت می کنم برای اینکه در سازمان نباشم.
• بی توجهی به هزینه های سازمان	• در نظرسنجی آخر دوره هم الکی نظر می دهم.
• بی ارتباطی دوره های آموزشی با کار فرد	• خیلی خوب بود تا باز بگذارند
• بی مسئولیتی در قبال سازمان	
• تلاش برای ترک سازمان	
• استفاده از دروغ های مصلحتی	
• بی توجهی به هدر رفتن منابع سازمان	

۳-۶. احصای مضامین

پس از گردآوری نکات کلیدی و مفاهیم، اطلاعات دسته بندی شده در قالب جدول نتایج کدگذاری (جدول ۳) بر اساس مفهوم، بعد، مؤلفه و شاخص ارائه شده است:

جدول ۳. نتایج کدگذاری

مفهوم	بعد	مؤلفه	شاخص
بی‌تفاوتی سازمانی	۱- بی‌تفاوتی به مدیر	- به صورت فرار از پاسخگویی	- با پنهان نگه‌داشتن توانمندی‌ها - با توسل به دروغ‌های مصلحتی - با به تعویق انداختن کار مدیر
		- به صورت همراهی نکردن با مدیر	- با بهانه‌تراشی - با اهمیت‌ندادن به جلسات - با خودداری از اظهار نظر در جلسات - با در ابهام نگه‌داشتن مدیر
		- به صورت رفتار نامناسب با مدیر	- با پرهیز از رودررو شدن با مدیر - با حرف‌زدن پشت سر مدیر - با رفتار سرد و کاملاً رسمی با مدیر
	۲- بی‌تفاوتی به سازمان	- به صورت کاهش مسئولیت‌پذیری فردی	- با انجام امور شخصی در ساعات اداری - با انجام کار غیر از حوزه فعالیت سازمانی در ساعات اداری
		- به صورت افزایش بی‌دلیل هزینه‌های سازمانی	- با استفاده شخصی از امکانات سازمانی - با بی‌تفاوتی به حفظ و نگهداری اموال سازمان
		- به صورت تلاش برای ترک محل کار	- با افزایش میزان مرخصی ساعتی - با افزایش غیبت
	۳- بی‌تفاوتی به ارباب رجوع	- به صورت در اولویت ندانستن ارباب رجوع	- با محدود کردن خدمات به زمان معین - عدم پاسخگویی تلفنی به ارباب رجوع
		- به صورت سردرگم کردن عمدی ارباب رجوع	- با مدارک غیرمرتبط به کار خواستن - با به تعویق‌انداختن بی‌دلیل کار ارباب رجوع
		- با رفتار نامناسب با ارباب رجوع	- با اکراه جواب دادن ارباب رجوع - رفتار تند با ارباب رجوع
	۴- بی‌تفاوتی به همکاران	- به صورت کاهش همکاری با همکاران	- با همراهی نکردن در کارهای گروهی - با ایجاد بدبینی به سایرین و محیط اطراف
		- به صورت رفتار نامناسب با همکاران	- با رفتار سرد و رسمی با همکاران - با برجسته‌کردن ضعف‌های دیگران
	۵- بی‌تفاوتی به بهره‌وری	- به صورت اهمیت‌ندادن به بهره‌وری	- با کاهش دقت کاری - با پیگیری نکردن کار - به صورت اهمیت‌ندادن به کیفیت کار - کاهش سرعت کاری - به صورت اهمیت‌ندادن به به‌هنگامی کار
		- بدبینی به کار	- با کار را بی‌اهمیت و بی‌ارزش تلقی کردن - با کار را مفید ندانستن

