

پژوهشهای مدیریت

سال دوم، شماره ششم، زمستان ۱۳۸۸

صفحه ۱۵۸-۱۲۵

مطالعه رابطه بین هویت سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان بانک‌های دولتی شهر کرمان

دکتر صدیقه خورشید*

چکیده

این تحقیق به بررسی رابطه بین هویت سازمانی و مولفه‌های تعهد سازمانی توسعه یافته توسط می‌بر و آلن در بانک‌های دولتی شهر کرمان می‌پردازد. جامعه آماری تحقیق را بانک‌های دولتی شهر کرمان تشکیل می‌دهد که از میان شان، پنج بانک ملی، ملت، تجارت، رفاه و مسکن بطور تصادفی انتخاب شده‌اند. داده‌های تحقیق از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شد، و بوسیله آزمون‌های آماری توصیفی-استنباطی مانند ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چند متغیره، آزمون ANOVA یک راهه و Post hoc تحلیل شدند، که به برخی نتایج برجسته آن اشاره می‌گردد: الف- نتایج آزمون ضریب همبستگی نشان داد که بین تعهد هنجاری و هویت سازمانی، و بین تعهد عاطفی و هویت سازمانی در همه بانک‌ها به جز بانک ملت رابطه معنی‌داری وجود دارد، در حالیکه بین تعهد مستمر و هویت سازمانی در هیچ بانکی به جز بانک ملت رابطه معنی‌داری مشاهده نشد. ب- نتایج تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که متغیرهای پیش‌بین تعهد هنجاری در بانک‌های مسکن و رفاه، تعهد عاطفی در بانک ملی، تعهد هنجاری و عاطفی در بانک تجارت و تعهد هنجاری و مستمر در بانک ملت، تغییرات متغیر ملاک هویت سازمانی را تبیین می‌کنند. ج- هیچ کدام از متغیرهای جمعیت‌شناختی، اثر تعدیلی بر روی رابطه بین هویت سازمانی و تعهد عاطفی، هنجاری و مستمر نداشتند. د- نتایج آزمون‌های ANOVA یک راهه و Post hoc نشان دادند که بین برخی از بانک‌های مورد مطالعه از لحاظ تعهد سازمانی (تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر) و هویت سازمانی کارکنان تفاوت معنی‌داری وجود دارد. بالاخره، پیشنهاداتی برای ارتقای تعهد سازمانی و در نتیجه هویت سازمانی کارکنان ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: تعهد سازمانی، هویت سازمانی، نظریه هویت اجتماعی

* نویسنده مسئول - استادیار مدیریت دانشگاه سمنان

مقدمه

بطور روزافزونی، سازمان‌ها در جستجوی اعضای هستند که نه فقط معتقدند سازمان آنها یک مکان خوب برای کار کردن است، وفاداری خود را نسبت به آن نشان می‌دهند و نیت ترک آن را ندارند؛ بلکه اعضای را جستجو می‌کنند که از این حد فراتر می‌روند، هویت سازمانی را دقیقاً با هویت شخصی خود در می‌آمیزند و سرنوشت خود را تا حدود زیادی با سرنوشت سازمان گره می‌زنند. همچنانکه سازمان‌ها بزرگتر، پیچیده‌تر، و مرزبندی‌ها کمتر و محوتر می‌شوند، هویت سازمانی، وسیله‌ای برای فراهم کردن انسجام، و یک عنصر کلیدی و مهم موفقیت سازمانی (Pratt, 1995:310; Mael & Ashforth, 1988:174; Reade, 2001:1271; Smidts & Pruyn & Van Riel, 2001:1054) یک وجه اساسی زندگی سازمانی (Polzer, 2004:75)، و یک بعد مهم رابطه کارکنان با سازمان به شمار می‌آید (Meyer & Becker & Vandenberghe, 2004:991) و اخیراً علاقه به آن در درون جایگاه‌های سازمانی بطور قابل ملاحظه‌ای رشد کرده است (Pratt, 1998:173; Kreiner & Ashforth, 2004:6).

هویت سازمانی غالباً با تعهد سازمانی اشتباه گرفته می‌شود (Allen & Meyer, 1990:5). در دهه ۱۹۷۰، پورتر و همکارانش (Mowday & Steers & Porter, 1979:226; Porter & Steers & Mowday & Boulian, 1974:605) در تعریف اثرگذار خود از سازه تعهد سازمانی نگرشی، به شناسایی به عنوان یک مؤلفه آن نگر بستند. از آن زمان به بعد، محققان متعددی با اصطلاحات هویت سازمانی و تعهد سازمانی نگرشی به صورت مترادف برخورد نمودند (Griffin & Bateman, 1986:158; March & Simon, 1958:360). اما برخی تحقیقات نشان داده‌اند که آنها دو سازه متمایز و متفاوت هستند (Mael & Ashforth, 1995:310). در اواخر دهه ۱۹۸۰، محققان حوزه‌های رفتار سازمانی، روان‌شناسی اجتماعی و ارتباطات، به هویت سازمانی به عنوان

یک سازه منحصر به فرد نگریسته اند (Ricketta, 2005: 362). آش فورث و مایل (Ashforth & Mael, 1989: 25) نشان داده اند که تعهد و هویت سازمانی اساساً از لحاظ دقت و وضوح شان متفاوت هستند. آنها اظهار نمودند: هویت سازمانی یک سازه شناختی ادراکی است که لزوماً با هر رفتار خاص یا حالت عاطفی مرتبط نیست (Ashforth & Mael, 1989: 25). آش فورث و مایل (Ashforth & Mael, 1989: 25) استدلال می کنند که اهداف و ارزش های مهم و مرکزی یک سازمان ممکن است با سازمان های دیگر مشترک باشد، و با تشویق های مناسب، افراد به سادگی می توانند تعهد شان نسبت به یک سازمان را به سازمان مشابه دیگری انتقال دهند. پرات (Pratt, 1998: 175) نشان داده است که برجسته ترین تمایز بین دو سازه این است که شناسایی، رابطه فرد- سازمان را بر حسب خودانگاره یا خودپنداره فرد توضیح می دهد در حالی که تعهد چنین نیست. تعهد به پذیرش ارزش های سازمانی اشاره می کند اما شناسایی فراتراز پذیرش ارزش های سازمانی می رود، و با تسهیم ارزش ها و باورهای سازمانی تحت تملک معادل است. در مجموع، تعهد و هویت سازمانی بر تعلق خاطر و دلبستگی کارکنان به سازمان دلالت دارند، که می توانند یک پیش بین مهم نگرش ها و رفتارهای کاری باشند (March & Simon, 1958: 370; Meyer & Allen, 1997, 1997: 70; Mowday & Porter & Steers, 1982: 58; Ricketta, 2002: 280; Van Dick & Wagner & Stellmacher & Crist, 2004: 175). در این مقاله، با پذیرش دیدگاه آش فورث و مایل در باره تمایز تعهد سازمانی و هویت سازمانی؛ رابطه بین آنها، و نیز نقش تعدیل گری متغیرهای جمعیت شناختی (سن، جنس، سنوات خدمت، سطح تحصیلات) بر روی این رابطه بررسی و مطالعه می شود.

هویت سازمانی

از هویت سازمانی تعاریف متعددی شده است (Pratt & Ashforth, 1995: 310)، از جمله همگرایی ارزش های فرد- سازمان (Pratt & Ashforth, 1995: 310; Hall & Schneider & Nygren, 1970: 184)، ادراک یکی

بودن با سازمان یا تعلق داشتن به سازمان (Ashforth & Mael, 1989: 24)، یا یک التزام و تعهد عاطفی به سازمان (Ouwkerk & Ellemers & De Gilder, 1999: 184). همه این تعاریف بطور ضمنی بیان می‌کنند یک فرد عضویت سازمانی خود را با خودانگاره یا خودپنداره اش از لحاظ شناختی (برای مثال، احساس عضویت سازمانی و درونی کردن ارزش‌های سازمانی)، یا از لحاظ عاطفی (غرور ورزیدن و مباحثات نمودن به عضویت در سازمان) یا هر دو پیوند می‌دهد (Riketta, 2005: 368). هویت سازمانی به احساس یکی بودن اعضا یا شناسایی با سازمان اشاره می‌کند که بوسیله ویژگی‌های "مرکزی و محوری"، "پایدار و بادوام"، "تمایز و متفاوت" متاثر می‌گردد. اگر کارکنان با سازمان شناسایی شوند، آنها تمایل خواهند داشت که برای تحقق اهداف آن کوشش کنند. این موضوع به خوبی توسط داتون و همکارانش (Dutton & Dukerich, 1994: 250) تصریح و تبیین شده است: "هویت سازمانی، علائق و رفتارهای فردی را با علائق و رفتارهایی همراه می‌کند که به سازمان نفع می‌رساند و به معنای تلاش، جهد و جد به نفع و خاطر سازمان، و نیز به خاطر خود است". کرامر و همکارانش (Kramer & Hanna & Su & Wei, 2001: 400) استدلال نمودند قوت هویت سازمانی قویاً با باورهای اعضای سازمان درباره اعتماد و بی‌اعتمادی ارتباط دارد، که به پیامدهای عاطفی منتج می‌گردد. یک هویت سازمانی برجسته ممکن است فراوانی رفتارهای جمعی و مشترک را افزایش دهد (Lewicki & Bunker, 1996: 125).

هویت سازمانی بوسیله افرادی ایجاد می‌شود، که خود را به عنوان عضوی از یک سازمان طبقه بندی می‌کنند (Ashforth & Mael, 1989: 28; Dutton & Dukerich, 1994) و در درون چهارچوب نظریه هویت اجتماعی ریشه دارد (Abrams & Hogg, 2001: 468; Hogg, 2003: 430; Hogg, 2001: 187; Tajfel & Turner, 1984: 10; Van Knippenberg & Hogg, 2003: 267). نظریه هویت اجتماعی دو انگیزه برای شناسایی طرح می‌کند

(Pratt, 1998, p.175): الف- نیاز به خود- طبقه بندی (Hogg, 2003: 468; Turner & Hogg & Oakes & Reicher & Wetherdl, 1987: 58 که بر چگونگی تأثیر شناخت ها و تعاملات اجتماعی بر روی شکل گیری و استفاده از طبقات اجتماعی تمرکز می کند و ممکن است به تعریف " موقعیت و جایگاه فرد در جامعه کمک کند" (Tajfel, 1981: 86). ب- نیاز به ارتقای خود یا خود افزایی، که لازم است به عضویت گروهی پاداش داده شود و ابزاری برای احساسات اعضا از خود ارزشمندی است. نظریه هویت اجتماعی، ماهیت عاطفی را علاوه بر ماهیت شناختی شناسایی را برجسته می سازد. تاج فل (Tajfel, 1978: 95) شناسایی را دارنده مولفه های عاطفی و شناختی تعریف می کند و استدلال می کند هویت اجتماعی، دانش و شناخت فردی است، که او به گروه های اجتماعی مشخص، علاوه بر داشتن مقداری معنی ارزشمند و عاطفی برای او از آن عضویت، تعلق دارد. مؤلفه شناختی شناسایی، گستره ای را منعکس می سازد که تا آن گستره، یک فرد خودش را متعلق به یک سازمان و یک عضو نوعی آن ادراک و تصور می کند، و مؤلفه عاطفی، عواطف و تجارب فرد را به علت عضویت سازمانی انتقال می دهد، برای مثال، احساس غرور و مباهات به عضو سازمان بودن یا احساس تصدیق و تأیید شدن در آن، و آن در ایجاد یک هویت اجتماعی مثبت برای فرد مهم است (Smidts & Pruyn & Van Riel, 2001: 1055; Tajfel, 1978: 89). به قول هارکیوایل (Harquail, 1998: 225)، شناخت و عاطفه در فرآیندهای شناسایی غیرقابل تفکیک هستند و احتمالاً وقتی افراد به خودشان به عنوان اعضای سازمان می اندیشند، آنها نیز احساس می کنند که خود را دوست دارند. بنابراین یک وجه مهم شناسایی فرد، شناختی است و به برجستگی عضویت سازمانی برای فرد بستگی دارد. هویت سازمانی ممکن است بوسیله خود فرآیندهای پویا، مانند تمایل به خودافزایی و ارتقای خود یا خوداثباتی و خودسازگاری برانگیخته شود (Dutton & Dukerich & Harquail, 1994: 247).

