

## طراحی و آزمون الگوی خوش بینی سازمانی با رویکرد آمیخته

حسین صدقی\*، محمدرضا دلوی\*\*، علی رضا شیروانی\*\*\*

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۳/۰۵

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۸/۱۱/۱۶

### چکیده

هدف این پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر، زمینه و شرایط بستر ساز و پیامدهای خوش بینی سازمانی و شناخت راهکارهای افزایش این پدیده و همچنین طراحی الگوی بومی در شرکت‌های مورد مطالعه است. این پژوهش از نظر هدف، توسعه‌ای و از لحاظ ماهیت، توصیفی و پیمایشی است. روش پژوهش در دو بخش کیفی و کمی و از نوع آمیخته انجام شده است. در بخش کیفی، عوامل ایجادکننده و پیامدهای خوش بینی سازمانی شناسایی شد و تحلیل داده‌های این بخش از طریق تحلیل تماتیک براون و کلارک انجام و نسبت به طراحی مدل مفهومی اقدام شد. در بخش کمی و با استفاده از نردبان انتزاع، پرسشنامه پژوهش تنظیم و علاوه بر آزمون اعتبار مدل، میزان تأثیر هر یک از متغیرهای شناسایی شده در بخش کیفی، آزمون و برای نمونه‌گیری براساس فرمول کوکران تعداد ۳۶۰ نفر از کارکنان شرکت‌های توزیع برق استان اصفهان به‌عنوان حجم نمونه تعیین شدند. روایی و پایایی پرسشنامه از طریق روش‌های روایی همگرا، واگرا، پایایی مرکب و آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. به‌منظور تحلیل داده‌های پژوهش و آزمون فرضیه‌ها، از آمار توصیفی و استنباطی و نرم‌افزارهای SPSS و AMOS و روش‌های تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، از آنجا که مقدار مسیر بحرانی کلیه فرضیه‌ها به‌غیر از فرضیه هشتم بیشتر از ۱/۹۶ است، لذا در سطح اطمینان ۹۵٪ فرضیه‌ها تأیید می‌شود. نتایج تحقیق نشان‌دهنده آن است که چهار دسته از عوامل فردی، گروهی، سازمانی و محیطی بر خوش بینی سازمانی تأثیر دارند و با شناخت راهکارهای افزایش این پدیده، می‌توان خوش بینی سازمانی را در شرکت‌های مورد مطالعه تقویت کرد.

**کلیدواژه:** خوش بینی سازمانی؛ بدبینی سازمانی؛ عدالت سازمانی؛ رفتار سازمانی مثبت؛ حمایت سازمانی ادراک شده

\* دانشجوی دوره دکتری، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، اصفهان، ایران.

mr\_dalvi@yahoo.com

\*\* دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، اصفهان، ایران. (نویسنده مسئول)

\*\*\* دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، اصفهان، ایران.

## مقدمه

واقعیت‌ها نشان می‌دهد با گذشت زمان و پیچیده‌تر شدن محیط‌های کاری، ضرورت پرداختن به مباحث جدید در عرصه مطالعات سازمانی که بر کارایی هرچه بیشتر کارکنان اثرگذار است، روزبه‌روز بیشتر می‌شود. سازمان‌های موفق به این مهم دست یافته‌اند و به جای توجه بر اهداف کمی، بر ظرفیت‌سازی و ارتقای کیفی منابع انسانی در همه سطوح تأکید دارند. برای حصول به این هدف عالی، توجه به عوامل مختلف تأثیرگذار بر نگرش‌های کارکنان و پیامدهای آنها امری ضروری است.

تحقیقات نشان داده است که کارکنان در صورتی صادقانه عمل کرده و در جهت تحقق اهداف سازمان تلاش می‌کنند که سازمان، آنان را درک کرده و به نیازهای آنها توجه نماید و شواهد نشان می‌دهد که چنانچه کارکنان درک درستی از سازمان نداشته باشند، روابط متقابل آنان با سازمان بدتر شده و نگرش‌ها و احساسات منفی در درون آنها تقویت می‌شود و از طرف دیگر، اگر کارکنان برداشت درستی از سازمان داشته باشند، نگرش و احساسات مثبت آنها شکوفا می‌شود (خاتاک و تسنیم<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸).

در حالی که سازمان‌ها و محیط‌های کسب و کار، شرایط کاری افراد را به سمت رفاه و سهولت انجام کار سوق می‌دهند، اما از طرف دیگر، آنها را تحت فشار روانی و استرس قرار داده و در نتیجه، عملکردشان کاهش می‌یابد. در این نوع سازمان‌ها، فشارهای روانی وارده بسیار مخرب بوده و مشکلات فیزیکی و روحی زیادی را برای کارکنان به‌ارمغان می‌آورد (آلتینوز و دیگران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶: ۴۳۴). حفظ و نگهداری کارکنان، به سرعت به یکی از حیاتی‌ترین وظایف مدیران که بر کارایی سازمان تأثیر می‌گذارد، تبدیل شده است. امروزه بیشتر سازمان‌ها با هدف موفقیت در تمام عرصه‌ها، توجه زیادی به روش‌هایی دارند که ابعاد روانی کارکنان را مطالعه نمایند تا آنان با علاقه بیشتر و اشتیاق، وظایف خود را انجام دهند (سان جیو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷: ۵۷).

در عصر حاضر، بزرگ‌ترین چالش پیش روی مدیران، پدیده‌های بدبینی و خوش‌بینی سازمانی است و بسیاری از مسائل مربوط به کارکنان که اثرات مثبت یا منفی را برای سازمان فراهم می‌آورد، محصول این پدیده‌هاست (اندرسون و بتمن<sup>۴</sup>، ۱۹۹۷: ۱۸). لانگابیر و دلی فرین<sup>۵</sup> (۲۰۱۱) اعتقاد دارند تحلیل احساسات

1. Khattak & Tasneem
2. Altinoz et al
3. Sanjeev
4. Andersson & Bateman
5. Langabeer & Dellifraire

مثبت به‌ویژه خوش‌بینی از دیدگاه روان‌شناسی، موقعیت‌هایی را مشخص می‌کند که به رشد و شکوفایی انسان‌ها منجر می‌شود و فرصت‌هایی را در اختیار افراد قرار می‌دهد که می‌توانند به‌راحتی با شرایط سخت مقابله کنند و انعطاف‌پذیری لازم را در برخورد با شرایط و موقعیت‌ها از خود نشان دهند. افرادی که از سطح بالای خوش‌بینی برخوردارند، رضایت بیشتری از زندگی دارند، سطح کم‌تری از استرس را تجربه می‌کنند، فرسودگی شغلی کم‌تری دارند و از شغل خود احساس رضایت دارند (اورباتش<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸: ۲۴).

سازمان سالم، سازمانی است که سلامت جسمی و روانی کارکنان آن به میزان تولید و بهره‌وری، مورد توجه و تأکید قرار گیرد و مسئولیت‌مدیران، منحصر به تأکید بر تولید بیشتر و سودآوری نباشد و مدیریت اثربخش، بدون توجه و اعتقاد به سلامت روانی کارکنان امکان‌پذیر نیست (بلوچی و رستگار، ۱۳۹۴: ۱۱). بدبینی و خوش‌بینی، بیش از آنکه ویژگی شخصیتی باشد، پاسخی آموخته‌شده و نگرشی کلی است که بین کارکنان ایجاد می‌شود و اغلب به‌خاطر مجموعه‌ای از تعاملات منفی یا مثبت بین کارکنان، مدیران و رهبران سازمان شکل می‌گیرد و افزایش می‌یابد. مطالعات نشان می‌دهد که بدبینی سازمانی اغلب با سطح معینی از زوال در محیط سازمانی همراه است. بنابراین، سازمان‌ها برای رهایی از اثرات منفی بدبینی سازمانی و افزایش کارایی و اثربخشی خود در محیط متغیر امروزی به اقداماتی مبادرت می‌ورزند (قنبری و عرفانی‌زاده، ۱۳۹۶: ۱۲۸). خوش‌بینی سازمانی، ظرفیتی را ایجاد می‌کند که افراد سرشار از احساسات و نگرش‌های مثبت می‌شوند، روحیه کاری بالایی دارند، بر حل مؤثر مشکلات مصمم هستند، در شغل و حرفه خود موفق هستند، از دیدگاه مثبت خود به‌عنوان ابزاری برای مقابله با شرایط سخت و دشوار استفاده می‌کنند، نزد دیگران از محبوبیت برخوردارند و از آینده و اتفاقاتی که قرار است در آینده بیفتد، انتظارات مثبت و خوش‌بینانه دارند (کول هو و دیگران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸: ۲۴۸).

شرکت‌های توزیع برق استان اصفهان از زیرمجموعه‌های شرکت مادر تخصصی توانیر، وظیفه تأمین و توزیع برق پایدار و مطمئن را برای کلیه مشترکین برق در سطح شهر اصفهان و استان اصفهان برعهده داشته و همواره سعی در جلب رضایت مشترکین و خدمت‌رسانی مطلوب به آنها دارند. بدیهی است که اهداف فوق، در سایه وجود نیروی انسانی بانگیزه و کارآمد که دارای حس تعلق به سازمان بوده و وظیفه خود را با عشق و علاقه انجام دهند، محقق می‌شود و کارکنان این شرکت‌ها به‌منظور انجام مناسب وظایف محوله

1. Urbatsch  
2. Coelho et al

باید دارای نگرش مثبت بوده و در یک محیط کاری سالم و به‌دوراز هرگونه فشارهای روانی فعالیت نمایند و به سازمان و مدیران اعتماد داشته باشند. وضعیت کارکنان این شرکت‌ها بدین صورت است که از مجموع ۲۷۰۱ نفر کل کارکنان موجود، بیش از ۷۰ درصد، کارکنان شرکتی (که از طریق شرکت‌های پیمانکاری در شرکت‌های مورد مطالعه شاغل هستند) و ۳۰ درصد، کارکنان حکمی (همان کارکنان رسمی سابق) هستند که به لحاظ حقوق و مزایا و جایگاه شغلی براساس قوانین و مقررات موجود تفاوت‌هایی بین هر دو دسته کارکنان وجود دارد که این موضوع همراه سایر عوامل شناسایی شده در تحقیق می‌تواند در نگرش کارکنان تأثیر داشته باشد، کما اینکه، تعدادی از کارکنان شرکتی نسبت به سازمان بدبین هستند و بدبینی آنان بر عملکرد خودشان و عملکرد سازمان تأثیر منفی داشته است و از این رو، محقق بر آن شد که خوش‌بینی سازمانی را به‌عنوان یکی از ابزارهای مؤثر در نگرش کارکنان از جنبه‌های مختلف در شرکت‌های مورد مطالعه بررسی نماید. تحقیقات نشان داده است که خوش‌بینی سازمانی، موجبات رضایت افراد و سازمان را فراهم می‌آورد. افراد خوش‌بین در سازمان، روابط کاری قوی با دیگران دارند. این افراد به راحتی با دیگران کار می‌کنند، با دیگران سازگار می‌شوند و ارتباطات قوی و مثبتی را با مدیر و سایر همکاران برقرار می‌کنند که این روابط به اتحاد و همدلی کارکنان منجر می‌شود و کارایی سازمان را افزایش می‌دهد.