بر اساس نتایج حاصله از کدگذاری و احصای مضامین، چارچوبی پیشنهادی برای پدیده «بی تفاوتی سازمان» بیان شد. شاخص‌های این چارچوب در اختیار ۸ نفر از دانشجویان دکترای رفتار و ۲ نفر از استادان مدیریت دانشگاه تربیت مدرس، قرار گرفت و در نهایت، با مدنظر قرار دادن دیدگاه‌های ایشان، پرسش‌نامه بی تفاوتی سازمانی طراحی شد که در پیوست الف ذکر شده است. برای محاسبه ضریب پایایی پرسش‌نامه، شیوه‌های مختلف به کار برده می‌شود. در این پژوهش، برای تعیین پایایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است. میزان آلفای کرونباخ پذیرفتنی باید بالاتر از ۰/۷ باشد. با توجه به اینکه آلفای به دست آمده برابر ۰/۹۳۷ شده است، نتیجه می‌گیریم که پرسش‌نامه از پایایی لازم برخوردار است. طیف پاسخ‌ها از ۱ تا ۵ است که به ترتیب بیانگر «کاملاً مخالفم»، «مخالفم»، «نظری ندارم»، «موافقم»، «کاملاً موافقم» می‌باشد.

۷. مرحله دوم پژوهش؛ پژوهش کمی

تئوری هرزبرگ^۹ نقش مؤثری بر تبیین عوامل انگیزشی بر روی رضایت و انگیزه شغلی دارد. این عوامل نیز نقش حائز اهمیتی در ارتقای سطح تعهد سازمانی - افزایش وفاداری سازمانی و ایجاد هویت شغلی در فرد دارند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد، شکل‌گیری حالت بی تفاوتی در سازمان تأثیر نامطلوبی بر سطح انگیزه کارکنان و به تبع آن بر روی سه متغیر تعهد سازمانی - وفاداری سازمانی و ایجاد هویت سازمانی خواهد داشت (Leander, 2009). به همین علت، در این پژوهش برای بررسی روایی سازه سنجه بی تفاوتی سازمانی، ارتباط میان بی تفاوتی سازمانی و تعهد سازمانی، بی تفاوتی سازمانی و گرایش به ترک شغل و در نهایت، بی تفاوتی سازمانی و هویت سازمانی مدنظر قرار گرفته است. برای سنجیدن سه معیار ذکر شده از پرسش‌نامه‌های هویت سازمانی (Mael & Ashforth, 1992) پرسش‌نامه تعهد سازمانی (Meyer & Allen, 1997) و پرسش‌نامه گرایش به ترک شغل (Williams, 2003) استفاده شده است.

۷-۱. فرضیات پژوهش

۱- بی تفاوتی سازمانی و تعهد سازمانی رابطه‌ای معکوس با هم دارند.

۲- بی‌تفاوتی سازمانی و گرایش به ترک شغل رابطه‌ای مثبت با هم دارند.

۳- بی‌تفاوتی سازمانی و هویت سازمانی رابطه‌ای معکوس با هم دارند.

۲-۷. جامعه و نمونه آماری

پس از تأیید پرسش‌نامه توسط خبرگان، ۲۸ نفر از افراد شاغل را «نمونه مقدماتی» انتخاب کردیم و پرسش‌نامه را در میان آن‌ها توزیع کردیم. شیوه نمونه‌برداری به‌کاررفته، نمونه‌برداری تصادفی است که به معنای آن است که «هر عضو از جمعیت هدف، شانس مساوی انتخاب دارد» (آذر، مؤمنی، ۱۳۸۷، ص ۴). روش نمونه‌گیری به‌منظور اجتناب از رخداد پیش‌داوری در بین جمعیت نمونه انتخاب شده است. پایایی به‌دست‌آمده برای نمونه مقدماتی با کمک نرم‌افزار spss، برابر با ۰/۹۷ شده است. واریانس جامعه مقدماتی نیز با نرم‌افزار اکسل محاسبه گردید و برابر با ۱/۷۲ شده است. با استفاده از داده‌های بالا، نمونه مورد نیاز ما برابر با ۱۹۶ نفر می‌باشد. پرسش‌نامه‌ها در اختیار آزمودنی‌ها قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد تمام تلاش خود را بنمایند تا به سؤالات در زمان مناسب، با فراغ‌بال و بدون خستگی و البته با صداقت کامل پاسخ دهند.

