



Psychological Understanding of the Sense of Ownership Towards Management Jobs

Sajad Alikarami 

Ph.D. student in Organizational Behavior Management, Semnan University, Semnan, Iran

Mosen Farhadi Nejad* 

Assistant Professor, Department of Management, Semnan University, Semnan, Iran

Abbasali Rastgar 

Associate Professor, Department of Management, Semnan University, Semnan, Iran

Ali Yasini 

Associate Professor, Department of Management, Ilam University, Ilam, Iran

Seyyed Abbas Ebrahimi 

Assistant Professor, Department of Management, Semnan University, Semnan, Iran

Abstract

In psychology and management, psychological ownership is known as an important psychological antecedent for motivation, attitudes, and behaviors of managers at work. The present research aimed to understand the phenomenon of psychological ownership towards management positions among public managers conducted by the phenomenological approach. It was an applied and developmental study in terms of goal, which used semi-structured in-depth interviews for data collection. The statistical population was composed of the managers of public organizations in Ilam province. The sample was taken by purposive technique and continued until theoretical saturation was achieved. Finally, 20 public organization managers were interviewed. The collected data were analyzed by the thematic method using the content analysis approach. The results revealed one theme, eight categories, and 21 sub-categories. The constituents of the concept of psychological ownership include attachment, continuity, fidelity, accountability, domineering, Identification, autonomy, and self-efficacy belief. Public agencies should take constructive actions to manage this phenomenon.






Keywords: psychological ownership, phenomenological approach, managers, public organizations.

* Corresponding Author: Farhadi@semnan.ac.ir

How to Cite: Alikarami, S., Farhadinejad, M., Rastgar, A., Yasini, A., Ebrahimi, S. (2022). Psychological Understanding of the Sense of Ownership Towards Management Jobs. *Management Studies in Development and Evolution*, 31(104), 7-40. doi: 10.22054/jmsd.2022.62852.4009



فهم روان‌شناسانه احساس مالکیت نسبت به مشاغل مدیریتی

دانشجوی دکتری رشته مدیریت رفتار سازمانی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران	 سجاد علی کریمی
استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران	 * محسن فرهادی نژاد
دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران	 عباسعلی رستگار
دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران	 علی یاسینی
استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران	 سیدعباس ابراهیمی

چکیده

در حوزه‌های روانشناسی و مدیریت، مالکیت روان‌شناختی به‌عنوان یک پیش‌آیند روان‌شناختی مهم برای انگیزه‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای مدیران در محل کار معرفی شده است. هدف از این پژوهش فهم روان‌شناسانه احساس مالکیت نسبت به مشاغل مدیریتی در میان مدیران دولتی است که با رویکرد پدیدارشناسی انجام شده است. پژوهش حاضر از نظر هدف توسعه‌ای-کاربردی بوده و به‌منظور گردآوری داده‌ها از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران سازمان‌های دولتی در استان ایلام بود. نمونه‌گیری تحقیق حاضر به‌صورت هدفمند و تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت که شامل مصاحبه با ۲۰ نفر از مدیران سازمان‌های دولتی بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده از روش تحلیل تماتیک با رویکرد تحلیل مضمون استفاده شده است. یافته‌ها دربرگیرنده یک مضمون، هشت مقوله اصلی و بیست و یک مقوله فرعی می‌باشد. با در نظر داشتن مؤلفه‌های شکل دهنده مفهوم پدیده‌ی مالکیت روان‌شناختی شامل: دلبستگی، پیوستگی، پابندی، احساس مسئولیت، سلطه‌جویی، هویت‌یابی، خودمختاری و خودکارآمدپنداری، سازمان‌های دولتی باید در جهت مدیریت این پدیده اقدامات سازنده‌ای انجام دهند.

واژگان کلیدی: مالکیت روان‌شناختی، رویکرد پدیدارشناختی، مدیران، سازمان‌های دولتی.

– مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری رشته مدیریت رفتار سازمانی دانشگاه سمنان است

* نویسنده مسئول: Farhadi@semnan.ac.ir

مقدمه

روسو^۱ (۱۹۵۰) با بیان یک دیدگاه «کلاسیک» اظهار داشت که «جامعه مدنی» به احتمال زیاد از زمانی آغاز شده است که شخصی یک زمین را حصارکشی می‌کرد و خود را صاحب آن می‌دانست و ادعا می‌کرد «این مال من است» و دیگران نیز ادعای او را می‌پذیرفتند. همچنین هاید^۲ (۱۹۵۸) بر این باور است که نگرش مالکیت یک موضوع رایج در میان مردم است. با پذیرش مالکیت روان‌شناختی در میان افراد، آتزیونی می‌نویسد که مالکیت آفرینش دوگانه دارد که یک بخش نگرش و بخش دیگر شیء است که بخشی از آن در ذهن است و بخشی نیز واقعی است (Etzioni, 1991)؛ منطبق بر این نظرات روانشناس اقتصادی لئون لیتوینسکی^۳ (۱۹۴۲) و روانشناس اجتماعی لینا فوربی^۴ (۱۹۹۱) این تئوری ارائه می‌دهند که روانشناسی مالکیت وجود دارد که افراد را به اشیاء پیوند می‌دهد. در حوزه سازمانی، توجه به شغل و فعالیت‌های شغلی از دیدگاه روان‌شناختی و نه از بعد اجتماعی و اقتصادی آن، مدت‌هاست که ذهن روان‌شناسان را به خود معطوف داشته است. کار و میزان استقلال و اختیار، از نظر پیشبرد و سلامت روانی افراد، عامل بسیار ارزشمندی به شمار می‌رود. نظریه‌پردازی‌های اخیر روانشناسی نشان می‌دهد که داشتن اختیارات در محیط کار می‌تواند نقش مهمی در روابط بین افراد سازمان داشته باشد. با افزایش اختیار، انتظار کارمندان از سازمان بیشتر می‌شود. افزایش دستمزد و مزایای حقوقی، افزایش حق دسترسی به اطلاعات، تصمیم‌گیری و افزایش مسئولیت‌ها از جمله این انتظارات می‌باشند (Cocieru et al., 2019). این سهم کردن کارکنان در نتایج سازمان و افزایش حق دسترسی به اطلاعات در تمامی سطوح سازمانی، موجب حس مالکیت اقتصادی و سپس مالکیت روانی افراد نسبت به سازمان می‌شود (جلی، شیری، تابان، ۱۳۹۵).

مطالعات متعدد نشان داده است که ادراک کارکنان از مالکیت روان‌شناختی اثرات مثبتی بر نتایج سازمانی از قبیل تعهد شغلی، رضایت شغلی، انگیزش کارکنان، عملکرد کلی سازمان و تمایل افراد برای ماندن در سازمان دارد (Olckers & Koekemoer,)

-
1. Rousseau
 2. Heider
 3. Litwinski
 4. Furby

(2017). همچنین با توجه به اینکه کارکنانی که حس مالکیت روان‌شناختی را تجربه می‌کنند احتمال بیشتری برای مسئولیت‌پذیری دارند، می‌توان پیش‌بینی کرد که سطح بازدهی کاری بالاتر و غیبت کمتر نتیجه وجود مالکیت روانی بالا در سازمان است (Stander & Coxen, 2017).

در حالی که مدت‌ها تصور می‌شد که احساس مالکیت روان‌شناختی ساختاری است که عموماً به احساسات، نگرش‌ها و رفتارهای سازمانی مثبت منجر می‌شود، در برخی تحقیقات نتایج نشان داده است که احساس مالکیت روان‌شناختی ممکن است منجر به مشکلات عمده شود. ون داین و پیرس^۱ (۲۰۰۴) معتقد بودند زمانی که سطح مالکیت روان‌شناختی بسیار بالا باشد پیامدهای آن می‌تواند منفی باشد. پیرس و همکاران^۲ (۲۰۰۳) استدلال کردند افرادی که دارای مالکیت روانی هستند و نیاز به کنترل بالایی بر هدف مالکیت دارند، ممکن است رفتارهای ناکارآمدی مانند خرابکاری، سرقت، استرس، بیگانگی و ناامیدی را نیز تجربه کنند. در یک مثال دیگر محققان دریافتند که وقتی افراد نسبت به یک هدف احساس مالکیت می‌کنند اگر احساس کنند که شخص دیگری آن را ادعا می‌کند یا بدون اجازه از آن استفاده می‌کند با خشم واکنش نشان داده و از آن دفاع می‌کنند (Cocieru et al., 2019).

فیدلر و شمرز (۱۳۸۱) یکی از مهم‌ترین علل موفقیت یا شکست سازمان‌ها را نوع مدیریت و رهبری آن‌ها می‌دانند. در سال‌های اخیر دو دیدگاه در مورد مدیریت سازمان‌ها با داوری‌های متفاوت درباره مدیران مطرح شده است. در یکی از این دیدگاه‌ها که نگرش اقتصادی و مادی دارد و به نظریه کارگزاری یا عاملیت معروف است، مدیران افرادی معرفی می‌شوند که به دنبال منافع شخصی خود هستند و منافع فردی را بر منافع سازمان رجحان می‌دهند. در حوزه احساس مالکیت نظریه عاملیت را می‌توان اینگونه توضیح داد: مدیری که سازمان و کارکنان را متعلق به خویش می‌پندارد و نسبت به آنان احساس مالکیت می‌کند، روشن است با چنین تصویری فعالیت و انتخاب کارکنان را تا آنجا می‌پذیرد که به مدیریت او یا به عبارت روشن‌تر، حفظ ارباب لطمه نزند. در حقیقت روابط مالکیتی در شرایطی شکل می‌گیرد که شخص مدیر جایگزین سیستم شود و با

1. Van Dyne & Pierce

2. Pierce et al

تصور غلط مدیر به جای سیستم انتظار دارد که کارکنان در موضع گیری‌ها، انتخاب‌ها و فعالیت‌های خود به جایگاه او لطمه نزنند. به عبارت دقیق‌تر، استقلال فعلیتی کارکنان در مداری متفاوت با مدار اصلاح سیستم مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و این احتمال وجود دارد که صلاح مدیر، جایگزین قوانین و مقرراتی شود که برای صلاح سازمان تدوین شده است (جلی، شیری و تابان، ۱۳۹۵: ۱۳۹).