سؤال اصلی پژوهش این است که الگوی مناسب برای تبیین پدیده خوش‌بینی سازمانی شرکت‌های مورد مطالعه کدام است؟ هدف اصلی پژوهش حاضر، طراحی و آزمون الگوی خوش‌بینی سازمانی در شرکت‌های مورد مطالعه است و اهداف فرعی دیگر نیز شناسایی و تبیین عوامل مؤثر بر ایجاد خوش‌بینی سازمانی، شناخت پیامدها و راهکارهای افزایش خوش‌بینی سازمانی در شرکت‌های مورد مطالعه است.

## مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سلیگمن<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) بر این عقیده است که نظریه‌های اصلی روان‌شناسی، امروزه تحت تأثیر عمده‌ای از سوی یک علم جدید به نام روان‌شناسی مثبت<sup>۲</sup> قرار گرفته است که به شناسایی توانمندی‌ها و ویژگی‌های ذاتی انسان می‌پردازد. هدف روان‌شناسی مثبت، کاهش علائم و آثار افکار و رفتارهای منفی در جهت

1. Seligman  
2. Positive Psychology

بهبود رفاه، رضایت مندی و خرسندی از طریق بهبود افکار، نقاط قوت و رفتارهای مثبت افراد است (فراک<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸: ۲۶).

یکی از مباحثی که در تحقیقات رفتار سازمانی جای رشد زیادی دارد، مکتب سازمانی مثبت‌گراست (که رفتار سازمانی مثبت نیز نامیده می‌شود). این مبحث به این مسئله می‌پردازد که سازمان‌ها چگونه می‌توانند نقاط قوت انسان‌ها را پرورش داده، سرزندگی و شادابی را در آنها تقویت کرده و قابلیت‌های بالقوه آنها را بارور کنند. شوارزر<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) بیان داشت که عناصر رفتار سازمانی مثبت عبارتند از: اطمینان، خوش‌بینی، امید و انعطاف‌پذیری که همگی این عناصر بر نگرش‌های مثبت کارکنان (رضایت و تعهد)، رفتارها و عملکرد تأثیر دارند. اطمینان براساس نظریه شناخت اجتماعی باندورا<sup>۳</sup> به عنوان اعتقاد راسخ یا اعتماد به نفس در خصوص توانایی‌های فرد است. خوش‌بینی، روشی است که در آن تفسیرها یا ادراک‌های جدید یا گذشته فرد که تجربه کرده است، مدنظر است و به اعتقاد اسنایدر و دیگران<sup>۴</sup> (۱۹۹۱) خوش‌بینی، بیان انگیزه‌های مثبت است که از احساسات موفق قبل ناشی می‌شود. آوی و دیگران<sup>۵</sup>، امید را به کارگیری ظرفیت و درگیری با چالش‌هایی می‌دانند که در مسیر تحقق اهداف قرار دارد و در نهایت اعتقاد دارند که انعطاف‌پذیری، ظرفیت افراد جهت انطباق با موقعیت‌ها پس از کسب تجربیات مثبت یا منفی است (ییم و دیگران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۷: ۱۰-۸).

بنابراین، با توجه به مباحثی که اشاره شد، می‌توان نتیجه گرفت که خوش‌بینی سازمانی از مباحث اصلی حوزه رفتار سازمانی مثبت است که هدف آن، تمرکز و تقویت نگرش‌ها و تفسیرهای مثبت و خوش‌بینانه است که می‌تواند آثار و نتایج مفیدی را هم برای افراد و هم برای سازمان به ارمغان آورد و در این پژوهش منظور از خوش‌بینی سازمانی، بررسی شرایط و زمینه‌هایی است که به خوش‌بینی فرد در سازمان منجر می‌شود.

خوش‌بینی از دیرباز به عنوان یکی از خصوصیات شخصیتی افراد مطرح بوده و مردم همواره آرزو دارند که این ویژگی مطلوب را تجربه کرده و از مزایای بی‌شمار آن بهره‌مند شوند. شواهد نشان داده است

1. Frauke
2. Schwarzer
3. Bandura
4. Snyder et al
5. Avey et al
6. Yim et al

که افراد خوش بین انتظارات بالایی از خود و از زندگی دارند و دید آنها به زندگی و دنیای پیرامونشان بهتر است. این افراد از تحرک اجتماعی بالاتری نسبت به سایرین برخوردارند و در فعالیتهای اجتماعی تلاش بیشتری می نمایند. بنابراین، خوش بینی یکی از عوامل مهم موفقیت افراد محسوب می شود و افراد خوش بین، موقعیت های شخصی و اجتماعی مناسبی دارند و نتایج بهتری را از زندگی خود کسب می کنند (اورباتش، ۲۰۱۸: ۲۲). تعاریف زیادی از خوش بینی سازمانی انجام شده که در این قسمت از پژوهش به مهم ترین آنها پرداخته می شود. کول هو و دیگران (۲۰۱۸) خوش بینی سازمانی را یک شاخص مناسب روان سنجی که با متغیرهای افزایش رفاه، کاهش تفکرات منفی و افزایش کیفیت روابط اجتماعی در سازمان ارتباط دارد، می داند. هینز و دیگران<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) نیز خوش بینی سازمانی را نگرشی تعریف می کنند که به نتایج مثبت مورد انتظار در آینده سازمان اشاره دارد.

فرایندهای شناختی در خوش بینی سازمانی افراد و پیش بینی های خوش بینانه تأثیر دارد، زیرا افراد خوش بین در سازمان به طور دقیق روی برنامه های آینده و اهدافی که برای خود ترسیم می کنند، متمرکز می شوند و برنامه های خاصی را برای رسیدن به اهداف طراحی می کنند. خوش بینی سازمانی، مسیری را برای کارکنان ترسیم می کند که انتهای مسیر برای آنان روشن و امیدوار کننده است (سورن سن<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷: ۱۸). خوش بینی سازمانی، جنبه های مثبت وضعیت های دشوار را مورد توجه قرار می دهد و افرادی که خوش بینی سازمانی بالایی دارند، خود را با شرایط و موقعیت های سخت، تطبیق می دهند. افراد با دیدگاه های خوش بینانه، هوش هیجانی بالایی دارند و هوش هیجانی آنان باعث انعطاف پذیری و انطباق آنها با شرایط مختلف شده و با تغییرات به راحتی کنار می آیند و در مقابل تغییرات سازنده و مفید، مقاومتی از خود نشان نمی دهند (تیلور و دیگران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷: ۸۱). کارور و دیگران<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) مدعی اند، خوش بینی سازمانی باعث می شود افراد به منظور مقابله با شرایط سخت از منابع بیشتری استفاده کنند، اعتماد بیشتری به فعالیت های سازمان داشته باشند و تصویر مثبتی از وقایعی را که در آینده اتفاق می افتد، ترسیم کنند. خوش بینی باعث تسهیل در تخصیص مؤثر منابع به منظور انطباق با شرایط تنش زا می شود؛ به نحوی که منابع

1. Hinz et al  
2. Sorensen  
3. Taylor et al  
4. Carver et al

تخصیص داده‌شده، نتایج مثبت و مفیدی را عاید می‌سازد، درحالی‌که ازدست‌دادن منابع می‌تواند به عواقب و نتایج منفی و زیانبار منجر شود (یوآن و وانگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶:۳۱۸).

### عوامل مؤثر بر خوش‌بینی سازمانی

باتوجه به اهمیتی که خوش‌بینی سازمانی در هر سازمان دارد، ضروری است عواملی را که به ایجاد، تقویت و گسترش خوش‌بینی در سازمان منجر می‌شود شناسایی و به‌منظور افزایش سطح خوش‌بینی، آن عوامل را کنترل و مدیریت کرد. عواملی که باعث بروز پدیده خوش‌بینی سازمانی می‌شوند توسط پژوهشگران و در ابعاد مختلف مورد بررسی قرار گرفته است که توضیح هر یک از عوامل ذکر می‌شود.

### الف) عوامل فردی / ویژگی‌های فردی

ویژگی‌های فردی شامل: سن، جنس، وضعیت تأهل، سابقه خدمت و سطح تحصیلات است. براساس مطالعات، سن افراد بر نگرش، ادراک و انتظارات آنان از شغل تأثیر می‌گذارد. آرم براستر و دیگران<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) بیان داشتند، هرچه سن افراد بالاتر رود، احتمال افزایش بدبینی سازمانی آنها نیز بیشتر می‌شود و افراد مسن نسبت به افراد جوان، خوش‌بینی کم‌تری دارند. درخصوص جنس و تفاوت‌های جنسیتی نیز میرویس و کانتر، اظهار می‌دارند، کارکنان مرد سطح کم‌تری از خوش‌بینی سازمانی را نسبت به همکاران زن دارند، پولاتکن و تیتریک<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) در پژوهش خود، نتیجه گرفتند که مردان به مراتب کم‌تر از زنان دچار خوش‌بینی سازمانی می‌شوند. تحصیلات و موقعیت‌های حرفه‌ای از عوامل پیش‌بینی‌کننده خوش‌بینی هستند. خوش‌بینی بین افراد تحصیل‌کرده بیشتر است (هینز و دیگران، ۲۰۱۷:۱۶۲).

### ویژگی‌های شخصیتی

فورلر و دیگران<sup>۴</sup> (۲۰۱۳) اعتقاد دارند که صفات شخصیتی بر تمام جنبه‌های زندگی و شغلی افراد و برداشت آنان از میزان رضایت از شغل یا رضایت از زندگی تأثیرگذار است. خوش‌بینی و بدبینی از

1. Yuan & Wang
2. Armbruster et al
3. Polutken & Titrik
4. Furler et al

جنبه های مهم شخصیتی است که انتظارات افراد از اتفاقات خوب یا بد را توصیف می کند و بررسی های اخیر نشان می دهد که ابعاد شخصیتی خوش بینی و بدبینی در طول دوره زندگی افراد تأثیرگذار است (هینز و دیگران، ۲۰۱۷: ۱۶۱).

روس برگر<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) اعتقاد دارد، مدل شخصیتی پنج بزرگ که توسط مک کر و کوستا<sup>۲</sup> (۱۹۹۹) پیشنهاد شده است، امروزه به عنوان یکی از مدل های شناخته شده در حوزه شخصیت به شمار می رود. در سال های اخیر، تحقیقات زیادی در باره الگوی شخصیت انجام شده است که الگوی شخصیتی پنج بزرگ از مهم ترین آنهاست و براساس این نظریه، درک تفاوت های شخصیت در این مدل می تواند به پیش بینی آثار و نتایج رخدادهای اجتماعی و سازمانی مثل خوش بینی سازمانی کمک کند. پنج عامل اصلی عبارتند از: برون گرایی، سازگاری، وجدان گرایی، ثبات هیجانی و گشودگی در برابر تجربه.

#### ب) عوامل گروهی / رابطه رئیس - مرئوس

افرادی که روابط کاری بهتری با سرپرستان خود دارند، می توانند به منابع و اطلاعات بیشتری دست یابند و در وظایف و مسئولیت های مهم، بیشتر مورد اعتماد قرار گیرند. بنابراین، احتمال کمتری وجود دارد که این افراد برداشت نادرست از تصمیمات و تغییرات سازمانی داشته باشند (مرادی و جلیلیان، ۱۳۹۵: ۸۱). رابطه رئیس و مرئوس، ارتباطات عاطفی بین مدیران و کارکنان را بهبود می بخشد و کیفیت رابطه مدیر با زیردستان می تواند به برقراری اعتماد متقابل بین آنان منجر شود. سرپرستان می توانند منبع ایجاد احساسات مثبت و یا منفی در کارکنان باشند و مدیر براساس عقاید و تفکرات خود می تواند احساسات مثبت را به کارکنان منتقل کند (لی و دیگران، ۲۰۱۸: ۵۸).

#### ج) عوامل سازمانی

عوامل سازمانی مؤثر بر خوش بینی سازمانی عبارتند از: قرارداد روان شناختی<sup>۳</sup>، عدالت سازمانی<sup>۴</sup>، حمایت سازمانی ادراک شده<sup>۵</sup> و فرهنگ سازمانی<sup>۶</sup>.

1. Rossberger
2. Mccare & Costa
3. Psychological Contract
4. Organizational Justice
5. Percived Organizational Support
6. Organizational Culture



### قرارداد روان‌شناختی

سازمان‌ها هنگام استخدام افراد، تعهداتی را نسبت به آنان اعلام و مواردی از قبیل: حقوق و مزایا، رفاهیات، بیمه و درمان، پست سازمانی، شرایط فیزیکی محیط کار و ... را به آنان وعده می‌دهند. قرارداد روان‌شناختی، به‌عنوان یک مدل ذهنی قبل از استخدام افراد مطرح می‌شود. روسو<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) اظهار می‌دارد، این اصطلاح درخصوص آنچه سازمان از قبل وعده داده بود و آنچه در حال حاضر در دسترس است، می‌باشد. باینز و شالک<sup>۲</sup> (۲۰۰۳) بیان داشتند، قرارداد روان‌شناختی باعث می‌شود که کارمند در یک محیط جدید، بهتر استقرار یابد و دیدگاه مثبت و خوش‌بینانه‌ای نسبت به سازمان پیدا کند.

### عدالت سازمانی

عدالت، مبحث گسترده‌ای است که در علم سازمان و مدیریت جایگاه ویژه‌ای دارد و به برداشت و درک افراد از نحوه برخورد با آنان برمی‌گردد و اینکه سازمان با چه روش‌هایی با کارکنان رفتار کند تا آنان احساس عدالت کنند، از اهمیت خاصی برخوردار است. در هر سازمان عدالت را بر مبنای عواملی نظیر حقوق و دستمزد منصفانه، پاداش نقدی و غیرنقدی، نظام ارتقای شغلی و شایسته‌سالاری، رویه‌های منصفانه و ارائه اطلاعات درست و صحیح تعریف می‌کنند، اما در عمل آنچه به‌عنوان عدالت تحقق می‌یابد، ادراک کارکنان از عدالت است (واعظی، حسین‌پور و رنجبر، ۱۳۹۵: ۸۵). فادل و دورسی کوآ<sup>۳</sup> (۲۰۱۴) اعتقاد دارند که عدالت سازمانی، رفتارهای شغلی و نگرش کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در نهایت به بروز رفتارهای خوش‌بینانه و مثبت یا رفتارهای بدبینانه و منفی در سازمان منجر می‌شود. اگرچه عدالت سازمانی یک مفهوم چندبعدی است، اما اساساً "به‌عنوان ادراک افراد از منصفانه بودن رفتارها در سازمانی است که در آن کار می‌کنند (لی و دیگران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۷: ۱۳۹).

### حمایت سازمانی ادراک‌شده

بر اساس نظریه تبادلات اجتماعی آیزن برگر، هانتینگتون، هاجیسون و سوا<sup>۵</sup>، کارکنان در مورد اینکه

1. Rousseau
2. Buyens & Schalk
3. Fadel & Durcikova
4. Lee et al
5. Eisenberger, Huntington, Hutchison & Sowa

آیا سازمان برای همکاری آنها ارزش قائل است و توجهی به خوب بودن آنها دارد یا خیر؟ اعتقاداتی در خود به وجود می‌آورند و آن را عمومیت می‌دهند (حسن‌پور و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۹). تحقیقات نشان می‌دهد که حمایت سازمانی ادراک شده هنگامی رخ می‌دهد که انتظارات عملکردی متقابلی بین مدیر و کارکنان برقرار شود و وقتی که کارکنان، حمایت را درک کنند و انتظارات خود را برآورده ببینند، یک پیوند عاطفی را با سازمان برقرار کرده و در جهت نیل به اهداف سازمان تلاش می‌کنند و دیدگاهشان مثبت و خوش‌بینانه می‌شود (آلتینوز، ۲۰۱۶: ۴۳۰).

### فرهنگ سازمانی

آتکینسون و دیگران<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) اعتقاد دارند، فرهنگ سازمانی شامل ارزش‌ها، باورها و فرضیاتی است که بین اعضا مشترک بوده، رفتار آنان را هدایت می‌کند و مفهوم به‌اشتراک‌گذاری را در سازمان تسهیل می‌کند. فرهنگ سازمانی، نگرش‌های مثبت یا منفی کارکنان را تحت تأثیر قرار داده و بر اثربخشی سازمان نفوذ دارد. فرهنگ سازمانی، تاریخچه سازمان و رفتارهای اعضای آن را آشکار می‌سازد (مالاگلین و الخوریف<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸: ۷). تامباک<sup>۳</sup> (۲۰۰۵) اعتقاد دارد، توسعه فرهنگ سازمانی مثبت<sup>۴</sup> می‌تواند ویژگی‌های مثبت را در سازمان‌ها گسترش دهد. فرهنگ سازمانی مثبت، فرهنگی است که تقویت توانمندی‌های کارکنان را مورد توجه قرار داده، بیش از تنبیه کردن پاداش می‌دهد و بر سرزندگی و رشد افراد تأکید دارد.

### د) عوامل محیطی

پاره‌ای از عوامل هستند که خارج از کنترل سازمان و افراد بوده و بر نگرش‌ها و احساسات کارکنان تأثیر دارند. این عوامل، در این پژوهش تحت عنوان عوامل محیطی نامیده می‌شوند که شامل عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل سیاسی و فناورانه می‌باشند.

1. Atkinson et al
2. McLaughlin & Alkhoraif
3. Tombaugh
4. Positive Organizational Culture

### محیط اقتصادی

محیط اقتصادی<sup>۱</sup> و محدودیت منابع از مؤلفه‌هایی هستند که پیامدهای مهمی را در ادبیات سازمانی و رفتار سازمانی دارند و تحقیقات نشان می‌دهد که شاخص‌های اقتصادی و تغییرات هر یک از آنها، حیات سازمان و افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد و اگر محیط اقتصادی یک کشور، ثبات لازم را نداشته باشد و دائم در حال تغییر بوده و از سطح پائینی برخوردار باشد، مشکلات فراوانی را برای اعضای جامعه به وجود می‌آورد و چنانچه اقتصاد یک کشور، ثبات داشته و کم‌تر دستخوش تغییر شود، موجبات خوش‌بینی مردم را فراهم می‌آورد (تی تا و دیگران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸: ۸۲۷).

### محیط اجتماعی

محیط اجتماعی<sup>۳</sup> و تعاملات افراد در جامعه به‌ویژه تعاملات عاطفی، تأثیر مثبتی بر فعالیت اجتماعی و ایجاد حس خوش‌بینی و نگرش‌های خوش‌بینانه نزد افراد دارد. مولی نیلو و دیگران<sup>۴</sup> (۲۰۱۸) بیان کردند مطالعات نشان می‌دهد، محیط اجتماعی و ارتباطات اجتماعی افراد بر نگرش‌ها و رفتارهای آنان تأثیرگذار است و چنانچه ساختار روابط اجتماعی و محیط حاکم بر آن مطلوب نباشد، عوارض جبران‌ناپذیری از قبیل: جرم، جنایت، رفتارهای مخرب و انحرافی، خشونت و دیدگاه‌های منفی را به دنبال خواهد داشت (توماس و دراوو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸: ۹۳). لاکز و موکین<sup>۶</sup> اعتقاد دارند که محیط اجتماعی و ارتباط با اعضای جامعه تأثیر بسزایی در توسعه عاطفی و اجتماعی افراد دارد و رفتار آنان را شکل می‌دهد و چنانچه فردی به‌لحاظ اجتماعی در انزوای به‌سربرد و ارتباط کمی با جامعه و تحولات اجتماعی داشته باشد، سطح پائین‌تری از رفتارهای اجتماعی را نشان می‌دهد (مودلینسکا و گرزانوسکا<sup>۷</sup>، ۲۰۱۸: ۷۸).

### محیط سیاسی

ادراک افراد جامعه از سیاست و خط‌مشی‌های سیاسی کشور بر نگرش و احساسات آنان اثر دارد و

1. Economic Environment
2. Tita et al
3. Social Environment
4. Molinillo et al
5. Thomas & Drawve
6. Lukkes & Mokin
7. Modlinska & Ghrzanowska

چنانچه افراد به سیاست‌ها و سیاست‌مداران اعتماد داشته باشند، رفتارهای خود را با آرامش بیشتر انجام می‌دهند و اگر اعتماد بین سیاست‌مداران و آحاد جامعه وجود نداشته باشد، مردم همواره با دید شک و تردید به خط‌مشی‌های سیاسی می‌نگرند و رفتارهای ناملاطیم از خود بروز می‌دهند. بنابراین، حمایت‌های سیاسی از افراد جامعه در رفتارهای آنان تأثیرگذار است (چن و دیگران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸: ۴۰).

### محیط فناوری

ورود فناوری‌های جدید و بهره‌گیری از دانش و اطلاعات روز، اگر با برنامه‌ریزی قبلی و فرهنگ‌سازی لازم صورت پذیرد، می‌تواند نگرش کارکنان را به سمت خوش‌بینی و احساسات مثبت سوق دهد، ولی اگر ورود فناوری در سازمان به یکباره و بدون برنامه باشد، کارکنان در مقابل آن مقاومت کرده و احساس منفی و نگرش بدبینانه نسبت به آن دارند.

### پیشینه پژوهش

#### مطالعات داخلی

مهم‌ترین مطالعات داخلی انجام‌شده در ارتباط با خوش‌بینی سازمانی در جدول (۱) نمایش داده شده است.

یافته‌های مطالعات داخلی نشان می‌دهد که خوش‌بینی سازمانی در ابراز احساسات و نگرش‌های مثبت و رضایت از کار افراد تأثیر دارد و باعث رشد و تعالی سازمان و کارکنان می‌شود. همچنین مدیران، با نفوذ و ایجاد انگیزه در زیردستان می‌توانند در ایجاد خوش‌بینی سازمانی سهم زیادی داشته باشند. با بررسی پیشینه داخلی پژوهش مشخص شد این مطالعات به ارتباط خوش‌بینی با تغییرات سازمانی، رفتارهای شهروندی سازمانی و همچنین ارائه مدل‌های کاربردی خوش‌بینی سازمانی کم‌تر پرداخته‌اند.

جدول ۱. پژوهش‌های انجام‌شده داخلی در خصوص خوش‌بینی سازمانی

ردیف	نام محقق	سال	عنوان تحقیق	یافته‌های تحقیق
۱	علیزاده و دیگران	۱۳۹۷	ارتباط بین بدبینی سازمانی، عدم امنیت شغلی و ترک شغل	بر اساس یافته‌های تحقیق، رابطه خوش‌بینی و عاطفه مثبت با افسردگی، منفی و معنی‌دار ولی با رضایت از زندگی، مثبت و معنی‌دار است. همچنین رابطه عاطفی منفی با افسردگی، مثبت و معنی‌دار و با رضایت از زندگی، منفی و معنی‌دار است.
۲	یزدان‌شناس	۱۳۹۶	تأثیر رفتار سازمانی مثبت‌گرا در کاهش بدبینی سازمانی و نقش میانجی رهبری اخلاقی	سرمایه روان‌شناختی، توانمندسازی روان‌شناختی و رهبری اخلاقی می‌تواند تأثیری منفی در بدبینی سازمانی و تأثیری مثبت در خوش‌بینی سازمانی داشته باشند. ضمن اینکه رهبری اخلاقی در این خصوص، نقش میانجی را دارد.
۳	فروهر	۱۳۹۴	درک ماهیت، اهمیت و پیامدهای مثبت‌گرایی در سازمان	نظریه مثبت‌گرایی رویکردی توسعه‌مدار است و در شرایط متلاطم امروز، مثبت‌اندیشی و خوش‌بینی نه تنها می‌تواند سازمان‌ها را از شکست و افول نجات دهد، بلکه می‌تواند باعث رشد و تعالی آنها و کارکنانشان شود.

### مطالعات خارجی

مهم‌ترین مطالعات خارجی انجام‌شده در ارتباط با خوش‌بینی سازمانی در جدول (۲) نمایش داده شده است.

یافته‌های مطالعات خارجی نشان می‌دهد افراد خوش‌بین بر تحقق اهداف تأکید دارند، به آینده سازمان و زندگی شخصی خود امیدوارند و مثبت‌اندیشی با کیفیت زندگی کارکنان رابطه‌ای معنی‌دار دارد. با بررسی مطالعات خارجی پژوهش مشخص شد که این نوع پیشینه به راهکارها و چگونگی ارتقای خوش‌بینی سازمانی اشاره نکرده‌اند.

وجه تمایز و نوآوری پژوهش حاضر در این است که دو سطح گروهی و محیطی عوامل مؤثر بر خوش‌بینی سازمانی را که هیچ‌یک از پژوهش‌های قبلی به آن توجه نکرده‌اند، بررسی و اضافه کرده است.

جدول ۲. پژوهش‌های انجام‌شده خارجی در خصوص خوش‌بینی سازمانی

ردیف	نام محقق	سال	عنوان تحقیق	یافته‌های تحقیق
۱	کول هو و دیگران	۲۰۱۸	مقیاس خوش‌بینی: اثبات روایی روان‌سنجی و ارتباط آن با شخصیت	فرایندهای شناختی در خوش‌بینی افراد تأثیر دارد و افراد خوش‌بین به‌طور دقیق‌تر آینده‌متم‌تر می‌شوند و برنامه‌های خاصی را برای رسیدن به اهداف طراحی می‌کنند.
۲	اورباتش	۲۰۱۸	چیزهایی که دنبال می‌کنید: زیبایی جسمانی، تحرک اجتماعی و خوش‌بینی	نگرش‌های خوش‌بینانه در موفقیت افراد در سازمان و امید به زندگی آنان مؤثر است و افراد خوش‌بین، موقعیت‌های شخصی و اجتماعی بهتری دارند و نتایج بهتری را از زندگی کسب می‌کنند.
۳	تیلور و دیگران	۲۰۱۷	ارتباط هوش با خوش‌بینی و بدبینی در طول دوره زندگی	خوش‌بینی و بدبینی از جنبه‌های شخصیتی هستند که انتظارات خوب یا بد افراد را بیان می‌کند. همچنین، دیدگاه‌های خوش‌بینانه و مثبت‌اندیشی در کیفیت دوران زندگی تأثیر گذار است و با کیفیت زندگی ارتباط دارد

همچنین از آنجاکه تاکنون در سطح شرکت‌های مورد مطالعه، پژوهشی در خصوص خوش‌بینی سازمانی صورت نپذیرفته است، لذا این پژوهش تلاش دارد با توجه به اهمیت خوش‌بینی سازمانی و به‌منظور شناسایی عوامل مؤثر بر این پدیده و پیامدها و تبعات ناشی از آن به بررسی راهکارهای افزایش آن پرداخته و مدلی بومی و کاربردی را برای این مهم ارائه می‌دهد تا از این طریق بتوان به حفظ و حمایت از کارکنان این شرکت‌ها به‌عنوان مهم‌ترین سرمایه‌های سازمانی کمک کرد.

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، توسعه‌ای و از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های اکتشافی است. روش پژوهش به کاررفته، ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی است که به روش پژوهش آمیخته معروف است. در بخش کیفی پژوهش از طریق نمونه‌گیری هدف‌مند و با استفاده از ابزار مصاحبه با تعداد ۱۸ نفر از نخبگان و صاحب‌نظران شرکت‌های مورد مطالعه شامل مدیران، کارشناسان و کارمندان که اطلاعات و دانش بیشتری نسبت به سایرین داشتند و از آگاهی لازم در خصوص موضوع پژوهش برخوردار بودند، مصاحبه از نوع

بی‌ساخت انجام گرفت و تا زمانی که محقق به نقطه اشباع نظری رسید، داده‌های موردنیاز که شامل مهم‌ترین متغیرهای مرتبط با خوش‌بینی سازمانی است، ثبت و جمع‌آوری شد و محقق از این طریق دامنه داده‌های جمع‌آوری‌شده را وسیع و غنی‌تر ساخت.

در ادامه بخش کیفی و پس از جمع‌آوری داده‌ها، با استفاده از روش تحلیل تماتیک<sup>۱</sup> براون و کلارک، اطلاعات به‌دست‌آمده، سازماندهی شده است. تحلیل تماتیک، یک رویکرد طبقه‌بندی برای داده‌های کیفی است که طی آن پژوهشگر داده‌های خود را تنظیم، کدگذاری و طبقه‌بندی می‌کند. در پژوهش حاضر، داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری‌شده درخصوص خوش‌بینی سازمانی شرکت‌های مورد مطالعه از دیدگاه متخصصان و خبرگان، از نظر عنوانی و مضمونی از همدیگر تفکیک و کدگذاری شد و این کدها به گونه‌ای تهیه شده است که مشخصه یا ویژگی داده‌ها را دربرمی‌گیرد. پس از تهیه کدها، تم‌ها<sup>۲</sup> یا همان مضمون‌ها تنظیم و مرتب‌سازی شد و در قالب جدول‌های (۳) الی (۷) نمایش داده شده است.

چنانچه در جدول‌ها مشاهده می‌شود، تم‌های یافت‌شده پژوهش در سه سطح، تحلیل و سازماندهی شده‌اند. در سطح اول کدهایی قرار دارند که از طریق مجموعه داده‌های استخراج‌شده، مورد شناسایی قرار گرفتند. در سطح دوم، زیرتم‌ها<sup>۳</sup> قرار دارند که در این سطح، کدهای درج‌شده در سطح اول به‌علت دارا بودن معانی مشترک با هم ترکیب شده و یک عنوان کلی را در سطح دوم به خود اختصاص داده است و در نهایت در سطح سوم، تم‌های اصلی قرار دارند که همان مضمون‌ها و مفاهیم اصلی می‌باشند.