۳-۷. تحلیل داده‌های کمی

برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از تحلیل همبستگی^{۱۰} پیرسون استفاده می‌شود. تحلیل همبستگی ابزاری آماری برای تعیین نوع و درجه رابطه هر متغیر کمی با متغیر کمی دیگر است. ضریب همبستگی یکی از معیارهای استفاده‌شده در تعیین همبستگی دو متغیر می‌باشد. ضریب همبستگی شدت رابطه و همچنین نوع رابطه (مستقیم یا معکوس) را نشان می‌دهد. این ضریب بین ۱ تا -۱ است و در صورت نبود رابطه بین دو متغیر برابر صفر می‌باشد (مؤمنی، ۱۳۸۶، ص ۱۱۰). در فرضیه اول پژوهشی ارتباط میان بی‌تفاوتی سازمانی و تعهد سازمانی را در نظر گرفتیم. با اجرای آزمون همبستگی پیرسون برای ۱۹۶ داده جمع‌آوری شده توسط پرسش‌نامه معلوم شد که بی‌تفاوتی سازمانی و تعهد سازمانی با هم رابطه عکس دارند. در واقع، می‌توان گفت که فرضیه اول پژوهش ما تأیید شد. ضریب این همبستگی نیز برابر با ۰/۶۴- است. سپس

همبستگی یکایک ابعاد بی تفاوتی سازمانی را با متغیر تعهد سازمانی در نظر گرفتیم. تحلیل داده‌ها نشان داد که برای بعد «بی تفاوتی به مدیر» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۴۵۹- است. برای بعد «بی تفاوتی به سازمان» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۵۶۱- است. برای بعد «بی تفاوتی به ارباب رجوع» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۵۲۲- است. برای بعد «بی تفاوتی به همکار» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۵۴۹- است. برای بعد «بی تفاوتی به کار» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۶۰۳- است. همان‌طور که مشاهده می‌کنید، تعهد سازمانی با تمام ابعاد بی تفاوتی سازمانی رابطه معکوس دارد.

در فرضیه دوم پژوهشی ارتباط میان بی تفاوتی سازمانی و گرایش به ترک شغل را در نظر گرفتیم. با اجرای آزمون همبستگی پیرسون برای ۱۹۶ داده جمع‌آوری شده توسط پرسش‌نامه معلوم گردید که بی تفاوتی سازمانی و گرایش به ترک شغل با هم رابطه مستقیم دارند. در واقع، می‌توان گفت که فرضیه دوم پژوهش ما تأیید گردید. ضریب این همبستگی نیز برابر با ۰/۶۲۵ است. سپس ما همبستگی همه ابعاد بی تفاوتی سازمانی را با متغیر گرایش به ترک شغل، در نظر گرفتیم. تحلیل داده‌ها نشان داد که برای بعد «بی تفاوتی به مدیر» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۴۴۷ است. برای بعد «بی تفاوتی به سازمان» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۵۳۷ است. برای بعد «بی تفاوتی به ارباب رجوع» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۴۳۷ است. برای بعد «بی تفاوتی به همکار» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۵۷۰ است. برای بعد «بی تفاوتی به کار» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۶۱۴ است. همان‌طور که مشاهده می‌کنید گرایش به ترک شغل با تمام ابعاد بی تفاوتی سازمانی رابطه مستقیمی دارد. در فرضیه سوم پژوهشی ارتباط میان بی تفاوتی سازمانی و هویت سازمانی را در نظر گرفتیم. با انجام آزمون همبستگی پیرسون برای ۱۹۶ داده جمع‌آوری شده توسط پرسش‌نامه معلوم گردید که بی تفاوتی سازمانی و هویت سازمانی با هم رابطه عکس دارند. در واقع، می‌توان گفت که فرضیه سوم پژوهش تأیید گردید. ضریب این همبستگی نیز برابر با ۰/۳۷۲- است. سپس ما همبستگی تک تک ابعاد بی تفاوتی سازمانی را با متغیر هویت سازمانی در نظر گرفتیم. تحلیل داده‌ها نشان داد که برای بعد «بی تفاوتی به مدیر» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۴۷۴- است. برای بعد «بی تفاوتی به سازمان» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۳۴۲-