در دیدگاه دوم که نگرشی اجتماعی-روانشناختی دارد و به نظریه خادم بودن یا خادمیت مشهور است، مدیران خادمان سازمان شناخته می‌شوند که خود را وقف اهداف سازمان ساخته، منافع جمع را بر منفعت شخصی خود اولی می‌دانند (الوانی، ۱۳۸۰). از طرفی پیرس و همکاران (۲۰۰۱)، در مطالعه خود معتقد بودند که یکی از پیامدهای احساس مالکیت روانشناختی خادمیت است؛ بنابراین شخص مدیر شغل مدیریت را از آنجا متعلق به خود می‌داند که زمینه خدمت به سازمان و جامعه را برای او فراهم می‌کند. مدیران خادم برخلاف مدیران عامل منافع خود را مقدم بر منافع سازمان نمی‌دانند و بر این باورند که اگر سازمان بقا یابد، آنان نیز باقی خواهند ماند. آنان منافع خود و سازمان را به عنوان منفعت یک عضو و جمع در تعارض نمی‌بینند، بلکه معتقدند با نیل به هدف‌های سازمان هدف‌های فردی نیز تحقق می‌یابند (الوانی، ۱۳۸۰). پیامدهای مثبت و منفی احساس مالکیت روانشناختی نشان می‌دهد این پدیده مانند یک شمشیر دو لبه است که در کنار پیامدهای مثبت می‌تواند در پی دارنده پیامدهای منفی نیز باشد که این امر اهمیت مطالعه و شناخت کامل و موشکافانه این پدیده را جهت ارتقا پیامدهای مثبت و کاهش پیامدهای منفی دوچندان می‌کند.

با وجود اینکه موضوع احساس مالکیت روانشناختی طی دهه گذشته توسط انجمن‌های علمی و روانشناختی مورد توجه ویژه قرار گرفته است (Olickers & Van Zyl, 2017)، در تمامی پژوهش‌های انجام شده قبلی بیشتر بر پیش‌آیندها و پیامدهای احساس مالکیت روانشناختی و همچنین به‌طور خاص تمرکز بر کارکنان بوده است. این درحالی است که علیرغم اینکه به لحاظ منطقی امکان بروز احساس مالکیت روانشناختی در مدیران وجود دارد و در تأیید این موضوع، ارایلی^۱ (۲۰۰۲) اذعان می‌کند وقتی مدیران درباره مالکیت صحبت می‌کنند، چیزی که آن‌ها به‌طور معمول می‌خواهند، القای مالکیت مالی نیست،

1. O'Reilly

بلکه القای احساس مالکیت است. آنچه از بررسی جامع ادبیات موضوع در پایگاه های اطلاعاتی برمی آید بیانگر وجود چند رویکرد غالب به مطالعه احساس مالکیت روانشناختی در قلمروی سازمان می باشد. اغلب مطالعات، این پدیده را بعنوان متغیر مستقل یا وابسته مد نظر قرار داده (اسماعیلی و امیری، ۱۳۹۵؛ مرتضوی و شجاعی، ۱۳۹۴؛ یزدان شناس، ۱۳۹۷؛ گل کاری حق و همکاران، ۱۳۹۹)، (Degbey et al, 2021; Morewedge et al, 2021; Wang et al, 2021; Peck et al, 2021) یا به بررسی علل و آثار آن پرداخته اند، برخی مطالعات به کاوش این مقوله در سطح کارکنان توجه نموده اند و معدودی نیز به مجموعه پیشایندها و پسایندهای آن متمرکز شده اند (حصری و همکاران، ۱۳۹۹)، (Liu and Shukla, 2019; Luoma, 2015) و اکثر این مطالعات با رویکرد کمی صورت گرفته است. خلاء بسیار محسوسی که نگارندگان را به طراحی و اجرای این تحقیق مجاب نمود، نبود رویکردی پدیدارشناسانه با محوریت ادراکات و تجارب زیسته مدیران به مقوله احساس مالکیت روانشناختی در سازمان های دولتی بود که به طور خاص به ماهیت و چیستی موضوع پردازد. بنابراین می توان گفت که یافته های این مطالعه، فصل تازه ای در حوزه نظری احساس مالکیت مدیران می گشاید و پژوهشگران آینده می توانند هر یک از ابعاد و مؤلفه های برآمده از این تحقیق اکتشافی را که از متن تجارب زیسته مدیران ایرانی برآمده، به صورت مجزا مورد کاوش قرار دهند. با توجه به مطالب فوق و از آنجا که مدیریت هر پدیده به ویژه در حوزه رفتاری-روانشناختی در گام نخست مستلزم شناخت دقیق ماهیت آن است، مسئله اصلی که در این پژوهش به دنبال پاسخ به آن هستیم فهم روان شناسانه ماهیت احساس مالکیت مدیران از طریق کشف ابعاد شکل دهنده آن است که به عنوان یک چالش برای سازمان ها بیش از پیش مطرح می باشد. از این رو، هدف غایی از این پژوهش پاسخ به این پرسش است که: ماهیت و ابعاد تشکیل دهنده پدیده «احساس مالکیت» بر اساس تجربیات زیسته مدیران چیست؟

پیشینه پژوهش

مالکیت روان شناختی

همانطور که افراد می توانند به طور قانونی مالکیت معنوی و فیزیکی داشته باشند، می توانند نسبت به انواع انتزاعی، تجربی و مادی، از ایده ها و حقوق، از نیروی کارشان تا سازمان

ها، از خانه تا کالاهای معمولی خانگی، مالکیت روان‌شناختی را احساس کنند (Morewedg, 2020). مالکیت روان‌شناختی زمانی اتفاق می‌افتد که شخص، از نظر ذهنی، احساس کند که یک شیء «مال من» است (Morewedg et al, 2021). شرط کافی برای این احساس این است که فرد شیء را به عنوان بخشی از خود درک کند. نکته مهم این است که اگرچه مالکیت عینی یا قانونی می‌تواند به احساس مالکیت روان‌شناختی کمک کند، مالکیت روان‌شناختی یک ادراک ذهنی و منتخب است که برای وجود نیازی به مالکیت واقعی یا مالکیت قانونی ندارد (Sharma et al, 2021). ون داین و پیرس (۲۰۰۴)، مالکیت روان‌شناختی را احساس مالکیت فرد نسبت به سازمان تعریف کردند و اذعان کردند که این احساس بر رفتار و نگرش اعضای سازمان تأثیر می‌گذارد (Olckers & Booyesen, 2021).

آوی و همکاران (۲۰۰۹) دریافتند که مالکیت روان‌شناختی دارای جنبه‌های ترویجی و پیشگیرانه است، مالکیت روان‌شناختی ترویجی با پیشرفت، رشد و موفقیت همراه است، همانطور که توسط چهار زیرساخت خودکارآمدی، تعلق، هویت شخصی و مسئولیت پذیری منعکس می‌شود و مالکیت روان‌شناختی پیشگیرانه با قلمروگرایی همراه است. مجازات-اجتناب؛ و رفتار بیش از حد متملکانه که با جستجوی کنترل، اجتناب از تغییرات و عدم همکاری نشان داده شده است (Yitshaki, 2021). همچنین پیرس و همکاران (۲۰۰۱، ص ۳۰۰)، سه عنصر مکمل و افزایشی مالکیت روان‌شناختی را (۱) اثربخشی و تأثیر، که به توانایی افراد برای کشف و تغییر محیط اشاره دارد. (۲) هویت و تمایل افراد به «تعریف خود، ابراز هویت خود به دیگران و تضمین تداوم خود در طول زمان»؛ و (۳) در اختیار داشتن قلمرو و فضای معین معرفی کردند (Yitshaki, 2021).

اگرچه ممکن است عجیب به نظر برسد، خلبانان جنگ جهانی دوم نمونه بزرگی از میزان قدرت مفهوم مالکیت هستند. خلبان بودن در طول جنگ جهانی دوم کار بسیار خطرناکی بود. خلبانان و خدمه آن‌ها روزانه با تهدیدات و شرایط فوق‌العاده دلهره‌آوری مواجه بودند. در حقیقت، اعضای نیروی هوایی ایالات متحده از میزان مرگ‌ومیر بالاتری نسبت به سربازانی که در خطوط مقدم مبارزه می‌کردند، برخوردار بودند. در بین خود خلبانان، کسانی که پرواز می‌کردند و بمب‌افکن‌ها را اداره می‌کردند منحصرأ با شرایط خطرناک‌تری مواجه بودند. یکی از آمارهای که معمولاً مورد استناد قرار می‌گیرد این است

که تنها یک نفر از شش خدمه بمب‌افکن از اولین مأموریت خود در اروپای شمالی جان سالم به در بردند (Falconer, 2002). با چنین موقعیت‌های ناامیدکننده‌ای، خلبانان و اعضای خدمه باقی‌مانده پیوندهای بسیار نزدیکی با هواپیماها تشکیل دادند و آن‌ها را به‌عنوان محافظ مادران، همسران و ملکه‌ها در نظر گرفتند (Bullock, 2015; Bond, 1952). خدمه‌ها حتی هواپیماهای خود را نام‌گذاری کرده و آن‌ها را با نقش و نگارهای دقیق و استادانه نقاشی کردند. نه تنها هواپیماهای خود را مورد احترام قرار می‌دادند بلکه پیوند آن‌قدر قوی بود که خدمه هنگام از بین رفتن هواپیماها، اندوه واقعی را تجربه می‌کردند. آن‌ها این اندوه را این‌گونه توصیف کردند که گویی بخشی از خودشان نیز گم شده است. نگرش جوخه‌های بمب‌افکن نسبت به هواپیماهای خود نمونه بارز مالکیت روان‌شناختی است (Bullock, 2015; Bond, 1952).

مطالعات پیشین

خلاصه برخی پژوهش‌های صورت پذیرفته در حوزه موضوع پژوهش در جدول ۱ آورده شده است.



