

ارزیابی مدل سازمان روایتگر^۱ در صنعت برق جمهوری اسلامی ایران

محمد علی سرلک^۲، محمد حسین مقدسان^۳

تاریخ دریافت: ۹۳/۳/۱۱ تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۲/۱۲

چکیده

در این مقاله مدل سازمان روایتگر در صنعت برق ارزیابی شده است. پژوهش از نوع کاربردی بوده و چهارده فرضیه برای این بررسی، مطالعه شده اند. مدیران و کارشناسان شرکت مادر تخصصی مدیریت تولید، انتقال و توزیع نیروی برق ایران (توانیر) به عنوان جامعه آماری انتخاب شد، تعداد جامعه مورد نظر ۱۸۳ نفر و نمونه آماری با استفاده از جدول مورگان و استفاده از نمونه گیری تصادفی، ۱۵۰ نفر است. در این پژوهش ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه بوده و با استفاده از عوامل تعیین شده در مدل سازمان روایتگر، طراحی و اعتبارسنجی شد. پرسشنامه بصورت طیف لیکرت پنجگانه بوده و به منظور محاسبه پایایی آن از روش آلفای کرونباخ (۰/۸۳) استفاده شد. با آزمون فرضیات مشخص شد که از بین چهارده رابطه موجود، سیزده رابطه از لحاظ آماری معنی دار و یک رابطه باقیمانده در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار نیست (فرضیه دوم؛ رابطه بین ساختار و فرهنگ با روابط سازمانی)؛ به این ترتیب مدل آزمون شده سازمان روایتگر (مدل عملیاتی) ارائه می گردد. نتیجه پژوهش بر این مطلب تاکید می کند که برای پیاده سازی مدل سازمان روایتگر در صنعت برق باید در جهت تغییر ساختار و فرهنگ به نحوی اقدام گردد که موجب تقویت رابطه آنها با روابط سازمانی و ارزشها شود. در پژوهش از آزمونهای تحلیل عاملی، تحلیل مسیر و معادلات ساختاری و رگرسیون استفاده شده و نرم افزارهای SPSS و لیزرل بکار گرفته شدند. در خاتمه پس از بحث و نتیجه گیری پیشنهادهایی که برآمده از نتیجه پژوهش هستند ارائه شده است.

کلیدواژه ها

سازمان روایتگر؛ صنعت برق؛ ساختار؛ مدل سازمان.

1. Storytelling organization

۲. استاد گروه مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور

۳. دکترای تخصصی مدیریت رفتار سازمانی دانشگاه پیام نور تهران، نویسنده مسئول h_moghaddasan@yahoo.com

4. Electricity industry

مقدمه

روایتگری پدیده‌ای است که برای تمامی ملت‌ها، جوامع و فرهنگ‌ها جزئی بنیادین بوده و از آغازین روزهای ثبت تاریخ بشر در روابط بین انسانها جاری بوده است (دنینگ^۱، ۲۰۰۵). تفسیر برخی از متقدمین از نظریه روایتگری، استفاده ساده از داستان بر مبنای مدل ارتباطات انسانی است، به طوریکه در آن مردم دانش‌های پیچیده را به داستانهای خرد تفکیک کرده و بین گروه‌های مختلف به اشتراک می‌گذارند. استفاده از روایتگری بعثت نزدیک کردن روحی و فیزیکی افراد به یکدیگر جایگاه اجتماعی والایی دارد. داستان می‌تواند معانی مشترک را برای کسانی که داستان‌ها به آنها ارایه می‌شود، ایجاد کند؛ این افراد داستانها را در راستای تجارب خود تفسیر کرده و ادراک شخصی خود را در رابطه با مشکلات، راه حل‌ها و تفسیرهای مربوطه ارتقاء می‌بخشند (دنینگ، ۲۰۰۵؛ سیمونز^۲، ۲۰۰۶). این نوع خصوصیات، روایتگران را قادر می‌سازد تا اطلاعات نمادین و معانی را در جهت ارتقای تعهد و تفکر منتقل سازند (سینکلر^۳، ۲۰۱۳). در منابع مختلف بیان شده که فرهنگ سازمانها از داستانهایی مختلف و روایت‌هایی درباره رقابت با دیگر شرکت‌ها شکل گرفته است (بوژ^۴، ۱۹۹۵). داستانهایی که در سازمان شکل می‌گیرد به کارکنان و محققان اجازه می‌دهد تا تغییرات فرهنگی را به سازمان بیاورند (بویس^۵، ۲۰۱۳). رهبران و کارکنان می‌توانند داستان‌های معنادار را به عنوان یک استراتژی ارزشمند در داخل سازمان بکار گیرند (سینکلر، ۲۰۱۳؛ بارکر^۶ و گوور، ۲۰۱۰). کاربردهای خاص از داستان سرایی که در بحث سازمانی به کرات به آن توجه شده است را می‌توان شامل: تایید تجارب مشترک، ایجاد تعهد، معنادار

کردن اهداف، ایجاد چشم انداز مشترک سازمانی، هدایت تغییرات استراتژیک و تسهیل معناسازی و ... دانست که در این میان نقش رهبران سازمانی در این میان نقشی پررنگ است (آدامسون^۷ و دیگران، ۲۰۱۴؛ بویس، ۲۰۱۳؛ فلمینگ^۸، ۲۰۰۱؛ گابریل^۹، ۲۰۰۴؛ مک کی^{۱۰}، ۲۰۱۳؛ پارکین^{۱۱}، ۲۰۰۴). برخی محققان نیز به جنبه‌های دیگر داستان سرایی، در محاورات روزمره و با جهت‌گیری اخلاقی، اشاره کرده‌اند (فرل^{۱۲} و دیگران، ۲۰۰۵). پژوهش‌های گذشته اذعان می‌دارند که روایتها بازیگران سازمانی را بوسیله پشتیبانی از معانی مهمی که در خلال کار روزمره از آن بهره می‌جویند، یاری می‌کنند (وایک^{۱۳}، ۲۰۰۱؛ فیشر، ۱۹۹۵). برای نمونه، روایتها سازوکاری برای کارکنان فراهم آورده‌اند تا دانش‌های تخصصی را با یکدیگر به اشتراک گذاشته، مسائل را بصورت جمعی حل کنند (ار^{۱۴}، ۱۹۹۵؛ براون و داگید^{۱۵}، ۲۰۰۱).

به اعتقاد ویلکینز ایجاد تعهد و اعتماد یکی از وظایف داستان‌های سازمانی است. به کمک داستان‌های سازمانی می‌توان اعتماد و تعهد کارکنان به سازمان و مدیران آن را افزایش داد (ویلکینز^{۱۶}، ۲۰۰۴). یکی از فواید استفاده از داستان بعنوان یک استراتژی ارتباطی در خلال تغییرات سازمانی این است که مدیریت می‌تواند با استفاده از داستان‌های متناسب با ادراک کارکنان، بدون نیاز به تغییر در اهداف، ارتباطات لازم را برقرار کند (هریسون^{۱۷}، ۲۰۱۴).

همانگونه که ملاحظه می‌شود کارکردهای داستان سرایی سازمانی جنبه‌های متعددی از سازمان را در بر می‌گیرد اما

7. Adamson

8. Fleming

9. Gabriel

10. McKee

11. Parkin

12. Ferrell

13. Weick

14. Orr

15. Brown & Duguid

16. Wilkins

17. Harrison

1. Denning

2. Simmons

3. Sinclair

4. Boje

5. Boyce

6. Barker

سال طول کشیده است تا داستان و روایتگری در مطالعات سازمان و مدیریت مشروعیت و محبوبیت پیدا کند.