تعهد سازمانی

مفهوم تعهد سازمانی به واکنش‌های عاطفی یک شخص نسبت به ویژگی‌های سازمانی و در نتیجه کل سازمان اشاره دارد، که او برایش کار می‌کند و با اعتقاد به اهداف و ارزش‌های آن سازمان مربوط است (Cook & Wall, 1980:46) و مبین درجه تعلق خاطر و دلبستگی یا وفاداری است که کارمند نسبت به سازمان احساس می‌کند، و یک ارزیابی مثبت از شغل است (Udo & Guimaraes & Igarria, 1997:920). به قول بوچنان (Buchanan, 1974:538)، تعهد سازمانی از سه مولفه تشکیل شده است: الف- شناسایی: غرور و مباحثات کارکنان به سازمان، علاوه بر درون‌سازی اهداف و ارزش‌های سازمان. ب- درگیری: تمایل کارکنان به سرمایه‌گذاری کوشش‌های شخصی‌شان به خاطر سازمان. ج- وفاداری: دلبستگی و تعلق خاطر به سازمان: احساس تعلق ابراز خود در "میل به ماندن در سازمان". همچنین تعهد سازمانی براساس تعریف مودی و همکارانش (Mowday & Steers & Porter, 1979:236)، عبارتست از قوت نسبی شناسایی یک فرد با و درگیری در یک سازمان خاص. این مفهوم بر اساس سه عامل قرار دارد: الف- پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمان (شناسایی). ب- تمایل به سرمایه‌گذاری کوشش‌ها به نفع سازمان (درگیری). ج- اهمیت قائل شدن برای حفظ و تداوم عضویت در سازمان (وفاداری). این ویژگی‌ها بطور ضمنی بیان می‌کنند اعضای سازمان بر روی آنچه در سازمان انجام می‌شود، تاثیر دارند، آنها احساس می‌کنند آنها در درون سازمان رتبه و جایگاه اجتماعی بالایی دارند و برای کمک به سازمان فراتر از آنچه رهبران سازمان به صورت پذیرش رفتار رهبری مشارکتی یا مشورتی درک می‌کنند، و جایی که تصمیم‌گیری مشترک متداول است، آماده هستند (Buchanan, 1974:536).

اگرچه تعاریف متعددی از تعهد سازمانی طرح شده است، هر یک از آنها در دیدگاهی سهیم هستند که تعهد یک حالت روان‌شناختی است که رابطه یک کارمند را با سازمانش توصیف می‌کند و استنباطاتی برای تداوم عضویتش در سازمان دارد (Yousef, 2000:15). آنچه به لحاظ سنتی در میان این تعاریف از تعهد سازمانی تمایز و

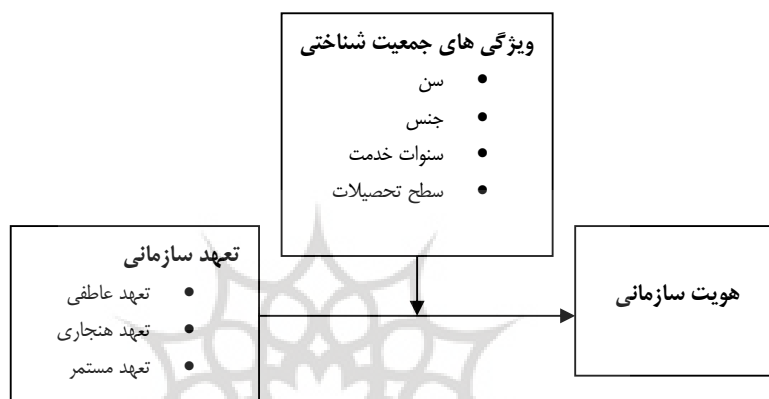
افتراق ایجاد می کند، ماهیت حالت روان شناختی است که تشریح می گردد (*Meyer & Allen & Smith, 1993:543; Becker, 1960:36*). به منظور تأیید این تفاوت‌ها، می یرو آلن (*Mowday & Steers & Porter, 1979:230*) یک مدل سه مؤلفه‌ای از تعهد سازمانی توسعه دادند. اولین مؤلفه، تعهد عاطفی است، که به تعلق خاطر و دلبستگی عاطفی یک کارمند به سازمان، شناسایی با سازمان و درگیری در یک سازمان اشاره می کند (*Weiner, 1982:423*). کارکنان با یک تعهد عاطفی قوی به رابطه استخدامی و اشتغال خود با سازمان ادامه می دهند بدین علت که آنها می خواهند چنین کاری انجام دهند (*Weiner, 1982:423*). مؤلفه بعدی، تعهد مستمر است، که به ادراکات یک کارمند از هزینه های مرتبط با ترک سازمان اشاره می کند. این هزینه ها می تواند یا مرتبط با کار (برای مثال زمان و کوشش تلف شده در کسب مهارت های غیر قابل انتقال) یا غیر مرتبط با کار (مانند هزینه های نقل و انتقال و جابه جایی) باشند. کارکنانی که پیوند اصلی و اساسی خود را با سازمان بر اساس تعهد مستمر بنیان می گذارند، به این علت است که آنها نیاز دارند چنین کاری انجام دهند و بدین ترتیب در سازمان می مانند (*Weiner, 1982:423*). آخرین مؤلفه، تعهد هنجاری است که به احساس یک کارمند به ماندن در سازمانش اشاره می کند. کارکنان با سطح بالای تعهد هنجاری احساس می کنند که آنها باید با سازمان بمانند (*Weiner, 1982:423*).

مدل مفهومی تحقیق

با بررسی مبانی نظری تحقیق، یک مدل مفهومی برای انجام تحقیق (شکل ۱) بسط داده شده است. در این مدل، ابتدا روابط بین مؤلفه های تعهد سازمانی توسعه یافته توسط می یرو آلن (*Meyer & Allen, 1991:70*) و هویت سازمانی فرض و ترسیم می گردد، سپس اثر تعدیل گری ویژگی های جمعیت شناختی (سن، جنس، سطح تحصیلات، سنوات خدمت) بر روی رابطه هویت سازمانی و تعهد سازمانی مطالعه می شود. به استناد چهارچوب نظری تحقیق، سازه هویت سازمانی به عنوان متغیر ملاک، سازه های تعهد عاطفی، هنجاری و مستمر به عنوان متغیرهای پیش بین، و ویژگی های جمعیت شناختی به

عنوان متغیر تعدیل گر ملاحظه شده اند. بنابراین با ملاحظه چهارچوب نظری تحقیق می‌توان فرضیه های تحقیق را به شرح ذیل تدوین نمود:

شکل ۱: چهارچوب نظری تحقیق



فرضیه اصلی تحقیق

۱. بین هویت سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه های فرعی

۱. بین هویت سازمانی و تعهد عاطفی کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد.

۲. بین هویت سازمانی و تعهد هنجاری کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد.

۳. بین هویت سازمانی و تعهد مستمر کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد.

۴. ویژگی های جمعیت شناختی کارکنان (سن، جنس، سطح تحصیلات، سنوات خدمت) رابطه بین هویت سازمانی و تعهد سازمانی (تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر) کارکنان را تعدیل خواهد کرد.

۵. بین کارکنان در گروه های جنسی، سنی، تحصیلات و سنوات خدمت از نظر هویت سازمانی و تعهد سازمانی (تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر) تفاوت معنی داری وجود دارد.

۶. بین کارکنان دربانک های مورد مطالعه از نظر هویت سازمانی و تعهد سازمانی (تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر) تفاوت معنی داری وجود دارد.

روش شناسی تحقیق

روش تحقیق

این تحقیق با توجه به هدف تحقیق، از نوع تحقیقات کاربردی است، و نیز با ملاحظه شیوه جمع آوری اطلاعات (سرمد و همکاران، ۱۳۷۶، ص. ۸۱) و آزمون فرضیه های تحقیق از نوع تحقیق توصیفی - همبستگی است. بنابراین با توجه به هدف تحقیق، مطالعه رابطه بین مولفه های تعهد سازمانی (تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر) با هویت سازمانی و همچنین اثر تعدیل گری ویژگی های جمعیت شناختی بر روی رابطه بین هویت سازمانی و تعهد سازمانی، از روش تحقیق همبستگی استفاده می شود.

روش جمع آوری اطلاعات و ابزار سنجش سازه های تحقیق

جهت جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. مقیاس های سنجش سازه های تحقیق از مطالعات تجربی انجام شده بر روی تعهد سازمانی و هویت سازمانی اقتباس شده است. از این رو، برای سنجش مولفه های تعهد سازمانی (تعهد عاطفی، هنجاری و مستمر) از مقیاس های توسعه یافته از مقیاس های توسعه یافته توسط می یر و آلن (*Meyer & Allen, 1997:280*) می یر و همکاران (*Meyer & Allen & Mathews & Smith, 1993:548*)، ساتیوز و شیب هیارد (*Mathews & Smith, 1993:548*)، مودی و همکاران (*Shepherd, 2002:370*)، مودی و همکاران (*Mowday & Steers & Porter, 1979:244*) و پوول و همکاران (*Powell & Meyer, 2004:175*) استفاده شده

است. همچنین برای سنجش سازه شناسایی سازمانی از مقیاس‌های توسعه یافته توسط مایل و آش فورث (Mael & Ashforth, 1992:119) و وان دیسک و همکاران (Van Dick & Wagner & Stellmacher & Christ, 2004:188) استفاده شده است. روایی و اعتبار این مقیاس‌ها در مطالعات پیشین اثبات شده است (Van Dick & Wagner & Stellmacher & Christ, 2004:184; Vilela & Varela Gonzalez & Ferrin, 2008:282). ارقام در هر دو پرسشنامه بر اساس طیف پنج امتیازی لیکرت، درجه بندی شده از ۱ (بسیار مخالفم) تا ۵ (بسیار موافقم)، سنجیده می‌شوند. اعتبار پرسشنامه‌ها با استفاده از آزمون الفای کرونباخ محاسبه شده است. مقدار آلفای کرونباخ بدست آمده برای پرسشنامه تعهد سازمانی ($\alpha = 0/81$)، و برای پرسشنامه هویت سازمانی ($\alpha = 0/82$) معرف اعتبار بالای پرسشنامه می‌باشد.