جدول ۱. مطالعات پیشین داخلی و خارجی

محقق	روش	عنوان	نتایج
تحقیقات داخلی			
گلکاری حق و همکاران (۱۳۹۹)	کیفی	بررسی مفهوم مالکیت روانشناختی از دیدگاه خریداران	با توجه به نتایج در این پژوهش ۹ مؤلفه رضایتمندی، ویژگی‌های روابط و سیاست‌های تحت مدیریت سازمان، ویژگی‌های کالا و خدمات، شناسه اجتماعی، مشارکت در خلق ارزش، تولید خدمات و محصول، روابط دو طرفه، سرمایه‌گذاری و انطباق راهبرد مفهوم مالکیت روانشناختی از دیدگاه خریداران را شکل داده‌اند.
حصیری و همکاران (۱۳۹۹)	آمیخته	شناسایی و تبیین پیش‌آیندها و پس‌آیندهای مالکیت روان شناختی در سازمان های دولتی استان بوشهر	در این پژوهش مشارکت در تصمیم‌گیری، رهبری تحول‌گرا، کنترل درک شده و تناسب شغل شاغل به عنوان پیش‌آیندها و تعهد سازمانی، رضایت شغلی، انگیزش کاری و رفتار شهروندی سازمانی به عنوان پیامدهای مالکیت روانشناختی مورد تأیید قرار گرفتند.
یزدان‌شناس (۱۳۹۷)	پیمایشی	بررسی نقش میانجی مالکیت روان‌شناختی مثبت در تأثیرگذاری جو توسعه منابع انسانی بر رفتار تسهیم دانش	نتایج این تحقیق نشان‌دهنده تأیید نقش میانجی مالکیت روان‌شناختی مثبت در اثرگذاری جو توسعه منابع انسانی بر رفتار تسهیم دانش بود.
مرتضوی و شجاعی (۱۳۹۵)	پیمایشی	بررسی رابطه بین رهبری اصیل ادراک شده با مالکیت روان‌شناختی ترویجی ادراک شده با مالکیت روان‌شناختی ترویجی و پیشگیری‌کننده	یافته‌های این تحقیق نشان داد میان رهبری اصیل ادراک شده با مالکیت روان‌شناختی ترویجی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد اما میان رهبری اصیل ادراک شده با مالکیت روان‌شناختی پیش‌گیری‌کننده رابطه‌ای نداشت.
رحیم‌نیا و خراسانی طرقی (۱۳۹۵)	پیمایشی	بررسی رابطه بین مالکیت روان‌شناختی و رفتار انحرافی دبیران تربیت‌بدنی	نتایج این تحقیق نشان داد که مالکیت روان‌شناختی مثبتی بر شغل و مبتنی بر سازمان به‌طور قابل‌توجهی احتمال بروز رفتار انحرافی از سوی کارکنان را کاهش می‌دهد.

ادامه جدول ۱.

محقق	روش	عنوان	نتایج
تحقیقات خارجی			
دلاروسا و همکاران (۲۰۲۱)	کیفی	تأثیر مالکیت روانشناختی بر علاقه به مطالبه مزایای دولتی	نتایج این تحقیق نشان داد هرچه افراد بیشتر احساس کنند که مزایای دولتی متعلق به خودشان است، احتمال کمتری دارد که درخواست برای آن‌ها را به عنوان درخواست کمکی نفرت‌آمیز تلقی کنند و بنابراین، احتمال بیشتری دارد که آنها را دنبال کنند.
نیجز و همکاران (۲۰۲۱)	کمی	پیامدهای تهدید مالکیت روانشناختی جمعی	محققان این تحقیق را در دو بخش انجام دادند. نتایج مطالعه نخست نشان داد که تهدید قلمرو متعلق به یک جمع با رفتارهایی مانند نشانه‌گذاری و دفاع پیش‌بینی کننده همراه است، همچنین زمانی که این دو رویکرد نتیجه مطلوب نداشته باشند، افراد به دفاع ارتجاعی به عنوان آخرین راه حل روی آورند. لازم به ذکر است که این رفتارها در صورتی بروز می‌یابند که مالکیت از بین برود و باید پس گرفته شود. در مطالعه دوم محققان این تحقیق به بررسی وضعیتی پرداخته‌اند که مالکیت روانشناختی جمعی در یک کشور نقض شود. یافته‌ای این بخش نیز با یافته‌های بخش قبل سازگار است.
کوکبرو و همکاران (۲۰۱۹)	کیفی	جنبه تاریک مالکیت روانشناختی در طول زمان تغییر	محققان در این تحقیق مالکیت روانشناختی را مانند یک شمشیر دو لبه معرفی می‌کنند که در کنار اثرات مثبت می‌تواند اثرات منفی نیز داشته باشد. محققان عقیده دارند که در زمان تغییر، مقاومت کارکنانی که احساس مالکیت روانشناختی بالایی دارند ممکن است فرآیند تغییر را با مشکل مواجه کند.
بولوک (۲۰۱۵)	پیمایشی	توسعه مالکیت روانشناختی مبتنی بر شغل	نتایج تحقیق بولوک نشان داد که استقلال شغلی کارکنان از سه طریق سرمایه‌گذاری بر ایده‌ها، تلاش در کار خود و تجربه کنترل و نفوذ مدیران بر مالکیت روانشناختی کارکنان تأثیر مثبت می‌گذارد.
اولکرز (۲۰۱۱)	کیفی	مدل چندبعدی برای اندازه‌گیری مالکیت روانشناختی در سازمان‌های آفریقایی جنوب	نتیجه این تحقیق طراحی یک پرسش‌نامه برای سنجش مالکیت روانشناختی بود. پرسش‌نامه طراحی شده شامل ۴ بعد بود که با ۳۴ آیتم مورد ارزیابی قرار می‌گرفت. ۴ عامل عبارت بودند از هویت، مسئولیت‌پذیری، خودمختاری و قلمرو گرایی.

روش

تحقیق حاضر از منظر هدف یک پژوهش کاربردی-توسعه‌ای محسوب می‌شود و از نظر گردآوری داده‌ها، تحقیق حاضر در دسته تحقیقات توصیفی از نوع پس رویدادی است، زیرا محقق با توجه به متغیر وابسته یعنی احساس مالکیت درصدد شناسایی عناصر تشکیل دهنده آن است. در نهایت از آنجا که در این تحقیق به دنبال تبیین و توصیف پدیده احساس مالکیت روان‌شناختی با استفاده از تجربه زیسته مدیران هستیم، پژوهش حاضر از نظر ماهیت داده‌ها در دسته مطالعات پدیدارشناسی قرار می‌گیرد. خردمایه بکارگیری راهبرد پدیدارشناسی در این پژوهش، به کاربری آن باز می‌گردد. برای کشف تجربه زنده از پدیده‌هایی که به نحوی با تعاملات انسانی روبرو هستند پژوهش‌های کمی انعطاف و عمق لازم را ندارند و سایر روش‌های کیفی نیز در این قلمرو بی‌تمکین است. به این دلیل پدیدارشناسی، مناسب‌ترین روش برای شناخت عمق تجربه و معنای یک پدیده پیچیده است (Speziale & Carpenter, 2003). پدیدارشناسی معتقد است که پدیده‌ها و تجربیات زندگی دارای جوهره‌هایی است که قابل بررسی است. در نتیجه، به بررسی پدیده-های ذهنی می‌پردازد که جوهره اساسی واقعیات در آن پنهان است (Polit & Beck, 2010). با توجه به اینکه پژوهش حاضر به دنبال فهم روان‌شناسانه پدیده احساس مالکیت در میان مدیران می‌باشد و از آنجا که اعضای جامعه موردنظر برداشت و تجربه یکسانی از مسئله موردنظر نخواهند داشت و از سوی دیگر، با توجه به اینکه اطلاعات موردنیاز از طریق انجام مصاحبه‌های دست اول و با تأکید بر بیان تجربه زیسته افراد عجین با موضوع جمع‌آوری خواهد گردید لذا، پژوهش حاضر در بخش کیفی، از راهبرد پدیدارشناختی تبعیت می‌نماید.

جامعه آماری تحقیق مشتمل بر تمامی مدیران سازمان‌های دولتی در سطح استان ایلام است که در زمان گذشته یا حال پدیده احساس مالکیت روان‌شناختی نسبت به مشاغل مدیریتی را تجربه کرده‌اند. لازم به ذکر است که در پژوهش‌های پدیدارشناختی معیار انتخاب مشارکت‌کنندگان متفاوت است و محقق در تلاش است مشارکت‌کنندگان را انتخاب کند که از یک سو تجربه زیسته درباره موضوع پژوهش دارند و از سوی دیگر مایل به مصاحبه درباره تجربه خود باشند. در این پژوهش به منظور گردآوری داده‌ها از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته به منظور کشف عوامل شکل دهنده احساس مالکیت

روان‌شناختی استفاده شد. نمونه‌گیری به صورت هدفمند تا حاصل شدن اشباع نظری و با مشارکت ۲۰ نفر انجام شد. هر مصاحبه در بازه زمانی ۳۵ تا ۴۰ دقیقه به صورت متغیر انجام شد. فرآیند مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه داشت که یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها تقریباً تکراری شد و بعد از انجام مصاحبه با مدیران سازمان‌های دولتی داده‌ها به مرحله اشباع رسیدند.