است. برای بعد «بی‌تفاوتی به ارباب رجوع» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۲۳۱- است. برای بعد «بی‌تفاوتی به همکار» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۲۶۱- است. برای بعد «بی‌تفاوتی به کار» ضریب این همبستگی برابر با ۰/۲۸۸- است. همان طور که مشاهده می‌کنید هویت سازمانی با تمام ابعاد بی‌تفاوتی سازمانی رابطه معکوس دارد.

۸. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

همان طور که کانون تمرکز پژوهش نشان می‌دهد تدوین سنجه‌ای روا برای اندازه‌گیری بی‌توجهی سازمانی هدف غایی پژوهش بوده است. برای طراحی سنجه‌ای جدید که سابقه‌ای در پیشینه دانشی موجود ندارد، مصاحبه‌های کیفی روش مناسبی است، اگرچه کافی نیست. با توجه به فرهنگ پژوهشی کشور، نویسندگان در مرحله اول تلاش کرده‌اند تنوع در نمونه‌برداری در دسترس را مدنظر قرار دهند؛ ولی تردیدی نیست که نتایج پژوهش فرهنگ‌اندود است و داعیه جهان‌شمولی ندارد. برای تأیید معناداری نظری سنجه بی‌توجهی، همبستگی آن با سه سنجه استاندارد محاسبه گردید. اگر فرض رابطه معنادار بین سنجه بی‌توجهی و سه سنجه تعهد سازمانی، هویت سازمانی و ترک خدمت به ترتیب منفی، منفی و مثبت تأیید می‌شد، روایی سازه سنجه تأیید می‌شد که این امر محقق شد.

بی‌شک، کارکنان منابعی بادوام و معامله‌نشده برای سازمان به شمار می‌آیند و قادرند که سایر منابع سازمانی را در جهت درست به کار اندازند و سازمان را در راستای تحقق اهداف آن سوق دهند. رمز مزیت رقابتی باثبات و پایدار در دنیای امروز، توسعه‌دادن کارکنانی با این توانمندی‌ها است (Barney, 1991)؛ اما همان‌طور که در طول مقاله بحث شد، کارکنان بی‌توجه نه تنها مزیت رقابتی برای سازمان ایجاد نمی‌کنند، بلکه باعث افزایش هزینه‌های سازمانی نیز خواهند شد. علاوه بر آن، فرد بی‌توجه به تحقق اهداف سازمانی نیز بی‌انگیزه می‌شود (Leander, 2009). برای جلوگیری از ایجاد بی‌تفاوتی در سازمان به مدیران توصیه می‌شود به کارمندان خود در ایجاد نگرشی کلی از رسالت سازمان کمک کنند. اگر آن‌ها رسالت سازمان را درک نمایند، فعالیت‌های خود را در راستای تحقق این اهداف سوق می‌دهند و این مانع از بروز بی‌تفاوتی در

سازمان می‌شود. کارمندان باید بدانند تا چه اندازه آزادی عمل و اختیار دارند و تا چه اندازه مدیریت از آن‌ها حمایت می‌کند. اگر کارکنان اختیار داشته باشند و از آنان حمایت شود، به دنبال اطلاعات بیشتر یا پیشنهادهای تازه می‌روند. برقراری ارتباطات صحیح میان مدیران و کارکنان، باعث می‌شود کارمندان خود را بخشی از سازمان محسوب نمایند و احساس کنند وجود آن‌ها برای سازمان ارزشمند و حیاتی است. تشویق و پاداش نقش مهمی در ایجاد انگیزه در کارکنان دارد؛ البته عادلانه بودن سیستم پرداخت پاداش نیز بسیار حائز اهمیت است. اگر کارکنان احساس کنند همکار آن‌ها کمتر از آن‌ها کار می‌کند؛ اما بیشتر از آن‌ها حقوق می‌گیرد، دچار بی‌انگیزگی و بی‌تفاوتی خواهند شد. در آزمون آماری مشخص شد که بین بی‌توجهی و تعهد نوعی رابطه معناداری وجود دارد که این امر تجلی روایی سازه سنج ما دارد.