«با توجه به مطالعات میتوان گفت: سازمان‌هایی که بتوانند با استفاده از داستان‌های گذشته و نیز تولید داستان‌های جدید منابع سازمان را بسوی اهداف خود هدایت کنند، سازمان‌های روایتگر نامیده می‌شوند.» (بویس، ۲۰۱۳)

پژوهش‌ها جالبی در روایتگری سازمانی بعنوان ابزاری برای ایجاد حس مشترک جمعی صورت گرفته است (بویس^۱، ۲۰۱۳؛ بویه^۲، ۱۹۹۱، ۱۹۹۵). مک وینی^۳ کار خود را به عنوان بازسازی افسانه^۴‌های سازمانی نام نهاد و چیزی که کار او را برجسته کرد تاکید آن بر بازسازی سازمانی بود. این کار توانست حیاتی مجدد به فرهنگ سازمانی ببخشد.

بازسازی افسانه‌های سازمانی کاری است که برای گزارش و درک سمبل‌های سازمان استفاده می‌گردد، آنرا به ذهن خودآگاه می‌آورد و سازمان را قادر به بازسازی مجدد خود می‌کند (مک وینی و دیگران، ۱۹۹۸). مک وینی به سمبلها به عنوان عبارات ناخودآگاه توجه کرد که دارای معانی عمیق بوده و اعمال ما را هدایت می‌کنند. مک وینی و باتیستا سه مرحله برای این فرآیند ارایه کردند. این راه حل شامل یافتن داستانهای سازمانی، احیا کردن داستان‌های پیدا شده، تعهد مجدد به این داستانها است (مک وینی و دیگران، ۱۹۹۸). پژوهش‌های بعدی در خصوص داستانهای سازمانی توسط بویه، فدر^۵ و رولند (۲۰۰۳) ارایه شد. آنها روایتگری را به عنوان یک فرآیند انطباقی که در آن اعضای سازمان منطقی را برای انتقال معانی به اعمال بکار می‌گیرند، در نظر گرفتند، آنها یک داستان سازمانی را بدین صورت شرح دادند "عباراتی که بوسیله آن به شخص اجازه داده می‌شود افق زندگی

متاسفانه علیرغم این گستردگی، پژوهشهای صورت گرفته در این زمینه در بین فعالان علمی کشور بسیار کم و حتی در حد صفر بوده، بطوریکه تنها یک مقاله در این خصوص در بین مقالات فراوان مدیریت در ایران موجود است (دانایی فرد، ۱۳۸۹). لذا نیاز به پژوهش جهت غنی سازی مفاهیم مربوطه و بررسی ابعاد این مهم بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

با توجه به مزایا و کارکردهای ذکر شده و همچنین به علت خلاء نظری مذکور در حوزه مفاهیم این نوع سازمان؛ محقق بر آن شد تا نسبت به ارائه و ارزیابی مدل سازمان روایتگر اقدام کند. اصولاً در راستای توسعه و راه اندازی یک مدل مناسب و اجرایی کردن آن در سازمانها، ابتدا نیازمند بسط و گسترش مفاهیم نظری در حوزه آن مدل هستیم. لذا در این پژوهش نیز هدف نخست محقق توسعه نظری و مفهومی مرتبط با سازمان روایتگر می‌باشد.

ادبیات و پیشینه پژوهش

تا چندسال اخیر روایتگری اثر چندانی روی تفکر مدیریت نداشت و سازمان یک سیستم مکانیکی نظام‌مند و سلسله مراتبی تصور می‌شد، ولی اخیراً کتابها و مقالاتی در مورد کاربرد روایتگری در سازمانها نوشته شده است. در این میان با ظهور تفکر پست مدرن که مدعی است سازمان مجموعه‌ای از داستانها است که در هر لحظه یکی از آنها بر سازمان حاکم است و بقیه در حال فریاد برای توجه‌اند، این رویکرد ارتقا یافته است. از دید پست مدرن هاید واقعیت منحصر به فرد وجود ندارد، بلکه آنچه وجود دارد چرخش داستان‌های رقیب در سازمان است (براون و دیگران، ۲۰۰۵، ص ۱۷۴).

بر اساس این تفکر مدیریتی، دانشجویان مدیریت این داستانها را شنیده و به کاربرد آن در سازمان روی آوردند و سرانجام آنرا در حوزه مدیریت وارد کردند. حدود بیست

1. Boyce
2. Boje
3. McVinnay
4. Myth
5. Feder

مطالعه های انجام شده تا کنون فرآیند روایتگری سازمانی را به عنوان یک شیوه حل مساله (میتروف و کیلمن^۱، ۱۹۹۵)، بازسازی سازمانی (مک وینی و باتیستا، ۱۹۹۸)، اجتماعی سازی کارکنان (لوئیس^۲، ۲۰۰۰؛ براون، ۲۰۰۲)، تمرکز جمعی (مک وینی و باتیستا، ۱۹۹۸؛ بویس، ۲۰۱۳)، ایجاد ادراک (بویه، ۱۹۹۵، ۱۹۹۱)، یادگیری (هلمر^۳، ۱۹۹۹) و ایجاد روشهای خلاقانه (مک وینی، ۱۹۹۸) مطرح کرده اند.

موارد زیر، سیرتطور روایتگری نشان می دهد (آلن^۴، ۲۰۰۲):

- ریزمن^۵ در سال ۱۹۹۳ بحث تحلیل روایتی را در پژوهش های سازمانی مطرح کرد.
- دورانس^۶ در سال ۱۹۹۷ از داستانها برای درک مدیریت و سازمان بهره جست.
- بویه^۷ در سال ۱۹۹۱ متدهای روایتی را مطرح کرد و روایتگری را به عنوان نوعی روش شناسی پژوهشی ارتقاء داد.
- فلمینگ در سال ۲۰۰۱ کتابی در زمینه روایتگری برای اثرگذاری روی افراد و نیروی انسانی به رشته تحریر درآورد.
- ولکر^۸ در سال ۲۰۱۱ به کاربرد روایتگری در نگهداری کارکنان وفادار در طول تغییرات سازمانی پرداخت. وی در این پژوهش به این نتیجه رسید که با روایتگری و روایتگری در سازمان میتوان درک و آگاهی کارکنان را نسبت به وضعیت سازمان و اهداف سازمان بالا برد و این امر منجر به بالارفتن و بهبود وفاداری کارکنان نسبت به سازمان می شود.

فرضیات پژوهش

با تمرکز و تأکید بر مدل مفهومی سازمان روایتگر، فرضیات زیر تدوین شده است:

سازمان را احساس کند." کار آنها مراحل لازم برای توسعه روایتگری را مشخص کرد که تقریباً شبیه کاری است که مک وینی و باتیستا ارایه کردند. مراحل عبارتند از: توسعه داستانها، خالص سازی داستانها، تفکیک داستانها و جابجایی داستانها. تفاوت بین کار مک وینی، باتیستا، و بویه، فدر و رولند این بود:

۱- بویه، فدر و رولند آنچه را که به عنوان فرآیند زندگی سازمانی دریافته بودند شرح دادند و در عوض مک وینی و باتیستا به بازسازی خلاقانه سازمان پرداختند.

۲- مک وینی و باتیستا بطور واضح به قدرت ناخودآگاه داستانها متمرکز شدند و بویه، فدر و رولند بنظر می رسد کمتر به جنبه ناخودآگاه تمرکز دارند.

بویس در پژوهش های خود بر تحلیل داستانهایی که در تاریخچه سازمان و استعاره های موجود در آن پنهان هستند تمرکز کرد. معانی مشترک (احساسات جمعی) سازمانی بصورت عمیقی توسط اعضای آن درک و نهادینه شده اند (مک وینی، ۱۹۹۸). در خلال این مطالعات هیچ واقعیت جایگزینی برای داستان توسط مشارکت کنندگان بدست نیامد. پژوهشی در خصوص درک سازمانی توسط بویس (۲۰۱۳) انجام شد که در آن ادراک جمعی افراد سازمان مورد بررسی قرار گرفت (بویس، ۲۰۱۳). یک سازمان بعنوان یک سیستم روایتگر، تمرکز مطالعات بویه (۱۹۹۱) در خصوص عملکرد داستانها در یک سازمان، بود.

راویان ماهر تعامل کنندگان موثر سازمانی، آشکارکننده های فرهنگ و تاریخچه سازمانی هستند و مهارت هایی که مدیران در زمان تغییر بدان نیازمند هستند را در اختیار دارند (بویه، ۱۹۹۱، ۱۹۸۹). بویه به استفاده از روایتگری بوسیله ذینفعان داخلی و ذینفعان خارجی پرداخت و پویایی هایی که عملکرد داستانها را متفاوت می کند را مشخص کرد.

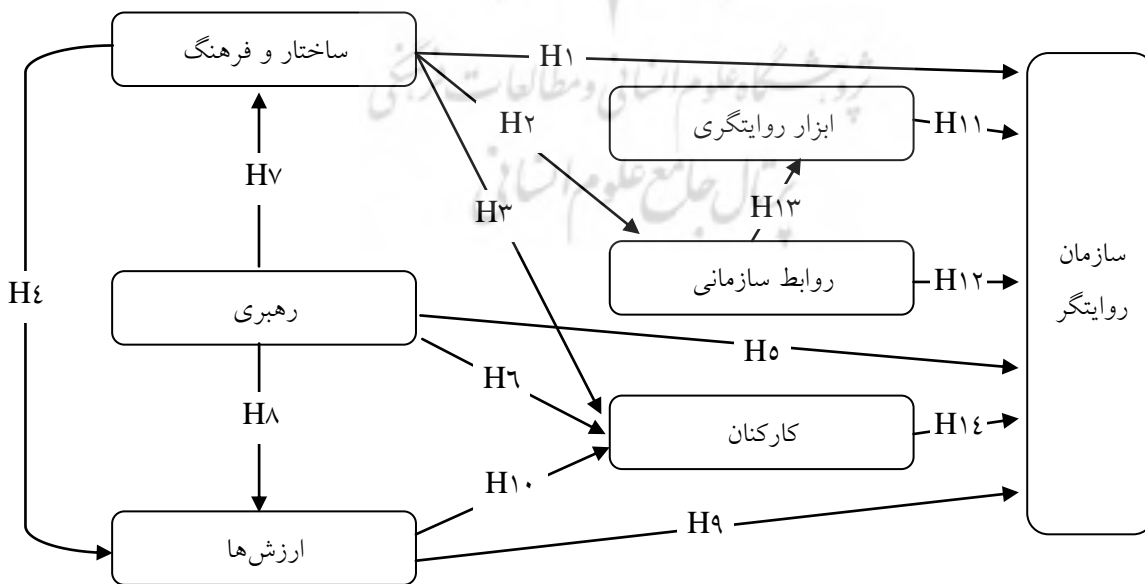
1. Mitroff & Kilmann
2. Louis
3. Helmer
4. Allen
5. Riesman
6. Durrance
7. Boje
8. Volker

متخصصین، در خصوص تعیین مولفه های موثر بر سازمان روایتگر و ترتیب اهمیت این مولفه ها اقدام شد. این مولفه های ۲۳ گانه (که در جداول آتی در قسمت زیر مدلها آمده است) در ۶ گروه: ساختار و فرهنگ، رهبری، ارزشها، ابزار روایتگری، روابط سازمانی و کارکنان تقسیم بندی شد. سپس پرسشنامه پژوهش که که مهترین ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش است بر اساس مولفه های استخراجی مذکور طراحی و اعتبار سنجی شده و پس از آن از بین جامعه آماری پژوهش (مدیران و کارشناسان شرکت توانیر)، بر اساس فرمول کوکران و جدول مورگان، حجم نمونه لازم انتخاب شد و در مرحله بعد، پیمایش لازم صورت گرفته و سپس عوامل پژوهش به کمک تحلیل عاملی مورد تایید قرار گرفت. در ادامه فرضیات پژوهش به کمک روش تحلیل مسیر و معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفتند و در خاتمه پس از بحث و نتیجه گیری پیشنهادهایی که برآمده از نتیجه پژوهش هستند ارائه شد.

- H1: ساختار و فرهنگ بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.
- H2: ساختار و فرهنگ بر روابط سازمانی تأثیر دارد.
- H3: ساختار و فرهنگ بر کارکنان تأثیر دارد.
- H4: ساختار و فرهنگ بر ارزشها تأثیر دارد.
- H5: رهبری بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.
- H6: رهبری بر کارکنان تأثیر دارد.
- H7: رهبری بر ساختار و فرهنگ تأثیر دارد.
- H8: رهبری بر ارزشها تأثیر دارد.
- H9: ارزشها بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.
- H10: ارزشها بر کارکنان تأثیر دارد.
- H11: ابزار روایتگری بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.
- H12: روابط سازمانی بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.
- H13: روابط سازمانی بر ابزار روایتگری تأثیر دارد.
- H14: کارکنان بر روایتگری سازمانی تأثیر دارند.

روش پژوهش

برای ساخت مدل نخست این پژوهش، ابتدا، ادبیات سازمان روایتگر جهت تعیین مدل و مولفه های موثر بر آن مورد مرور و بررسی قرار گرفت. پس از آن با نظر



نمودار ۱. مدل مفهومی سازمان روایتگر و فرضیه‌های پژوهش

قلمرو مکانی پژوهش عبارت است از صنعت برق کشور (مستقر در شرکت توانیر)، داده‌ها و روش مورد استفاده در این پژوهش در خلال سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ ملاک عمل می‌باشد. مدیران و کارشناسان شرکت مادر تخصصی مدیریت تولید، انتقال و توزیع نیروی برق ایران (توانیر) به عنوان جامعه آماری انتخاب شد. مهم‌ترین دلیل انتخاب این جامعه آماری ارتباط مستقیم شرکت مذکور با صنعت برق است زیرا تمامی شرکتهای تولید، انتقال و توزیع که سه قسمت عمده صنعت برق را تشکیل می‌دهند زیر مجموعه این شرکت بوده و کارکنان آن آشنایی کامل با ساختار و عملکرد اجزای اصلی صنعت برق دارند. از این رو شرکت توانیر خلاصه و عصاره بهترین و زبده ترین کارشناسان و مدیران صنعت برق است. تعداد جامعه مورد نظر ۱۸۳ نفر بوده و نمونه آماری با استفاده از جدول مورگان، به تعداد ۱۵۰ نفر است که بصورت تصادفی انتخاب شدند. پرسشنامه پژوهش با ۲۳ گویه، بصورت طیف لیکرت پنجگانه از بسیار کم تا بسیار زیاد بوده و به منظور

محاسبه پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. پس از انجام پیش‌آزمون در یک نمونه ۲۵ تایی، آلفای کرونباخ محاسبه شده برای پرسشنامه برابر با ۰/۸۳ به دست آمد. بنابراین نتایج حاصله نشان از پایایی بالای ابزار سنجش دارد.

تجزیه تحلیل داده ها و فرضیه های پژوهش

در این قسمت ابتدا با استفاده از نرم‌افزار لیزرل به تحلیل عاملی تأییدی زیرمدل‌های اندازه‌گیری مؤلفه‌های اصلی پژوهش در مورد مطالعه پرداخته‌ایم. سپس با بهره‌گیری از نرم‌افزار اسپاس‌اس‌اس و آزمون‌های رگرسیون به بررسی رابطه علی میان مؤلفه‌ها یا همان گزاره‌های پژوهش (فرضیه‌های

چهارده‌گانه) پرداخته و با عنایت به وجود روابط علی و تأثیرات معنی‌دار، تحلیل مسیر و برازش مدل به‌منظور دست‌یابی به مدل عملیاتی پژوهش نیز به انجام رسیده است. البته به دلیل رعایت اختصار، صرفاً دستگاه معادلات ساختاری متغیرها و نمودار آن‌ها در دو حالت تخمین استاندارد و عدد معنی‌داری در قسمت تحلیل عاملی و نتایج مربوط به آزمون بی و مقدار استاندارد شده آن (بتا) به‌طور جداگانه برای هر فرضیه در قسمت تجزیه تحلیل فرضیه‌ها ارائه شده است.

الف) تحلیل عاملی تأییدی

در این قسمت از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی به‌منظور اطمینان یافتن از صحت زیرمدل‌های شش‌گانه اندازه‌گیری در مورد مطالعه استفاده شده است. در زیرمدل‌های اندازه‌گیری، ضرایب استاندارد هر یک از عوامل شش‌گانه یا گویه‌های ۲۳-گانه آن‌ها حسب نیاز آورده شده است. در هریک از زیرمدل‌های شش‌گانه، شاخص‌های برازش - شاخص نیکویی برازش^۱ (GFI) و شاخص نیکویی برازش تنظیم شده^۲ (AGFI) - نیز ارائه شده است (مقدار قابل قبول، بزرگ‌تر از ۰/۹۰). شاخص‌های بد بودن برازش مدل، RMSEA و χ^2/df می‌باشد. مقدار شاخص χ^2/df هرچه کوچک‌تر از ۳ باشد؛ مدل یا زیرمدل، دارای برازش بهتری است. شاخص RMSEA، میانگین مجذور خطاهای مدل یا زیرمدل است. این شاخص براساس خطاهای مدل یا زیرمدل ساخته می‌شود. حد مجاز آن، ۰/۰۸ است؛ یعنی مقادیر زیر ۰/۰۸ قابل قبول می‌باشد. البته مقادیر کم‌تر از ۰/۰۵ خیلی خوب است. در مورد مقدار مناسب و قابل قبول شاخص P-Value اجماع مشخصی وجود ندارد؛ برخی از متخصصان آمار، مقادیر بالای ۰/۰۵ و گروه دیگر مقادیر زیر ۰/۰۱ را قبول دارند. مقدار قابل قبول شاخص T-Value نیز اعداد بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است.

1. Goodness of Fit Index

2. Adjusted Goodness of Fit Index

مربوط به عوامل سازنده زیرمدل، معنادار می‌باشند؛ زیرا مقدار T-Value آن‌ها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است.

جدول ۲. ضرایب استاندارد زیر مدل رهبری

ضریب استاندارد	مؤلفه
۰,۷۹	میزان استفاده روایتگری برای تصمیم سازی
۰,۷۳	سبک رهبری رابطه‌مدار
۰,۶۸	اعتقاد مدیریت به روایتگری

• زیرمدل ارزش‌ها:

در میان دو عامل این مؤلفه، عامل ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی ساختار نامناسب مهمترین عامل بوده چراکه ضریب استاندارد و عدد معناداری بیش‌تری نسبت به عامل بها دادن به ارزش‌ها دارد. در این زیرمدل، شاخص نیکویی برازش ۰/۹۱ و شاخص نیکویی برازش تنظیم شده ۰/۸۹ محاسبه شده است. شاخص RMSEA، برابر ۰/۰۶۱ و مقدار χ^2/df هم برابر ۲/۴۴۷ می‌باشد. تمامی اعداد معناداری مربوط به عوامل سازنده زیرمدل، معنادار می‌باشند؛ زیرا مقدار T-Value آن‌ها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است.

جدول ۳. ضرایب استاندارد زیر مدل ارزشها

ضریب استاندارد	مؤلفه
۰,۹۰	ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی
۰,۸۴	ارزش‌های بنیادی سازمان

• زیرمدل ابزار روایتگری:

در میان عوامل سه‌گانه این مؤلفه، ویژگی رسانه‌ها در بیان روایت‌های سازمانی، بهترین عامل در تبیین ابزار روایتگری بوده زیرا ضریب استاندارد و عدد معناداری بیش‌تری نسبت به بقیه عوامل دارد. در این زیرمدل، شاخص نیکویی برازش ۰/۹۸ و شاخص نیکویی برازش تنظیم شده ۰/۹۵ محاسبه شده است. شاخص RMSEA، برابر ۰/۰۵۸ و مقدار χ^2/df هم برابر ۲/۰۳۵ می‌باشد. تمامی اعداد معناداری مربوط به عوامل سازنده زیرمدل، معنادار می‌باشند؛ زیرا مقدار T-Value آن‌ها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است.

• زیرمدل ساختار و فرهنگ:

در میان عوامل پنج‌گانه این مؤلفه، تغییر فرهنگ، بهترین عامل بوده چراکه ضریب استاندارد و عدد معناداری بیش‌تری نسبت به بقیه عوامل دارد. به بیان دیگر این عامل، به بهترین شکل، ساختار و فرهنگ سازمان را تعریف کرده و آنرا تبیین می‌کند. هم‌چنین عامل بازسازی مجدد ساختار سازمانی به دلیل داشتن کم‌ترین ضریب استاندارد و عدد معناداری، پایین‌ترین میزان همبستگی را با مؤلفه ساختار و فرهنگ دارد. در این زیرمدل، شاخص نیکویی برازش ۰/۹۵ و شاخص نیکویی برازش تنظیم شده ۰/۹۱ محاسبه شده است. شاخص RMSEA، برابر ۰/۰۷۹ و مقدار χ^2/df هم برابر ۲/۶۲۶ می‌باشد. تمامی اعداد معناداری مربوط به عوامل سازنده زیرمدل، معنادار می‌باشند؛ زیرا مقدار T-Value آن‌ها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است.

جدول ۱. ضرایب استاندارد زیر مدل ساختار و فرهنگ

ضریب استاندارد	مؤلفه
۰,۹۶	تغییر در فرهنگ
۰,۹۰	انعطاف پذیری سازمانی
۰,۸۵	ساخت فرهنگ جدید
۰,۸۴	نیاز به بهبود مستمر سازمان
۰,۷۰	بازسازی مجدد ساختار سازمانی

• زیرمدل رهبری:

در میان عوامل سه‌گانه این مؤلفه، عامل یا ویژگی میزان استفاده روایتگری برای تصمیم‌سازی، بهترین عامل بوده چراکه ضریب استاندارد و عدد معناداری بیش‌تری نسبت به بقیه عوامل دارد. در این زیرمدل، شاخص نیکویی برازش ۰/۹۲ و شاخص نیکویی برازش تنظیم شده ۰/۸۸ محاسبه شده است. شاخص RMSEA، برابر ۰/۰۷۱ و مقدار χ^2/df هم برابر ۲/۰۹۲ می‌باشد. تمامی اعداد معناداری

جدول ۴. ضرایب استاندارد زیر مدل ابزار روایتگری

مؤلفه	ضریب استاندارد
رسانه‌ها در بیان روایت‌های سازمانی	۰,۷۶
تنوع ابزار ساخت روایات	۰,۷۵
استفاده از روش‌های مؤثر روایتگری	۰,۶۴

آزادی در تصمیم‌گیری (توانمند سازی)	۰,۷۹
استقلال در انجام کارها (توانمند سازی)	۰,۸۳
قبول مسئولیت (توانمند سازی)	۰,۷۶
شکل‌دهی رفتار کارکنان	۰,۶۷
اعتقاد به روایتگری کارکنان	۰,۷۳
آرمان مشترک	۰,۷۹

• زیرمدل روابط سازمانی:

در میان عوامل سه‌گانه این مؤلفه، عامل یا ویژگی ارتباطات عاطفی، بهترین عامل در تبیین مؤلفه روابط سازمانی بوده است. در این زیرمدل، شاخص نیکویی برازش ۰/۹۴ و شاخص نیکویی برازش تنظیم شده ۰/۹۱ محاسبه شده است. شاخص RMSEA برابر ۰/۰۷۸ و مقدار χ^2/df هم برابر ۲/۶۲۶ می‌باشد. تمامی اعداد معناداری مربوط به عوامل سازنده زیرمدل، معنادار می‌باشند؛ زیرا مقدار T-Value آن‌ها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است.

جدول ۵. ضرایب استاندارد زیر مدل روابط سازمانی

مؤلفه	ضریب استاندارد
ارتباطات عاطفی	۰,۹۱
ارتباطات باز سازمانی	۰,۸۷
تعاملات درون سازمانی	۰,۸۳

(ب) آزمون فرضیات

• آزمون فرض اول

فرضیه اول: ساختار و فرهنگ بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.

فرض H_0 : ساختار و فرهنگ بر روایتگری سازمانی تأثیر ندارد.

فرض H_1 : ساختار و فرهنگ بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.

جدول ۱، نتیجه مربوط به رگرسیون را برای این فرضیه نشان می‌دهد.

جدول ۷. آزمون فرضیه اول

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۳۸۲	۰/۱۶۵	-	۰/۰۰۰
ساختار و فرهنگ	۰/۴۹۸	۰/۰۵۳	۰/۶۲۴	۰/۰۰۰

• زیرمدل کارکنان:

میان عوامل شش‌گانه این مؤلفه، عامل یا ویژگی استقلال در انجام کارها، بهترین عامل در تبیین مؤلفه کارکنان بوده و در مقابل شکل‌دهی به رفتار نامناسب کمترین میزان تبیین را در بین سایر عوامل شش‌گانه داشته است. در این زیرمدل، شاخص نیکویی برازش ۰/۹۳ و شاخص نیکویی برازش تنظیم شده ۰/۹۰ محاسبه شده است. شاخص RMSEA برابر ۰/۰۷۲ و مقدار χ^2/df هم برابر ۲/۰۸۲ می‌باشد. تمامی اعداد معناداری مربوط به عوامل سازنده زیرمدل، معنادار می‌باشند؛ زیرا مقدار T-Value آن‌ها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است.

جدول ۶. ضرایب استاندارد زیر مدل کارکنان

مؤلفه	ضریب استاندارد
اجتماعی سازی کارکنان	۰,۶۹

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۶۲۴ و مقدار احتمال معنی‌داری (p-value) ۰,۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌گردد.

• آزمون فرض دوم

فرضیه دوم: ساختار و فرهنگ بر روابط سازمانی اثر دارد.

فرض H_0 : ساختار و فرهنگ بر روابط سازمانی اثر ندارد.

فرض H_1 : ساختار و فرهنگ بر روابط سازمانی اثر دارد.

جدول ۸. آزمون فرضیه دوم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
ساختار و فرهنگ	۰/۴۹۸	۰/۰۵۳	۰/۶۲۴	۰/۰۰۰

فرهنگ				
-------	--	--	--	--

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده $0/039$ و مقدار احتمال معنی داری (p-value) $0/004$ ، در سطح اطمینان 95% تأیید می‌گردد.

• آزمون فرض پنجم

فرضیه پنجم: رهبری بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

فرض H_0 : رهبری بر روایتگری سازمانی اثر ندارد.

فرض H_1 : رهبری بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

جدول ۱۱. آزمون فرضیه پنجم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۵۳۵	۰/۰۸۴	-	۰/۰۰۰
رهبری	۰/۴۶۶	۰/۰۲۸	۰/۸۲۲	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده $0/۸۲۲$ و مقدار احتمال معنی داری (p-value) $0/000$ ، در سطح اطمینان 95% تأیید می‌گردد.

• آزمون فرض ششم

فرضیه ششم: رهبری بر کارکنان اثر دارد.

فرض H_0 : رهبری بر کارکنان اثر ندارد.

فرض H_1 : رهبری بر کارکنان اثر دارد.

جدول ۱۲. آزمون فرضیه ششم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۵۱۱	۰/۱۲۳	-	۰/۰۰۰
رهبری	۰/۴۵۱	۰/۰۴۰	۰/۶۹۱	۰/۰۰۰

مقدار ثابت	۳/۱۰۵	۰/۱۵۴	-	۰/۰۰۰
ساختار و فرهنگ	۰/۰۸۸	۰/۰۵۷	۰/۱۳۱	۰/۱۲۶

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده $0/031$ و مقدار احتمال معنی داری (p-value) $0/126$ ، در سطح اطمینان 95% تأیید نمی‌گردد.

• آزمون فرض سوم

فرضیه سوم: ساختار و فرهنگ بر کارکنان اثر دارد.

فرض H_0 : ساختار و فرهنگ بر کارکنان اثر ندارد.

فرض H_1 : ساختار و فرهنگ بر کارکنان اثر دارد.

جدول ۹. آزمون فرضیه سوم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۴۰۲	۰/۳۱۴	-	۰/۰۰۰
ساختار و فرهنگ	۰/۲۵۳	۰/۱۰۲	۰/۵۰۳	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده $0/503$ و مقدار احتمال معنی داری (p-value) $0/000$ ، در سطح اطمینان 95% تأیید می‌گردد.

• آزمون فرض چهارم

فرضیه چهارم: ساختار و فرهنگ بر ارزش‌ها اثر دارد.

فرض H_0 : ساختار و فرهنگ بر ارزش‌ها اثر ندارد.

فرض H_1 : ساختار و فرهنگ بر ارزش‌ها اثر دارد.

جدول ۱۰. آزمون فرضیه چهارم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۸۴۵	۰/۳۶۶	-	۰/۰۰۰
ساختار و فرهنگ	-۰/۰۹۹	۰/۱۱۹	-۰/۰۳۹	۰/۰۰۴

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۶۹۱ و مقدار احتمال معنی‌داری (p-value) ۰,۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌گردد.

• آزمون فرض هفتم

فرضیه هفتم: رهبری بر ساختار و فرهنگ اثر دارد.
فرض H_0 : رهبری بر ساختار و فرهنگ اثر ندارد.
فرض H_1 : رهبری بر ساختار و فرهنگ اثر دارد.

جدول ۱۳. آزمون فرضیه هفتم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۳/۳۵۹	۰/۲۰۸	-	۰/۰۰۰
رهبری	-۰/۲۷۴	۰/۰۶۸	-۰/۳۲۵	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده -۰/۳۲۵ و مقدار احتمال معنی‌داری (p-value) ۰,۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌گردد.

• آزمون فرض هشتم

فرضیه هشتم: رهبری بر ارزش‌ها اثر دارد.
فرض H_0 : رهبری بر ارزش‌ها اثر ندارد.
فرض H_1 : رهبری بر ارزش‌ها اثر دارد.
جدول ۱۴. آزمون فرضیه هشتم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۳۹۳	۰/۲۰۸	-	۰/۰۰۰
رهبری	۰/۶۷۷	۰/۰۶۸	۰/۶۴۸	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۶۴۸ و مقدار احتمال معنی‌داری (p-value) ۰,۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌گردد.

• آزمون فرض نهم

فرضیه نهم: ارزش‌ها بر روایتگری سازمانی اثر دارد.
فرض H_0 : ارزش‌ها بر روایتگری سازمانی اثر ندارد.
فرض H_1 : ارزش‌ها بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

جدول ۱۵. آزمون فرضیه نهم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۴۶۸	۰/۱۰۲	-	۰/۰۰۰
ارزش‌ها	۰/۴۲۲	۰/۰۲۹	۰/۷۷۸	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۷۷۸ و مقدار احتمال معنی‌داری (p-value) ۰,۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌گردد.

• آزمون فرض دهم

فرضیه دهم: ارزش‌ها بر کارکنان اثر دارد.
فرض H_0 : ارزش‌ها بر کارکنان اثر ندارد.
فرض H_1 : ارزش‌ها بر کارکنان اثر دارد.

جدول ۱۶. آزمون فرضیه دهم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۵۹۸	۰/۱۱۲	-	۰/۰۰۰
ارزش‌ها	۰/۴۱۵	۰/۰۴۴	۰/۶۹۹	۰/۰۰۱

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۶۹۹ و مقدار احتمال معنی‌داری (p-value) ۰,۰۰۱، در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌گردد.

• آزمون فرض یازدهم

فرضیه یازدهم: ابزار روایتگری بر روایتگری سازمانی اثر دارد.
فرض H_0 : ابزار روایتگری بر روایتگری سازمانی اثر ندارد.

پیش‌بین	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۳۲۵	۰/۲۰۱	-	۰/۰۰۰
روابط سازمانی	۰/۳۲۰	۰/۱۰۲	۰/۴۹۰	۰/۰۰۷

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۴۹۰ و مقدار احتمال معنی‌داری (p-value) ۰,۰۰۷ در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌گردد.

• آزمون فرض چهاردهم

فرضیه چهاردهم: کارکنان بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

فرض H_0 : کارکنان بر روایتگری سازمانی اثر ندارد.

فرض H_1 : کارکنان بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

جدول ۲. آزمون فرضیه چهاردهم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۲۹۴	۰/۱۱۲	-	۰/۰۰۰
کارکنان	۰/۳۴۲	۰/۰۵۱	۰/۵۹۳	۰/۰۰۴

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۵۹۳ و مقدار احتمال معنی‌داری (p-value) ۰,۰۰۴ در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌گردد.

تحلیل مسیر

در این قسمت، نمودار تحلیل مسیر رسم شده و اعتبار آن تحلیل می‌شود. لازم به ذکر است که نمودار تحلیل مسیر در واقع نمایان‌گر مدل عملیاتی پژوهش و تبیین‌کننده مدل مفهومی آزمون شده می‌باشد. همان‌گونه که نمودار ۲ و ۳ نیز

جدول ۲۱. نتایج آزمون معنی‌داری رگرسیون (F) و ضرایب آن (فرضیات چهارده‌گانه)

شماره	عنوان فرضیه	p-value	نتیجه فرضیه (در سطح اطمینان ۹۵٪)

فرض H_1 : ابزار روایتگری بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

جدول ۱۷. آزمون فرضیه یازدهم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۴۸۰	۰/۱۰۷	-	۰/۰۰۰
ابزار روایتگری	۰/۵۱۵	۰/۰۳۸	۰/۷۶۰	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۷۶۰ و مقدار احتمال معنی‌داری (p-value) ۰,۰۰۰ در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌گردد.

• آزمون فرض دوازدهم

فرضیه دوازدهم: روابط سازمانی بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

فرض H_0 : روابط سازمانی بر روایتگری سازمانی اثر ندارد.

فرض H_1 : روابط سازمانی بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

جدول ۱۸. آزمون فرضیه دوازدهم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۳۳۰	۰/۱۰۸	-	۰/۰۰۰
روابط سازمانی	۰/۵۲۰	۰/۰۳۵	۰/۷۸۸	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۷۸۸ و مقدار احتمال معنی‌داری (p-value) ۰,۰۰۰ در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌گردد.

• آزمون فرض سیزدهم

فرضیه سیزدهم: روابط سازمانی بر ابزار روایتگری اثر دارد.

فرض H_0 : روابط سازمانی بر ابزار روایتگری سازمانی اثر ندارد.

فرض H_1 : روابط سازمانی بر ابزار روایتگری سازمانی اثر دارد.

جدول ۱۹. آزمون فرضیه سیزدهم

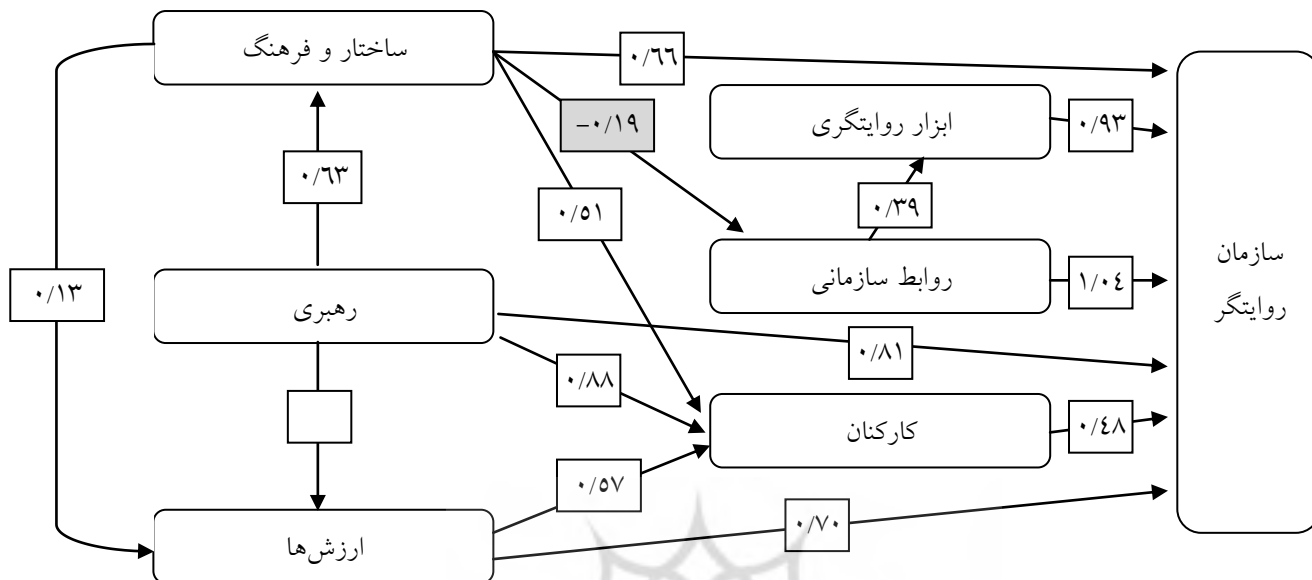
متغیرهای	ضرایب استاندارد نشده	ضرایب استاندارد شده

تأیید	۰/۰۰۱	ارزش‌ها بر کارکنان تأثیر دارد	۱۰.
تأیید	۰/۰۰۰	ابزار روایتگری بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد	۱۱.
تأیید	۰/۰۰۰	روابط سازمانی بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد	۱۲.
تأیید	۰/۰۰۷	روابط سازمانی بر ابزار روایتگری تأثیر دارد	۱۳.
تأیید	۰/۰۰۴	کارکنان بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد	۱۴.

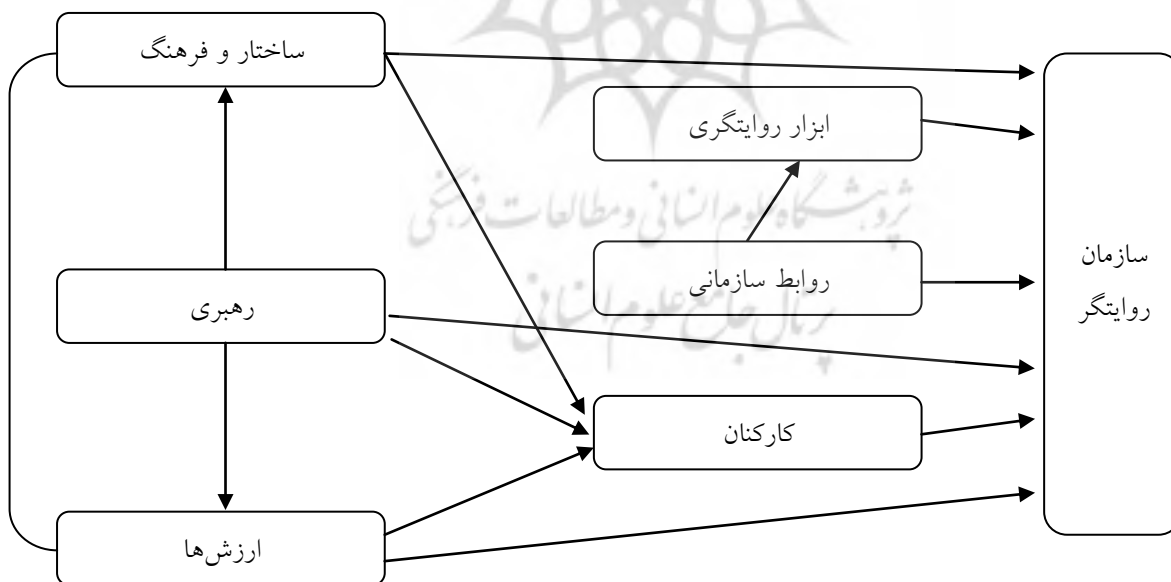
تأیید	۰/۰۰۰	ساختار و فرهنگ بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد	۱.
رد	۰/۱۲۶	ساختار و فرهنگ بر روابط سازمانی تأثیر دارد	۲.
تأیید	۰/۰۰۰	ساختار و فرهنگ بر کارکنان تأثیر دارد	۳.
تأیید	۰/۰۰۴	ساختار و فرهنگ بر ارزش‌ها تأثیر دارد	۴.
تأیید	۰/۰۰۰	رهبری بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد	۵.
تأیید	۰/۰۰۰	رهبری بر کارکنان تأثیر دارد	۶.
تأیید	۰/۰۰۰	رهبری بر ساختار و فرهنگ تأثیر دارد	۷.
تأیید	۰/۰۰۰	رهبری بر ارزش‌ها تأثیر دارد	۸.
تأیید	۰/۰۰۰	ارزش‌ها بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد	۹.

نشان می‌دهد؛ خروجی نرم‌افزار لیزرل، مؤید نتایج به‌دست آمده از نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس در مورد آزمون فرضیه‌های ۱۴ گانه است.





نمودار ۲. روابط علی میان مؤلفه‌های شش‌گانه مدل پژوهش در حالت تخمین استاندارد



نمودار ۳. مدل عملیاتی پژوهش

از مجموع چهارده فرضیه تنها یک فرضیه (ساختار و فرهنگ بر روابط سازمانی) در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد شد و سیزده فرضیه باقیمانده از لحاظ آماری و در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار گرفتند که یازده تا از آنها رابطه مثبت (مستقیم) و یکی از آنها رابطه منفی (معکوس) داشت. از آنجا که صنعت برق صنعتی نسبتاً قدیمی و با ویژگی‌هایی خاص خود است لذا مقتضی است سازمان‌ها و شرکت‌های دیگر اعم از دولتی و خصوصی، پیش از استفاده و به‌کارگیری مدل اشاره شده به بررسی دوباره فرضیه‌ها بپردازند. در ادامه به ارائه نکاتی برجسته در خصوص تحلیل نتایج به‌دست آمده، پرداخته می‌شود:

الف - براساس تحلیل مسیر انجام شده؛ قوی‌ترین رابطه علی میان مؤلفه‌های هفت‌گانه مدل، تأثیر مستقیم و معنادار سازمان روایتگر و روابط سازمانی در مورد مطالعه است (ضریب استاندارد: ۱/۰۴). با عنایت به جایگاه روابط سازمانی در روایتگری در مدل پژوهش می‌توان اینگونه نتیجه گرفت روابط سازمانی شامل ارتباطات عاطفی، ارتباطات باز سازمانی و تعاملات درون سازمانی در میان کارکنان می‌تواند با شدت قابل ملاحظه‌ای ایجاد سازمان روایتگری را افزایش داده و آن را نهادینه سازد.

ب- مشخص شد که از بین چهارده رابطه موجود، رابطه بین ساختار و فرهنگ با روابط سازمانی، معنی‌دار نیست؛ برای توجیه این نتیجه می‌توان به این نکته اشاره کرد که علیرغم خصوصی شدن صنعت برق مخصوصاً در قسمت تولید و توزیع برق همچنان ساختار این سازمانها از مقررات دستوری و سنتی قدیمی پیروی می‌کند لذا لازم است در خصوص تقویت عوامل فوق اقدام صورت گیرد.

همان‌طور که قبلاً اشاره شد، پیشنهادهای ارائه شده در این بخش مبتنی بر نتایج پژوهش بوده و به‌منظور ارتقای کارآمدی مدل عملیاتی سازمان روایتگر در صنعت برق مطرح می‌گردد.

۱. استفاده از روایتگری در تغییر فرهنگ با توجه به تاثیر بالای آن و همچنین نیاز به تغییرات زیاد در این صنعت با عنایت به روند خصوصی سازی فزاینده.

اگر شاخص نیکویی برازش و شاخص نیکویی برازش تنظیم شده بزرگ‌تر از ۰/۹۰، مقدار خی دو کم، مقدار شاخص χ^2/df کوچک‌تر از ۳ و مقدار شاخص RMSEA زیر ۰/۰۸ باشد؛ می‌توان نتیجه گرفت که مدل اجرا شده برازش مناسبی داشته است. در این مدل، شاخص نیکویی برازش ۰/۹۶ و شاخص نیکویی برازش تنظیم شده ۰/۹۲ محاسبه شده است. شاخص RMSEA برابر ۰/۰۵۵ و مقدار χ^2/df هم برابر ۲/۷۱۰ می‌باشد. روابط علی میان مؤلفه‌های شش‌گانه مدل پژوهش در حالت تخمین استاندارد در نمودار ۲ آمده است.

با توجه مطالب عنوان شده، مشخص شد که از بین چهارده رابطه موجود، سیزده رابطه از لحاظ آماری معنی‌دار و یک رابطه باقیمانده در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار نیست (فرضیه دوم؛ رابطه بین ساختار و فرهنگ با روابط سازمانی)؛ به این ترتیب مدل آزمون شده سازمان روایتگر (مدل عملیاتی) به شرح نمودار ۳ ارائه می‌گردد.