در فرآیند مطالعه پدیدارشناسی، پس از انتخاب پدیده‌ی مورد مطالعه، محقق یا محققان به گردآوری داده‌ها از افرادی که آن پدیده را تجربه کرده‌اند، می‌پردازد. در این مطالعه کیفی با تعدادی از مدیران سازمان‌های دولتی که حداقل ده سال سابقه مدیریتی داشتند مصاحبه شد. پس از انجام ۱۶ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد که به منظور افزایش اعتبار داده‌ها گردآوری داده‌ها تا مصاحبه ۲۰ ام ادامه یافت. از این میان ۱۴ مصاحبه با کسب اجازه و رضایت مصاحبه شونده (به منظور رعایت اخلاق پژوهش) ضبط شدند و با وجود اینکه از محرمانه بودن مصاحبه‌ها اطمینان حاصل شده بود، توسط تعداد ۶ نفر از مصاحبه شونده‌گان اجازه ضبط داده نشد و یادداشت برداری شد. همچنین پژوهشگران نیز با دادن حق آزادی و اختیار شرکت در پژوهش به مشارکت‌کنندگان اعلام کردند که هر زمان در طول پژوهش به هر دلیل تمایل به ادامه همکاری نداشتند، می‌توانند انصراف دهند. به منظور تحلیل داده‌ها از تکنیک تحلیل مضمون به منظور درک الگوهای موجود در داده‌های کیفی بهره گرفته شد. در گام اول تمام مصاحبه‌ها با دقت بالا به صورت مکتوب درآمدند و به منظور درک معنای کلی و تسلط نسبی چندین بار خوانده شدند. سپس پژوهشگران با کنار گذاشتن هرگونه افکار و احساسات خود که حاصل از تجربه و مطالعات قبلی بود اقدام به استخراج کدهای اولیه از مصاحبه‌ها کردند. این فرآیند به صورت خط کشیدن زیر کلمات یا عباراتی بود که به عنوان کدهای اولیه شناسایی می‌شدند. با توجه به زیاد بودن کدهای اولیه در مرحله اول به تلفیق و تقلیل آن‌ها به تعداد کمتری پرداخته شد. بدین صورت که کدهای تکراری یا مشابه که از لحاظ مفهومی به یکدیگر نزدیک بودند در یک مجموعه قرار گرفته و مفاهیمی را به وجود آوردند که تشکیل دهنده مقولات تحقیق بود. در این مرحله به صورت رفتار و برگشتی کدهایی که به یک مضمون مشترک اشاره داشتند دسته‌بندی شده و در یک طبقه قرار گرفتند که شامل مقولات فرعی تحقیق می‌شوند. در مرحله بعدی مقولات فرعی استخراج شده مورد بازبینی و بررسی قرار

گرفتند و مقولاتی که ماهیت مشترک داشتند در یک دسته قرار گرفته و با انتخاب نامی مناسب به عنوان مقولات اصلی در نظر گرفته شدند. در واقع در این مرحله بر اساس معانی مشترکی که بین مقولات فرعی وجود داشت یک نام جامع و مشخص برای آن انتخاب شد. در مجموع تعداد ۱۳۸ کد باز، ۲۱ کد محوری و ۸ کد انتخابی شناسایی شدند.

در این پژوهش برای حصول اطمینان از اعتبار پذیری یافته‌ها، تم‌های اصلی و فرعی به سه نفر از مصاحبه‌شوندگان ارائه شد تا مشابهت تفسیر داده‌ها با نظر آن‌ها مورد ارزیابی قرار گیرد و در ادامه نظرات و پیشنهادهای آن‌ها در مرحله کدگذاری اعمال شد. همچنین اختصاص زمان طولانی از سوی پژوهشگر برای درگیر شدن در جزئیات موضوع و مصاحبه‌های صورت پذیرفته و تحلیل موارد متناقض از دیگر اقدامات انجام‌شده برای افزایش اعتبار پژوهش بود. همچنین به منظور بررسی سنجش پایایی مصاحبه‌های انجام‌شده در پژوهش حاضر از شاخص پایایی باز آزمون استفاده شد. این شاخص به میزان سازگاری طبقه داده‌ها در طول زمان اشاره دارد. این شاخص زمانی محاسبه می‌شود که یک کدگذار در دو زمان متفاوت به کدگذاری داده‌ها پرداخته باشد. به دلیل اینکه در محاسبه این شاخص کدگذار و متن یکسان است، این نوع پایایی شامل کمترین احتمال دخالت عوامل کنترل نشده است (Bowen & Bowen, 2008). به منظور محاسبه پایایی باز آزمون از میان مصاحبه‌ها انجام گرفته چند مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب شده و هر کدام از آن‌ها در یک فاصله زمانی مشخص توسط خود پژوهشگر، دو بار کدگذاری می‌شوند. سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر مصاحبه انتخابی با هم مقایسه می‌شوند. در هر کدام از مصاحبه‌های انتخابی، کدهایی که در دو فاصله زمانی باهم مشابه هستند، با عنوان کدهای توافق و کدهای غیرمشابه به عنوان کدهای عدم توافق مشخص می‌شوند. فرمول تخمین پایایی بین کدگذاری در دو فاصله زمانی بدین ترتیب است:

$$\%100 \times \frac{\text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{درصد پایایی باز آزمون}$$

جدول ۲. محاسبات مربوط به پایایی باز آزمون

کد مصاحبه‌شونده	مجموع کدهای دو کدگذار	تعداد کدهای مورد توافق	تعداد کدهای عدم توافق	پایایی باز آزمون (%)
مصاحبه ۱	۶۸	۲۸	۸	۸۲٪
مصاحبه ۴	۶۵	۳۱	۸	۹۵٪
مصاحبه ۸	۷۵	۳۵	۵	۹۳٪
مصاحبه ۱۲	۸۲	۳۳	۱۱	۸۰٪
مجموع	۲۹۰	۱۲۷	۳۲	۸۷٪

در پژوهش حاضر از بین مصاحبه‌های انجام شده تعداد ۴ مصاحبه برای محاسبه پایایی باز آزمون انتخاب شد. هر کدام از مصاحبه‌ها در فاصله زمانی یک ماهه توسط پژوهشگر مجدد کدگذاری شدند. با استفاده از فرمول محاسبه پایایی باز آزمون، پایایی کلی محاسبه شده برابر با ۸۷٪ است. به منظور تأیید قابلیت اعتماد میزان پایایی باید از ۶۰ درصد بیشتر باشد (خوانسار، ۱۳۸۸). با توجه به اینکه میزان پایایی در تحقیق حاضر از ۶۰٪ بیشتر است قابلیت اعتماد کدگذاری مصاحبه‌های این پژوهش مورد تأیید قرار گرفت.

یافته‌ها

رویکرد حاکم بر پژوهش حاضر کیفی و با روش پدیدارشناسی بوده است. داده‌های مورد استفاده پژوهشگران از طریق مصاحبه با مدیران سازمان‌های دولتی به‌عنوان جامعه آماری به‌دست آمده است. متن مصاحبه‌ها به‌صورت جملات و عبارات کوتاه، کدگذاری شده است و کدهای اولیه پس از تحلیل به مفاهیم و سپس به مقوله‌ها تبدیل شده و تحلیل شده‌اند. تحلیل مضمون مصاحبه‌های انجام شده با مشارکت کنندگان در فرآیند پژوهش به شناسایی ۸ مقوله و ۲۱ مفهوم انجامید که در ادامه و در قالب جدول ۳ نتایج حاصل از کدگذاری مصاحبه‌ها آورده شده است.

جدول ۳. اهم گزاره‌های کلامی یا کدهای شناسایی شده

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
دل‌بستگی	ترس و اضطراب	- ترس از حذف شدن - اضطراب عملکرد نامطلوب در جایگاه مدیریت - اضطراب خدشه‌دار کردن اعتماد مدیران بالادستی - ترس از مقایسه شدن با از دست دادن پست مدیریت - از دست دادن فرصت دیده شدن - از دست دادن فرصت ابراز عقیده
	میل به رهبری	- علاقه و اشتیاق به رهبری کردن - علاقه به مدیریت کردن - علاقه به قدرت تصمیم‌گیری نهایی - لذت بردن از مدیریت - انگیزه ادامه دادن با انرژی بیشتر
	احساس تعلق	- احساس تعلق به مراتب بالای سازمانی - احساس تملک نسبت به جایگاه مدیریت - سخت بودن برگشت به سطوح پایین سازمانی - احساس راحتی در جایگاه مدیریت - مدیریت را سهم خود دانستن
پیوستگی	تناسب شغل - شاغل	- داشتن دید مدیریتی - رفتارهای خاص جایگاه مدیریت - میل به سروسامان دادن به وضعیت - داشتن روحیه مدیریتی - تناسب بین علایق شخصی و جایگاه مدیریت - تناسب بین ویژگی‌های شخصیتی و ویژگی‌های مورد نیاز شغل مدیریت - داشتن ارزش‌های مشترک با جایگاه شغلی مدیریت - داشتن دانش چند رشته‌ای - داشتن هوش هیجانی بالا - داشتن ارتباطات رسمی و غیررسمی بالا
	وابستگی به جایگاه	- وابستگی بقای مدیر به بقای جایگاه شغلی - شخصی دانستن مسائل و مشکلات جایگاه شغلی - شخصی دانستن اظهارنظر دیگران درباره جایگاه شغلی - وابستگی رفاه مدیر به رفاه جایگاه مدیریت - ایفای نقش مدیریت در سفر و مهمانی‌ها - احساس سرخوردگی روحی با از دست دادن جایگاه شغلی - از دست دادن اعتماد به نفس با از دست دادن جایگاه مدیریت
	انس به جایگاه	- احساس خوشبختی - حس خوب شناخته شدن به‌عنوان مدیر - احساس خوشایند از داشتن جایگاه مدیریت - احساس رضایت درونی با داشتن جایگاه مدیریت - پیوند خوردن با مدیریت - درونی شدن مدیریت

ادامه جدول ۳.

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
پایبندی	تعهد به جایگاه	-دغدغه بهبود وضعیت -تحمل سختی و کمبودها در جهت تحقق اهداف -سنجیدن و بررسی همه‌جانبه مسائل -تلاش در جهت ارتقا دانش تخصصی -اتخاذ تصمیمات اثربخش -انتقاد از عملکرد ضعیف دیگر مدیران -پرهیز از سهل‌انگاری در مسیر اجرای برنامه‌های مدیریتی -رفتار و برخورد شایسته جایگاه مدیریت در جلسات -ارائه ایده و راهکار به دیگر مدیران جهت اصلاح مسیر اشتباه -هشدار به کارکنانی که رفتار انحرافی دارند -ناراحتی از بی‌توجهی به مسائل مربوط به مدیریت -ناراحتی از انجام ناقص فعالیت‌های مدیریتی -احساس نگرانی نسبت به جایگاه شغلی
	ایثار	-گذشتن از علایق شخصی در جهت حل مشکلات جایگاه مدیریت -اولویت قرار دادن جایگاه شغلی نسبت به خانواده در مواقع بحران -نقش‌پذیری برای مجموعه -تاب‌آوری در زمان چالش‌ها و اتفاقات پیش‌بینی نشده
	محافظت کردن	-تلاش جهت حفظ اعتماد مافوق در راستای حفظ موقعیت شغلی -حفظ اعتماد پرسنل با حمایت از آنان جهت حفظ جایگاه -تلاش در جهت سربلندی سازمان به‌منظور حفظ شغل مدیریت -اثبات توانایی مدیریت جهت حفظ جایگاه مدیریتی
سلطه‌جویی	کنترل کردن	-حفظ فاصله شغلی -مشخص کردن حدود مرزها -جدول‌بندی و مسيردهی انجام کار پرسنل -کنترل مسائل کاری -مشخص کردن مواضع و خط قرمزها -تعریف فضای رفتاری
	نفوذ و اثرگذاری	-اثرگذاری بر روابط سازمانی -اثرگذاری بر جوسازمانی به نفع خود -اثرگذاری بر سیاست‌های سازمانی -هماهنگ کردن پرسنل در راستای تصمیمات خود -تغییر جریان‌های سازمانی به نفع خود -داشتن سیاست کاری -استفاده از کارشناسان قوی جهت توفیق طلبی شخصی -نفوذ در مدیران بالادستی -نفوذ در کارکنان