تعهد سازمانی عبارت است از حالتی که کارگر سازمان خود را عضو سازمان می‌داند و آرزو می‌کند که در عضویت آن سازمان بماند (رابینز، ۱۳۷۴، ۶۶-۲۶۵). کارمندی که دچار بی‌تفاوتی شود، خود را عضوی از سازمان احساس نمی‌کند و به تبع آن به تحقق اهداف سازمانی توجه چندانی نشان نخواهد داد. وقتی فرد خود را عضوی از خانواده کاری احساس نکند، به راحتی بر سر کار خود حاضر نمی‌شود یا حتی در صورت حضور نیز کارایی چندانی از خود نشان نمی‌دهد. تمام این عوامل به افزایش بی‌دلیل هزینه‌های سازمانی منجر خواهد شد. به همین علت، جلوگیری از شیوع بی‌تفاوتی در میان کارکنان سازمان، موضوعی بسیار مهم و تعیین‌کننده برای مدیریت و مسئولان سازمان خواهد بود. دیویسون و بینگ^{۱۱} (۲۰۰۸) در مطالعه خود تأثیر بی‌تفاوتی را بر روی ارزیابی عدالت بررسی کردند و بیان کردند که افراد ممکن است به عادلانه بودن پاداش‌ها بی‌توجه باشند. اگر افراد باور داشته باشند که پاداش ربطی به عملکرد ندارد (در این سازمان منصفانه قضاوت نمی‌شود) به معادله (کار با پاداش) حساس نیستند و انگیزه خود را از دست می‌دهند. اگر روح بی‌تفاوتی بر رفتار کارکنان حاکم شود، انگیزه کار و تلاش را از آن‌ها می‌گیرد. وقتی کارکنان احساس کنند، کار آن‌ها برای مدیر اهمیت ندارد یا در قبال کارهای آن‌ها پاداش مناسبی دریافت نمی‌کنند، از همراهی با مدیر اجتناب می‌کنند. وقتی کارکنان مشاهده کنند که همکار آن‌ها کمتر از

آن‌ها کار می‌کند؛ اما بیش از آن‌ها حقوق دریافت می‌کند، از نشان دادن توانمندی خود پرهیز می‌کنند. هنگامی که کارکنان به سرنوشت سازمان بی‌توجه شوند، به آینده سازمان نیز بی‌تفاوت خواهند بود و با ارباب‌رجوع نیز رفتار مناسبی نخواهند داشت. آن‌ها فقط به فکر دریافت حقوق خود هستند و ارباب‌رجوع در نظر آن‌ها اهمیتی نخواهد داشت. هرچه کارکنان احساس هویت بیشتری به سازمان کنند، بی‌تفاوتی کمتری تجربه خواهند کرد و هرچه احساس بی‌تفاوتی کنند میل به ترک خدمت در آن‌ها بیشتر خواهد بود. روابط آماری بین این دو سنجه با سنجه بی‌توجهی نشان‌دهنده‌ی روایی سازه سنجه بی‌توجهی پژوهشگران است. در عین حال برای تدقیق روایی سازه این سنجه بررسی روابط بین سایر سنجه‌های معتبر در محیط‌های سازمانی دیگر در ایران و سایر کشورها پیشنهاد می‌شود.