### جدول ۳. تحلیل تماتیک داده‌های عوامل فردی مؤثر بر خوش‌بینی سازمانی

تم اصلی (سطح سوم)	زیر تم‌ها (سطح دوم)	کدها (سطح اول)	نشانه‌گر کد	
عوامل فردی	ویژگی‌های شخصیتی	شخصیت‌های: سازگار - باوجدان - واقع‌بین	PA8,PA10,PA14	
		اعتماد به نفس	PA1,PA6	
	شرایط زندگی	ویژگی‌های رفتاری	یادگیری اجتماعی	PA4,PA11
			کیفیت زندگی	PA3,PA9
			خانواده	PA15

1. Thematic Analysis
2. Themes
3. Sub-themes

جدول ۴. تحلیل تماتیک داده‌های عوامل گروهی مؤثر بر خوش بینی سازمانی

نشانهگر کد	کدها (سطح اول)	زیر تم‌ها (سطح دوم)	تم اصلی (سطح سوم)
PA2,PA13	توجه به نیازها و احساسات کارکنان	رهبری تحول‌گرا	عوامل گروهی
PA12,PA5,PA23	انگیزش و نفوذ در دیگران		
PA16,PA20	کارراهه شغلی	عوامل مربوط به شغل شغل	
PA7,PA17	ماهیت شغل		
PA18,PA22	رعایت شایستگی در انتصاب		
PA19,P25	ابراز دیدگاه‌ها و احساسات	ارتباطات	
PA21,PA24	امنیت روحی و روانی شغل		
PA26,PA29	دوستی در محل کار		

جدول ۵. تحلیل تماتیک داده‌های عوامل سازمانی مؤثر بر خوش بینی سازمانی

نشانهگر کد	کدها (سطح اول)	زیر تم‌ها (سطح دوم)	تم اصلی (سطح سوم)
PA28,PA30	حمایت سازمانی	عوامل عملکردی	عوامل سازمانی
PA35,PA39	رعایت عدالت و انصاف		
PA33,PA37	رابطه رئیس- مرئوس		

جدول ۶. تحلیل تماتیک داده‌های عوامل محیطی مؤثر بر خوش بینی سازمانی

نشانهگر کد	کدها (سطح اول)	زیر تم‌ها (سطح دوم)	تم اصلی (سطح سوم)
PA45,PA46	محیط اقتصادی	شرایط اقتصادی	عوامل برون سازمانی (محیطی)
PA48,PA49	محیط اجتماعی	شرایط اجتماعی	
PA51,PA52	محیط سیاسی	شرایط سیاسی	
PA53,PA54	محیط فناوری	فناوری	

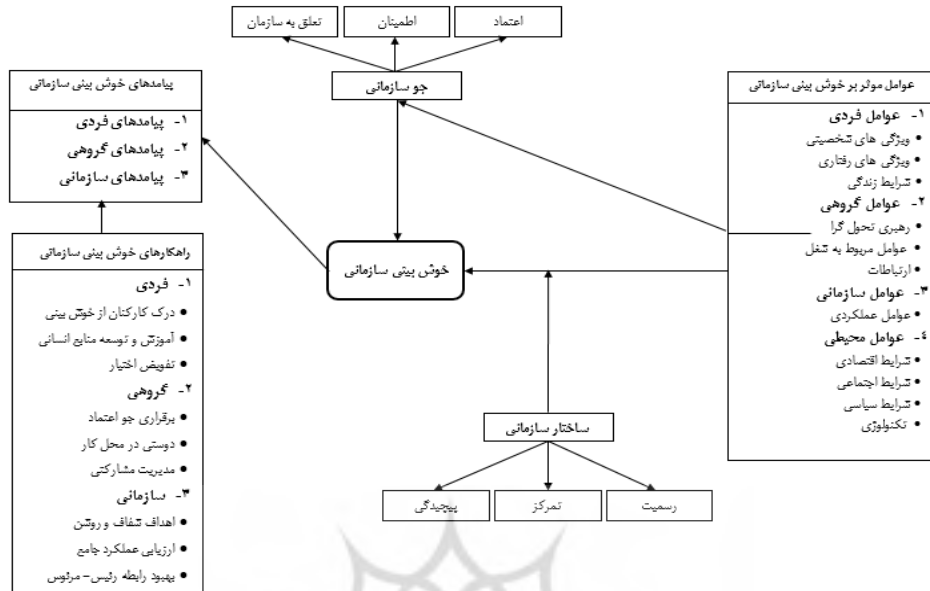


جدول ۷. تحلیل تماتیک داده‌های پیامدهای خوش‌بینی سازمانی

تم اصلی	کدها	نشانهگر کد
پیامدهای فردی	سلامت روانی و جسمانی	PA58,PA62
	مقابله با شرایط و موقعیت‌های سخت	PA55,PA57,PA60
	امیدواری به زندگی و رضایت از کار	PA65,PA68
	وفاداری کارکنان	PA61,PA64
پیامدهای گروهی	روابط کاری قوی با دیگران	PA63,PA70,PA72
	تأکید بر حل مؤثر مشکلات	PA59,PA66
	تسهیم دانش	PA37,PA67,PA69
	موقعیت‌های مناسب شخصی و اجتماعی	PA71,PA76
پیامدهای سازمانی	مشتری‌مداری و رضایت مشتریان	PA57,PA73,PA75
	آمادگی و پذیرش تغییرات سازمانی	PA74,PA78
	بهبود جو اخلاقی سازمان	PA77,PA80

### مدل مفهومی پژوهش

داده‌های حاصل از نتایج مصاحبه‌ها از طریق روش تحلیل تماتیک سازماندهی و کدبندی شدند و تم‌ها و مضامین یافت شده از تحلیل تماتیک به ارائه مدل مفهومی پژوهش منجر شد. این الگو شامل مهم‌ترین عوامل مؤثر و پیامدهای خوش‌بینی سازمانی است که از داده‌های حاصل از بخش کیفی پژوهش استخراج شده‌اند. همچنین محقق با توجه به نقطه‌نظرات نمونه‌های آماری بخش کیفی و نیز برخی مبانی نظری تحقیق، متغیر ساختار سازمانی را با ابعاد مربوطه به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر و متغیر جو سازمانی با ابعاد مربوطه را به‌عنوان متغیر میانجی بین رهبری تحول‌گرا و پدیده خوش‌بینی سازمانی به مدل اضافه کرد که در بخش کمی مورد سنجش قرار می‌گیرد. الگوی مفهومی پژوهش یا همان الگوی خوش‌بینی سازمانی شرکت‌های مورد مطالعه در قالب شکل (۱) طراحی شده است. چنانچه ملاحظه می‌شود تم‌های اصلی پژوهش (سطح سوم)، زیرتم‌ها (سطح دوم) و کدها (سطح اول تحلیل) الگوی مفهومی پژوهش را تشکیل می‌دهند.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (منبع: محقق ساخته)

در بخش کمی پژوهش، پس از طی مراحل کد گذاری و مقوله بندی و همچنین تدوین الگوی تحقیق، از روش نمونه گیری طبقه ای متناسب با حجم نمونه استفاده شد. جامعه آماری پژوهش در این بخش شامل، کارکنان حکمی و شرکتی شرکت های توزیع برق شهرستان و استان اصفهان به تعداد ۲۷۰۱ نفر است و از جامعه آماری پژوهش و به منظور تعیین حجم نمونه، از فرمول تعیین حجم نمونه کوکران<sup>۱</sup> یک نمونه آماری به تعداد ۳۶۰ نفر انتخاب شد.

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times \sigma^2}{\epsilon^2 (N-1) + Z_{\alpha}^2 \times \sigma^2}$$

رابطه ۱. تعیین حجم نمونه کوکران

که در این رابطه n تعداد نمونه برآورد شده، N اندازه جامعه، Z مقدار احتمال نرمال استاندارد (که

1. Cochran's sample size formula

بر اساس جدول احتمال‌های نرمال استاندارد استخراج می‌شود)،  $\alpha$  سطح خطا،  $\sigma$  انحراف معیار و  $\varepsilon$  دقت موردنظر محقق است. در سطح اطمینان ۹۵ درصد مقدار آماره  $Z$  برابر است با ۱/۹۶، مقدار  $\varepsilon$  نیز برابر خواهد بود با ۰/۰۵ و مقدار  $\sigma$  برابر با ۰/۵ است.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه است که شامل پرسشنامه‌های استاندارد و محقق ساخته است که بر اساس نردبان انتزاع و در قالب طیف لیکرت و به تعداد ۸۹ سؤال تنظیم و تعداد ۳۶۰ پرسشنامه بر اساس نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم جامعه (متناسب با تعداد کارکنان هریک از بخش‌های شغلی شرکت‌های مورد مطالعه) بین نمونه‌های آماری به صورت حضوری در اداره‌های برق شهر اصفهان و از طریق اتوماسیون اداری و مکانیزه در شهرستان‌های استان اصفهان توزیع شد. مزیت بزرگ این روش نمونه‌گیری در این است که نسبت طبقات بین افراد نمونه با نسبت طبقات در جامعه آماری تطابق دارد و شرایط یکسان بودن شانس انتخاب برای کل افراد جامعه تحقق پیدا می‌کند. طراحی پرسشنامه پژوهش بر مبنای شاخص‌ها و متغیرهای مدل مفهومی پژوهش شامل عوامل مؤثر بر خوش‌بینی سازمانی به تعداد ۴۳ سؤال، پیامدهای خوش‌بینی سازمانی به تعداد ۲۳ سؤال، متغیر خوش‌بینی سازمانی به تعداد ۵ سؤال، متغیر جو سازمانی به تعداد ۷ سؤال و متغیر ساختار سازمانی به تعداد ۸ سؤال و گویه‌های این پرسشنامه بر مبنای مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت از "کاملاً موافق (۵) تا کاملاً مخالف (۱) تنظیم شده است. بر اساس مدل مفهومی پژوهش، فرضیه‌های راهبردی پژوهش به صورت زیر تدوین شدند.

فرضیه اول؛ عوامل فردی بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارد.

فرضیه دوم؛ عوامل گروهی بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارد.

فرضیه سوم؛ عوامل سازمانی بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارد.

فرضیه چهارم؛ عوامل محیطی بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارد.

فرضیه پنجم؛ جو سازمانی بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارد.

فرضیه ششم؛ رهبری تحول‌گرا بر جو سازمانی تأثیر دارد.

فرضیه هفتم؛ جو سازمانی در رابطه بین رهبری تحول‌گرا و خوش‌بینی سازمانی نقش میانجی دارد.

فرضیه هشتم؛ ساختار سازمانی در رابطه بین عوامل مؤثر و خوش‌بینی سازمانی نقش تعدیل‌گر دارد.

فرضیه نهم؛ خوش‌بینی سازمانی بر پیامدهای حاصل از آن تأثیر دارد.

## یافته‌های پژوهش

یکی از مهم‌ترین مسائل در پژوهش‌ها، تعیین میزان روایی و پایایی ابزار جمع‌آوری داده‌هاست. روایی همگرا<sup>۱</sup>، روایی واگرا<sup>۲</sup>، پایایی مرکب<sup>۳</sup> و آلفای کرونباخ<sup>۴</sup>، از معیارهای مهم برازش مدل‌های اندازه‌گیری در روش مدل معادلات ساختاری<sup>۵</sup> به‌شمار می‌روند. فورنل و لارکر<sup>۶</sup> (۱۹۹۱) استفاده از متوسط واریانس استخراج‌شده (AVE) را به‌عنوان معیاری برای روایی همگرا پیشنهاد کرده‌اند. نامبردگان معیاری را که برای مطلوب بودن AVE نمایش داده می‌شود، مساوی و بالاتر از ۰/۵ دانسته‌اند و نیز بیان داشتند که برای پایایی ترکیبی مقدار بالای ۰/۷ قابل قبول است. همان‌گونه که در جدول (۸) ملاحظه می‌شود، روایی همگرا پذیرفته شده و پرسشنامه پژوهش دارای اعتبار همگرا است. همچنین با توجه به نتایج آزمون آلفای کرونباخ، مشخص شد که ضریب کل پرسشنامه ۰/۹۷۸ است و از آنجا که ضرایب شاخص‌ها بالاتر از ۰/۷۰ درصد است، بنابراین، قابلیت اعتماد پرسشنامه نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول ۸. روایی همگرا و پایایی متغیرهای پژوهش

متغیر	روایی همگرا (AVE)	پایایی ترکیبی (CR)	ضریب آلفای کرونباخ (CA)
عوامل مؤثر بر خوش‌بینی سازمانی	۰/۵۶۸	۰/۹۵	۰/۹۵۶
خوش‌بینی سازمانی	۰/۶۱۲	۰/۸۸	۰/۸۱۱
ساختار سازمانی	۰/۵۰۸	۰/۸۹	۰/۸۶۰
جو سازمانی	۰/۵۵۹	۰/۸۹	۰/۸۶۸
پیامدهای خوش‌بینی سازمانی	۰/۶۹۳	۰/۹۳	۰/۹۲۷

1. Convergent Validity
2. Divergent Validity
3. Composite Reliability
4. Cronbach's Alpha
5. Structural Equation Model
6. Fornell & Larcker

بر اساس معیار فورنل و لارکر، روایی واگرایی قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل، نسبت به سازه های دیگر تعامل بیشتری با شاخص هایش دارد. روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبولی است که میزان واریانس برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه های دیگر در مدل باشد. نتایج روایی واگرا در جدول (۹) نشان داده شده است.

جدول ۹. روایی واگرا متغیرهای پژوهش

متغیرها	جو سازمانی	خوش بینی سازمانی	ساختار سازمانی	عوامل مؤثر	پیامدها
جو سازمانی	۰/۷۴۸				
خوش بینی سازمانی	۰/۷۳۲	۰/۷۸۲			
ساختار سازمانی	۰/۵۰۴	۰/۶۱۷	۰/۷۱۳		
عوامل مؤثر بر خوش بینی سازمانی	۰/۷۰۳	۰/۶۵۵	۰/۷۰۹	۰/۷۵۳	
پیامدهای خوش بینی سازمانی	۰/۷۳۵	۰/۷۰۵	۰/۶۱۴	۰/۷۱۳	۰/۸۳۲

بر اساس نتایج به دست آمده از همبستگی ها و جذر واریانس (AVE) که بر قطر جدول قرار داده شده است، می توان روایی واگرایی مدل با سطح سازه را نتیجه گرفت. به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون چولگی - کشیدگی در جدول (۱۰) استفاده شده است.

جدول ۱۰. آزمون چولگی - کشیدگی

متغیر	چولگی	کشیدگی
عوامل مؤثر بر خوش بینی سازمانی	-۰/۱۸۹	-۰/۱۸۱
پیامدهای خوش بینی سازمانی	-۰/۲۶۶	۰/۷۹۷
خوش بینی سازمانی	-۰/۰۱۶	-۰/۳۲۶
جو سازمانی	-۰/۳۹۱	۰/۳۶
ساختار سازمانی	-۰/۵۲۷	۰/۱۷۶

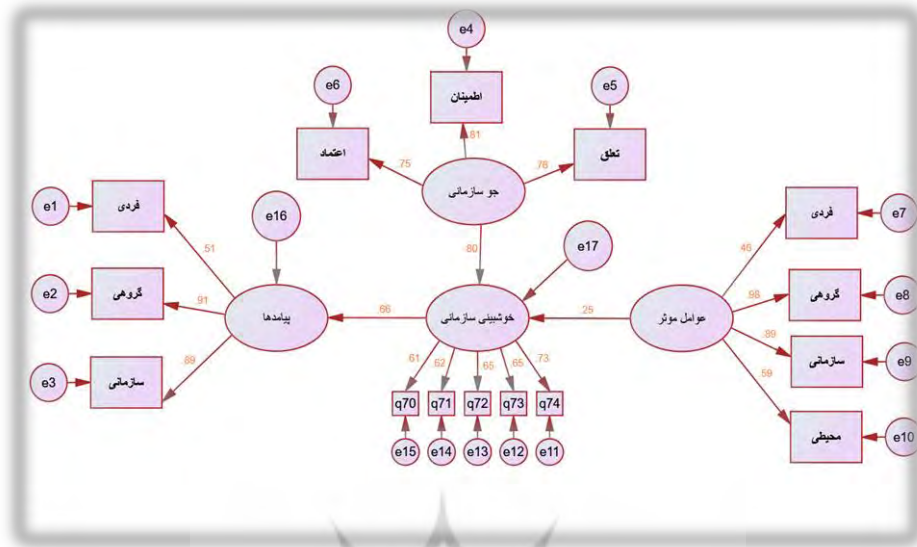
نتایج جدول، بیانگر آن است که چون تمام مقادیر چولگی و کشیدگی کم تر از ۲/۵ و ۲/۵- است، لذا داده‌ها نرمال است.

باتوجه به بهنجار (نرمال بودن) توزیع داده‌ها و امکان استفاده از آزمون‌های پارامتریک، جهت مشخص کردن اینکه شاخص‌ها تاچه اندازه برای الگوهای اندازه گیری قابل قبول می‌باشند، ابتدا باید تمام الگوهای اندازه گیری به طور مجزا مورد تحلیل قرار گیرد. بر مبنای اتخاذ چنین روشی ابتدا پنج الگوی اندازه گیری که مربوط به متغیرها می‌باشند، به طور مجزا مورد آزمون قرار می‌گیرند. شاخص‌های کلی برازش الگو برای الگوهای اندازه گیری (تحلیل عاملی تأییدی) در جدول (۱۱) ارائه شده است که با مقایسه مقادیر شاخص‌ها با برازش مناسب، می‌توان نتیجه گرفت شاخص‌ها مقادیر قابل قبولی دارند.

جدول ۱۱. شاخص‌های کلی برازش الگو برای الگوهای اندازه‌گیری

متغیر	CMIN/DF	GFI	IFI	CFI	RAMSE
عوامل مؤثر بر خوش بینی سازمانی	عوامل فردی	۴/۴۷	۰/۹۴	۰/۹۳	۰/۰۹
	عوامل گروهی	۳/۱۰	۰/۹۰۳	۰/۹۵	۰/۰۷
	عوامل سازمانی	۳/۸۹	۰/۹۷	۰/۹۸	۰/۰۹
	عوامل محیطی	۳/۱۱	۰/۹۷	۰/۹۹	۰/۰۷
پیامدهای خوش بینی سازمانی	پیامدهای فردی	۴/۷۴	۰/۹۴	۰/۹۵	۰/۰۸
	پیامدهای گروهی	۲/۱۳	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۰۵
	پیامدهای سازمانی	۲/۵۸	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۰۶
خوش بینی سازمانی	۳/۰۹	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۰۷
جو سازمانی	۲/۱۷	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۰۵
ساختار سازمانی	۴/۱۹	۰/۹۵	۰/۹۶	۰/۹۶	۰/۰۹
برازش مناسب	<۵	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	<۰/۱

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری، برازش الگوی معادلات ساختاری آزمون شد. الگوی ساختاری پژوهش در شکل (۲) نشان داده شده است.



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش

همچنین مدل ساختاری متغیر تعدیل گر پژوهش (ساختار سازمانی) در شکل (۳) ارائه شده است.



شکل ۳. مدل ساختاری متغیر تعدیل گر پژوهش

شاخص‌های برازش مدل‌های فوق در جدول (۱۲) نشان داده شده است.

جدول ۱۲. شاخص‌های برازش مدل کلی ساختاری پژوهش

RMR	RMSEA	GFI	PNFI	CMIN/DF	شاخص برازش
					مدل مناسب
۰/۰۱	۰/۰۹	۰/۹۵	۰/۶۶	۳/۹۲	ساختاری
<۰/۰۸	<۰/۱	>۰/۹	>۰/۵	<۵	برازش مناسب

با مقایسه مقادیر شاخص‌ها با برازش مناسب، می‌توان نتیجه گرفت شاخص‌ها مقادیر قابل قبولی دارند. براساس نتایج الگوی معادلات ساختاری، فرضیه‌های پژوهش آزمون شدند که شاخص‌های کلی برازش تحلیل مدل معادلات ساختاری فرضیه‌ها در جدول (۱۳) نمایش داده شده است.

جدول ۱۳. خلاصه شاخص‌های کلی برازش تحلیل مدل معادلات ساختاری فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌ها	CMIN/DF	GFI	RMR	CFI	PNFI
فرضیه اول	۲/۱۲	۰/۹۷	۰/۰۱۷	۰/۹۸	۰/۶۰۵
فرضیه دوم	۴/۱۶	۰/۹۱	۰/۰۴	۰/۹۲	۰/۵۵
فرضیه سوم	۴/۲۳	۰/۹۰۷	۰/۰۶	۰/۹۱	۰/۵۷
فرضیه چهارم	۴/۹۴	۰/۹۰۱	۰/۰۷	۰/۹۰۲	۰/۶۱
فرضیه پنجم	۴/۴۶	۰/۹۳	۰/۰۲۷	۰/۹۴	۰/۵۳
فرضیه ششم	۴/۹۵	۰/۹۵	۰/۰۲۷	۰/۹۶	۰/۵۴
فرضیه هفتم	۴/۹۸	۰/۹۴	۰/۰۷	۰/۹۷	۰/۶۲
فرضیه هشتم	۴/۶۵	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰
فرضیه نهم	۴/۵	۰/۹۰۴	۰/۰۳۵	۰/۹۱	۰/۵۸
ناحیه پذیرش	>۱ و <۵	>۰/۹	<۰/۰۸	>۰/۹	>۰/۵



نتایج آزمون فرضیه‌ها در جدول (۱۴) نمایش شده است.

جدول ۱۴. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه	معنی‌دار ی	نسبت بحرانی	ضریب بتا	فرضیه‌های پژوهش
معنی‌دار	۰/۰۰۰	۱۰/۳۸	۰/۷۲	فرضیه ۱. عوامل فردی بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارد.
معنی‌دار	۰/۰۰۰	۸/۰۹۲	۰/۵۲	فرضیه ۲. عوامل گروهی بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارد.
معنی‌دار	۰/۰۰۰	۷/۳۸	۰/۵۰	فرضیه ۳. عوامل سازمانی بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارد.
معنی‌دار	۰/۰۰۰	۷/۷۸	۰/۴۵	فرضیه ۴. عوامل محیطی بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارد.
معنی‌دار	۰/۰۰۰	۹/۴۹	۰/۸۳	فرضیه ۵. جو سازمانی بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارد.
معنی‌دار	۰/۰۰۰	۱۱/۴۸	۰/۹۳	فرضیه ۶. رهبری تحول‌گرا بر جو سازمانی تأثیر دارد.
معنی‌دار نیست	۰/۷۲	۰/۳۵	۰/۰۱	فرضیه ۸. ساختار سازمانی در رابطه بین عوامل مؤثر و خوش‌بینی سازمانی نقش تعدیل‌گر دارد.
معنی‌دار	۰/۰۰۰	۱۱/۷۵	۰/۹۴	فرضیه ۹. خوش‌بینی سازمانی بر پیامدهای حاصل از آن تأثیر دارد.

باتوجه به نتایج جدول و از آنجا که مقدار بحرانی فرضیه‌های اول، دوم، سوم، چهارم، پنجم، ششم و نهم بیشتر از ۱/۹۶ است، این فرضیه‌ها تأیید و فرضیه هشتم رد می‌شود. به عبارت دیگر، عوامل فردی با مقدار ۷۲ درصد، عوامل گروهی با مقدار ۵۲ درصد، عوامل سازمانی با مقدار ۵۰ درصد، عوامل محیطی با مقدار ۴۵ درصد، جو سازمانی با مقدار ۸۳ درصد، رهبری تحول‌گرا با مقدار ۹۳ درصد بر جو سازمانی و خوش‌بینی سازمانی با مقدار ۹۴ درصد بر پیامدهای حاصل از آن تأثیر معنی‌دار دارد. همچنین نتیجه آزمون فرضیه هشتم نشان می‌دهد که چون مقدار بحرانی کم‌تر از ۱/۹۶ است، لذا این فرضیه تأیید نمی‌شود. به عبارت دیگر، ساختار سازمانی در رابطه بین عوامل مؤثر و خوش‌بینی سازمانی نقش تعدیل‌گر ندارد. در ارتباط با آزمون فرضیه هفتم و به منظور آزمون تأثیر یک متغیر میانجی در رابطه بین دو متغیر دیگر از روش بوت‌استرپ<sup>۱</sup> استفاده شده است. در این روش، مقدار حد بالا و حد پایین متغیر میانجی را بررسی

1. Bootstrap

نموده، چنانچه مقدار صفر را دربرگرفت، این متغیر نمی تواند به عنوان متغیر میانجی در این رابطه ایفای نقش نماید و در غیراین صورت، این متغیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد، تأثیر یک متغیر میانجی را نشان می دهد. نتیجه آزمون فرضیه هفتم در جدول (۱۵) نشان داده شده است.

جدول ۱۵. نتیجه آزمون فرضیه هفتم

فرضیه هفتم	ضریب تأثیر	معنی داری	خطای معیار	سطح اطمینان ۹۵٪	
				حد بالا	حد پایین
جوسازمانی در رابطه بین رهبری تحول آفرین و خوش بینی سازمانی نقش میانجی دارد.	۰/۳۹	۰/۰۰۱	۰/۰۶	۰/۲۷	۰/۵۴

باتوجه به نتیجه جدول و از آنجا که مقادیر بالا و پایین متغیر جوسازمانی، صفر را دربر نمی گیرد، لذا فرضیه هفتم تأیید می شود. به عبارت دیگر جوسازمانی با مقدار ۰/۱۴ در رابطه بین رهبری تحول آفرین و خوش بینی سازمانی نقش میانجی دارد.

## بحث و جمع بندی

خوش بینی سازمانی از مباحث اصلی حوزه رفتار سازمانی مثبت و نگرشی جدید در سازمان است که هدف آن، تمرکز و تقویت نگرش ها و تفسیرهای مثبت و خوش بینانه است که می تواند آثار و نتایج مفیدی را هم برای افراد و هم برای سازمان به ارمغان آورد.

این پژوهش، با هدف طراحی و آزمون الگوی خوش بینی سازمانی با رویکرد آمیخته در شرکت های توزیع برق شهرستان اصفهان و استان اصفهان به عنوان دو شرکت مطرح توزیع برق در سطح کشور پرداخته و محقق با استفاده از تکنیک های مشاهده مشارکتی، مصاحبه و تحلیل نوشته های حاصل از این تکنیک ها و روش تحلیل تماتیک، مدل مفهومی پژوهش را طراحی کرد. نتایج بخش کیفی پژوهش نشان می دهد که عوامل مؤثر بر خوش بینی سازمانی در چهار سطح: فردی، گروهی، سازمانی و محیطی شناسایی شدند. وجه تمایز و نوآوری پژوهش حاضر در این است که دو سطح گروهی و محیطی عوامل مؤثر بر خوش بینی

سازمانی را که هیچ‌یک از پژوهش‌های قبلی به آن توجه نکرده‌اند، بررسی و اضافه کرده است. در سطح فردی؛ ویژگی‌های شخصیتی افراد شامل شخصیت‌های سازگار، وجدان‌گرا و واقع‌بین که احساسات مثبت را تجربه می‌کنند و همچنین ویژگی‌های رفتاری و شرایط زندگی بر خوش‌بینی سازمانی، تأثیر دارند. کارکنان، خوش‌بینی را به صورت تجربی از یکدیگر می‌آموزند و کیفیت زندگی افراد و ارتباطات قوی اعضای خانواده در خوش‌بینی آنان تأثیر دارد. در سطح گروهی نیز متغیرهای رهبری تحول‌گرا به لحاظ توجه به نیازها و احساسات و نفوذ در دیگران، عوامل مربوط به شغل با کارراهه شغلی، ماهیت شغل و رعایت شایستگی در انتصابات و متغیر ارتباطات با ابراز دیدگاه‌ها و احساسات، امنیت روحی و روانی شغل و دوستی در محل کار بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارند. در سطح سازمانی، مجموعه عوامل عملکردی سازمان شامل: حمایت سازمانی، رعایت عدالت و انصاف و رابطه رئیس - مرئوس بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارند و در نهایت در سطح عوامل محیطی، محیط‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فناوری بر وقوع خوش‌بینی سازمانی شرکت‌های مورد مطالعه تأثیر گذارند. همچنین در ادامه، بخش کیفی پژوهش پیامدهای خوش‌بینی سازمانی در سه سطح فردی، گروهی و سازمانی شناسایی و تدوین شدند.

نتایج بخش کمی نشان‌دهنده این است که فرضیه‌های پژوهش شامل عوامل فردی به میزان ۷۲ درصد بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارند. نتیجه این پژوهش با نتایج پژوهش‌های کول هو و دیگران (۲۰۱۸)، هینز و دیگران (۲۰۱۷) و تیلور و دیگران (۲۰۱۷) همخوانی دارد. نتیجه فرضیه دوم نشان می‌دهد که عوامل گروهی به میزان ۵۲ درصد بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارند. نتیجه این پژوهش با نتایج پژوهش‌های اورباتش (۲۰۱۸)، یزدان‌شناس (۱۳۹۶) و فروهر (۱۳۹۴) همخوانی دارد. نتیجه فرضیه سوم نشان می‌دهد که عوامل سازمانی به میزان ۵۰ درصد بر خوش‌بینی سازمانی تأثیر دارند. نتایج سایر فرضیه‌ها نیز نشان می‌دهد که عوامل محیطی به میزان ۴۵ درصد، جو سازمانی به میزان ۸۳ درصد و رهبری تحول‌آفرین به میزان ۹۳ درصد بر جو سازمانی شرکت‌های مورد مطالعه و خوش‌بینی سازمانی بر پیامدهای حاصل از آن به میزان ۹۴ درصد تأثیر معنی‌دار دارد. نتیجه فرضیه نهم در خصوص پیامدهای خوش‌بینی سازمانی با نتایج پژوهش‌های اورباتش (۲۰۱۸) و فروهر (۱۳۹۴) همخوانی دارد. همچنین نتیجه فرضیه هفتم گویای این است که جو سازمانی با مقدار ۰/۳۹ در رابطه بین رهبری تحول‌آفرین و خوش‌بینی سازمانی نقش میانجی دارد. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های کول هو و دیگران (۲۰۱۸) و یزدان‌شناس (۱۳۹۶) همخوانی دارد. متغیر تعدیل‌گر به‌طور مستقیم رابطه متغیر مستقل و وابسته را تحت تأثیر قرار می‌دهد و چنانچه اشاره شد در مدل مفهومی

پژوهش، متغیر ساختار سازمانی با ابعاد رسمیت، تمرکز و پیچیدگی به عنوان متغیر تعدیل کننده عوامل مؤثر بر خوش بینی سازمانی و پدیده خوش بینی سازمانی مطرح و به عنوان فرضیه هشتم پژوهش، مورد آزمون قرار گرفت. نتیجه این فرضیه نشان می دهد که ساختار سازمانی با ابعاد سه گانه اش در رابطه بین عوامل مؤثر بر خوش بینی سازمانی و خوش بینی سازمانی نقش تعدیل گر ندارد. به عبارت دیگر، رسمیت سازی و استاندارد کردن مشاغل و فعالیت ها، تمرکز تصمیم گیری ها و پیچیدگی ساختار سازمانی به طور مستقیم رابطه عوامل مؤثر و زمینه ساز را با پدیده خوش بینی سازمانی تحت تأثیر قرار نمی دهد و در این پژوهش نقش تعدیل گر ندارد.

باتوجه به یافته ها و نتایجی که از این پژوهش به دست آمد، پیشنهادهای کاربردی زیر جهت مدیریت و افزایش خوش بینی سازمانی در شرکت های توزیع برق استان اصفهان ارائه می شود.

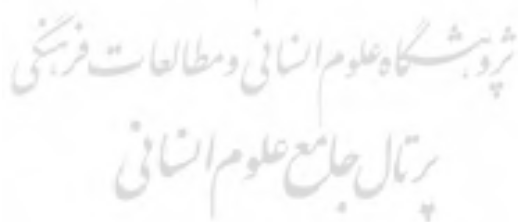
۱. براساس یافته ها و تأیید فرضیه های پژوهش و به منظور افزایش خوش بینی سازمانی، لازم است که کیفیت زندگی کارکنان از طریق ترمیم و بهبود حقوق و دستمزد، کاهش اختلاف پرداختی های بین کارکنان رسمی و شرکتی و افزایش امکانات و خدمات رفاهی و انگیزشی ارتقا یابد تا بتواند خدمت رسانی بهتری را به مشترکین برق ارائه نمایند. باتوجه به اینکه در حال حاضر اختلاف پرداخت های هر دو دسته کارکنان در این شرکت ها مشهود است، اجرای عدالت سازمانی در خصوص همه افراد نیز پیشنهاد می شود.
۲. یافته های پژوهش نشان می دهد که مدیران در راستای افزایش کارایی و اثربخشی کارکنان، باید به نیازها و احساسات زیردستان توجه نمایند و ارتباط خود را با آنان بهبود بخشند. رابطه منطقی و صحیح رئیس با مرئوسان باعث تغییر نگرش آنان به سمت نگرش های مثبت و خوش بینانه می شود و محیط کار را عاری از هرگونه بدبینی و بدگمانی می کند.
۳. با تدوین و ابلاغ کارراهه شغلی و استقرار مدل شایستگی در سطح شرکت های مورد مطالعه، ضمن ترسیم آینده شغلی کارکنان می توان از افراد توانمند و لایق در انتصابات سازمان استفاده کرده و خوش بینی سازمانی را نزد آنان افزایش داد. در حال حاضر، کارراهه شغلی و مدل شایستگی در شرکت های مورد مطالعه وجود ندارد.
۴. براساس یافته ها و تأیید فرضیه های پژوهش و با هدف افزایش خوش بینی و کاهش بدبینی سازمانی، با ایجاد برنامه ها و دوره های آموزشی، سطح دانش و آگاهی کارکنان را ارتقا داده تا ضمن

توانمندسازی و توسعه منابع انسانی، نگرش آنان نیز به سمت دیدگاه‌های مثبت و خوش‌بینانه سوق داده شود.

۵. براساس یافته‌های پژوهش، برای کاهش بدبینی کارکنان پیشنهاد می‌شود که مدیران شرکت‌های مورد مطالعه، خط‌مشی‌ها، اهداف سازمان و فرایندهای کاری را به‌روشنی بیان کنند تا کارکنان شناخت بهتری از اهداف داشته باشند، خود را با شرایط سازمان تطبیق دهند و در راستای پیشرفت سازمان فعالیت کنند.

۶. از آنجا که پژوهش حاضر در سطح شرکت‌های توزیع برق استان اصفهان انجام شده است، به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود، موضوع خوش‌بینی و بدبینی سازمانی را در سایر شرکت‌های توزیع برق در سطح کشور انجام داده و نتایج آن را با نتایج این پژوهش مقایسه نمایند.

۷. پیشنهاد می‌شود پژوهشی تحت همین عنوان از دیدگاه مدیران ارشد شرکت‌های مورد مطالعه شامل مدیر عامل، اعضای هیئت‌مدیره و معاونین شرکت‌ها انجام شود تا وضعیت بدبینی و خوش‌بینی سازمانی از نقطه نظر مدیران ارشد و سطوح بالای سازمان بررسی شود که به‌طور یقین، نتایج مفیدی حاصل خواهد شد.



## منابع

- بلوچی، حسین و رستگار، عباسعلی (۱۳۹۴)، مدل‌یابی ساختاری- تفسیری از عوامل مؤثر بر بدبینی سازمانی، *فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت سازمان‌های دولتی*، سال سوم، شماره یازدهم: ۶۵-۸۲
- حسن‌پور، اکبر؛ نوری، روح‌الله و کیایی، مجتبی (۱۳۸۸)، بدبینی سازمانی: علل و پیامدهای آن، *فصلنامه فرهنگ مدیریت*، سال هفتم، شماره نوزده: ۱۱۹-۱۴۲.
- فروهر، محمد (۱۳۹۴)، درک ماهیت، اهمیت و پیامدهای مثبت‌گرایی در سازمان، *چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و حسابداری*، تهران، ۱۳۹۴.
- قنبری، سیروس و عرفانی‌زاده، فریبرز (۱۳۹۶)، نقش اعتماد سازمانی در تعدیل بدبینی سازمانی کارکنان، *فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی*، سال ششم، شماره دوم: ۱۲۵-۱۴۸.
- مرادی، مرتضی و جلیلیان، حمیدرضا (۱۳۹۵)، عوامل مؤثر بر بدبینی نسبت به تغییرات سازمانی و نتایج آن، *فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت*، سال بیست‌وپنجم، شماره هشتادویکم: ۱۲۳-۱۴۹.
- واعظی، رضا؛ حسین‌پور، داود و رنجبر کبوترخانی، مصطفی (۱۳۹۵)، تأثیر عدالت سازمانی در بروز رفتار انحرافی براساس نقش میانجی ادراک از عدالت، *فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی*، سال پنجم، شماره سوم: ۸۵-۱۱۲.
- یزدان‌شناس، مهدی (۱۳۹۶)، تأثیر رفتار سازمانی مثبت‌گرا در کاهش بدبینی سازمانی، *فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره یازدهم، شماره چهارم: ۸۵۷-۸۷۷.
- Altinoz, M., Cop, S., Cakiroglu, D. & Altinoz, T. (2016). The influence of organization support perceived in enterprise on burnout feeling. *Procedia Social and Behavioral Science*, 235, 427-434.
- Andersson, L. & Bateman, T. S. (1997). Cynicism in the workplace: Some causes and effects. *Journal of Organizational Behavior*, 18, 449-470.
- Chen, Y., Chen, D. & Wang, E. (2018). Political uncertainty and firm's information environment. *Journal of Accounting and Public Policy*, 25(7), 39-64.
- Coelho, G., Vilar, R. & Hanel, P. (2018). Optimism scale: Evidence of psychometric validity in two countries and correlations with personality. *Personality and Individual Differences*. 134, 245-251.
- Frauke, G. (2018). Acceptance of an internet-based self-management positive psychology intervention for adult primary care patient. *Science Direct, Procedia-Social and Behavioral Science*, 12, 26-35.
- Hinz, A., Sander, Ch., Glaesmer, H. & Zenger, M. (2017). Optimism and pessimism in the general population: Psychometric properties of the life orientation test. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 17, 161-170.

- Khattak, M.N., Khan, M.B. & Fatima, T. (2018). The underlying mechanism between perceived organizational justice and deviant workplace behaviors. **Asia Pacific Management Review**, 1-11.
- Lee, E., Joo, J. & Rn, P. (2018). The moderating role of leader member exchange in the relationships between emotional labor and burnout. **Asian Nursing Research**, 12, 56-61.
- Lei, Sh., Akram, T. & Haider, M.J. (2017). The effect of organizational justice on knowledge sharing. **Journal of Innovation & Knowledge**, 2, 134-145.
- Mclaughlin, P. & Alkhoraf, A. (2018). Lean implementation within manufacturing sme, in Saudi Arabia: Organizational culture aspects. **Science Direct**, 1-11.
- Modlinska, K., Stryiek, R. & Ghrzanowska, A. (2018). Social environment as a factor affecting exploration. **Science Direct. Behavioural Processes**, V. 153, 77-83.
- Sanjeev, M.A. (2017). Impact of individual and employment variable on job satisfaction & turnover intention. **Science Direct**, 122, 55-62.
- Sorensen, M. (2017). Optimistic and pessimistic self-assessment of own diets is associated with age, self-rated health and weight status in danish. **Science Direct Appetite**, 114, 15-22.
- Taylor, A., Ritchie, S. & Deary, L. (2017). Associations of intelligence across the life course with optimism and pessimism in older age. **Journal of Intelligence**, 62, 79-88.
- Thomas, S. & Drawve, G. (2018). Examining interactive effects of characteristics of the social environment on aggravated assault. **Science Direct, Journal of Criminal Justice**, V. 57, 89-98.
- Tita, V., Bold, N. & Anastasiu, D. (2018). Developing a model for an economic environment. **Procedia Manufacturing**, 22, 827-877.
- Urbatsch, R. (2018). Things are looking up: physical beauty, social mobility and optimistic dispositions. **Social Science Research**, V. 71, 19-36.
- Yim, H., Ju seo, H. & Cho, Y. (2017). Mediating role of psychological capital in relationship between occupational stress and turnover intention. **Asian Nursing Research**, 11, 6-12.
- Yuan, W. & Wang, L. (2016). Optimistic and attributional style impact on the relationship between general insecurity and mental health. **Personality and Individual Differences**, 101, 312-317.