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
احساس مسئولیت	مسئولیت پذیری	- عملکرد صریح و قاطع - ایستادگی پای الزامات و اجبارهای شغل مدیریت - جدیت و دقت در انجام کارها - دفاع از جایگاه مدیریت - نظارت شخصی بر انجام درست کارها - عدم تفویض وظایف مدیریتی - مراقبت هنگام انجام وظایف - احساس مسئولیت نسبت به جایگاه مدیریت حتی در بیرون از سازمان - انجام وظایف و مسئولیت‌ها به بهترین نحو
	پاسخگویی	- انجام به‌موقع وظایف مدیریتی - پاسخگویی در برابر نتایج تصمیمات - پذیرش مسئولیت نتایج تصمیمات اتخاذ شده - شفافیت در عملکرد - شرح وظایف روشن و شفاف
خودمختاری	اختیار و آزادی عمل	- اختیار در چگونگی اجرای تصمیمات بالادستی - صلاح‌دید در برنامه‌ریزی مستقل برای اجرای تصمیمات - اختیار در نحوه اجرایی کردن مقررات - استقلال در زمان‌بندی انجام کارها - آزادی عمل در تقسیم‌بندی کارها - آزادی عمل در هماهنگ کردن برنامه‌های کاری - آزادی در صدور دستورات - آزادی عمل در تعدیل قوانین سازمانی در شرایط خاص - آزادی در انتخاب روش مدیریت تیم و گروه
	نوآوری	- خلاقیت در انجام فعالیت‌ها - خلاقیت در حیطه تبصره‌ها و اختیارات - چاره‌جویی با توجه به محدودیت قوانین در شرایط خاص - استفاده از ابتکار شخصی در قالب قوانین - تدبیر مدیرانه در اجرای قوانین - ارائه ایده و اجرای آن برای انجام بهتر کارها
هویت‌یابی	به رسمیت شناخته شدن	- شناخته شدن در اجتماع از طریق جایگاه شغلی - واکنش‌ها و برخوردهای مثبت در روابط درون و برون سازمانی - پی بردن دیگران به اصل وجود من با داشتن جایگاه مدیریت - معرفی خود به‌عنوان مدیر - افتخار به داشتن جایگاه مدیریت - هویت مشترک با مدیریت
	منحصربه‌فرد بودن	- داشتن نگاه متمایز و متفاوت به مسائل مختلف - داشتن توانایی تصمیم‌سازی - استعداد رهبری - مقبولیت داشتن - ذاتاً مدیر بودن
	احساس لیاقت‌مندی	- احساس مفید بودن - احساس باارزش بودن - احساس باکفایتی - توانایی تحقق خواسته‌ها - شایسته دانستن خود برای جایگاه مدیریتی - توانایی برآوردن انتظارات از جایگاه شغلی

ادامه جدول ۳.

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
خودکارآمد پنداری	قدرت طلبی	- داشتن قدرت مهره چینی در سازمان - میل به داشتن قدرت اجرایی در تصمیم‌گیری‌ها - احساس قدرت کردن در سازمان - احساس ریاست‌طلبی - احساس جاه‌طلبی - میل به دستور دادن
	خودبرترینی	- احساس برتری نسبت به دیگران در حل مسائل کاری - فراتر دانستن خود نسبت به دیگران در جایگاه مدیریت - احساس برتری در اشرافیت داشتن بر مجموعه نسبت به دیگران - احساس محق بودن - احساس رضایت درونی از خود - احساس موفق بودن
	پذیرش‌گیری شغلی	- دریافت پاداش بیشتر در جایگاه مدیریت - حفظ اعتبار و آبرو با داشتن جایگاه مدیریت - داشتن امتیازات و فرصت‌های بیشتر در روابط اجتماعی - احترام و عزت اجتماعی به واسطه جایگاه مدیریتی

در گام نخست، کدهای اولیه بسیار زیادی به دست آمد. به منظور جلوگیری از تکرار تمام کدهای اولیه مشابه یا تکراری که مفهوم نزدیکی به هم داشتند در یک مجموعه واحد قرار گرفتند و مفاهیمی را به وجود آوردند که شکل‌دهنده مضامین بودند. در ادامه با آوردن نمونه‌هایی از مطالب گفته‌شده توسط مدیران، مضامین استخراج‌شده بیشتر قابل درک خواهد بود.

مقوله اول: دل‌بستگی

این مقوله اصلی در سه مقوله فرعی شامل (ترس و اضطراب، میل به رهبری و احساس تعلق)، دسته‌بندی می‌شود.

مصاحبه ۳: «رهبر بودن را دوست دارم، - حس موفق بودن و انگیزه ادامه دادن با انرژی بیشتر که جدی‌تر می‌شوم در سرعت و دقت در انجام کارها».

مصاحبه ۱۲: «اگر تعلق و علاقه‌ای به این منصب نباشد وقتی که کار خیلی سخت می‌شود، مانند فشار از مدیران بالا و دستورات و کمبود امکانات توان آدم را می‌گیرد».

مصاحبه ۶: «کسی که یک گام جلو رفت برگشت به عقب برایش سخت است. اینکه دوباره برگردد و کارشناس باشد چون مداوم وارد مقایسه می‌شود».

مصاحبه ۱۷: «خوشحالی». به نظرم همین کلمه همه چیز را توضیح می‌دهد. اگرچه مشکلات و دغدغه‌ها به نسبت بیشتر هست اما همین که خوشحالم و کارم را با رضایت انجام می‌دهم باعث می‌شود که مشکلاتش را هم به جان بخرم».

مقوله دوم: پیوستگی

این مقوله اصلی را ۳ مقوله فرعی تناسب شغل-شاغل، وابستگی به جایگاه و انس به جایگاه تشکیل داده است.

مصاحبه ۲: «وقتی می‌گویند بفرمایید این پست مدیریت بالادستی‌ها یکسری توانایی‌ها را در شما دیده‌اند؛ اما مهم این است که شما اول باید خودت را بسنجی به عنوان مدیر، ببینی آیا خلاق هستی، هوش هیجانی بالا داری، روابط عمومی خوب داری، می‌توانی با آدم‌های متفاوت کار کنی، توان پذیرش تفاوت‌ها و جهت دادن به آن‌ها برای پیشبرد اهداف سازمانت را داری».

مصاحبه ۵: «برای من این گونه بوده که حتی اگر جایی هم نخواهم بگویم من مدیر هستم پس اینجا هم باید مدیریت کنم مثل یک گردهمایی دوستانه یا یک جمع خانوادگی یا مثل این هر جایی خارج از سازمان، یا حتی شده گاهی رفته‌ام به سازمان‌های دیگر که من نخواسته‌ام خود را به عنوان مدیر معرفی کنم اما از نحوه رفتار من یا لباس پوشیدن و حرف زدن متوجه شده‌اند و خواسته‌اند که من نظر بدهم یا گفتگو را بیشتر من مدیریت کنم. به نظرم یک مدیر همه‌جا مدیر است حتی اگر خودش بروز ندهد اما رفتار معمولی و نوع نگاهش به مسائل مشخص است».

مصاحبه ۶: «مدیریت در شخصیت من است و همراهم است، در شیوه انتخاب کلمات، زبان بدن و این کاملاً مشخص است».

مصاحبه ۱۶: «الآن زندگی من یک‌طوری هست که اگر جایی خارج از سازمان هم باشم مثلاً سفر برویم یا مهمانی من آنجا هم برای بقیه یک مدیر هستم».

مصاحبه ۱۱: «فکر می‌کنم کلاً مدیر به دنیا آمده‌ام. کلاً رهبری کردن در خون من است و از بچگی همین‌طور بوده‌ام؛ یعنی هر جا وارد می‌شوم رهبری کردن آن جمع و نشستن بر مسند مدیریت را نشان می‌دهم در رفتارم».

مقوله سوم: پایبندی

مقوله پایبندی خود تشکیل دهنده سه مقوله فرعی تعهد به جایگاه، ایثار و محافظت کردن می باشد.

مصاحبه ۷: «در کل بهبودی وضعیت برای من دغدغه است و در من ریشه دارد حالا این بهبود وضعیت متعلق به خانواده من باشد یا متعلق به تیمی که تحت نظارت من کار می کند فرقی ندارد. یک مدیر همیشه و همه جا یک مدیر است».

مصاحبه ۶: «من ویژگی مفیدی که دارم این است که آدم جدی هستم و با کسی تعارف ندارم؛ یعنی در مسیر اجرایی کردن برنامه های مدیریتی خود برای دستیابی به اهداف سازمان هیچ رابطه گرایی و سهل انگاری را نمی پذیرم».

مصاحبه ۱۱: «این جایگاه مشکلات خاص خودش را هم دارد چون شما هیچ وقت راحت و در استراحت نیستید هر جا مشکلی باشد شما را مدیر و مدبر می دانند و گاهی باید از استراحت خود بزنید؛ اما همین که مشکلی حل می شود و کاری با موفقیت انجام می شود ارزش دارد به تحمل سختی هایش».

مصاحبه ۱۵: «من مدیریت کردن مجموعه را بر عهده دارم و سعی می کنم نقاط ضعف مجموعه را برطرف کنم و آن را وارد یک مسیر آرام و درست کنم».

مقوله چهارم: سلطه جویی

مقوله سلطه جویی خود تشکیل دهنده دو مقوله فرعی کنترل کردن و نفوذ و اثرگذاری می باشد.

مصاحبه ۳: «باید سیاست کاری داشته باشید تا بتوانید جریانات داخل سازمان را به نفع خود تحت تأثیر قرار دهید».