پیوست الف) پرسش‌نامه بی‌تفاوتی سازمانی

سوالات و دسته‌بندی‌ها	کاملاً مخالفم	مخالفم	خنثی ندارم	موافقم	کاملاً موافقم
بی‌تفاوتی به مدیر					
۱- برای پرهیز از قبول مسئولیت بیشتر، از اظهارنظر درباره‌ی توانایی‌هایم خودداری می‌کنم.					
۲- گاهی اوقات برای فرار از پاسخ‌گویی به دروغ‌های مصلحتی متوسل می‌شوم.					
۳- بعضی وقت‌ها خواسته‌های مدیر را از روی قصد به تعویق می‌اندازم.					
۴- گاهی اوقات که مدیر من را صدا می‌کند، خود را به نشنیدن می‌زنم.					
۵- از سر اجبار در جلسات شرکت می‌کنم و تمایلی به شرکت در جلسات ندارم.					
۶- در جلسات به جای اظهارنظر درباره‌ی صحبت‌های رد و بدل شده، سکوت می‌کنم.					
۷- مدیر را از روند کارها مطلع نمی‌کنم.					
۸- در جلسات عمداً از نگاه‌کردن مستقیم به مدیر پرهیز می‌کنم.					

کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم	سوالات و دسته‌بندی‌ها
					۹- هر از گاهی درباره احساسات منفی خود به مدیر، با بقیه حرف می‌زنم.
					۱۰- بسیار سرد و کاملاً رسمی با مدیر رفتار می‌کنم.
بی تفاوتی به سازمان					
					۱۱- بعضی روزها در ساعات اداری به امور شخصی خود می‌پردازم. (رفتن به بانک یا مدرسه فرزندان)
					۱۲- ممکن است در دوره‌های آموزشی نامرتب با شغل شرکت کنم؛ اما بی‌فایده بودن این دوره‌ها را پس از اتمام آن، به سازمان اطلاع ندهم.
					۱۳- گاهی اوقات برای گذران وقت از امکانات سازمان (تلفن و اینترنت) استفاده شخصی می‌کنم.
					۱۴- خیلی خودم را به زحمت نمی‌اندازم تا در مصرف ملزومات اداری (کاغذ- خودکار) صرفه‌جویی کنم.
					۱۵- گاهی اوقات برای فرار از سازمان، از مرخصی‌های استعلاجی یا مرخصی ساعتی، بدون دلیل واقعی، استفاده می‌کنم.
					۱۶- بعضی روزها به هر بهانه‌ای، تلاش می‌کنم در سر کار خود حاضر نشوم.
بی تفاوتی به ارباب رجوع					
					۱۷- خدمات به ارباب‌رجوع را به زمانی معین در ساعات اداری محدود می‌کنم. (خدمات تا ظهر)
					۱۸- اغلب، پاسخ ارباب‌رجوع را تلفنی نمی‌دهم و ارباب‌رجوع را به حضور در سازمان وادار می‌کنم.
					۱۹- بعضی وقت‌ها عمداً ارباب‌رجوع را سردرگم می‌کنم.
					۲۰- بعضی وقت‌ها بی‌دلیل کار ارباب‌رجوع را به تعویق می‌اندازم.
					۲۱- گاهی اوقات با بی‌میلی و اکراه جواب ارباب‌رجوع را می‌دهم.
					۲۲- ممکن است بعضی اوقات با حالت پرخاش با ارباب‌رجوع رفتار کنم.
بی تفاوتی به همکار					
					۲۳- در کارهای گروهی همراهی فراوانی از خودم نشان نمی‌دهم.

کاملاً موافقم	مواظقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم	سوالات و دسته‌بندی‌ها
					۲۴- هر عملی که دیگران انجام دهند، از نظر من، خودشیرینی نزد مدیر است.
					۲۵- از برقراری رابطهٔ دوستی با دیگران پرهیز می‌کنم.
					۲۶- گاهی اوقات کار دیگران را کوچک و ضعف‌های آن‌ها را بزرگ می‌کنم.
بی تفاوتی به کار					
					۲۷- میزان دقتم در کار کمتر شده است.
					۲۸- گاهی اوقات، وظایف خود را با جدیت پیگیری نمی‌کنم.
					۲۹- تمایلی به نوآوری و خلاقیت در کار ندارم.
					۳۰- بعضی روزها سرعت کارم پایین‌تر از حد معمول است.
					۳۱- بعضی وقت‌ها به جای امور اداری، به صحبت‌های متفرقه با دیگران می‌پردازم.
					۳۲- کار سازمان از نظر من، بی‌ارزش و بی‌فایده است.
					۳۳- تمایل بسیاری به ارتقای موقعیت خود در سازمان ندارم.