بحث، نتیجه گیری و پیشنهادها

با جمع‌بندی مطالب ارائه شده، می‌توان به این نتیجه رسید که پژوهشگر در راستای رسیدن به نتایج پژوهش با کامیابی همراه بوده است. در این پژوهش، پس از بررسی ادبیات موضوع و دسته‌بندی عوامل استخراجی مؤثر در طراحی مدل سازمان روایتگر، محقق به‌صورت هدفمند به ارزیابی مدل مفهومی سازمان روایتگر براساس مؤلفه‌های هفت‌گانه و بررسی رابطه بین آنها در مورد مطالعه؛ یعنی صنعت برق ایران پرداخته است.

با توجه به نتایج بررسی فرضیات چهارده‌گانه پژوهش با استفاده از مدل رگرسیون برازش شده به آنها مشاهده شد که ج- لازم است سازمانهای بکارگیرنده روایتگری سازمانی، مخصوصاً صنعت برق ایران که جامعه مورد بررسی در این پژوهش بوده است، نکات زیر بصورت اکید مدنظر قرار دهد:

۷. نهادهای سازمانی منطبق سرمایه‌گذاری بر روی نیروهای انسانی کارآمد.
۸. تأکید بر ارتباطات شبکه‌ای درون و برون‌سازمانی و عنایت خاص مدیران ارشد به عوامل مرتبط مانند تفکیک افقی واحدها براساس تخصص و آموزش‌های حرفه‌ای، شبکه‌سازی غیررسمی و تسهیل‌گر و ایجاد کانال‌های ارتباطی باز.
۹. نهادهای سازمانی مؤلفه سازمان روایتگر به معنای واقعی کلمه در این صنعت.
۱۰. ایجاد جسارت برای پذیرش مسئولیت‌های کلیدی و حساس در میان کارکنان.

۲. ایجاد انعطاف بیشتر سازمان‌های مرتبط با بررسی و پیش‌بینی شرایط محیطی حاکم بر این صنعت.
۳. تأکید بر مدیریت دانش، جمع‌آوری و ساماندهی تجارب و استفاده از این تجارب در تصمیم‌سازی.
۴. تقویت سبک رهبری رابطه‌مدار در سازمانها و پرهیز از سیستم حاکمیتی کنونی.
۵. توانمند کردن کارکنان شامل جسارت و آزادی در تصمیم‌گیری، استقلال در انجام کارها و قبول مسئولیت.
۶. تقویت آرمانهای مشترک با استفاده از تدوین چشم‌انداز مشترک و همچنین یادآوری موفقیت‌های گذشته و تأکید بر ادامه آن در آینده.

منابع

- دانایی فرد، حسن، فریده شکاری (۱۳۸۹). "ارتقای پارادایم تفسیری در نظریه سازمان: تاملی بر رویکرد داستان‌سرایی سازمانی"، مدیریت فرهنگ سازمانی شماره ۲۱
- Adamson, G. , Pine, J. , Van Steenhoven, T. , and Kroupa, J. (2014). "How Storytelling can Drive Strategic Change. *Strategy and Leadership*", 34 (1) ,36.
- Allen, K. (2002). "Organizational storytelling". *Franchising World*, 37, (11), 63-64 .
- Barker, R. T. ,& Gower, K. (2010). "Strategic application of storytelling in organizations". *Journal of Business Communication*, 47 (3) , 295-312.
- Boyce, M. E. (2006). "Organisational story and storytelling: a critical review". *Journal of Organisational Change Management*, 9 (5) , 5-26.
- Boyce, M. (Winter, 2013). "Collective centering and collective sense-making in the stories and storytelling of one organization". *Organizational Studies*, 16, (1), 107-138 .
- Boje, D. M. (1991). "The Storytelling Organization: A Study of Story Performance in an Office-Supply Firm. *Administrative Science Quarterly* 36: 106-126.
- Boje, D. M. (1995). "Stories of the Storytelling Organization: A Postmodern Analysis of Disney as 'Tamara-Land' ". *Academy of Management Journal* 38 (4) : 997-1035.
- Brown, J. S. , P. Duguid. (2001). "Organizational learning & communities of practice: Toward a unified view of working", learning, & innovation. *Organ. Sci.* 2 40^o 57.
- Brown, J. S. , Denning, S. , Groh, K. , Prusak, L. (2005) "Storytelling in organizations: How narratives and storytelling are transforming 21st century management", UK. -117
- Brown, M. H. (2002) "That Reminds Me of a Story: Speech Action on Organizational Socialization". Unpublished PhD Thesis, University of Texas at Austin.
- Denning, S. (2005). "The Leaders Guide to Storytelling", San Francisco: Jossey-Bass.
- Durrance, B. (February, 1997). "Stories at work". *Training and Development* 51, (2), 25-30 .
- Feder, T., Roland, G., Yiannis. (2003). "On organizational stories and myths: Why it is easier to slay a dragon than to kill a myth." *International Sociology* 6:427-442.
- Ferrell, O. C., J. Fraedrich and L. Ferrell: 2005, "Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases 6" (Houghton Mifflin Co., Boston).
- Fisher, D. H. and S. B. Fowler: 1995, "Reimagining Moral Leadership in Business: Image, Identity and Difference", *Business Ethics Quarterly* 5(1), 29.

- Fleming, D. (2001) *"Narrative leadership: Using the power of stories"*. Strategy and Leadership, 29 (4) , 34.
- Gabriel, Y. (2004) *"Narratives, stories, and texts"*, in D. Grant, C. Hardy, C. Oswick and L. Putnam (eds.). Handbook of Organizational Discourse, 61° 77.
- Harrison, K. (2014). *" Strategic Public Relations, a practical guide to success (4th Ed.)"*. Perth: Century Consulting.
- Helmer, J. E. (1999). *" Between horses: An ethnographic study of communication and organizational culture at a harness track"*. Unpublished dissertation. University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Louis, M. R. (2000). *" Surprise and sense-making: What newcomers experience when entering unfamiliar organizational settings"*. Administrative Science Quarterly, 23, 225-251.
- McKee, R. (2013). *" Storytelling that moves people"*. Harvard Business Review, June 2003, 5-8.
- McVinney, D., Batista, j.(). *" Storytelling in Organizations: Facts, fictions, and fantasies"*. London: Oxford University Press.
- Mitroff, I. , Kilmann, R. H. (1995). *Stories Managers Tell: A New Tool for Organizational Problem Solving*. Management Review, July, 18-28
- Orr, J. (1995). *" Talking About Machines: Ethnography of a Modern Job"*. ILR Press, Ithaca, NY.
- Parkin, M. (2004). *" Tales for change: Using storytelling to develop people and organizations"*, London: Kogan Page.
- Riesman, David. (1993). *" Becoming an Academic Man,"* in Bennett Berger (ed), Authors of Their
- Simmons, A. (2006). *The Story Factor*. New York: Basic Books.
- Sinclair, J. (2013). *" The impact of stories"*. The Electronic Journal of Knowledge Management, 3 (1) , 53-64.
- Volker John X., Phillips Michael D., Anderson Steven J., (2011) *" Storytelling: A Portal to Understanding Entrepreneurial Organizations"* Vol. 5, Iss. 3, pp. 104 - 109
- Weick, K. E. , K. M. Sutcliffe. (2001). *" Managing the Unexpected: Assuring High Performance in an Age of Complexity"*. Jossey-Bass, San Francisco.
- Wilkins, A. (2004). *" The Creation of Company Cultures: The Role of Stories and Human Resource Systems"*. Human Resource Management 23 (1) : 41-60.