مصاحبه ۱: «اگر می خواهید در بخش خود یک مدیر مؤثر یا حتی یک کارشناس مسئول مؤثر باشید، باید همان اول خط قرمزها و مواضع خود را برای همکاران و زیردستان مشخص کنید».

مصاحبه ۶: «مدیر باید در برخورد با پرسنل حد و مرزها را مشخص کند و برای خود من حفظ فاصله شغلی خیلی مهم است. حفظ جایگاه شغلی و صحیح عمل کردن اقتضا می کند

که اول تیم را بشناسم بعد متناسب با ویژگی‌های شخصیتی پرسنل خودم با آن‌ها فضای رفتاری را تعریف کنم».

مصاحبه ۴: «در جلسات مهم سیاست‌گذاری از من هم دعوت کنند تا حضور داشته باشم و پیشنهادهای خودم را بدهم این در بلندمدت حتی می‌تواند در ترفیع من به جایگاه مدیریتی بالاتری اثرگذار باشد. مدیری که نتواند پرسنلش را هم‌راستای تصمیمات خود هماهنگ کند اصلاً مدیر نیست».

مقوله پنجم: احساس مسئولیت

مقوله احساس مسئولیت خود در دو مقوله فرعی مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی دسته‌بندی شده است.

مصاحبه ۲۰: «در بحث مدیریت چون رقیب‌هایی هستند و بیشتر کارمندان کسانی را به‌عنوان مدیر می‌پذیرند که از دوستانشان باشند پس وقتی تو آن پست رو می‌گیری در گام اول آن‌ها سعی می‌کنند تو رو جدی نگیرند پس اگر صریح و قاطع عمل نکنی در گام دوم سعی می‌کنند که صندلی را از زیر پای تو بکشند، پس تو باید این حس را به آن‌ها منتقل کنی که در عین حال که هیچ خطری متوجهشان نیست ولی تو را باید بپذیرند».

مصاحبه ۵: «من مدیر توانمندی هستم؟ اگر بله پس می‌توانم پاسخگویی عواقب تصمیماتی باشم که می‌گیرم. من همیشه به خود می‌گویم مثل یک مدیر تصمیم بگیر و مثل یک مدیر پاسخگو باش».

مصاحبه ۱۰: «اگر بگویم من یک فرمانده هستم شاید از نظر شما دیکتاتور محسوب بشوم اما واقعیت این است که من کلاً همه‌جا تمایل دارم خودم وارد عمل شوم یعنی اگر حتی در خانواده کارها را به همسر یا بقیه بسپارم باز هم نظارت اصلی را خودم باید انجام دهم».

مصاحبه ۱۵: «یک جور الزام و اجبار با شغل مدیریت همراه است وقتی آن را از خودت می‌دانی باید پای الزام‌ها و اجبارهایش هم بایستی؛ مثلاً وقتی با غرور می‌گویی من یک مدیر هستم و لذت می‌بری از بیان توانمندی مدیر بودن باید با تواضع هم بگویی که مسئولیت کارت را می‌پذیری چون از بارزترین ویژگی‌های مدیریت، مسئولیت‌پذیری هست».

مصاحبه ۷: «مدیر مثل پدر هست برای خانواده. یک پدر مسئولیت خانواده رو پذیرفته پس پای تمام تصمیماتش و عواقبش هم باید بایستد».

مقاله ششم: خودمختاری

این مقاله در دو مقاله فرعی اختیار و آزادی عمل و نوآوری دسته‌بندی شده است.

مصاحبه ۴: «من خودم مدیریت را از این جهت دوست دارم که در تقسیم‌بندی کارهای محوله از طرف چارت سازمانی این قدرت و آزادی را دارم که زمان‌بندی به‌طور نسبی دست خودم باشد».

مصاحبه ۵: «من مدیریت را به دلیل آزادی عملش دوست دارم چون به‌عنوان مدیر این من هستم که برنامه کاری پرسنل رو هماهنگ می‌کنم و واقعاً من یک شخصیتی دارم که نمی‌توانم از کسی دستور بگیرم حتماً باید خودم دستورات رو صادر کنم».

مصاحبه ۱۵: «احساس قدرت می‌کنم وقتی استقلال عملم را چاشنی چارچوب‌های قوانین می‌کنم. من این قسمت کارم رو خیلی با ذوق انجام می‌دهم چون فکرم درگیر پیدا کردن و انتخاب بهترین روش مدیریت گروه می‌شود و این چالش من را قوی‌تر می‌کند».

مصاحبه ۱: «وقتی مدیر باشی یک خورده دست بازتر است که چطور با هر پرونده و مورد بخواهی برخورد کنی».

مصاحبه ۱۰: «یک مدیر بدون تصمیمات مستقل که مدیر نیست. به‌جرت می‌گویم که احساس افتخار می‌کنم وقتی می‌بینم یک سازمان و کلی نیروی انسانی را دارم به‌خوبی با برنامه‌ریزی‌هایی که در نهایت به‌طور مستقل درباره آن‌ها تصمیم گرفته‌ام اداره می‌کنم».

مصاحبه ۱۳: «از نظر من قوانین و ضوابط ابزارهایی هستند که دست تو اند که آن قوانین را تو در راستای افرادی که مراجعه می‌کنند تعریف بکنی یا نه».

مقاله هفتم: هویت‌یابی

این مقاله خود در سه مقاله فرعی به رسمیت شناخته شدن، احساس لیاقت‌مندی و منحصر به فرد بودن دسته‌بندی می‌شود.

مصاحبه ۷: «داشتن جایگاه مدیریت باعث می‌شود آدم‌ها درک کنند که در اصل چی هستی و کی هستی».

مصاحبه ۱۱: «جایگاهی که دارم و منزلت اجتماعی که نصیب من شده به‌واسطه مدیر بودنم است».

مصاحبه ۱۷: مدیر بودن به من احساس مفید بودن و اقتدار می‌دهد».

مصاحبه ۲: «وقتی در جایگاه مدیر ظاهر می شوید یک حساب دیگری روی آدم باز می کنند که در واکنش ها و برخوردهایشان در روابط کاملاً واضح است. در روابط اجتماعی هم صاحب امتیازات و فرصت های بیشتری خواهید بود».

مصاحبه ۱۸: «مدیریت یعنی تصمیم سازی حالا ما یکسری قوانین داریم اما شیرینی جایگاه مدیر به این هست که می تواند خودش در مواردی برای همه سازمان زیر نظارتش تصمیم بگیرد. تفاوت مدیر با کارمند همین است».

مقوله هشتم: خودکارآمدپنداری

این مقوله خود در سه مقوله فرعی قدرت طلبی، خودبرترینی و پذیرش گیری شغلی دسته بندی می شود.

مصاحبه ۴: «بیشتر از اینکه بگویم این صندلی مدیریت را می خواهم احساس می کنم جایی را که مسئولیتش بر عهده من گذاشته شده یا جایی را که اکتساب کردم کسی دیگر به اشرافیت و کیفیت من نمی تواند کار را انجام دهد».

مصاحبه ۶: «جایگاه مدیریت این قدرت را به شما می دهد که بتوانی آدم های متفاوت را در یک مجموعه طوری کنار هم قرار دهی و رهبری کنی که کشتی که دستت سپرده شده به گل نشیند».

مصاحبه ۷: «مدیری که نتواند ترفیع جایگاهش را حفظ کند یا به جایگاه بالاتر ارتقا پیدا کند معمولاً دچار سرخوردگی روحی می شود و اعتماد به نفسش را از دست می دهد».

مصاحبه ۵: «وقتی می بینم به چیزی که می خواسته ام رسیده ام احساس قدرت می کنم».

بحث و نتیجه گیری

باگذشت سالها، دانشمندان با استفاده از تئوری مالکیت روان شناختی در ادبیات سازمان تعداد زیادی مطالعه را انجام داده اند. همان طور که داو کینز و همکاران (۲۰۱۵)، خاطر نشان کرد، اکثر مطالعات تجربی بر پیامدهای مثبت این سازه از جمله تعهد سازمانی، تعهد عاطفی، رضایت شغلی، عزت نفس مبتنی بر سازمان، تعامل در کار و قصد ماندن متمرکز شده اند؛ اما همان طور که دانشمندان در برخی کارهای عمدتاً نظری اذعان کرده اند، مالکیت روان شناختی همچنین می تواند منجر به اثرات منفی مانند عدم تفویض و به اشتراک گذاری اطلاعات، جلوگیری از کار تیمی و همکاری، مشارکت در خرابکاری، تجربه احساس

استرس، بیگانگی، استرس و مقاومت در برابر تغییر شود. به طور کلی احساس مالکیت مانند یک شمشیر دو لبه است که می‌تواند سازمان را شکوفا کرده یا مسیر رشد آن را کاملاً مسدود نماید.

این مطالعه باهدف درک روان‌شناسانه پدیده احساس مالکیت نسبت به مشاغل مدیریتی در میان مدیران انجام شده است تا با شناسایی مؤلفه‌های شکل‌دهنده آن گام مهمی در جهت شناخت و کمک به مدیریت این پدیده در سازمان‌ها برداشته شود. پژوهشگران در این تحقیق تلاش کردند از بکار بردن تعصبات، تجربیات و مفروضات شخصی خود جهت تلقین عقاید به مشارکت‌کنندگان خودداری کنند. مضمون اصلی در این پژوهش، پدیده احساس مالکیت است که نتایج حاصل شده برای فهم روان‌شناسانه آن شامل هشت مقوله اصلی دل‌بستگی، پیوستگی، پایبندی، سلطه‌جویی، خودمختاری، احساس مسئولیت، هویت‌یابی و خودکارآمدپنداری و بیست‌ویک مقوله فرعی شامل: ترس و اضطراب، میل به رهبری، احساس تعلق، تناسب شغل-شاغل، وابستگی به جایگاه، انس به جایگاه، تعهد به جایگاه، ایثار، محافظت کردن، کنترل کردن، نفوذ و اثرگذاری، مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی، اختیار و آزادی عمل، نوآوری، به رسمیت شناخته شدن، منحصر به فرد بودن، احساس لیاقت‌مندی، خودبرتری، قدرت‌طلبی و پذیرش‌گیری شغلی می‌باشد.

در راستای مقوله هویت‌یابی با مقوله‌های فرعی (منحصربه‌فرد بودن، به رسمیت شناخته شدن و احساس لیاقت‌مندی) مطالعه پیرس و همکاران (۲۰۰۳) نتایج پژوهش حاضر را تأیید می‌کند. افراد در تلاش برای درک خود، ابراز وجود به دیگران و حفظ تداوم هویت خود نیاز دارند که خود را به یک هدف (مادی یا غیرمادی مانند یک شیء یا جایگاه شغلی) متصل کنند. پیرس و همکاران معتقد بودند هنگامی فرد نسبت به هدف احساس مالکیت می‌کند که هدف را به‌عنوان بخشی از هویت خود ادراک می‌کند. دارایی‌ها به انسان کمک می‌کنند به برخی سوالات از جمله من چه کسی هستم؟ (پورتیوس، ۱۹۷۶)؛ من چه کسی بودم؟ و چه کسی خواهم شد؟ (جوسیلا و همکاران، ۲۰۱۵) پاسخ دهند. در نتیجه افراد این دارایی‌ها و اهداف مالکیت را به‌عنوان توصیف‌کننده‌های هویت خود می‌بینند. نتایج تحقیق در خصوص این مؤلفه با نتایج تحقیق دیتمار (۱۹۹۲)، پیرس و همکاران (۲۰۰۱)، آوی و همکاران (۲۰۰۹)، پیرس (۲۰۱۱)، اولکرز (۲۰۱۳) و وان زیل و همکاران (۲۰۱۷) مطابقت دارد.

در بررسی مقوله سلطه‌جویی با مقوله‌های فرعی (کنترل کردن و اثرگذاری و نفوذ)، سلطه‌جویی به حالتی اشاره دارد که انسان میل به مهار و کنترل همه‌چیز داشته باشد. این میل به مهار و کنترل می‌تواند منجر به نمایان شدن احساس مالکیت نسبت به هدفی که افراد به دنبال مهار و کنترل آن هستند شود. زمانی که افراد به دنبال این هستند که بتوانند شغل و محیط کار خود را کنترل کرده و همچنین آن را با توجه به خواست خود تغییر دهند و از سوی دیگر در انجام این اقدام آزادی لازم را داشته باشند نشانه‌های سلطه‌جویی بروز پیدا می‌کنند. زمانی که مدیر بتواند شغل و محیط کار خود را آزادانه کنترل کند و در آن تغییر ایجاد کند باعث ایجاد احساس لذت می‌شود و این احساس لذت منجر به نمایان شدن احساس مالکیت نسبت به شغل و محیط کار می‌شود. این مؤلفه به‌طور غیرمستقیم با نتایج پژوهش‌های ویل (۱۹۵۲)، پورتیوس (۱۹۷۶) و پیرس و همکاران (۲۰۰۳) و (۲۰۰۱) همخوانی دارد.

مقوله خودمختاری که شامل مقوله‌های فرعی (اختیار و آزادی عمل و نوآوری) می‌باشد به حدی اشاره دارد که کارمند بتواند فعالیت‌های روزمره خود، کارمندان دیگر و فضای شخصی خود را کنترل کند. پارکر و همکاران (۱۹۹۷) اشاره کردند که افزایش خودمختاری کارکنان باعث افزایش احساس مالکیت کاری که انجام می‌دهند می‌شود. به‌طور کلی به نظر می‌رسد وظایف و مشاغل سطح بالا که استقلال بیشتری را فراهم می‌کنند، حاوی سطح بالاتری از کنترل هستند و بنابراین احتمال بروز احساس مالکیت نسبت به هدف را افزایش می‌دهند. نتایج این مطالعه در مقوله خودمختاری با نتایج مطالعه اولکرز و پلسیس (۲۰۱۲)، اولکرز (۲۰۱۳) و بریتز (۲۰۱۶) هم‌راستا است.

طبق نتایج پژوهش مقوله احساس مسئولیت که شامل مقوله‌های فرعی (مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی) است، یکی دیگر از مقوله‌های مهم شکل‌دهنده مفهوم احساس مالکیت روان‌شناختی می‌باشد. بیگل هول (۱۹۳۲) و فوربی (۱۹۷۸)، این نظریه را مطرح کردند که احساس مالکیت منجر به احساس مسئولیت می‌شود. به‌عبارت‌دیگر احساس مالکیت با مسئولیت احساس شده نسبت به هدف مالکیت همراه است. هنگامی که خود فرد نسبت به سازمان یا جایگاه شغلی احساس مالکیت داشته باشد تمایل به نگهداری، تقویت و محافظت از آن هدف منجر به ایجاد احساس مسئولیت در برابر آن می‌شود. پیرس و همکاران (۲۰۰۳)، رابطه مثبتی بین مالکیت روان‌شناختی و مسئولیت تجربه‌شده پیدا کردند. کوگلان (همان‌طور

که در لی، ۲۰۰۸ نقل شده است) بر ارتباط مثبت بین احساس مسئولیت و مالکیت روان‌شناختی شغل تأکید دارد. در مطالعه‌ای، پاره، سیکوت و ژاک (۲۰۰۶) دریافتند که فعالیت‌های مربوط به مسئولیت با مالکیت روان‌شناختی رابطه مثبت دارد که همه این موارد تأییدکننده نتایج مطالعه حاضر در این مقوله است. نتایج تحقیق در این مقوله با نتیجه مطالعات میلر (۱۹۹۳)، پیرس و همکاران (۲۰۰۱)، اولکرز و دوپلیسیس (۲۰۱۲)، اولکرز (۲۰۱۳) و بریتز (۲۰۱۶) هم‌راستا است.

مقوله پیوستگی که دربرگیرنده مقوله‌های فرعی (تناسب شغل-شاغل، وابستگی به جایگاه و انس با جایگاه) است به عواملی اشاره دارد که منجر به افزایش تمایل افراد به ماندن در جایگاه شغلی دارد. نتایج این مقوله نشان می‌دهد که زمانی که افراد بین روحیات و ویژگی‌های شخصیتی خود باهدف مالکیت احساس تناسب می‌کنند تمایل آن‌ها به حفظ هدف مالکیت افزایش می‌یابد. همچنین زمانی که مدیران بقای خود را وابسته به جایگاه شغلی دانسته و همچنین با داشتن جایگاه مدیریتی احساس خوشبختی کنند پیوند آن‌ها با جایگاه شغلی بیشتر شده در نتیجه باعث نمایان شدن احساس مالکیت نسبت به جایگاه شغلی در درون افراد می‌شود. پژوهش مشابهی که دربرگیرنده این مقوله باشد یافت نشد.

مقوله پایبندی که خود دربرگیرنده مقوله‌های فرعی (تعهد به جایگاه، ایثار و محافظت کردن) است نشان‌دهنده این است که کارکنان به شغل خود علاقه دارند و وظایف و تکالیف خود را به بهترین نحو انجام می‌دهند. رسیدن به مقوله پایبندی در مفهوم‌پردازی احساس مالکیت روان‌شناختی نشان می‌دهد افرادی که خود را متعهد به مراقبت و نگهداری از هدف مالکیت می‌دانند نسبت به آن هدف احساس مالکیت می‌کنند. در مقابل عوامل خطرزا برای هدف مالکیت ایستادگی کرده و آن‌ها را از سر راه موفقیت در هدف مالکیت برمی‌دارند و حتی از راحتی خود جهت تحقق هدف مالکیت می‌گذرند. پایبندی نشان می‌دهد زمانی که افراد اجازه خروج هدف از مسیر درست را نداده، در مقابل چالش‌های به وجود آمده برای آن می‌ایستند و جهت حفظ آن در مسیر اصلی تلاش می‌کنند نسبت به آن هدف احساس مالکیت می‌کنند. نتایج حاصل از این مؤلفه با نتایج تحقیق لاولر (۱۹۹۲)، ون داین و پیرس (۲۰۰۴) شوکلا (۲۰۱۵)، همخوانی دارد.

یکی از مقولات مهم این پژوهش مقوله دل‌بستگی است که خود دربرگیرنده مقوله‌های فرعی (ترس و اضطراب، میل به رهبری و احساس تعلق است) می‌باشد. مطابق این مقوله

احساس مالکیت سبب می‌شود افراد هدف مالکیت را مال خود بدانند و زمانی که افراد نسبت به یک هدف احساس مالکیت می‌کنند اولین احساس ایجاد شده در آن‌ها ترس و نگرانی بابت از دست دادن آن هدف است. داشتن هدف مالکیت از یک سو منجر به بروز احساس تعلق می‌شود و از سوی دیگر با ترس و اضطراب جهت از دست دادن هدف همراه است این جنگ احساسات درون افراد برای هدف مالکیت، مقوله دل‌بستگی را به مهم‌ترین مقوله احساس مالکیت روان‌شناختی تبدیل کرده است. انسان‌ها دارای یک نیاز خاص به یک مکان معین هستند که بتوانند در آن باشند و احساس کنند در خانه هستند (پورتیوس، ۱۹۷۶)؛ از این رو با داشتن «خانه» نیاز روانی فرد به تعلق داشتن راضی می‌شود که در نهایت منجر به شکل‌گیری احساس مالکیت می‌شود. پژوهش‌های مشابهی که دربرگیرنده این مقوله باشد یافت نشد.

مقوله دیگری که در پژوهش حاضر کشف شد مقوله خودکارآمد پنداری است که خود شامل سه مقوله فرعی (خودبرتری، قدرت‌طلبی و پذیرش‌گیری شغلی) می‌باشد. احساس مالکیت سبب می‌شود افراد احساس کنند تنها کسی هستند که لیاقت داشتن آن هدف را دارند. از داشتن آن احساس قدرت می‌کنند زیرا تصور می‌کنند برتری آن‌ها به دیگران باعث تصاحب هدف مورد نظر شده است. همچنین زمانی که افراد در پیوند با هدف مالکیت مزایایی به دست بیاورند نیز تمایل آن‌ها به حفظ هدف مالکیت افزایش می‌یابد و احساس پذیرش‌گیری شغلی می‌کنند یعنی دیگران فرد را به‌عنوان کسی که دارای جایگاه شغلی است پذیرفته‌اند و از این طریق امتیازاتی برای فرد شکل می‌گیرد. نتایج حاصل از این مؤلفه با نتایج پژوهش ایوان و کلی (۲۰۰۲)، آوی و همکاران (۲۰۰۹) و اولکرز (۲۰۱۳) همخوانی دارد.