روش تحلیل داده‌های تحقیق و آزمون‌های آماری

برای تحلیل داده‌ها، و در نتیجه آزمون فرضیه‌های تحقیق، از روش‌های آماری توصیفی-میانگین و انحراف معیار، ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون چند متغیره و سلسله مراتبی برای تعیین میزان مشارکت هر کدام از متغیرهای پیش بین در تبیین متغیر ملاک استفاده شده است. از آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای کشف وجود همبستگی، و نیز درجه همبستگی بین متغیرهای پیش بین و متغیر ملاک، و از تحلیل رگرسیون چند متغیره و سلسله مراتبی برای تعیین میزان تأثیرگذاری تعهد هنجاری، تعهد عاطفی و تعهد مستمر بر روی شناسایی سازمان، و نیز اثر تعدیلی ویژگی‌های جمعیت شناختی بر روی رابطه شناسایی سازمان و تعهد سازمانی از تحلیل رگرسیون چند متغیره سلسله مراتبی استفاده شده است. ابتدا سازه‌های تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر به عنوان متغیرهای پیش بین وارد مدل رگرسیونی می‌شوند. سپس هر کدام از متغیرهای جمعیت شناختی به منظور سنجش اثر آنها به طور جداگانه در دومین مرحله وارد مدل شدند. بعد

عبارت‌های تعاملی "تعهد عاطفی × ویژگی‌های جمعیت شناختی"، "تعهد هنجاری × ویژگی‌های جمعیت شناختی"، "تعهد مستمر × ویژگی‌های جمعیت شناختی" در مرحله سوم وارد مدل می‌شوند. اثر تعدیلی با بررسی تغییرات در R^2 بررسی می‌شود، که قابل استناد به عبارت‌های تعاملی و معنی‌داری بتا برای عبارت‌های تعاملی است. همچنین در این تحقیق از آزمون‌های تفاوت میانگین و ANOVA یک راهه برای تعیین تفاوت معنی‌داری بین کارکنان در گروه‌های سنی، جنسی، تحصیلات، سنوات خدمت متفاوت و نیز بانک‌های مورد مطالعه استفاده شده است.

جامعه آماری تحقیق و نمونه‌گیری

جامعه آماری این تحقیق را کارکنان و مدیران بانک‌های ملی، بانک رفاه، بانک تجارت، بانک ملت، بانک مسکن دولتی شهر کرمان تشکیل می‌دهد، که با استفاده از روش نمونه برداری تصادفی ساده، ابتدا از میان بانک‌های دولتی؛ بانک‌های ملی، رفاه، تجارت، ملت، مسکن به عنوان نمونه نخستین انتخاب شدند. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی، مورگان و موهن (سکاران، ۱۳۸۱، ص. ۳۳۳) با ملاحظه حجم تقریبی جامعه آماری، $n=600$ تعیین شد، و از طریق روش تصادفی طبقه‌ای متناسب، حجم نمونه در هر بانک به شرح ذیل بدست آمد. برای بانک ملی $n=170$ ، برای بانک تجارت $n=130$ ، برای بانک مسکن $n=110$ ، برای بانک ملت $n=100$ ، برای بانک رفاه $n=90$ بدست آمد.

تحلیل داده‌های تحقیق

نتایج آزمون‌های آماره توصیفی - میانگین و انحراف معیار - بر روی سازه‌های تحقیق (جدول ۱) با ملاحظه جنسیت، سن، سطح تحصیلات، سنوات خدمت، سطح درآمد، وضعیت تاهل در کل جامعه آماری، و نیز هر سازمان نشان می‌دهد که کارکنان مرد در همه

سازه‌های تحقیق نسبت به کارکنان زن امتیاز بیشتری کسب نموده‌اند. همچنین کارکنانی که در گروه سنی ۴۶-۵۵ قرار داشتند، در سازه‌های شناسایی (۳/۹۸)، تعهد عاطفی (۳/۷۵)، تعهد مستمر (۳/۶۴)، در مجموع در تعهد سازمانی (۳/۷۰)، و کارکنانی که در رده سنی ۲۵-۳۵ قرار داشتند، در سازه تعهد هنجاری (۳/۷۹) نسبت به سایر گروه‌های سنی بیشترین امتیاز میانگین را کسب نموده‌اند. از لحاظ سنوات خدمت، کارکنانی که ۱۱-۱۵ سال سابقه خدمت داشتند در سازه‌های شناسایی سازمانی (۴/۱۲)، تعهد هنجاری (۴/۰۲)؛ و کارکنانی که ۲۱-۲۵ سال سابقه خدمت داشتند؛ در سازه‌های تعهد عاطفی (۳/۹۳)، تعهد مستمر (۳/۸)؛ و در مجموع تعهد سازمانی (۳/۸) نسبت به سایر گروه‌ها بیشترین نمره میانگین را کسب نموده‌اند.

از لحاظ سطح تحصیلات، کارکنان با مدرک تحصیلی فوق لیسانس در سازه شناسایی سازمانی (۴/۲۸)، و کارکنانی که مدرک تحصیلی آنها پایین‌تر از سطح فوق دیپلم بوده است، در سازه‌های تعهد عاطفی (۳/۹۸)، هنجاری (۳/۸۴) و مستمر (۳/۳) و در مجموع در سازه تعهد سازمانی (۳/۶۵) نسبت به سایر گروه‌ها، بیشترین امتیاز میانگین را کسب نموده‌اند. از لحاظ سطح درآمد، کارکنانی که سطح درآمد آنها در طیف ۸۰۰ هزار تا یک میلیون و دویست هزار قرار داشت، در سازه‌های شناسایی (۴/۲۷)، تعهد هنجاری (۴/۱)، تعهد عاطفی (۳/۹۱)، و در مجموع در سازه تعهد سازمانی (۳/۶۶) و کارکنانی که سطح درآمد آنها کمتر از ۴۰۰ هزار بود، در سازه تعهد مستمر (۳/۲۲) نسبت به سایر گروه‌های درآمدی بیشترین امتیاز میانگین را کسب نموده‌اند. کارکنان متأهل در همه سازه‌ها تحقیق نسبت به کارکنان مجرد بیشترین نمره میانگین را بدست آورده‌اند. در بین بانک‌های مورد مطالعه، بانک تجارت در سازه‌های شناسایی (۴/۱۱)، تعهد هنجاری (۳/۹۸)، تعهد عاطفی (۳/۸۸)، و در مجموع در سازه تعهد سازمانی (۳/۶۴)، و بانک ملت در سازه تعهد مستمر (۳/۴۷) نسبت به سایر بانک‌ها بیشترین نمره میانگین را به خود اختصاص داده‌اند. در کل سیستم بانکی سازه تعهد هنجاری (۳/۷۸) بیش از سایر مولفه‌های تعهد سازمانی امتیاز کسب نموده است.

جدول ۱: آماره توصیفی سازه های تحقیق بر حسب ویژگی های جمعیت شناختی در کل جامعه آماری و بانک های مورد مطالعه

سازه های تحقیق										میانگین = مین انحراف معیار = ان	
تعهد سازمانی		تعهد مستمر		تعهد عاطفی		تعهد هنجاری		شناسایی سازمانی			
ان	مین	ان	مین	ان	مین	ان	مین	ان	مین		
۰/۴۲	۳/۵۷	۰/۵۴	۳/۲۴	۰/۵۸	۳/۷۵	۰/۶۶	۳/۸۵	۰/۵۷	۴	مرد	جنس
۰/۴۱	۳/۳۵	۰/۵۰	۳/۱	۰/۶۲	۳/۴۷	۰/۷۱	۳/۵۹	۰/۶۹	۳/۷۴	زن	
۰/۴۱	۰/۵۲	۰/۵۳	۳/۱۹	۰/۵۹	۳/۶۹	۰/۶۴	۳/۷۹	۰/۶۲	۳/۹۴	۳۵-۲۵	سن
۰/۴۶	۳/۴۸	۰/۵۱	۳/۱۶	۰/۶۳	۳/۶۴	۰/۷۵	۳/۷۶	۰/۶۱	۳/۹۵	۴۵-۳۶	
۰/۴۷	۳/۷۰	۰/۵۸	۳/۶۴	۰/۶۴	۳/۷۵	۰/۸۸	۳/۷۵	۰/۴۷	۳/۹۸	۵۵-۴۶	
۰/۴۰	۳/۴۴	۰/۴۷	۳/۳	۰/۵۹	۳/۵۴	۰/۶۸	۳/۶۰	۰/۶۵	۳/۶۸	زیر ۵ سال	سنوات خدمت
۰/۴۵	۳/۴۷	۰/۵۴	۳/۲	۰/۶۴	۳/۶۴	۰/۷۱	۳/۷۱	۰/۶۵	۳/۹۴	۱۰-۶	
۰/۴۲	۳/۶۱	۰/۵۳	۳/۱	۰/۵۴	۳/۸۷	۰/۶۶	۴/۰۲	۰/۴۷	۴/۱۲	۱۵-۱۱	
۰/۴۲	۳/۴۷	۰/۵۷	۳/۲	۰/۵۰	۳/۵۴	۰/۶۴	۳/۸۲	۰/۶۵	۳/۹۳	۲۰-۱۶	
۰/۳۷	۳/۶۵	۰/۴۰	۳/۲	۰/۵۶	۳/۹۳	۰/۶۰	۳/۹۷	۰/۴۱	۴/۰۱	۲۵-۲۱	
۰/۳۴	۳/۸۰	۰/۷۸	۳/۸	۰/۴۳	۳/۸۰	۰/۵۰	۳/۸۳	۰/۵۸	۴/۱۱	۲۶ به بالا	
۰/۴۰	۳/۶۵	۰/۵۹	۳/۳	۰/۵۵	۳/۸۴	۰/۶۶	۳/۹۸	۰/۵۱	۴/۱۳	زیر فوق دیپلم	سطح تحصیلات
۰/۴۶	۳/۶۶	۰/۴۷	۳/۲	۰/۶۳	۳/۶۴	۰/۷۰	۳/۶۸	۰/۶۰	۳/۸۱	فوق دیپلم	
۰/۴۳	۳/۴۳	۰/۵۰	۳/۲	۰/۶۱	۳/۵۶	۰/۶۸	۳/۶۷	۰/۶۶	۳/۸۲	لیسانس	
۰/۲۴	۳/۳۷	۰/۳۰	۲/۸	۰/۵۱	۳/۷۶	۰/۶۶	۳/۷۷	۰/۵۵	۴/۲۸	فوق لیسانس	
۰/۴۱	۳/۵۰	۰/۵۳	۳/۲۲	۰/۵۹	۳/۶۵	۰/۶۷	۳/۷	۰/۶۱	۳/۹	زیر ۴۰۰	سطح حقوق
۰/۴۸	۳/۵۱	۰/۵۳	۳/۱۴	۰/۶۳	۳/۷۱	۰/۷۲	۳/۸	۰/۶۳	۳/۹۷	۸۰۰-۴۰۰	
۰/۴۰	۳/۶۶	۰/۴۹	۳/۱۸	۰/۶۳	۳/۹۱	۰/۷۳	۴/۱	۰/۴۸	۴/۲۷	۱۲۰۰-۸۰۰	
۰/۴۳	۳/۵۳	۰/۵۴	۳/۲	۰/۵۹	۳/۷	۰/۶۸	۳/۸۱	۰/۶۰	۳/۹۶	متاهل	وضعیت تاهل
۰/۳۶	۳/۳۹	۰/۴۱	۳/۲	۰/۶۱	۳/۴۸	۰/۵۹	۲/۵۶	۰/۶۳	۳/۷۶	مجرد	
۰/۴۱	۳/۲۷	۰/۴۳	۳/۰۵	۰/۵۹	۳/۴	۰/۶۶	۳/۴	۰/۷۲	۳/۶	بانک رفاه	بانک ملی
۰/۴۱	۳/۶۲	۰/۵۷	۳/۳۳	۰/۵۷	۳/۷۷	۰/۶۳	۳/۸۶	۰/۵۴	۴/۰۱		
۰/۳۹	۳/۶۴	۰/۵۸	۳/۲۲	۰/۵۵	۳/۸۸	۰/۶۷	۳/۹۸	۰/۵۲	۴/۱۱	بانک تجارت	
۰/۴۹	۳/۰۷	۰/۳۹	۳/۴۷	۰/۵۵	۳/۶۱	۰/۵۵	۳/۹۳	۰/۵۰	۴/۰۷	بانک ملت	
۰/۴۵	۳/۳۹	۰/۴۶	۳/۲۵	۰/۶۴	۳/۴۶	۰/۷۱	۳/۵۳	۰/۶۷	۳/۷۲	بانک مسکن	
۰/۴۳	۳/۵۱	۰/۵۳	۳/۲	۰/۶۰	۳/۶۷	۰/۶۹	۳/۷۸	۰/۶۲	۳/۹۴	کل جامعه آماری	

آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین سازه‌های تحقیق (جدول ۲) نشان می‌دهد که بین هویت سازمانی و تعهد سازمانی در سطح معنی داری $\alpha=0/01$ در همه بانک‌ها به جز بانک ملت همبستگی معنی داری وجود دارد. نتایج آزمون ضریب همبستگی نشان می‌دهد که بین شناسایی سازمان و تعهد عاطفی و تعهد هنجاری در بانک مسکن، بانک رفاه، بانک ملی، بانک تجارت در سطح $\alpha=0/01$ ، و بین هویت سازمانی و تعهد هنجاری در سطح معنی داری $\alpha=0/01$ همبستگی مثبت معنادار، و بین هویت سازمانی و تعهد مستمر در سطح معنی داری $\alpha=0/05$ در بانک ملت همبستگی منفی معنادار وجود دارد. همچنین نتایج آزمون همبستگی نشان داد که بین تعهد عاطفی و هویت سازمانی در بانک ملت رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۲: همبستگی پیرسون بین متغیرهای پیش بین با یکدیگر و متغیر ملامک

سازه‌های تحقیق	کل بانکها	بانک مسکن	بانک ملت	بانک رفاه	بانک ملی	بانک تجارت
تعهد هنجاری- تعهد عاطفی	۰/۷۲۲**	۰/۷۳۸**	۰/۶۹۵**	۰/۷۲۱**	۰/۷۲۵**	۰/۶۵۶**
تعهد هنجاری- تعهد مستمر	۰/۰۶۹	۰/۱۲۰	۰/۱۳۲	-۰/۰۷۶	۰/۰۴۵	۰/۰۴۷
تعهد عاطفی- تعهد مستمر	۰/۱۰۳	۰/۱۶۵	۰/۲۲۰	۰/۳۱۲*	۰/۰۶۱	-۰/۰۹۴
تعهد هنجاری- هویت سازمانی	۰/۵۸۶**	۰/۵۶۲**	۰/۴۲۵**	۰/۶۰۴**	۰/۳۸۵**	۰/۶۲۲**
تعهد عاطفی- شناسایی سازمانی	۰/۵۸۴**	۰/۵۶۰**	۰/۳۰۱	۰/۵۶۶**	۰/۶۲۶**	۰/۵۸۱**
تعهد مستمر- هویت سازمانی	۰/۰۴۲	۰/۱۶۳	-۰/۳۷۳*	-۰/۰۱۴	۰/۱۷۲	-۰/۰۰۱
تعهد سازمانی- هویت سازمانی	۰/۵۴۲**	۰/۵۷۷**	۰/۱۱۲	۰/۵۱۹**	۰/۵۵۶**	۰/۵۴۸**

** همبستگی در سطح $\alpha=0/01$ و * همبستگی در سطح $\alpha=0/05$ معنی دار است (دو دنباله)

نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد که مقدار t_c (جدول ۳) در سطح $\alpha=0/05$ برای ضرایب رگرسیونی متغیرهای تعهد هنجاری (۵/۳۳۱)، تعهد عاطفی (۵/۲۳۸) در کل سیستم بانکی مورد مطالعه، متغیر تعهد هنجاری (۴/۸۵)

جدول ۳: ضرایب رگرسیون (متغیر ملاک: هویت سازمانی)

آماره های تغییر	معنی داری	t	ضرایب رگرسیونی استاندارد شده	ضرایب رگرسیونی استاندارد نشده		متغیرهای پیش بین مانده در مدل	سطح	نوع رابطه
				B	خطای استاندارد			
VIF	تلورنس		بتا					
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۱۲/۳	۰/۵۸۶	۰/۱۶	۱/۹۶	۱	کل سیستم بانکی
			۱۲/۶۵		۰/۰۴	۰/۵۲۴		
۲/۰۹۱	۰/۴۷۸	۰/۰۰۰	۸/۷۲۰	۰/۳۴۳	۰/۱۷۴	۱/۵۱۸	۲	مسکن
			۵/۳۳۱		۰/۰۵۷	۰/۳۰۶		
۲/۰۹۱	۰/۴۷۸	۰/۰۰۰	۵/۲۳۸	۰/۳۳۷	۰/۰۶۵	۰/۳۴۳	۱	ملات
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۴/۷۷	۰/۵۶	۰/۳۹	۱/۸۶	۱	رفاه
			۴/۸۵		۰/۱۰۹	۰/۵۳		
۱	۱	۰/۰۰۰	۴/۸۴۸	۰/۴۲۵	۰/۵۲۲	۲/۵۳	۱	ملی
			۲/۹۷۲		۰/۱۳۲	۰/۳۹۱		
۱/۰۱۸	۰/۹۸۳	۰/۰۰۰	۶/۴۰۵	۰/۴۸۳	۰/۵۷۹	۳/۷۱	۲	تجارت
			۳/۷۶۲		۰/۱۱۸	۰/۴۴۴		
۱/۰۱۸	۰/۹۸۳	۰/۰۰۰	۳/۴۰۴	۰/۴۳۷	۰/۱۳۳	۰/۴۵۳	۱	
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۳	۳/۱۰۳	۰/۶۰۴	۰/۴۳۶	۱/۲۵	۱	مطبی
			۵/۲۴۵		۰/۱۲۶	۰/۶۶		
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۴/۹۵	۰/۶۲۶	۰/۳۵۷	۱/۷۶۶	۱	تجارت
			۶/۳۶۷		۰/۰۹۴	۰/۵۹۶		
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۸/۷۹۵	۰/۶۲۲	۰/۲۵۰	۲/۱۹۷	۱	تجارت
			۷/۷۷۷		۰/۰۶۲	۰/۴۸		
۱/۷۵۵	۰/۵۷۰	۰/۰۰۰	۵/۸۳	۰/۴۲۲	۰/۲۹۲	۱/۷۰۲	۲	تجارت
			۴/۱۵۰		۰/۰۷۹	۰/۳۲۷		
۱/۷۵۵	۰/۵۷۰	۰/۰۰۰	۲/۹۹	۰/۳۰۶	۰/۰۹۶	۰/۲۸۶	۱	

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

برای بانک مسکن، متغیرهای تعهد هنجاری (۳/۷۶۲) و تعهد مستمر (۳/۴۰۴-) در بانک ملت، متغیر تعهد هنجاری (۵/۲۴۵) در بانک رفاه، متغیر تعهد عاطفی (۶/۳۶۷) برای بانک ملی، متغیرهای تعهد هنجاری (۴/۱۵۰) و تعهد عاطفی (۲/۹۹) در بانک تجارت مبین مشارکت معنی دار آنها در مدل رگرسیونی می باشد. مقدار آزمون F برای کل سیستم بانکی (۱۰۰/۵۹۰)، برای بانک مسکن (۲۳/۵۴۰)، برای بانک ملت (۱۱/۳۷۷)، برای بانک رفاه (۲/۵۱)، برای بانک ملی (۴۰/۵۴۳)، و برای بانک تجارت (۳۷/۱۹۰) با مقدار معنی داری (۰/۰۰۰) در مورد هویت سازمانی نیز مبین قابلیت بسیار بالا و مناسب مدل، و طبیعتاً تبیین متغیر ملاک هویت سازمانی بوسیله متغیرهای پیش بین تعهد هنجاری و عاطفی در کل سیستم بانکی مورد مطالعه، متغیر تعهد هنجاری در بانک مسکن، تعهد هنجاری و تعهد مستمر در بانک ملت، تعهد هنجاری در بانک رفاه، تعهد عاطفی در بانک ملی، و تعهد هنجاری و تعهد عاطفی در بانک تجارت است. مقادیر R^2 برای کل سیستم بانکی مورد مطالعه (۰/۴۰)، برای بانک مسکن (۰/۳۲)، برای بانک ملت (۰/۳۷)، برای بانک رفاه (۰/۳۶)، برای بانک ملی (۰/۳۹)، و برای بانک تجارت (۰/۴۴) مبین تغییرات متغیر هویت سازمانی توسط متغیرهای پیش بین مانده در مدل رگرسیونی هویت سازمانی در کل سیستم بانکی و هر یک از بانک‌ها می باشد که کفایت مدل‌های رگرسیونی بدست آمده از تحلیل رگرسیونی را نشان می دهد (جدول ۴).

جدول ۴: خلاصه مدل رگرسیونی چند متغیره (متغیر ملاک: هویت سازمانی)

نام متغیر	R ²	R	R ² تعدیل شده	آماره های تغییر		
				تغییر R ²	تغییر f	معنی داری تغییر f
همه بانکها	۰/۹۵	۰/۳۳	۰/۳۴۱	۰/۳۴	۱۵۹/۹	۰/۰۰۰
	۰/۶۳	۰/۴۰	۰/۳۹۳	۰/۰۵	۳۷/۴	۰/۰۰۰
مسکن	۰/۵۶	۰/۳۲	۰/۳۰۲	۰/۳۲	۲۳/۵۴	۰/۰۰۰
	۰/۴۲	۰/۱۸	۰/۱۶۰	۰/۱۸	۸/۸۳	۰/۰۰۵
ملت	۰/۶۱	۰/۳۷	۰/۳۳۶	۰/۱۹	۱۱/۵۹	۰/۰۰۲
	۰/۶۰	۰/۳۶	۰/۳۵۱	۰/۳۶	۳۷/۵۱	۰/۰۰۰
رفاه	۰/۶۳	۰/۳۹	۰/۳۸۲	۰/۳۹	۴۰/۵۴	۰/۰۰۰
	۰/۶۲	۰/۳۹	۰/۳۸	۰/۳۹	۶۰/۴۹	۰/۰۰۰
ملی	۰/۶۶	۰/۴۴	۰/۴۳	۰/۰۵	۸/۹۱	۰/۰۰۴
	۰/۶۶	۰/۴۴	۰/۴۳	۰/۰۵	۸/۹۱	۰/۰۰۴

نتایج تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی (جدول ۵، ۶) برای تعیین اثر تعدیلی ویژگی های شناختی (سن، جنس، سنوات خدمت، سطح تحصیلات) بر روی بین رابطه بین هویت سازمانی و تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر در کل سیستم بانکی مورد مطالعه نشان می دهد که ویژگی های جمعیت شناختی بر روی رابطه هویت سازمانی، تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر هیچ اثری نداشته اند.