یادداشت‌ها

1. Mixing
2. Commensurability
3. Triangulation in measures
4. Triangulation in observers
5. Triangulation in theory
6. Triangulation in methods
7. Editing Approach
8. Microanalysis
9. Herzberg
10. Correlation
- 11 Davison & Bing

کتابنامه

آذر، عادل؛ مؤمنی، منصور (۱۳۸۷)، آمار و کاربرد آن در مدیریت، تهران: سمت، ج ۲.

- پارسائیان، علی؛ اعرابی، سیدمحمد (۱۳۷۷)، روش تحقیق کیفی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- دانایی فرد، حسن (۱۳۸۶)، «هم‌سازی شیوه‌های کمی و کیفی در پژوهش‌های سازمانی: تأملی بر استراتژی پژوهش ترکیبی»، روش‌شناسی علوم انسانی، ش ۵۳.
- رابینز، استیفن، پی. (۱۳۷۴)، مدیریت رفتار سازمانی (رفتار سازمانی)، ترجمه سیدمحمد اعرابی و علی پارسائیان، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- رضاییان، علی (۱۳۷۹)، مدیریت رفتار سازمانی، تهران: سمت.
- گیزلا، گ. (۱۳۷۸)، انگیزش و مدیریت تحول، ترجمه محمدعلی گودرزی، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- مؤمنی، منصور؛ فعال قیومی، علی (۱۳۸۶)، تحلیل‌های آماری با استفاده از *SPSS*، تهران: کتاب‌نو.
- میرحسینی زواره، سیدمهدی (۱۳۷۴)، «بی‌تفاوتی سازمانی»، تعاون، شماره ۵۳.
- Allen, George, (2003), "A critique of Using Grounded Theory as a Research Method", *Electronic Journal of Business Research Methods*, 2, 1.
- Barney, J, B. (1991), Firm Resources and Sustained Competitive Advantage: *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Boon, S. Johnston, B. Webber, S. (2007). A Phenomenographic Study of English Faculty's Conceptions of Information Literacy: *Journal of Documentation*, 63. 2, 204-28.
- Creswell, J, W. (2003). *Research Design: Qualitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Keefe, Linda. (2003), How to Overcome organizational Indifference: *Women in Business*, 55, pg 22.
- Id. (2006), Overcome organizational Indifference: *Nonprofit world*, 24, pg.14.
- Leander, P, N. (2009). Losing the will: Automatic Reactions to the *Indifference Perceived in Others*. Unpublished master's thesis, Duke University.
- Mael, F., Ashforth, B, E. (1992). Alumni and their Alma Master: A Partial Test of the reformulated Model of Organizational Identification. *Organizational Behavior*, 13,103-123.

- Meyer, j, p., Allen, N, j. (1997). *Commitment in the Workplace*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Miller, W.L., and Crabtree, B.F. (1992). Overview of Qualitative Research Method's, in B.F Crabtree and W.L. Miller (Eds), *Doing Qualitative Research*. Newbury Park. CA: Sage.
- Myers, K., Oetzel, J. (2003). Exploring the Dimension of Organizational Assimilation. Exploratory Design, (online), <http://www.taylorandfrancis.com>
- Strauss, A, L. Corbin J. (1998), *Basics of Qualitative Research Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (2nd ed). Thousand Oaks. CA: Sage.
- Williams, A. (2003). *Job Stress, Job Satisfaction and Intent to Leave Employment among Maternal-Child Health Nurses*. Unpublished master's thesis, Marshall University.





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی