

نقش تعاملی هویت سازمانی و هویت تیمی بر رضایت شغلی و رفتارهای فرانقش

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۰/۳۰
تاریخ اصلاح: ۱۳۹۲/۰۴/۱۲
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۰۳/۲۰

دکتر محمد حسنی،^۱ دکتر ابوالفضل قاسم زاده^۲ و رحیم شیرازی^۳

چکیده

زمینه و هدف: بحث هویت سازمانی یکی از چالش برانگیزترین مباحث سازمانی است. به این دلیل توجه زیادی را در ادبیات رفتار سازمانی و پژوهش های مدیریتی به خود جلب کرده است. بدون هویت سازمانی، ارتباطات سازمانی اثربخش نمی تواند وجود داشته باشد، همچنین ارتباطات قابل ملاحظه ای نیز وجود نخواهد داشت و برنامه ریزی معنی داری و هیچ رهبری انجام نخواهد شد. هدف این تحقیق بررسی رابطه تعاملی بین هویت سازمانی و هویت تیمی با رضایت شغلی و رفتارهای فرانقش می باشد.

روش: روش این تحقیق از نوع پیمایشی است و جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه کارکنان ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر استان آذربایجان غربی به تعداد ۳۰۰ نفر بود که به علت محدود بودن با استفاده از سرشماری کل جامعه آماری جهت پژوهش در نظر گرفته شد. از ۳۰۰ پرسشنامه که بین جامعه آماری توزیع شد، ۱۹۸ پرسشنامه معتبر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه تعدیل کننده با استفاده از نرم افزار آماری SPSS استفاده گردید و فرضیه های تحقیق عبارتند از فرضیه یک: بین هویت سازمانی و رضایت شغلی رابطه وجود دارد، فرضیه دو: بین هویت سازمانی و رفتارهای فرانقشی رابطه وجود دارد، فرضیه سه: بین هویت تیمی و رضایت شغلی رابطه وجود دارد، فرضیه چهار: بین هویت تیمی و رفتارهای فرانقشی رابطه وجود دارد، فرضیه پنج: هویت سازمانی و تیمی نقش تعاملی را در پیش بینی رضایت شغلی ایفا می کنند و فرضیه شش: هویت سازمانی و تیمی نقش تعاملی را در پیش بینی رفتارهای فرانقش ایفا می کنند.

یافته ها و نتیجه گیری: نتایج تحقیق حاضر نشان داد که اثر تعاملی هویت سازمانی و هویت تیمی بر روی رضایت شغلی معنی دار است در عین حال اثر تعاملی هویت سازمانی و هویت تیمی بر روی رفتارهای فرانقش معنی دار نیست. بنابراین پیشنهاد می شود، مدیران ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر استان آذربایجان غربی عواملی را که هویت های سازمانی و تیمی را افزایش می دهند را شناسایی کنند تا از این طریق بتوانند رضایت شغلی و رفتارهای فرانقش کارکنان خود را افزایش دهند

واژگان کلیدی: هویت سازمانی، هویت تیمی، رضایت شغلی، رفتارهای فرانقش، ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر استان آذربایجان غربی

□ استناد: حسنی، محمد؛ قاسم زاده، ابوالفضل؛ شیرازی، رحیم (تابستان، ۱۳۹۳). نقش تعاملی هویت سازمانی و هویت تیمی بر رضایت شغلی و رفتارهای فرانقش (مطالعه موردی: ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر استان آذربایجان غربی). *فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی*، ۲۸۷، (۲) ۳۰۴-۳۰۶.

۱. دانشیار مدیریت آموزشی دانشگاه ارومیه

۲. استادیار مدیریت آموزشی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان

۳. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه ارومیه (نویسنده مسئول) پست الکترونیکی: r.shirazi@urmia.ac.ir

مقدمه

بحث هویت سازمانی^۱ یکی از چالش برانگیزترین مباحث سازمانی است که آثار عمیقی را بر زندگی افراد و جوامع می‌گذارد و رابطه مستقیم با اعمال و رفتار سازمانها دارد. این واژه اصطلاح مهمی است که محرک پنهان بسیاری از کارهای گروهی و تلاش های اجتماعی است. بنابراین توجه زیادی در ادبیات رفتار سازمانی و پژوهش های مدیریتی به خود جلب کرده است (نویسی، ۱۳۹۰/۸۹؛ به نقل از اصفهانی نصر، ۱۳۹۱).

در طول دهه گذشته، محققان سازمانی، تئوری هویت اجتماعی را به طور گسترده در محیط های سازمانی به کار گرفته اند (کول^۲ و بروچ^۳، ۲۰۰۶). بر اساس تئوری هویت اجتماعی، مفهوم خود از هویت فردی تشکیل شده است که شامل ویژگی های فردی نظیر توانایی ها و علایق است. افراد تمایل دارند که خودشان و دیگران را به صورت گروههای اجتماعی مختلف نظیر اعضای سازمان، گروه های جنسی و گروه همسالان طبقه بندی کنند. طبقه بندی افراد را قادر می‌سازد تا به محیط اجتماعی نظم بدهند و خودشان و دیگران را در آن محیط بشناسند (مایل و آشفورث، ۱۹۹۲). بنابراین هویت اجتماعی، ادراکی از تعلق به یک گروه خاص است (مایل و آشفورث، ۱۹۹۲). هویت سازمانی، حالت خاصی از هویت اجتماعی است (گاتام^۴ و دیگران، ۲۰۰۴، به نقل از کاترنیلی^۵، ۲۰۰۹). به زغم آشفورث^۶ و دیتون^۷ (۲۰۰۰) توافق کمی درباره معنی و تعریف هویت سازمانی وجود دارد. این سازه به عنوان حالت خاصی از هویت اجتماعی، نشان دهنده روش های خاصی است که از طریق آنها افراد خودشان را برحسب عضویت شان در یک سازمان خاص تعریف می‌کنند (کول و بروچ، ۲۰۰۶). دیک و رولف هویت سازمانی را به عنوان یک رابطه شناختی در نظر می‌گیرند و از نظر آنها زمانی این رابطه ایجاد می‌شود که فرد در

1. Organizational identification.

2. Cole

3. Bruck

4. Gautamet al

5. Katrinli

6. Ashforth

7. Dutton

مفهوم خود ویژگی‌ها و خصوصیات مشابه با افراد موجود در سازمان داشته باشد. هویت سازمانی مفهومی است که برای توصیف رابطه فرد با سازمان بکار می‌رود. صاحب نظران این عرصه، هویت سازمانی را چنین تعریف می‌کنند: ادراک یکی بودن با سازمانی که افراد خودشان را بر اساس خصوصیات آن سازمان تعریف می‌کنند. تحقیقات حاکی از آن است کارکنانی که هویت یکسانی با سازمان خود داشته باشند، طرز تفکر مثبت و رفتارهای مفیدی نسبت به محیط کار از خود نشان می‌دهند (دیک و رولف، ۲۰۰۸:۱۲۴)

افراد علاوه بر این که هویت سازمانی دارند یک هویت معینی نیز با واحد کاری که فعالیت‌های روزمره‌شان را انجام می‌دهند، دارند که به آن هویت تیمی^۱ گفته می‌شود (آشفورث، جانسون^۲، ۲۰۰۱؛ کینبرگ^۳، ون شای^۴، ۲۰۰۰). اگر چه به نظر می‌رسد که هویت تیمی و هویت سازمانی باهم رابطه مثبت دارند، ولی هر دو نوع هویت تا حد معینی از همدیگر مستقل هستند. دیک و رولف معتقدند که همبستگی منفی بین این دو نوع هویت وجود دارد. برای مثال، زمانی که هنجارها و ارزش‌های تیمی با هنجارها و ارزش‌های سازمانی در تضاد باشند یا برعکس. در این صورت بین این دو نوع متغیر رابطه منفی دیده خواهد شد. اکثر اختلافات به تعاریف متضاد این سازه نسبت داده می‌شود. محققان اغلب در رابطه بین هویت سازمانی با سازه‌های دیگر نظیر تعهد سازمانی و رفتار شهروندی مرتکب اشتباه می‌شوند. با توجه به تعاریف قبلی از هویت سازمانی، این سازه از مفاهیم مرتبط با آن و از عوامل و از پیامدهای هویت سازمانی نیز متمایز شد (مایل و آشفورث، ۱۹۹۲). اولین بار مفهوم سازی جامعی از هویت سازمانی از سوی مارچ^۵ و سیمون^۶ (۱۹۵۸) ارائه شد. این موضوع در ادبیات تحقیق توجه کمی در آن زمان به خود جلب کرده بود

1. Work Identification

2. Jonson

3. Knippenberg

4. Schie

5. Simon

6. March

(میشل و میلر^۱، ۲۰۱۲). گاتام^۲ و ون دیک^۳ و واگنر^۴ (۲۰۰۴) با اقتباس از کار فروید^۵ در زمینه هویت، هویت سازمانی را معرفی کردند (میشل و میلر^۶، ۲۰۱۲). این امر موجب ساخت پرسشنامه هویت سازمانی شد. این پرسشنامه اولین تعریف عملیاتی هویت سازمانی را ارائه داد و این تعریف راه را برای تعریف جدید این مفهوم بر اساس تئوری هویت اجتماعی هموار کرد. از دهه ۱۹۸۰، تئوری هویت اجتماعی^۷ پایه و اساسی برای محققان ارتباطات و رفتار سازمانی و همچنین روان‌شناسان اجتماعی فراهم آورد تا درباره اینکه چگونه هویت بر روابط بین افراد و سازمان اثر می‌گذارد را تحقیق و بررسی کنند (میشل و میلر^۸، ۲۰۱۲).

چند دهه پژوهش در رضایت شغلی، منجر به شناخت کامل چگونگی اثر دو عوامل حمایت سازمانی و عدالت سازمانی بر رضایت شغلی شد و این تحقیقات بیانگر این بودند که رضایت شغلی نیز به نوبه خود، انواع رفتارهای مهم در سازمان را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. در اکثر موارد، رضایت شغلی یا به عنوان عامل تعیین کننده (متغیر مستقل) رفتار سازمانی یا به عنوان نتیجه مطلوب اثر خودش در تحقیقات در نظر گرفته شده است (مایو^۹، ۲۰۱۰)

ادبیات تحقیق در زمینه رضایت شغلی، حوزه‌های متعددی با مرزهای نامشخصی را در بر می‌گیرد که به نظر می‌رسید این امر نتیجه علاقه زیادی محققان دانشگاهی و مدیران سازمان به این سازه می‌باشد. سه دگاه درباره پیامدهای و عوامل مربوط به رضایت شغلی در سازمان‌ها وجود دارد. در اولین دیدگاه رضایت شغلی عامل مؤثر بر پیامدهای سازمانی نظیر عملکرد سازمانی و حمایت سازمانی محسوب می‌شود در دیدگاه دوم، این سازه، به عنوان پیامدهای سازمانی در نظر گرفته می‌شود که تابع رهبری و حمایت سازمانی و ویژگی‌های شغلی است و در دیدگاه سوم رضایت شغلی، تحت تأثیر ویژگی‌ها و صفات فردی قرار می‌گیرد (یانگ^۷، ۲۰۱۰).

-
1. Michael J. Miller
 2. Van Dick
 3. Wagner
 4. Freud
 5. SIT: Social identity theory
 6. Miao
 7. Yang

امروزه منابع انسانی، مهم ترین سرمایه هر سازمان می باشد و بیشترین تأثیر در بهره وری سازمان دارد (باباییان ۵۵: ۱۳۹۱).

رضایت شغلی، به عنوان یک حالت احساس خشنودی یا احساسی مثبت است که از تحسین شغل یا تجربه شغلی حاصل می شود. رضایت شغلی یکی از متغیرهای نگرشی بسیار مهم در مطالعات رفتار سازمانی است. این اصطلاح نوعی زمینه، گرایش، تمایل، علاقه، استعداد و آمادگی برای پاسخ دادن به طرز مطلوب یا نامطلوب بودن یا نوعی نگرش نسبت به محیط کار است. رضایت شغلی به احساسات کلی فرد در مورد شغلش و ارزیابی که در مورد شغل خود انجام می دهد، اطلاق می شود (راجلبرگ، ۲۰۰۷، به نقل از حیدری تفرشی، ۱۳۹۰). رضایت شغلی، نگرشی می باشد که فرد در باره کارش دارد. کسی که رضایت شغلی او در سطح بالایی است، نسبت به شغل یا کار خود نگرشی مثبت دارد. کسی که از کار خود راضی نیست رضایت شغلی ندارد و نگرشی منفی نسبت به شغل و کار دارد (محمدی مقدم ۱۳۸۷). از طرفی نیروی انسانی هر سازمان به عنوان مهم ترین منبع راهبردی، در رسیدن به هدف های سازمانی نقش مهمی را ایفا نموده و نیروی محرکه سازمان محسوب می شوند. بنابراین تصورات و نگرش های آنان به شغلشان در کارآیی و اثربخشی سازمان اثر گذار می باشد.

از زمان ارگان و همکارانش رفتار شهروندی سازمانی^۱ را به ادبیات رفتار سازمانی معرفی کردند بیش از ۳۰ سال پیش می گذارد و علاقه و توجه به این سازه به طور چشمگیری افزایش می باید. در واقع، در این ادبیات بیش از ۲۱۰۰ مقاله در زمینه رفتار شهروندی سازمانی را می توان یافت که بیش از نیمی از آنها در چهار سال گذشته منتشر شده اند. بدون شک، تعدادی از عوامل مؤثر در این روند وجود دارد. اول، رفتار شهروندی سازمانی در سطح جهانی به عنوان به معیار اندازه گیری مهم در ادبیات رفتار سازمانی رسمیت شناخته شده است و یک بخش ضروری از عملکرد کارکنان محسوب می شود. دوم، محققان، به طور قابل توجهی فراتر از تبادلات اجتماعی سنتی رفته اند و دیدگاه های چندگانه در ایجاد نظریه هایشان در زمینه رفتار شهروندی سازمانی به ثبت رسیده اند. سوم، علاقه به رفتار شهروندی سازمانی دیگر محدود به تحقیقات در

زمینه رفتار سازمانی نیست بلکه به رشته‌های دیگر از جمله بازاریابی، مدیریت دولتی، مهندسی، خدمات بهداشت و درمان، علوم ورزشی، جامعه‌شناسی، علوم رایانه، ارتباطات و پرستاری نیز کشیده شده است (پودساکف، ۲۰۱۴). تحقیقات اولیه که در این زمینه انجام گرفته بودند برای شناسایی رفتارهایی که کارکنان چنین رفتارهایی را در سازمان‌های خود انجام می‌دهند ولی سازمان رسمی این رفتارها را نادیده می‌گیرد، تأکید دارند. رفتار شهروندی در بهبود اثربخشی سازمانی مؤثر است. به رفتارهایی که از فرد سر می‌زند و صریحاً به وسیله موقعیت‌های مبتنی بر اراده تعیین نمی‌شوند، اطلاق می‌شود. از این قبیل رفتارها می‌توان به رفتارهایی نظیر داوطلب شدن برای انجام تکالیفی که جز شرح وظایف نیستند، کمک به کارکنان دیگر در انجام وظیفه‌شان و تعریف و تمجید از سازمان در مقابل افراد بیرون از سازمان اشاره کرد (راجلبرگ، ۲۰۰۷، به نقل از حیدری تفرشی، ۱۳۹۰: ۱۰۰).

در اهمیت و ضرورت تحقیق حاضر باید خاطر نشان کرد که متغیر رفتار شهروندی سازمانی، یکی از مفاهیم نسبتاً جدید در رفتار سازمانی است (موسی خانی، ۱۳۹۱) و اهمیت این متغیر در سازمان‌ها غیر قابل انکار است (کوچی، ۱۳۹۲). بنابراین انجام این تحقیق به افزایش دانش در زمینه رفتار شهروندی سازمانی کمک خواهد کرد. علاوه بر آن، این متغیر با عملکرد کارکنان رابطه مثبت دارد (موسی خانی، ۱۳۹۱). از سوی دیگر هویت سازمانی نیز نقش محوری در تنظیم رفتارهای کارکنان ایفا می‌کند (کوچی، ۱۳۹۲) و نیز رهبران سازمانی به ترویج و بررسی هویت سازمانی علاقمندند زیرا تحقیقات نشان می‌دهد هویت سازمانی با تعداد زیادی از رفتارها و نگرش‌ها به طور مثبت رابطه دارد که این امر موجب نتایج مطلوب برای سازمان می‌شود. در میان این روابط، مدارکی وجود دارد که نشان می‌دهد هویت سازمانی بر رضایت شغلی اثر مثبت دارد (او ریالی و چاتمن، ۱۹۸۶)، هویت سازمانی بر عملکرد کارکنان اثر مثبت دارد (لی، ۱۹۷۱) و هویت سازمانی بر تمایل ماندن در سازمان اثر مثبت دارد. افزایش سطح هویت سازمانی باعث افزایش رضایت شغلی می‌شود. این رابطه در تحقیقات هاسلم به خوبی نشان داده شده است و نتایج این تحقیق مورد تأیید قلی پور (۱۳۸۸) نیز می‌باشد. رضایت شغلی نتیجه ارزیابی ویژگی‌های شغلی است. اگر فرد تعریف مناسبی از خود در سازمان ارائه دهد در این صورت احتمال دارد که

ارزیابی ویژگی‌های شغلی برای وی آسان باشد. در نتیجه رضایت شغلی وی افزایش یابد. ولی اگر فرد به خوبی نتواند هویت سازمانی خود را سازمان دهد، در این صورت ارزیابی ویژگی‌های شغلی برای وی آسان نخواهد بود. در نتیجه هویت بر رضایت شغلی اثر منفی خواهد داشت (قلی پور، ۱۳۸۸). بنابراین انجام چنین تحقیقی در جامعه آماری حاضر لازم و ضروری به نظر می‌رسید. این تحقیق نقش تعاملی هویت سازمانی و هویت تیمی ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر استان آذربایجان غربی را بررسی می‌کند. با توجه به مطالب بالا سؤال اصلی پژوهش حاضر این بود که آیا هویت سازمانی و هویت تیمی در تعامل با هم منجر به رضایت شغلی و رفتارهای فراتر از نقش می‌شود.

پیشینه تحقیق

هسلام^۱ و دیگران (۲۰۰۳) معتقدند که بدون هویت سازمانی، ارتباطات سازمانی اثربخش نمی‌تواند وجود داشته باشد، ارتباطات قابل ملاحظه‌ای نیز وجود نخواهد داشت، برنامه ریزی معنی داری و هیچ رهبری انجام نمی‌شود (کول و بروچ، ۲۰۰۶). تحقیقات قبلی زیادی نشان می‌دهند که هویت سازمانی اثرات زیادی بر متغیرهای مهم سازمانی دارد، هویت سازمانی اثرات مثبت با رضایت شغلی (او ریالی^۲ و چاتمن^۳، ۱۹۸۶) و اثرات منفی بر تمایل به ترک سازمان دارد (او ریالی و چاتمن و آپکر و دیگران^۴، ۲۰۰۳ به نقل از کول و بروچ، ۲۰۰۶:۱۶۴).

بنکوف^۵ (۱۹۹۷) و لی^۶ (۱۹۷۱) به این نتیجه رسیدند که رابطه منفی بین هویت سازمانی با غیبت و رابطه مثبت بین هویت سازمانی با انگیزش و عملکرد کارکنان وجود دارد (کول و بروچ، ۲۰۰۶). اثر هویت سازمانی بر رفاه اعضای سازمانی و بر خود سازمان مدتها قبل به رسمیت

1. Haslam et al

2. Chatman

3. O_Reilly

4. Apker et al

5. Benkhoff

6. Lee

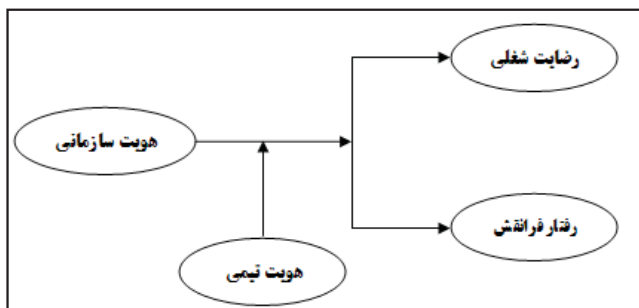
شناخته شده است (مایل و آشفورث، ۱۹۹۲). وجود رابطه نزدیک بین هویت سازمانی و مسایل و موضوع های سازمانی باعث می شود که افراد احساس وحدت و انسجام و پیوستگی نسبت به سازمان داشته باشند و خود را جزئی از مسایل و مشکلات سازمان بدانند. به همین سبب هویت سازمانی یکی از متغیرهای مهم و با اهمیت سازمانی است که باید در میان اولویت های مطالعاتی سازمانی قرار بگیرد (مائل و آشفورث، ۱۹۹۲) و همچنین کاهش هویت سازمانی موجب کاهش تعهد سازمانی به ویژه تعهد مستمر می شود. این امر نیز به نوبه خود باعث ترک خدمت کارکنان می شود و سرمایه های دانش سازمانی به هدر می رود. به این دلایل توجه به مساله تقویت هویت سازمانی برای مدیران بسیار مهم است (قلی پور، ۱۳۸۸: ۵۵).

فراتحلیلی که از سوی ریکتا (۲۰۰۵) ارائه شد و تحقیقی که از سوی ریکتا و ون دیک (۲۰۰۵) انجام شد، نشان می دهند که هویت سازمانی و هویت تیمی با متغیرهایی نظیر رضایت شغلی و رفتارهای درون نقشی و فرانقشی و مشارکت شغلی و تمایل به ترک خدمت رابطه دارد. تحقیق رالف و همکارانش (۲۰۰۸) نشان می دهد که بین هویت سازمانی و هویت تیمی با رضایت شغلی و رفتارهای شهروندی رابطه متقابل وجود دارد. طبق این پژوهش رضایت شغلی به عنوان یکی از پیامدهای هویت تیمی و سازمانی به شمار می رود.

به اعتقاد بسیاری از صاحب نظران علم مدیریت و روان شناسان سازمانی، رضایت شغلی نقش بسزایی در بهبود و پیشرفت سازمان، بهداشت و سلامت نیروی کار ایفا می نماید. از این حیث مساله رضایت شغلی از مسایل بنیادی هر سازمان به شمار می رود (زمینی، ۱۳۹۰: ۸۸)

تحقیقات ون کنپبرگ (۲۰۰۰) نشان می دهد که هویت سازمانی رفتارهای شهروندی را افزایش می دهد که نتایج این تحقیقات مورد تأیید قلی پور نیز می باشد. تحقیق قلی پور نشان می دهد که رابطه علی بسیار قوی بین هویت سازمانی و رضایت شغلی و همچنین رابطه علی بین هویت سازمانی و تعهد سازمانی و نیز رابطه علی بین هویت سازمانی و رفتار شهروندی دارد. بنابراین با توجه به ادبیات تحقیق و سوال تحقیق حاضر مبنی بر که هویت سازمانی و هویت تیمی به صورت تعاملی با رضایت شغلی و رفتارهای فرانقشی رابطه دارد، مدل زیر ارائه شد.

نمودار ۱: مدل مفهومی پژوهش



فرضیه های تحقیق

- فرضیه یک: هویت سازمانی بر رضایت شغلی تأثیر وجود دارد.
- فرضیه دو: بین هویت سازمانی و رفتارهای فراتر از نقش رابطه وجود دارد.
- فرضیه سه: هویت تیمی بر رضایت شغلی تأثیر وجود دارد.
- فرضیه چهار: هویت تیمی بر رفتارهای فراتر از نقش تأثیر وجود دارد.
- فرضیه پنج: هویت سازمانی و تیمی نقش تعاملی را در پیش بینی رضایت شغلی ایفا می کنند.
- فرضیه شش: هویت سازمانی و تیمی نقش تعاملی را در پیش بینی رفتارهای فراتر از نقش ایفا می کنند.

روش

در این پژوهش با توجه به هدف و موضوع از روش توصیفی از نوع همبستگی استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر همه کارکنان ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر استان آذربایجان غربی در سال ۱۳۹۲ به تعداد ۳۰۰ نفر بود که به علت محدود بودن کل جامعه آماری جهت پژوهش در نظر گرفته شد. از ۳۰۰ پرسشنامه که بین جامعه آماری توزیع شد، ۱۹۸ پرسشنامه معتبر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک‌های آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه تعدیل کننده^۱ با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده گردید.

برای سنجش هویت سازمانی و هویت کار گروهی از پرسشنامه های مایل و آشفورث (۱۹۹۲) استفاده شد که این پرسشنامه‌ها شش سؤال دارند و در تحقیقات قبلی پایایی آن ۰/۷۶

محاسبه شده است و تحقیق حاضر نیز پایایی آن بعد حذف یک سؤال به ۰/۸۲ رسید. برای سنجش رضایت شغلی از پرسشنامه برایفیلد و روته استفاده شد که این پرسشنامه پنج سؤال دارد و در تحقیقات قبلی پایایی آن ۰/۷۹ محاسبه شده است و تحقیق حاضر نیز پایایی آن ۰/۸۰ مشاهده شد. برای سنجش رفتارهای فراتر از پرسشنامه پادساکف و همکارانش (۱۹۹۰) استفاده شد. این پرسشنامه پنج سؤال دارد و در تحقیقات قبلی پایایی آن ۰/۸۲ محاسبه شده است و در پژوهش حاضر برای سنجش پایایی پرسشنامه، ضریب آلفای کرونباخ مورد محاسبه قرار گرفت که ضریب ۰/۸۱ به دست آمد.

یافته‌ها

نمونه این تحقیق شامل ۱۹۸ نفر از کارمندان ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر استان آذربایجان غربی بودند که در سال ۱۳۹۲ مشغول به خدمت هستند. از بین کارمندان مورد پژوهش ۸۳ درصد نمونه مرد و ۱۷ درصد از آنها زن بودند. میانگین تجربه کار آنها ۱۱/۵ سال دیده می‌شود. اکثریت کارمندان نمونه پژوهشی (۴۷ درصد) دارای مدرک کارشناسی بوده اند. نتایج مشخصات جمعیت شناختی در جدول شماره (۱) آمده است.

جدول ۱: مشخصات جمعیت شناختی آزمودنیها

| دامنه تغییرات | انحراف استاندارد | میانگین | درصد | تعداد | عوامل جمعیت شناختی | |
|---------------|------------------|---------|------|-------|--------------------|-------|
| | | | ۱۷ | ۳۲ | زن | جنسیت |
| | | | ۸۳ | ۱۶۵ | مرد | |
| | | | ۲۴ | ۴۸ | دیپلم | رتبه |
| | | | ۲۲ | ۴۳ | فوق دیپلم | |
| | | | ۴۷ | ۹۳ | لیسانس | |
| | | | ۶ | ۱۲ | ارشد | |
| | | | ۱ | ۲ | بدون پاسخ | |
| ۱ - ۳۹ | ۷/۲ | ۱۱/۵ | | ۱۹۸ | سابقه کار سن | |
| ۱۹ - ۵۶ | ۷/۵ | ۳۶ | | ۱۹۸ | | |

جدول شماره (۲) میانگین و انحراف استاندارد نمرات کارمندان را در هر یک از متغیرهای پژوهش شامل: هویت تیمی، هویت سازمانی، رضایت و رفتارهای فرانشس را نشان می‌دهد. پاسخ کارمندان مورد پژوهش، احساس قوی رفتارهای فرانشس (۱ انحراف بالاتر از میانگین) را در فعالیتهای شغلی نشان می‌دهد. همچنین داده‌ها حاکی از احساس بالاتر از میانگین هویت تیمی، هویت سازمانی و رضایت می‌باشد.

جدول ۲: میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای مورد پژوهش

| شاخص | متغیر | هویت تیمی | هویت سازمانی | رضایت | رفتار شهروندی |
|------------------|-------|-----------|--------------|-------|---------------|
| میانگین | ۶۰/۱ | ۶۰/۷ | ۵۹/۸۰ | ۶۲/۲ | |
| انحراف استاندارد | ۱۴/۶ | ۱۵/۲ | ۱۹/۸ | ۱۶/۳ | |

جهت بررسی روایی پرسشنامه‌های حاضر از تحلیل عاملی تأییدی (CFA) استفاده شد. برای اینکه نشان دهیم هویت تیمی، هویت سازمانی، رفتار شهروندی و رضایت شغلی سازه‌های متفاوتی از هم هستند، ابتدا آنها را با هم وارد معادله کردیم. تبدیل آماره مجذور خی مدلهای به نسبت df/X^2 نشان می‌دهد مقدار به دست آمده برای مدل چهار عاملی $1/6$ ، برای مدل تک عاملی $2/3$ می‌باشد که برای مدل چهار عاملی کوچک‌تر از مدل تک عاملی است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت احتمالاً مدل چهار عاملی برازش بهتری با داده‌ها داشته و با مدل نظری اصلی هماهنگی بیشتری دارد. بررسی سایر آماره‌های برازش مربوط به مدلهای نیز نشان می‌دهند در تمام موارد بهترین مقادیر بر اساس ملاک‌های پیش گفته به مدل چهار عاملی اختصاص دارد. آماره‌های GFI ، $AGFI$ و CFI که در مدل چهار عاملی به ترتیب برابر $0/88$ ، $0/85$ و $0/92$ هستند. در قیاس با مقادیر سایر مدلهای به یک نزدیک‌تر بوده و در نتیجه نشان دهنده برازش بهتر مدل هستند. آماره $RMSEA$ نیز در مدل چهار عاملی برابر $0/055$ است که مقدار مناسبی به شمار می‌رود. در نتیجه بر اساس داده‌های به دست آمده در این بررسی مدل چهار عاملی نسبت به مدل تک بعدی مناسب‌تر بوده و مورد تأیید قرار می‌گیرد.

| NFI | RMSEA | CFI | GFI | AGFI | df/X ^۲ | X ^۲ | Df | مدل |
|------|-------|------|------|------|-------------------|----------------|-----|------------|
| ۰/۸۰ | ۰/۰۸ | ۰/۸۰ | ۰/۷۲ | ۰/۷۰ | ۲/۳ | ۳۷۸/۲ | ۱۷۰ | یک عاملی |
| ۰/۸۲ | ۰/۰۵۵ | ۰/۹۲ | ۰/۸۸ | ۰/۸۵ | ۱/۶ | ۲۶۳/۱۱ | ۱۶۴ | چهار عاملی |

همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول (۳) ارائه شده است. چنانچه در جدول مشاهده می‌شود، ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش معنی دار می‌باشند. بیشترین ضریب همبستگی در رابطه بین هویت سازمانی و رفتارهای فرانقشی دیده می‌شود. بدین ترتیب فرضیه‌های یک تا چهار پژوهش حاضر مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول ۳: همبستگی بین متغیرهای پژوهش

| متغیر | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ | ۶ |
|--------------|---------|------|---------|---------|---------|---|
| سن | ۱ | | | | | |
| سابقه | ۰/۸۶*** | ۱ | | | | |
| هویت تیمی | -/۰۵ | -/۰۷ | ۱ | | | |
| هویت سازمانی | ۰/۰۶ | ۰/۰۲ | ۰/۵۶*** | ۱ | | |
| رضایت | ۰/۰۹ | ۰/۰۳ | ۰/۳۴*** | ۰/۴۰*** | ۱ | |
| فرانقش | ۰/۰۵ | ۰/۰۴ | ۰/۴۹*** | ۰/۵۱*** | ۰/۳۴*** | ۱ |

* $p < 0/05$; ** $p < 0/01$

جدول ۴: نتایج تحلیل رگرسیون تعدیل کننده برای پیش بینی رضایت و رفتار شهروندی

| رضایت شغلی | | رفتار شهروندی | |
|-------------------------|--------------|---------------|--------------|
| B | ΔR^2 | β | ΔR^2 |
| گام اول عوامل دموگرافیک | | | |
| ۰/۱۳* | | ۰/۱۶* | |
| ۰/۳۱* | | ۰/۲۵* | |
| ۰/۱۲* | ۰/۰۳ | ۰/۰۶* | ۰/۰۴۳* |
| گام دوم: تاثیرات اصلی | | | |
| ۰/۱۶* | | ۰/۲۳*** | |
| ۰/۳۱*** | ۰/۱۸ | ۰/۴۵*** | ۰/۰۴۸* |
| گام سوم: تعامل | | | |
| ۰/۱۹*** | ۰/۰۱* | ۰/۱۴ | ۰/۰۶ |

* $p < 0/05$; ** $p < 0/01$; n=۱۹۸

جدول (۴) نتایج رگرسیون تعدیل کننده را نشان می‌دهد. که جنسیت ($\beta = 0/13$ و $P > 0/05$)، سن ($\beta = 0/31$ و $p > 0/05$)، سابقه ($\beta = 0/12$ و $p > 0/05$)، هویت تیمی ($\beta = 0/05$)، $p > 0/16$ و $\beta = 0/16$)، هویت سازمانی ($\beta = 0/31$ و $p > 0/01$) رضایت شغلی را پیش بینی می‌کنند. در سومین گام تعامل هویت تیمی و هویت سازمانی وارد معادله شد که واریانس فزاینده رضایت را توضیح می‌دهد. ($\beta = 0/19$ و $\Delta R^2 = 0/18$ و $p > 0/05$). بدین ترتیب فرضیه پنجم پژوهش حاضر مبنی بر نقش تعاملی هویت سازمانی و تیمی در پیش بینی رضایت شغلی مورد تأیید قرار می‌گیرد.

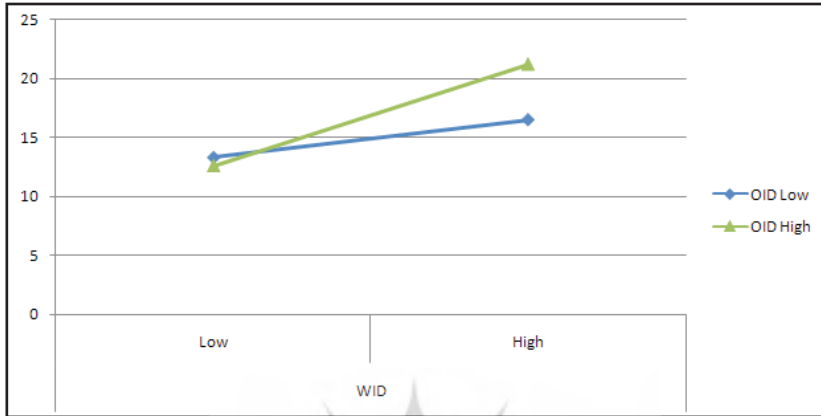
همچنین جنسیت ($\beta = 0/16$ و $p > 0/05$)، سن ($\beta = 0/25$ و $p > 0/05$)، سابقه ($\beta = 0/06$ و $p > 0/05$)، هویت تیمی ($\beta = 0/23$ و $p > 0/05$) و هویت سازمانی ($\beta = 0/05$) رفتار شهروندی را پیش بینی می‌کنند. در مرحله نهایی طبق اطلاعات جدول فوق مشاهده می‌شود که تعامل هویت تیمی و هویت سازمانی بر رضایت شغلی معنی دار دیده نمی‌شود. بدین ترتیب فرضیه ششم پژوهش حاضر مبنی بر نقش تعاملی هویت سازمانی و تیمی در پیش بینی رفتارهای فراتر از نقش تأیید نشد.

رویه مورد استفاده استون^۱ و هولنبگ^۲ (۱۹۸۹) برای ترسیم دو تعامل معنی دار فوق مورد استفاده قرار گرفت. دو سطح از هویت سازمانی روی نمودار مشخص شدند. به این صورت که: یک انحراف استاندارد پایین تر از میانگین و یک انحراف بالاتر از میانگین. شکل‌های (۱) و (۲) تأثیرات تعاملی را نشان می‌دهند. همانطور که در شکل (۱) دیده می‌شود، کارمندانی که دارای احساس هویت سازمانی بالا هستند، زمانی که دارای احساس هویت تیمی بالایی در کار هستند، بیشتر احساس رضایت شغلی می‌کنند. بالعکس کارمندان با هویت سازمانی پایین رضایت شغلی نسبتاً پایینی دارند. شکل ۲ نشان می‌دهد که در افراد با هویت سازمانی بالا، بیشتر احتمال می‌رود که در فعالیت‌های مرتبط به رفتار شهروندی مشارکت داشته باشند. با توجه به جدول (۴) نقش تعاملی هویت تیمی و سازمانی بر رضایت شغلی معنی دار دیده می‌شود اما نقش تعاملی هویت

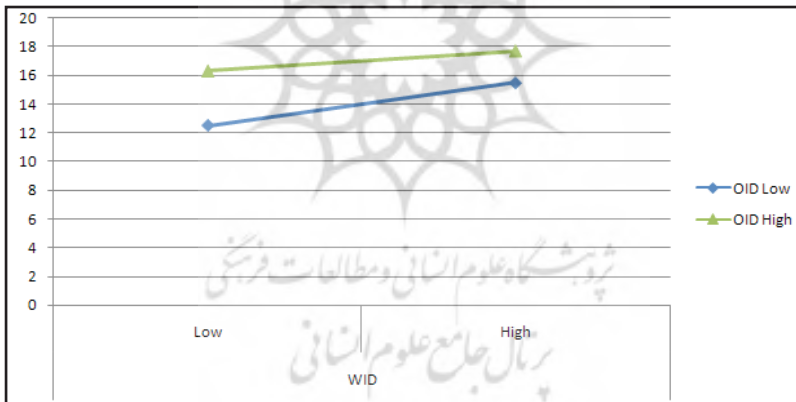
1. Stone

2. Hollenbeck

تیمی و سازمانی بر رفتار شهروندی معنی دار دیده نشد. این نتایج در نمودارهای ۱ و ۲ نیز قابل مشاهده هستند.



شکل ۱: تأثیرات هویت تیمی و هویت سازمانی بر رضایت شغلی



شکل ۲: تأثیرات هویت تیمی و هویت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی

بحث و نتیجه گیری

هویت سازمانی اثرات عمیقی را بر زندگی افراد و جوامع می‌گذارد و رابطه مستقیم با اعمال و رفتار سازمان‌ها دارد. رفتار سازمانی تابع رفتار کارکنان است و رفتار کارکنان نیز تحت تأثیر هویت سازمانی است. پس هویت سازمانی نیز بر رفتار سازمانی اثر می‌گذارد. به این دلیل، این سازه توجه زیادی در ادبیات رفتار سازمانی و پژوهش‌های مدیریتی به خود جلب کرده است (نوایی، ۱۳۹۰؛ به نقل از اصفهانی نصر).

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که بین متغیرهای مستقل تحقیق حاضر یعنی بین هویت سازمانی و هویت تیمی رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد که این نتایج با یافته‌های تحقیقات وان کنیپنبرگ و وان شی (۲۰۰۰) همسو می‌باشد. رضایت شغلی با هویت تیمی رابطه معنی دارد. این نتیجه با یافته‌های ون دیک رولف و همکارانش (۲۰۰۷) مغایر می‌باشد. رضایت شغلی با هویت سازمانی رابطه معنی دارد که این نتیجه با یافته‌های تحقیق وان کنیپنبرگ و وان شی (۲۰۰۰) و قلی پور (۱۳۸۸) همخوانی داشته و همسو می‌باشد و با نتایج تحقیق ون دیک رولف و همکارانش (۲۰۰۷) همخوانی نداشته و همسو نمی‌باشد. اگر فرد تعریف مناسبی از خود در سازمان ارائه دهد در این صورت احتمال دارد که ارزیابی ویژگی‌های شغلی برای وی آسان باشد. در نتیجه رضایت شغلی وی افزایش یابد. ولی اگر فرد به خوبی نتواند هویت سازمانی خود را سازمان دهد، در این صورت ارزیابی ویژگی‌های شغلی برای وی آسان نخواهد بود. در نتیجه هویت بر رضایت شغلی اثر منفی خواهد داشت (قلی پور، ۱۳۸۸)

یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد که بین متغیر فرا نقش و هویت تیمی و هویت سازمانی و رضایت شغلی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد که این نتایج با نتایج تحقیقات وان کنیپنبرگ و وان شی (۲۰۰۰) و ون دیک رولف و همکارانش (۲۰۰۶) همخوانی داشته و همسو می‌باشد. با توجه به نظریه هویت اجتماعی، افرادی که هویت قوی با سازمان دارند بیشتر نیازهای خود را بر طرف می‌کنند بنابراین سطح بالایی از رضایت را از خودشان نشان می‌دهند. تحقیق ون دیک و همکارانش (۲۰۰۶) نشان می‌دهد که رابطه علی و قوی بین هویت سازمانی با رفتارهای فرا نقش وجود دارد. به عبارت دیگر وقتی کارکنان ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر استان آذربایجان غربی هویت سازمانی قوی با سازمان شان داشته باشند احتمال بیشتری دارد که در جهت اهداف سازمان خود فعالیت کنند و به همکاران خود در آن سازمان به طور داوطلبانه کمک کنند.

یافته‌های این تحقیق در جدول (۴)، بیانگر این واقعیت است که هویت تیمی و هویت سازمانی، رفتار شهروندی را پیش بینی می‌کنند و تعامل هویت تیمی و هویت سازمانی بر رضایت شغلی معنی دار می‌باشد که این نتایج با نتایج ون دیک رولف و همکارانش (۲۰۰۶) همخوانی

داشته و همسو می‌باشد. لذا این فرضیه تأیید شد. به عبارت دیگر زمانی که کارکنان ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر استان آذربایجان غربی هویت سازمانی بالا داشته باشند و همزمان از هویت تیمی بالایی برخوردار باشند که بیشتر احساس رضایت شغلی می‌کنند. بالعکس زمانی که کارکنان هویت سازمانی پایین داشته باشند و همزمان هویت تیمی آنها پایین باشد، رضایت شغلی آنها پایین خواهد بود. همچنین نقش تعاملی هویت تیمی و سازمانی بر رفتار شهروندی معنی دار دیده نشد. این نتیجه با یافته‌های نتایج ون دیک رولف و همکارانش (۲۰۰۶) مغایر می‌باشد.

پیشنهاد‌های پژوهشی

با توجه به فرضیه یک که بین هویت سازمانی و رضایت شغلی رابطه وجود دارد و فرضیه سه که بین هویت تیمی و رضایت شغلی رابطه وجود دارد؛ پیشنهاد می‌شود، مدیران ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر استان آذربایجان غربی رفتارهای حمایت سازمانی خود را نسبت به کارکنان افزایش دهند تا از این طریق بتوانند هویت سازمانی را افزایش داده و بر رضایت شغلی کارکنان خود اثر بگذارند. همچنین با توجه به فرضیه دوم، بین هویت سازمانی و رفتارهای فرانشی رابطه وجود دارد و فرضیه چهار، بین هویت تیمی و رفتارهای فرانشی رابطه وجود دارد؛ پیشنهاد می‌شود، مدیران ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر استان آذربایجان غربی از طریق ایجاد حس تعلق در کارکنان نسبت به سازمان خود، هویت سازمانی را افزایش داده و بر رفتارهای فراشغلی کارکنان خود اثر بگذارند و با توجه به فرضیه پنجم هویت سازمانی و تیمی نقش تعاملی را در پیش بینی رضایت شغلی ایفا می‌کنند، پیشنهاد می‌شود مدیران ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر استان آذربایجان غربی عواملی را که هویت‌های سازمانی و تیمی را افزایش می‌دهند را شناسایی کنند تا از این طریق بتوانند رضایت شغلی کارکنان خود را افزایش دهند

منابع

اصفحانی نصر، علی و دهکردی آقاپور، طاهره (۱۳۹۱). بررسی رابطه هویت سازمانی با سکوت سازمانی کارکنان در سازمان مورد مطالعه کارکنان دانشگاه اصفهان، هشتمین کنفرانس توسعه منابع انسانی، تهران، مرکز مطالعات بهره‌وری و منابع انسانی.

بابایان، علی و دیگران (۱۳۹۱). تأثیر سرمایه روان شناختی بر رضایت شغلی افسران مرد ناجا (مورد مطالعه فا. ا. قزوین)،

- مطالعات مدیریت انتظامی ۵ (۲) ص ۳۴۶-۳۶۹.
- حیدری تفرشی، غلامحسین و دریا بگیان، آرزو (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین رضایت شغلی، تعهد سازمانی و رفتار شهروندی در کارکنان یک شرکت نیمه خصوصی در استان هرمزگان، فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی؛ ۳، (۱).
- رحیم نیا، فریبرز و نیکخواه فرخانی، زهرا (۱۳۹۰). تأثیر جو اخلاقی سازمان بر هویت سازمانی و تمایل به ترک خدمت فروشندگان. اخلاق در علوم و فناوری، (۴).
- زمینی، سهلا و دیگران (۱۳۹۰). بررسی رابطه فرهنگسازمانی در رضایت شغلی و فرسودگی شغلیدر میان کارکنان دانشگاه تبریز. فصلنامه سلامت گار ایران ۸ (۱).
- طیبه کوچی و سید اسماعیل هاشمی و کیومرث بشلیده. (۱۳۹۲). بررسی رابطه برخی متغیرهای شغلی و سازمانی با رفتارهای شهروندی سازمانی معلمان با توجه به نقش میانجی گری استرس شغلی. مجله دست آوردهای روان شناختی، (۲)۴.
- قلی پور، آرین و امیری، بهنام (۱۳۸۸). تأثیر فناوری اطلاعات بر رفتار سازمانی: بررسی چالش های هویتی در تیم های مجازی و تاثیر آن بر رفتار اعضای تیم، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، ۲ (۱) ص ۱۰۳ تا ۱۱۸.
- محمدی مقدم، یوسف؛ زارع، محمد (۱۳۸۷). بررسی عوامل مرتبط با رضایت شغلی کارکنان فرماندهی انتظامی استان یزد، مطالعات مدیریت انتظامی، ۵ (۴) (علمی- پژوهشی). ص ۵۰۳-۵۱۳
- موسی خانی، مرتضی الوانی و سید مهدی و میرزایی، مهدی و محمدی، سمیه (۱۳۹۱). بررسی ارتباط میان رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد کارکنان. فصلنامه مدیریت ۹ (۵).
- نوری، علی، و حبیب اله دعایی، (۱۳۸۷)، بررسی تأثیر هویت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی مورد مطالعه هتل پنج ستاره پارس، اولین کنفرانس ملی مدیریت رفتار شهروندی سازمانی، تهران، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

منابع لاتین

- Ashforth, B. E., & Johnson, S. A. (2001). Which hat to wear?. Social identity processes in organizational contexts, 31-48.
- Cole, Michael S. and Heike, Bruch (2006) Organizational identity strength, identification, and commitment and their relationships to turnover intention: Does organizational hierarchy matter?, Journal of Organizational Behavior, 27, 585-605
- Katrinli, Alev and et.al. (2009) Exploring the antecedents of organizational identification: the role of job dimensions, individual characteristics and job involvement. Journal of Nursing Management, 17, 66-73.
- Knippenberg, D., & Schie, E. (2000). Foci and correlates of organizational identification. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 73(2), 137-147.
- Mael, Fred and Ashforth, Blacke E (1992) Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. Journal of Organizational Behavior, VOL. 13, 103-123.
- Miao, R. T., Hou, X. L., & Kim, D. (2011). The antecedents and consequences of job satisfaction in China. In Advances in Education and Management (pp. 141-147).
- Miller, Michael (2012) Exploring organizational identification among remote employees: A qualitative inquiry. A Dissertation Presented in Partial Fulfillment Of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy Capella University March.

- Podsakoff, N. P., Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Maynes, T. D., & Spoelma, T. M. (2014). Consequences of unit-level organizational citizenship behaviors: A review and recommendations for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 35(S1), S87-S119.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational organization- al identification Behavior*, 66, 358-384.
- Stone, E. F., & Hollenbeck, J. R. (1989). Clarifying some controversial issues surrounding statistical procedures for detecting moderator variables: Empirical evidence and related matters. *Journal of Applied Psychology*, 74(1), 3.
- Van Dick, Rolf et.al. (2006) Identity and the Extra Mile: Relationships between Organizational Identification and Organizational Citizenship Behavior. *British Journal of Management*, Vol. 17, 283-301.
- Van Dick, Rolf et.al. (2008). Interactive effects of work group and organizational identification on job satisfaction and extra-role behavior. *Journal of Vocational Behavior* 72 388-399.
- Yang, J. T. (2010). Antecedents and consequences of job satisfaction in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 609-619.