جدول ۵: خلاصه رگرسیون برای اثر تعدیلی سن و جنس بر روی رابطه هویت سازمانی و تعهد سازمانی

هویت سازمانی			متغیرهای ورودی به مدل رگرسیون (مطالعه اثر تعدیلی جنس)	هویت سازمانی			متغیرهای ورودی به مدل رگرسیون (مطالعه اثر تعدیلی سن)
معنی داری	t	β		معنی داری	t	β	
۰/۰۰	۵/۳۳	۰/۳۴ ^{***}	مرحله اول (اثر اصلی) تعهد هنجاری	۰/۰۰	۵/۳۳	۰/۳۴۳ ^{***}	مرحله اول (اثر اصلی) تعهد هنجاری
۰/۰۰	۵/۲۴	۰/۳۳ ^{***}	تعهد عاطفی	۰/۰۰	-۰/۲۴	۰/۳۳۷ ^{***}	تعهد عاطفی
۰/۷۲	-۰/۳۶	-۰/۰۲	تعهد مستمر	۰/۷۲		-۰/۰۱۶	تعهد مستمر
		۰/۰۵	R ² تغییر			۰/۰۵۴	R ² تغییر
		۳۷/۴۴ ^{***}	F تغییر			۳۷/۴۴ ^{***}	F تغییر
			مرحله دوم				مرحله دوم
۰/۱۵	-۱/۴۶۹	-۰/۰۷	جنس	۰/۵۰	-۰/۶۷	۰/۰۳۰	سن
		۰/۰۵	R ² تغییر			۰/۰۵۴	R ² تغییر
		۳۷/۴ ^{***}	F تغییر			۳۷/۴۴ ^{***}	F تغییر
			مرحله سوم				مرحله سوم
۰/۳۶	-۰/۹۱	-۰/۰۴	تعهد هنجاری × جنس	۰/۴۷	-۰/۹۲	-۰/۰۴۵	تعهد هنجاری × سن
۰/۲۶	-۱/۱۲	-۰/۰۵	تعهد عاطفی × جنس	۰/۳۶	-۰/۷۳۶	-۰/۰۳۵	تعهد عاطفی × سن
۰/۱۳	۱/۵۰	-۰/۰۷	تعهد مستمر × جنس	۰/۴۶	-۰/۷۴	-۰/۰۳۳	تعهد مستمر × سن
		۰/۰۵	R ² تغییر			۰/۰۵۴	R ² تغییر
		۳۷/۴ ^{***}	F تغییر			۳۷/۴۴ ^{***}	F تغییر
		۰/۴	R ² کلی			۰/۳۹۷	R ² کلی
		۰/۳۹	R ² تعدیل شده کلی			۰/۳۹۳	R ² تعدیل شده کلی

جدول ۶: خلاصه رگرسیون برای اثر تعدیلی سنوات خدمت و تحصیلات بر روی رابطه هویت و تعهد سازمانی

هویت سازمانی			متغیرهای ورودی به مدل رگرسیون (مطالعه اثر تعدیلی سطح تحصیلات)	هویت سازمانی			متغیرهای ورودی به مدل رگرسیون (مطالعه اثر تعدیلی سنوات خدمت)
معنی داری	t	β		معنی داری	t	β	
۰/۰۰	۵/۳۳	-۰/۳۴**	مرحله اول (اثر اصلی)	۰/۰۰	۵/۳۳	-۰/۳۴**	مرحله اول (اثر اصلی)
۰/۰۰	۵/۳۴	-۰/۳۴**	تعهد هنجاری	۰/۰۰	۵/۳۴	-۰/۳۴**	تعهد هنجاری
۰/۷۲	-۰/۶۰	-۰/۰۲	تعهد عاطفی	۰/۷۲	-۰/۳۶	-۰/۰۲	تعهد عاطفی
	-	۰/۰۵	تعهد مستمر			۰/۰۵	تعهد مستمر
		۳۷/۴**	تغییر R^2			۳۷/۴**	تغییر R^2
			تغییر F				تغییر F
			مرحله دوم				مرحله دوم
			سنوات خدمت				سنوات خدمت
۰/۱۸	۱/۳۴	-۰/۶۱	تغییر R^2	۰/۳۴	۰/۹۶	-۰/۰۴	تغییر R^2
	-	۰/۰۵	تغییر F			۰/۰۵	تغییر F
		۳۷/۴**	مرحله سوم			۳۷/۴**	مرحله سوم
			تعهد هنجاری × سطح				تعهد هنجاری × سنوات
۰/۳۲		-۰/۰۴	تحصیلات	۰/۵۰	۰/۶۷	-۰/۰۳	خدمت
			تعهد عاطفی ×				تعهد عاطفی × سنوات خدمت
۰/۳۲	۰/۹۹	-۰/۰۴	سطح تحصیلات	۰/۳۸	۰/۸۹	-۰/۰۴	تعهد مستمر × سنوات خدمت
	-		تعهد مستمر ×				تغییر R^2
۰/۱۲	۱/۰۰۱	-۰/۰۷	سطح تحصیلات	۰/۵۰	۰/۶۷	-۰/۰۳	تغییر F
	-	۰/۰۵	تغییر R^2			۰/۰۵	تغییر R^2
		۳۷/۴**	تغییر F کلی			۳۷/۴**	تغییر F کلی
	۱/۵۷	۰/۴	R^2 تعدیل شده کلی			۰/۴	R^2 تعدیل شده کلی
	-	۰/۹۳				۰/۳۹	

برای مقایسه میانگین متغیرهای پیش بین و ملاک از لحاظ جنسیت، از آزمون تفاوت میانگین؛ و از لحاظ سن، سنوات خدمت، سطح تحصیلات و سطح درآمد پاسخگویان در کل سیستم بانکی مورد مطالعه از آزمون ANOVA یک راهه، و برای تعیین تفاوت حقیقی بین میانگین ها از آزمون های Post Hoc (آزمون های توکی، شفه، ال اس دی (LSD)) استفاده شده است. مقادیر t در آزمون تفاوت میانگین سازه های تحقیق بین کارکنان زن و مرد (جدول ۷) نشان می دهد که با ملاحظه فرض برابری واریانس دو جامعه، بین کارکنان زن

و مرد در کل جامعه آماری مورد مطالعه، فقط از لحاظ هویت سازمانی با مقدار $t = 3/413$ در سطح $\alpha = 0/05$ با مقدار معنی داری 0.001 تفاوت معنی داری وجود دارد.

جدول ۷. نتایج آزمون تفاوت میانگین سازه‌های تحقیق بین کارکنان زن و مرد در کل

سیستم باتکی مورد مطالعه

متغیرهای تحقیق	آزمون Levene برای برابری واریانس		تفاوت میانگین	خطای استاندارد تفاوت میانگین	t	df	معنی داری (دو دنباله)
	F	معنی داری					
هویت سازمانی	۴/۶۰	۰/۰۳۳	۰/۲۶**	۰/۰۷۷	۳/۴۱۳	۳۰۶	۰/۰۰۱
			۰/۲۶	۰/۰۸۴	۳/۱۲۷	۱۳۰/۲۳۳	۰/۰۰۲
تعهد عاطفی	۰/۸۴۰	۰/۳۶۰	۰/۲۷	۰/۰۸۶	۳/۰۷۹	۳۰۶	۰/۰۰۲
			۰/۲۷	۰/۰۸۹	۲/۹۸۳	۱۴۲/۹۰۷	۰/۰۰۳
تعهد هنجاری	۱/۲۰۵	۰/۲۷۳	۰/۲۸	۰/۰۷۵	۳/۶۵۲	۳۰۶	۰/۰۰۰
			۰/۲۸	۰/۰۷۸	۳/۵۲۸	۱۴۲/۱۵۴	۰/۰۰۱
تعهد مستمر	۰/۵۸۳	۰/۴۴۶	۰/۱۴	۰/۰۶۸	۲/۰۴۹	۳۰۶	۰/۰۴۱
			۰/۱۴	۰/۰۶۵	۲/۱۱۷	۱۶۲/۵۵۳	۰/۰۳۶
تعهد سازمانی	۰/۵۴۳	۰/۴۶۲	۰/۲۲	۰/۰۵۴	۴/۰۸۸	۳۰۶	۰/۰۰۰
			۰/۲۲	۰/۰۵۳	۴/۱۲۷	۱۵۴/۷۹۴	۰/۰۰۰

** تفاوت میانگین در سطوح کمتر از $\alpha = 0/05$ معنی دار است.

جدول ۸. نتایج آزمون ANOVA یک راه برای تعیین تفاوت بین کارکنان بانک های مورد مطالعه از لحاظ ویژگی های جمعیت شناختی

نتایج آزمون ANOVA یک راه							نتایج آزمون ANOVA یک راه						
معنی داری	F	میانگین مربعات	df	مجموع مربعات	سازه تحقیق	معنی داری	F	میانگین مربعات	df	مجموع مربعات	سازه تحقیق		
۰/۷۶۵	۰/۲۶۸	۰/۰۹۸	۲	۰/۱۹۶	* تعهد عاطفی	۰/۳۲۷	۱/۱۲	۰/۴۲۳	۲	۰/۸۴۷	* شناسایی سازمانی		
		۰/۳۷	۳۰۵	۱۱۱/۵	**			۰/۳۷۷	۳۰۵	۱۱۵	** شناسایی سازمانی		
		۳۰۷	۱۱۱/۷		***			۳۰۷	۱۱۶		***		
۰/۰۱۲	۴/۴۸۹	۱/۲۴	۲	۲/۴۹	* تعهد مستمر	۰/۹۰۱	۰/۱۰۴	۰/۰۵	۲	۰/۰۹۹	* تعهد		
		۰/۲۸	۳۰۵	۸۴/۵۳	**			۰/۴۷۵	۳۰۵	۱۴۵	**		
		۳۰۷	۸۷		***			۳۰۷	۱۴۵/۱		***		
						۰/۲۱۶	۱/۵۴	۰/۲۸۷	۲	۰/۵۷۴	* تعهد		
								۰/۱۸۶	۳۰۵	۵۶/۸	** شناسایی سازمانی		
								۳۰۷	۵۷/۴		***		
۰/۰۰۳	۴/۷	۱/۶۵	۲	۴/۹۴	* تعهد عاطفی	۰/۰۰۰	۶/۹۲	۲/۴۷	۲	۷/۴	* شناسایی سازمانی		
		۰/۳۵۱	۳۰۵	۱۰۶/۸	**			۰/۳۵۷	۳۰۵	۱۰۸/۶	** شناسایی سازمانی		
		۳۰۷	۱۱۱/۸		***			۳۰۷	۱۱۶		***		
۰/۰۸۰	۲/۲۷	۰/۶۴	۲	۱/۹	* تعهد مستمر	۰/۰۰۴	۶/۶۳	۲/۱۰۸	۲	۶/۳۲	* تعهد		
		۰/۲۸	۳۰۵	۸۵/۱	**			۰/۴۵۶	۳۰۵	۱۳۸/۸	**		
		۳۰۷	۸۷		***			۳۰۷	۱۴۵		***		
						۰/۰۰۱	۵/۸۴	۱/۰۴	۲	۳/۱۳	* تعهد		
								۰/۱۸	۳۰۵	۵۴/۲	** شناسایی سازمانی		
								۳۰۷	۵۷/۴		***		
۰/۰۱۰	۳/۰۸	۱/۰۸۴	۲	۵/۴۲	* تعهد عاطفی	۰/۰۱۵	۲/۸۷	۱/۰۵۱	۲	۵/۲۶	* شناسایی سازمانی		
		۰/۳۵۲	۳۰۵	۱۰۶/۳۱	**			۰/۳۶۷	۳۰۵	۱۱۰/۷	** شناسایی سازمانی		
		۳۰۷	۱۱۱/۷		***			۳۰۷	۱۱۶		***		
۰/۰۰۲	۱/۸۶	۰/۵۱۹	۲	۲/۶	* تعهد مستمر	۰/۰۳۷	۲/۵۸	۱/۱۸۸	۲	۵/۹۴	* تعهد		
		۰/۲۸۰	۳۰۵	۸۴/۴	**			۰/۴۶۱	۳۰۵	۱۳۹/۱۶	**		
		۳۰۷	۸۷		***			۳۰۷			***		
						۰/۰۶۹	۲/۰۷	۰/۲۸۱	۲	۱/۹۰	* تعهد		
								۰/۱۸۴	۳۰۵	۵۵/۵	** شناسایی سازمانی		
								۳۰۷	۵۷/۳۷		***		
۰/۴۸۵	۰/۷۲۵	۰/۲۶۴	۲	۰/۵۲۹	* تعهد عاطفی	۰/۳۴۴	۱/۰۷	۰/۳۰۵	۲	۰/۸۰۹	* شناسایی سازمانی		
		۰/۳۶۵	۳۰۵	۱۱۱/۲۱	**			۰/۳۷۸	۳۰۵	۱۱۵	** شناسایی سازمانی		
		۳۰۷	۱۱۱/۷۴		***			۳۰۷	۱۱۶		***		
۰/۴۲۱	۰/۸۶۷	۰/۲۴۶	۲	۰/۴۹۲	* تعهد مستمر	۰/۳۰۸	۱/۲	۰/۵۵۸	۲	۱/۱۲	* تعهد		
		۰/۲۸۴	۳۰۵	۸۶/۵۲	**			۰/۲۷۲	۳۰۵	۱۴۴	**		
		۳۰۷	۸۷/۰۱		***			۳۰۷	۱۴۵		***		
						۰/۷۲۱	۰/۲۳۸	۰/۰۶۲	۲	۰/۱۲۳	* تعهد		
								۰/۱۹	۳۰۵	۵۷/۲۴	** شناسایی سازمانی		
								۳۰۷	۵۷/۳۷		***		

*بین گروه ها، ** درون گروه ها، *** کل

مقادیر F بدست آمده از آزمون ANOVA یک راهه برای سازه تعهد مستمر (۴/۴۸۹) در بین گروه‌های سنی، برای سازه‌های شناسایی سازمانی (۶/۹۲)، تعهد هنجاری (۴/۶۲)، تعهد عاطفی (۴/۶۹)، تعهد مستمر (۲/۲۷)، تعهد سازمانی (۵/۸۴) در بین سطوح مختلف تحصیلی؛ برای متغیرهای شناسایی سازمانی (۲/۸۷)، تعهد هنجاری (۲/۵۸)، تعهد عاطفی (۳/۰۸) در بین سوابق خدمتی مختلف معرف وجود تفاوت معنی‌دار بین آنها در سطح $\alpha = 0.05$ است. تفاوت‌های حقیقی بدست آمده از آزمون‌های Post Hoc در جدول (۹) نشان داده شده است.



جدول ۹: نتایج آزمون های Post Hoc برای تعیین تفاوت بین کارکنان بانک های مورد

مطالعه از لحاظ ویژگی های جمعیت شناختی

ویژگی های جمعیت شناختی	سازه های تحقیق	گروه I	گروه J	تفاوت میانگین	خطای استاندارد	معنی داری
گروه های سنی	تعهد مستمر	۳۵-۲۵	۵۵-۴۶	-۰/۴۴۶*	-/۱۵۷	-/۰۱۳
		۴۵-۳۶	۵۵-۴۶	-۰/۴۸*	-/۱۶۱	-/۰۰۹
سطح تحصیلات	شناسایی سازمانی	زیر فوق دیپلم	فوق دیپلم	۰/۳۱۸*	۰/۰۹۹	۰/۰۰۸
		زیر فوق دیپلم	لیسانس	۰/۳۱۰*	۰/۰۷۷	۰/۰۰۰
	تعهد هنجاری	زیر فوق دیپلم	فوق دیپلم	۰/۴۹۳*	-/۱۱۲	-/۰۴۴
		زیر فوق دیپلم	لیسانس	۰/۳۰۷*	-/۰۸۷	-/۰۰۳
	تعهد عاطفی	زیر فوق دیپلم	فوق دیپلم	۰/۲۰۱۸*	-/۰۹۷۹	-/۰۴۰
		زیر فوق دیپلم	لیسانس	۰/۲۸۳*	-/۰۷۶۳	-/۰۰۱
تعهد مستمر	زیر فوق دیپلم	لیسانس	۰/۵۱۵*	-/۲۲۲	-/۰۲۱	
	زیر فوق دیپلم	فوق دیپلم	۰/۱۸۴*	-/۰۶۹۸	-/۰۴۳	
سنوات خدمت	شناسایی سازمانی	کمتر از پنج سال	۱۵-۱۱	۰/۴۴۲*	۰/۱۲۱۷	۰/۰۰۴
		کمتر از پنج سال	۱۰-۶	-۰/۲۵۵۱*	۰/۱۰۰۶	۰/۰۰۰
تعهد هنجاری	کمتر از پنج سال	۱۵-۱۱	۲۵-۲۱	۰/۳۳۱۳*	۰/۱۵۰۹	۰/۰۲۹
		۲۵-۲۱	۱۰-۶	-۰/۳۰۸۱*	-/۱۱۲	-/۰۰۶
تعهد عاطفی	کمتر از پنج سال	۱۵-۱۱	۲۵-۲۱	-۰/۳۳۴*	-/۱۱۹	-/۰۰۵
		۲۵-۲۱	۱۰-۶	-۰/۳۹۱*	-/۱۴۸	-/۰۰۹
تعهد مستمر	کمتر از پنج سال	۱۵-۱۱	۱۰-۶	-۰/۳۳۵۳*	۰/۰۹۷۸	۰/۰۱۷
		۲۵-۲۱	۱۵-۱۱	-۰/۲۹۳*	۰/۳۱۱۵	۰/۰۲۶
		۱۵-۱۱	۲۰-۱۶	۰/۳۳۱۷*	۰/۱۲۵۹	۰/۰۰۹
		۲۵-۲۱	۲۰-۱۶	-۰/۳۸۸۹*	۰/۱۵۳۲	۰/۰۱۲
تعهد مستمر	کمتر از پنج سال	۱۰-۶	۲۶ و بیشتر	-۰/۵۱۷۰*	-/۲۲۹	-/۰۲۴
		۱۵-۱۱	۲۶ و بیشتر	۰/۵۹۸*	-/۲۲۰	-/۰۰۷
		۲۰-۱۶	۲۶ و بیشتر	-۰/۶۶۳*	۰/۲۲۸۴	۰/۰۴۶
		۲۵-۲۱	۲۶ و بیشتر	-۰/۵۶۹۴*	۰/۲۳۱۵	۰/۰۱۴
		۲۵-۲۱	۲۶ و بیشتر	-۰/۵۷۸۷*	۰/۲۴۱۳	۰/۰۱۷

* معنی داری در سطح $\alpha < 0/05$ یا $\alpha = 0/05$

همچنین نتایج آزمون ANOVA یک راهه نشان داد که بین کارکنان بانک های مختلف مورد مطالعه از لحاظ هویت سازمانی و تعهد سازمانی (تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر) در سطح $\alpha < 0/05$ تفاوت معنی داری وجود دارد (جدول ۱۰). تفاوت های

حقیقی بدست آمده از آزمون‌های Post Hoc بین بانک‌های مختلف جدول (۱۱) نشان می‌دهد که بین کارکنان بانک‌های مسکن- ملت، و مسکن- تجارت، ملت- رفاه، ملت- ملی، رفاه- ملی، و رفاه- تجارت از نظر هویت سازمانی؛ بین بانک‌های مسکن- ملت، مسکن- ملی، مسکن- تجارت، ملت- رفاه، رفاه- ملی، و رفاه- تجارت از نظر تعهد هنجاری؛ بین بانک‌های مسکن- ملی، مسکن- تجارت، رفاه- ملی، رفاه- ملی، و رفاه- تجارت از نظر تعهد عاطفی؛ بین بانک‌های مسکن- ملی، رفاه- ملی، و بین بانک‌های مسکن- ملی، مسکن- تجارت، رفاه- ملی، رفاه- ملی، و رفاه- تجارت از نظر تعهد سازمانی کارکنان در سطح $\alpha < 0.05$ تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۱۰: نتایج آزمون ANOVA یک راهه برای سنجش تفاوت سازه‌های تحقیق در میان بانک‌های مورد مطالعه

معنی‌داری	F	میانگین مجزوات	درجه آزادی	مجموع مجزوات		
۰,۰۰۰	۸۸۶۰	۳,۰۴	۴	۱۲,۱۴	بین گروه‌ها	شناسایی سازمانی
		۰,۳۴۳	۳۰۳	۱۰۳,۸۲	درون گروه‌ها	
			۳۰۷	۱۱۵,۹۶	کل	
۰,۰۰۰	۹,۱۹	۳,۹۲	۴	۱۵,۷	بین گروه‌ها	تعهد هنجاری سازمانی
		۰,۴۳	۳۰۳	۱۲۹,۴	درون گروه‌ها	
			۳۰۷	۱۴۵,۱	کل	
۰,۰۰۰	۷,۸۶	۲,۶۲	۴	۱۰,۵	بین گروه‌ها	تعهد عاطفی سازمانی
		۰,۳۳	۳۰۳	۱۰۱,۲۴	درون گروه‌ها	
			۳۰۷	۱۱۱,۷۴	کل	
۰,۰۲۶	۲,۷۹	۰,۷۷	۴	۳,۱	بین گروه‌ها	تعهد مستمر سازمانی
		۰,۲۸	۳۰۳	۸۳,۹۲	درون گروه‌ها	
			۳۰۷	۸۷,۰۱	کل	
۰,۰۰۰	۹,۰۹	۱,۵۴	۴	۶,۱۴	بین گروه‌ها	تعهد سازمانی
		۰,۱۷	۳۰۳	۵۱,۲۲	درون گروه‌ها	
			۳۰۷	۵۷,۳۷	کل	

جدول ۱۱: نتایج آزمون های Post Hoc برای تعیین تفاوت معنی دار بین بانک های مورد مطالعه از لحاظ سازه های تحقیق

معنی داری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین	گروه z	گروه I	سازه های تحقیق
۰,۰۴۱	۱,۲۱	(*)-۰,۳۴۰۸	ملت	مسکن	هویت سازمانی
۰,۰۰۱	۰,۰۹۹۸	(*)-۰,۳۸۶۹	تجارت	مسکن	
۰,۰۴۱	۰,۱۲	(*)-۰,۳۴۰۸	رفاه	ملت	
۰,۰۰۲	۰,۱۲	(*)-۰,۴۶۶۶	ملی	ملت	
۰,۰۰۲	۰,۱۱	(*)-۰,۴۱۳۷	ملی	رفاه	
۰,۰۰۰	۰,۱۰	(*)-۰,۵۱۲۲	تجارت	رفاه	
۰,۰۲۷	۰,۱۳۵	(*)-۰,۴۰۰۳	ملت	مسکن	تعهد هنجاری
۰,۰۴۹	۰,۱۲۱	(*)-۰,۳۳۳۲	ملی	مسکن	
۰,۰۰۱	۰,۱۱۱	(*)-۰,۴۵۵۴	تجارت	مسکن	
۰,۰۰۲	۰,۱۳۷	(*)-۰,۵۲۰۶	رفاه	ملت	
۰,۰۰۲	۰,۱۲۳	(*)-۰,۴۵۳۵	ملی	رفاه	
۰,۰۰۰	۰,۱۱۴	(*)-۰,۵۷۵۷	تجارت	رفاه	
۰,۰۳۳	۰,۱۰۷	(*)-۰,۳۰۹۷	ملی	مسکن	تعهد عاطفی
۰,۰۰۰	۰,۹۹	(*)-۰,۴۱۸۶	تجارت	مسکن	
۰,۰۱۳	۰,۱۱	(*)-۰,۳۴۸۷	ملی	رفاه	
۰,۰۰۰	۰,۱۰۰	(*)-۰,۴۵۷۶	تجارت	رفاه	
۰,۰۴۰	۰,۰۹۹	(*)-۰,۲۷۹۳	ملی	رفاه	تعهد مستمر
۰,۰۲۷	۰,۰۷۶	(*)-۰,۲۲۵۳	ملی	مسکن	تعهد سازمانی
۰,۰۰۳	۰,۰۷۰۱	(*)-۰,۲۵۲۵	تجارت	مسکن	
۰,۰۰۰	-۰,۰۷۷۳	(*)-۰,۳۴۴۳	ملی	رفاه	
۰,۰۰۰	-۰,۰۷۱۴	(*)-۰,۳۷۱۶	تجارت	رفاه	

* معنی داری در سطح $\alpha = 0.05 / \alpha < 0.05$

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

نتیجه گیری

هویت سازمانی و تعهد سازمانی دو موضوع بسیار مهم در حوزه‌های رفتار سازمانی، منابع انسانی، ارتباطات و کنترل و... می باشد، و توجه محققان دانشگاهی و مدیران گرداننده سازمان‌ها را بطور فزاینده‌ای به خود جلب کرده است. سازمان‌ها، گروه‌های اجتماعی بزرگی هستند که به عنوان منبع مهم هویت اجتماعی خدمت می کنند، و هویت اجتماعی را شکل می دهند بدین دلیل که آنها جایگاه، مرتبه‌ها و ارزش‌هایی تعریف می کنند که بوسیله افراد برون از سازمان ارزیابی خواهند شد. آنها به عنوان یک جامعه کاری دیده می شوند و می توانند یک حس جامعه‌ای فراهم کنند که بوسیله آن؛ گفتمان، هماهنگی، یادگیری بوسیله هویت ساختار پیدا می کند: هر فردی یک "حس تعلق" دارد. افراد اساساً می خواهند به چیزی تعلق داشته باشند و عضو یک جامعه باشند. بنابراین با ملاحظه اهمیت موضوع هویت و هویت سازمانی و نقش آن در شکل‌گیری بسیاری از رفتارهای سازمانی افراد از یک سو، و نیز تعهد سازمانی از سوی دیگر، این تحقیق به رابطه بین مؤلفه‌های تعهد سازمانی و هویت سازمانی دربانک‌های دولتی شهر کرمان پرداخته است. نتایج آزمون آماری توصیفی (میانگین) نشان داد که مردان بیش از زنان نسبت به سازمان‌شان تعهد سازمانی (تعهد عاطفی، هنجاری و تعهد مستمر) دارند و خودشان را با آن شناسایی می کنند. این نتیجه نشان می دهد که زنان به علت فعالیت همزمان در خانه و محیط کار، و نیز حجم سنگین کارهای بانکی با مساله تضاد کار- خانواده مواجه هستند که در نتیجه بر روی تمایل آنها برای صرف انرژی بیشتر برای تحقق اهداف سازمان تأثیری گذارد، و در نتیجه کمتر از مردان، خود را با سازمان‌شان شناسایی می کنند.

نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون نشان می دهد که بین هویت سازمانی و تعهد عاطفی، و هنجاری سازمانی کارکنان، و در مجموع تعهد سازمانی آنها در کل سیستم بانکی، و تعهد هنجاری، و هویت سازمانی دربانک‌های مسکن، ملت، رفاه و تجارت، و بین تعهد عاطفی و هویت سازمانی دربانک تجارت و بانک ملی نیز

رابطه معنی دار و مثبت وجود دارد. از این نتیجه می توان استنباط نمود که تعهد هنجاری، و تعهد عاطفی به ترتیب از طریق تکنیک های اجتماعی کردن کارکنان و حمایت سازمانی و اجتماعی از آنها در شکل گیری و تقویت هویت سازمانی کارکنان می توانند نقش اساسی و مهمی ایفا کنند، که به نوبت به نوع رابطه بین کارکنان - سازمان بستگی دارد. یک رابطه با کیفیت بالا بین کارکنان و سازمان می تواند برای فرد و سازمان منافع و مزایای بسیاری در بر داشته باشد. وقتی کارکنان احساس کنند که رابطه شان با سازمان مبتنی بر احترام و اعتماد متقابل است و در اهداف، ارزش ها و هنجارهای سازمان سهیم هستند، بالتبع آن را با اعتماد و تعهد در رابطه معاوضه ای جبران می کنند. کارکنان با سطوح بالای تعهد سازمانی برای تعقیب منافع سازمانی برانگیخته می شوند. به عبارت دیگر، کارکنان با سطوح بالای تعهد سازمانی بوسیله باور قوی به اهداف و ارزش های سازمان، و پذیرش اهداف و ارزش های سازمانی تمایل دارند همه جهد و تلاش خود را برای متعالی کردن سازمان بکار ببرند، و در نتیجه به عضویت خود در سازمان مباحثات می ورزند. همچنانکه تحقیقات پیشین نشان داده اند کارکنان با عضویت ها و وابستگی های سازمانی قوی برای تعقیب منافع سازمانی بدون توجه به کسب فرصت برای منافع شخصی خود برانگیخته می شوند. بنابراین می توان نتیجه گرفت که تعهد هنجاری و عاطفی کارکنان به سازمان می تواند هویت سازمانی کارکنان را ایجاد و تقویت کند. در واقع هویت سازمانی سبب می شود که کارکنان یک سازمان با سازمان احساس همبستگی و وحدت کنند، از سازمان از لحاظ رفتاری و نگرشی حمایت کنند و ویژگی های مشترکی با سایر اعضای سازمان ادراک کنند. همچنین نتایج آزمون ضریب همبستگی و تحلیل رگرسیون نشان می دهد که بین هویت سازمانی و تعهد مستمر سازمانی کارکنان در کل جامعه آماری تحقیق، و همچنین در بانک های مسکن، رفاه، ملی، و تجارت هیچ رابطه معناداری وجود ندارد، در حالیکه بین تعهد مستمر سازمانی کارکنان و هویت سازمانی کارکنان بانک ملت یک رابطه منفی معنی داری وجود دارد. این نتیجه نشان می دهد کارکنانی که نسبت به سازمان تعهد مستمر دارند و برحسب نیازشان، به علت نبود فرصت های کاری مناسب تر، به رابطه شان با سازمان، و در نتیجه به عضویت اجباری خود در سازمان ادامه می دهند، نسبت به سازمان هیچ گونه

احساس تعلق و وابستگی ندارند و در برخی موارد، مانند بانک ملت این رابطه منفی می‌باشد. در واقع تعهد مستمر بالای کارکنان به سازمان مبین شناسایی اندک آنها با سازمان می‌باشد. نتایج تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی نشان داد که ویژگی‌های جمعیت شناختی کارکنان (سن، جنس، سنوات خدمت، و سطح تحصیلات) بر روی رابطه بین هویت سازمانی و تعهد عاطفی، هنجاری و مستمر کارکنان در کل سیستم بانکی مورد مطالعه تاثیری نداشته است. این نتیجه نشان می‌دهد هویت سازمانی کارکنان به نوع رابطه فرد-سازمان (رابطه معاوضه‌ای، حسابگرانه، روان شناختی فرد-سازمان) بستگی دارد و جنسیت، سن، سنوات خدمت و سطح تحصیلات کارکنان نمی‌تواند بر روی این رابطه تاثیری داشته باشد.

نتایج آزمون ANOVA یک راهه و آزمون‌های Post Hoc نشان می‌دهد کارکنانی که در گروه سنی ۴۶-۵۵ قرار داشتند بیش از دو گروه سنی ۲۵-۳۵ و ۳۶-۴۵ نسبت به سازمان تعهد مستمر سازمانی دارند. این بدین معناست که این گروه از کارکنان به علت نبود فرصت‌های شغلی برای آنها بواسطه سن‌شان نیاز دارند که به رابطه استخدامی‌شان با سازمان علیرغم میل‌شان ادامه دهند. کارکنانی که سطح تحصیلات پایین‌تر از فوق دیپلم داشتند بیش از دو گروه کارکنان با سطح تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس نسبت به سازمان تعهد هنجاری، عاطفی و در مجموع تعهد سازمانی داشتند و بیشتر نسبت به سازمان احساس تعلق و وابستگی داشتند. همچنین نتایج آزمون ANOVA یک راهه و آزمون‌های Post Hoc نشان می‌دهد که بین برخی از بانک‌های مورد مطالعه از لحاظ سازه‌های تحقیق تفاوت معنی‌داری وجود دارد، که بر وجود فضاهای کاری متفاوت در بانک‌های مورد مطالعه دلالت دارد.

در پایان براساس نتایج حاصل از تحقیق، پیشنهادهایی برای بهبود تعهد سازمانی، و در نتیجه هویت سازمانی کارکنان به شرح ذیل ارائه می‌شود:

الف- بهبود ادراکات کارکنان از عضویت سازمانی، و نشان دادن توجه به آنها از طریق انجام حمایت‌های سازمانی و اجتماعی، و پاس داشتن قراردادهای روان شناختی آنها.

ب- پرورش یک حس معنی و تعلق داشتن در کار، که بطور مثبت نگرش های شغلی کارکنان و ادراکات شان از محیط شان را متأثر می سازد. هویت سازمانی با ادراک تعلق داشتن یا یکی بودن با یک سازمان، که فرد عضوی از آن است، ارتباط دارد.

ج- تبدیل سازمان به یک جامعه کاری. یک جامعه کاری، شبکه ای از افراد است که افراد در آن بر اساس ارزش ها، هنجارها و قوانین رفتاری مشترکی رفتار می کنند. بدین ترتیب این افراد یک گروه را شکل می دهند که در آن استعداد می توانند توسعه پیدا کنند و سرمایه اجتماعی می تواند شکوفا شود، عضویت گروه ترتیب داده شود و هویت سازمانی می تواند توسعه یابد. با نگرستن به سازمان از طریق این دیدگاه، افراد عضویت سازمان را به عنوان طریقه ای برای توسعه هویت شخصی شان می نگرند. کار کردن در یک سازمان، فرصت های فراوان و زیادی برای سرمایه گذاری و توسعه استعدادهای فردی فراهم می سازد که به ایجاد عزت نفس تقویت کننده شخصیت فرد منجر می گردد.

د- هدایت و جهت دهی فرآیند های خودطبقه بندی و خودآشنایی کارکنان توسط سازمان. افراد از طریق یک فرآیند خودطبقه بندی و خودآشنایی، موقعیت خودشان را در یک جامعه تعیین می کنند. هویت اجتماعی از طریق خود طبقه بندی تولید می گردد و افراد، همدیگر را بر اساس شباهت های درک شده (ما) و تفاوت های درک شده (آنها) به عنوان گروه خودی و غیر خودی طبقه بندی می کنند. بعلاوه، در نگرستن به چنین طبقه بندی ها، افراد فردیت زدایی می شوند و در گروه های خاصی گنجانده می شوند و فقط به عنوان موجودیت های متمایز و متفاوت یا خودهای جمعی و گروهی شان شناسایی می شوند (خودجمعی و گروهی گروه خودی و خود جمعی و گروهی گروه غیر خودی).

ذ- توسعه و تقویت عزت نفس مبتنی بر سازمان کارکنان از طریق متعالی کردن سازمان و بهبود شهرت برونی سازمان.

منابع فارسی

- ۱-سرمه‌ز، بازرگان، ع.، حجازی، ا. (۱۳۷۶)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، چاپ اول، تهران: موسسه انتشارات آگاه
- ۲-سکاران، ا. (۱۳۸۱) روش‌های تحقیق در مدیریت، ترجمه: محمد صائبی و محمود شیرازی. چاپ دوم. تهران: موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.

منابع انگلیسی

- 1-Abrams, D.E., Hogg, M.A. (2001), "Collective identity: Group membership and self-conception", In M.A. Hogg, & R.S. Tindale (Eds), *Blackwell handbook of social psychology: Group Processes* (pp.425-460). Oxford, UK: Blackwell
- 2-Allen, N.J., & Meyer, J.P. (1990), "The Measurement and Antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization", *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- 3-Ashforth, B.E., Mael, F. (1989), "Social identity theory and the organization" *Academy of Management Review*, 14, 20-39.
- 3-Becker, H. S. (1960), "Notes on the concept of commitment", *American Journal of Sociology*, 66, 32-40.
- 4-Buchanan B. (1974), "Building organizational commitment: the socialization of managers in work organizations", *Administration Science Quarterly*, 19, 533-46.
- 5-Cook, J., wall, T. (1980), "New work attitude measures of trust, organizational commitment and personal need non-fulfilment", *Journal of Occupational Psychology*, 53, 39-52.
- 6-Dutton, J.E., Dukerich, J.M., Harquail, C.V. (1994), "Organizational images and member identification" *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.

- 7-Griffin,R.W., Bateman,T.S.(1986),"Job satisfaction and organizational Commitment", In C.L.Cooper & I.Robertson(Eds.), *International review of industrial and organizational psychology*(pp.157-188),New York:Wiley.
- 8-Hall,D.T.,Schneider,B., Nygren,H.T.(1970)," Personal Factors in organizational Identification" *Administrative Science Quartely*,15,176-190.
- 9-Harquail,C.V.(1998), *Organizational identification and the "whole person":Considering affect,behavior,and cognition*,In D.A. whetten &P.C. Godfrey (Eds.), *identity in organizations*(Pp.223-231). Thousand Oaks,CA:Sage.
- 10-Hogg,M.A.(2003),"Social identity".In M.R. Leary &J.P. Tangney (Eds.),*Handbook of Self and identity*(pp.462-279).New York:Guilford.
- 11-Hogg,M.A.(2001," A social identity theory of leadership", *Personality and Social Psychology Review*,5,184-200.
- 12-Kramer,R.M.,Hanna,B.A., Su,S., Wei, J.(2001),"Collective identity,collective trust, and social capital:linking group identification and group cooperation", In turner,M.E.(Eds) *groups at work:theory and research*,Erlbaum,Mahwah,NJ
- 13-Kreiner,G.E.,Ashforth,B.E.(2004),"Evidence toward an expanded model of organizational identification",*Journal of organizational Behavior*,25,1-27.
- 14-Lewicki,R.J.,Bunker,B.B.(1996),"developing and maintaining trust in work Relationships", In Kramaer,R.M. and Tyler,T.R.(Eds), *Trust in organizations:Frontiers of Theory and Research*, Sage,Thousand Oaks,CA, 114-139.
- 15-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.
- 16-Mael,F.,Ashforth,B.E.(1995),"Loyal From Day one: Biodata, organizational identification, and Turnover among newcomers", *Personnel Psychology*,48,309-333.
- 17-March,J., Simon,H.(1958)",*Organizations*,New York:Wiley

- 18-Mathews, B.P., Shepherd,J.I.(2002). *Dimensionality of the BOCS revisited. Journal of Occupational and Organizational Psychology*,75,369-375.
- 19-Mathieu,J.E.,Zajac,D.M.(1990),"A review and meta-analysis of the antecedents, correlates, and consequences of organizational commitment", *Psychological Bulletin*,108,171-194.
- 20-Meyer,P. J., & Allen, J. N. (1991)," A three-component conceptualization of organizational commitment", *Human Resource Management Review*, 1,61–89.
- 21-Meyer,J.P., Allen,N.J.,Smith,C.A.(1993). *Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization Journal of Applied Psychology*, 78,538-551.
- 22-Meyer, P. J., & Allen, J. N. (1997),"Commitment in the workplace:Theory,research, and application",*Thousand Oaks, CA: Sage*
- 23-Meyer,J.p.,Becker,T.E.,Vandenberghe,C.(2004),"Employee commitment and motivation:A conceptual analysis and integrative model",*Journal of Applied psychology*,89,991-1007
- 24-Mignonac,K.,Herrbach,O., Guerrero,S.(2006).The interactive effects of perceived external prestige and need for organizational identification on turnover intentions, *Journal of Vocational Behavior*,69,477-493.
- 25-Mowday,R.T., Steers,R.M., Porter,L.W.(1979)," The Measurement of organizational commitment",*Journal of Vocational Behavior*,14,224-247.
- 26-Mowday,R.T.,Porter,L.W.,Steers,R.M.(1982),"Employee-rganization linkages",*New York: Academic*.
- 27-Ouwerkerk,J.W., Ellemers,N., de Gilder,D.(1999),"Group commitment and individual effort in experimental and organizational contexts". In N.ellemers ,R.Spears, & B. Doosje(Eds.),*Social identity: context,commitment, content (pp.184-204).Oxford:Blackwell*.

- 28-Polzer, J.T. (2004), "How subgroup interests and reputations moderate the effect of organizational identification on cooperation", *Journal of Management*, 30(1)71-96.
- 29-Porter, L.W., Steers, R.M., Mowday, R.T., Boulian, P.V. (1974), "Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians" *Journal of Applied Psychology*, 59, 603-609.
- 30-Powell, D.M., Meyer, J.P. (2004), "Side-bet theory and the three-component model of organizational commitment", *Journal of Vocational Behavior*, 65, 157-177.
- 31-Pratt, M.G. (1998), "To be or not to be? Central questions in organizational identification", In D.A. Whetten & P.C. Godfrey (Eds.), *Identity in organizations: Building theory through conversations* (pp. 171-201), Thousand Oaks, CA: Sage.
- 32-Reade, C. (2001), "Antecedents of organizational identification in multinational corporations: Fostering psychological attachment to the local subsidiary and the global organization", *International Journal of Human Resources Management*, 12, 1269-1291.
- 33-Riketta, M. (2005), "Organizational identification: A meta-analysis", *Journal of Vocational Behavior*, 66, 358-384.
- 34-Riketta, M. (2002), "Attitudinal organizational commitment and job performance: A meta-analysis", *Journal of Organizational Behavior*, 23, 257-266.
- 35-Smidts, A., Pruyn, A.H., Van Riel, C.B.M. (2001), "The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification", *Academy of Management Journal*, 49, 1051-1062.
- 36-Tajfel, H., Turner, J.C. (1985), "The social identity theory of intergroup behavior", In S. Worchel, & W.G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations* (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.
- 37-Turner, J.C., Hogg, M.A., Oakes, P.J., Reicher, S.D., Wetherell, M.S. (1987), *Rediscovering the social group*. Oxford: Blackwell.
- 38-Tajfel, H. (1981), *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. New York: Cambridge University Press.

- 39-Tajfel,H.(1978),"Social categorization,social identity,and social comparison", In H.Tajfel(Eds.), *Differentiation between social groups: studies in the social psychology of intergroup relations*, London: Academic Press
- 40-Udo,J.G.,Guimaraes,t., Igbaria,M.(1997)," An investigation of the antecedents of turnover intention for manufacturing plant managers",*International Journal Operation Management*,17(9),912-930.
- 41-Van Dick,R.,Wagner,U.,Stellmacher,J.,Christ,O.(2004),"The utility of a broader conceptualization of organizational identification:Which aspects really matter?", *Journal of Organizational and Psychology*, 77,171-191.
- 42-Van Knippenberg,D., Hogg,M.A.(2003)," A social identity analysis of leadership in organizations",. In .M. Staw, & R.M.Kramer (Eds.),*Research in Organizational Behavior*,25,pp.243-295, Greenwich,CT:JAI Press.
- 43-Vilela,B.B.,Varela Gonzalez,J.A,Ferrin,P.F.(2008),"Person-organization fit,OCB and Performance appraisal: Evidence from Matched supervisor- salesperson data set in a Spanish context", *Industrial Marketing Management*,14,278-290.
- 44-Yousef,D.A.(2000),"Organizational commitment: A mediator of the relationships of leadership behavior with job satisfaction and performance in a non-western country. *Journal of Managerial Psychology*,15(10),6-28.