بعد از پذیرش این موضوع که روانشناسی من وجود دارد و خود را به اشیاء مادی (مثل ابزارها) و غیرمادی (مثل کار و ایده‌ها) پیوند می‌دهد انجام پژوهش در این مورد ضرورت می‌یابد. پژوهش حاضر می‌تواند حاوی پیامدهایی برای سازمان‌ها باشد. درحالی‌که مدت‌ها اعتقاد بر این بوده است که احساس مالکیت روان‌شناختی ساختاری است که به‌طور کلی منجر به احساسات، نگرش‌ها و رفتار سازمانی مثبت می‌شود برخی یافته‌ها نشان می‌دهد که اگر افراد به میزان زیادی درگیر این پدیده شوند احتمال بروز پیامدهای منفی افزایش می‌یابد به همین دلیل است که پدیده مالکیت روان‌شناختی مانند یک شمشیر دو لبه عمل می‌کند.

شایان‌ذکر است از آنجا که هدف غایی پژوهش‌های پدیدارشناسی شناسایی ذات و جوهره پدیده مورد مطالعه به‌واسطه تجربه زیسته افراد است، چندان پیشنهاد محور نیستند

(عزیزی و همکاران، ۱۳۹۸). با این وجود، متناسب با یافته‌های حاصل از پژوهش و درک تجربه زیسته مدیران سازمان‌های دولتی در خصوص پدیده احساس مالکیت روان‌شناختی پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها موارد شناسایی شده در این پژوهش را به‌عنوان مؤلفه‌های روان-شناسانه تشکیل‌دهنده احساس مالکیت به‌دقت مورد مطالعه و بررسی قرار دهند. این اقدام علاوه بر آشنایی هرچه بیشتر با پدیده احساس مالکیت می‌تواند زمینه را برای بروز موارد پیشنهاد شده زیر نیز فراهم کند:

- تفکیک کردن و تمایز قائل شدن بین احساس مالکیت روان‌شناختی با سایر احساسات مشابه که ممکن است معنای نزدیک به هم داشته باشند.

- شناخت وجود یا عدم وجود احساس مالکیت در میان مدیران از طریق دیدن مؤلفه‌های شکل‌دهنده احساس مالکیت روان‌شناختی در رفتار مدیران جهت مدیریت هرچه بهتر این پدیده.

- شناسایی موقعیت‌هایی که بروز احساس مالکیت می‌تواند پیامد مثبت یا منفی داشته باشد و برنامه‌ریزی در جهت مدیریت آن. در این راستا برخی پیشنهادها به سازمان‌ها ارائه می‌شود: - در زمینه مؤلفه خودمختاری با توجه به اینکه لازمه بروز این مؤلفه داشتن احساس کنترل بر محیط است به سازمان‌هایی که مایل‌اند احساس مالکیت را در مدیران خود رشد دهند توصیه می‌شود محیط کاری ایجاد کنند که در آن مدیران توانمند شده و به آن‌ها اجازه می‌دهد تا بر جنبه‌های مهم کار خود کنترل داشته و ترتیبات کاری‌شان را خودشان تنظیم کنند در نهایت این کنترل ادراک شده می‌تواند منجر به نمایان شدن احساس مالکیت در مدیران شود.

- در زمینه مؤلفه احساس مسئولیت نتایج نشان‌دهنده مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی مدیری است که نسبت به شغل مدیریت احساس مالکیت می‌کند؛ اما نکته مهمی که به نظر می‌رسد این است که ممکن است مسئولیت داده‌شده با خواست بیرونی و به اشتباه باشد نه خواست فردی که مسئولیت را برعهده گرفته بر این اساس به سازمان‌های دولتی توصیه می‌شود در هنگام انتخاب افراد برای تصدی مشاغل مدیریتی افرادی را برگزینند که میل به پذیرش شغل موردنظر را داشته باشند تا بدین ترتیب زمینه را برای تحقق پیامدهای مثبت و کاهش پیامدهای منفی و همچنین بهبود عملکرد سازمان فراهم کنند. در این راستا معاینه افراد از نظر سلامت روان‌شناختی و تشکیل پرونده سلامت روانی می‌تواند کمک‌کننده باشد. همچنین

گنجاندن نظر مدیران در تصمیماتی که سرنوشت شغلی آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد علاوه بر اینکه پابندی بیشتری در پی خواهد داشت، احساس مسئولیت در آنان را نیز ارتقا داده و در نتیجه مالکیت روان‌شناختی بیشتری به وجود خواهد آمد.

- اجازه دادن به مدیر جهت تنظیم دکوراسیون اتاق مدیریت به سلیقه شخصی و استفاده از نشانه‌هایی جهت مشخص کردن حوزه مدیریت از یک سو می‌تواند انگیزه هویت‌یابی مدیر را برطرف کرده و از سوی دیگر موجب تمرکز بیشتر بر وظایف شغلی می‌شود.

- در زمینه مؤلفه پیوستگی، برای تناسب بین شغل و شاغل پیشنهاد می‌شود در انتصاب‌ها، علاوه بر توانایی و مهارت‌های افراد به وضعیت روان‌شناختی و شخصیتی افراد نیز توجه شود. برای این منظور توصیه می‌شود از آزمون‌های شخصیت به منظور واگذاری مشاغل متناسب با حالات روحی و توانایی‌های افراد استفاده شود. انتصاب افراد در جایگاه شغلی مدیریت از طریق آزمون‌های شخصیت نشان می‌دهد بین شاغل و شغل همانندی وجود دارد و این همانندی به نوبه خود منجر به تقویت هویت‌یابی فرد می‌شود.

- به منظور مدیریت مؤلفه سلطه‌جویی پیشنهاد می‌شود فرهنگ مبتنی بر اعتماد در سازمان ایجاد شود، زیرا وجود اعتماد در سازمان باعث کاهش ترس از آسیب‌پذیری توسط زیردستان می‌شود.

- در زمینه مؤلفه پابندی، سازمان‌ها می‌توانند با قرار دادن منابع و مزایای مطلوب در اختیار مدیران پابندی را در آنان افزایش دهند. از دیگر راهبردها برای توسعه پابندی مدیران غنی‌سازی شغلی است. سازمان‌ها می‌توانند با استفاده از مدل ارائه شده توسط هاگمن و اولدهام (۱۹۷۵) (ایجاد مشاغل پیچیده از طریق افزایش تنوع مهارت، هویت وظیفه، استقلال، اهمیت کار، بازخورد) پابندی مدیران و در نتیجه مالکیت روان‌شناختی آنان نسبت به شغل را افزایش دهند. با این مدل مدیران تقریباً به‌ناچار در مسیری قرار می‌گیرند که منجر به افزایش کنترل هدف مالکیت، شناخت نزدیک از آن و سرمایه‌گذاری خود در شغل می‌شود که سه مسیر شناخته شده توسط پیرس و راجرز (۲۰۰۴) برای ایجاد مالکیت روان‌شناختی هستند. همچنین می‌توان با برگزاری دوره‌هایی آگاهی شغلی مدیران را افزایش داد، طبق نظریه اصیل - وکیل مدیران دولتی باید بدانند در جایگاه شغلی ک دارند نماینده مردم هستند و می‌بایست احساس مالکیتی که نسبت به شغل مدیریت دارند در راستای دستیابی به منفعت

عمومی باشد نه منفعت شخصی، از این طریق می‌توان به مدیریت احساس مالکیت در مدیران اقدام کرد.

-درزمینه مؤلفه دل‌بستگی، تدوین برنامه‌هایی آموزشی برای مدیران جهت برقراری تعادل در زندگی شخصی و کاری می‌تواند به مدیریت هر چه بهتر این پدیده در سازمان کمک کند.

-درزمینه مؤلفه خودکارآمدپنداری سازمان‌ها می‌توانند به مدیران اجازه دهند در تصمیماتی که بر موقعیت شغلی آنان تأثیرگذار است مشارکت نمایند. سازمان‌ها می‌توانند فرصت‌های فراوانی را در اختیار مدیران قرار دهند تا حرفه خود را توسعه دهند و از این طریق موفقیت را در این زمینه تجربه کنند که منجر به شکل‌گیری احساس کارآمدی در آنان می‌شود. این فرصت‌ها می‌توانند شامل موارد زیر باشند: پشتیبانی از مدیران، تمرین و رشد دادن توانایی‌های مدیریتی و انگیزشی و در دسترس بودن منابع شرکت برای توسعه مدیران.

پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده

-پیشنهاد می‌شود در تحقیقی به بررسی تأثیر فرآیندهای مدیریت منابع انسانی بر ارتقاء و کاهش احساس مالکیت روان‌شناختی پرداخته شود.

-پیشنهاد می‌شود در تحقیقی به بررسی نقش مزاج افراد در بروز احساس مالکیت روان‌شناختی در سازمان‌ها پرداخته شود.

-پیشنهاد می‌شود در پژوهشی مدلی جهت مفهوم‌پردازی مالکیت روان‌شناختی جمعی ارائه شود.

محدودیت‌های پژوهش

-محدودیت در دسترسی به مدیرانی که وقت کافی جهت مشارکت در فرآیند مصاحبه را داشته باشند که خود عاملی بر گسترش زمان انجام پژوهش شد.

-داده‌های گردآوری‌شده در بخش کیفی پژوهش مختص زمان حال است و ممکن است این داده‌ها به‌طور دقیق منطبق بر نیازهای آینده نباشند.

-خاص بودن موضوع پژوهش یعنی احساس مالکیت روان‌شناختی که نتایج آن وابسته به اقرار مدیران به داشتن چنین حسی منجر به ایجاد چالش اساسی در جهت گردآوری داده‌ها شده بود؛ زیرا در چنین مواردی مدیران در برابر ابراز چنین احساسی مقاومت می‌کنند

با این وجود محقق تلاش کرد تا با استفاده از تکنیک‌های خاص به طور غیرمستقیم از وجود احساس مالکیت روان‌شناختی نسبت به شغل در مدیران اطمینان حاصل کند.

تعارض منافع

تعارض منافع در این پژوهش مصداق ندارد.

ORCID

Sajad Alikarami		http://orcid.org/0000-0001-9900-384X
Mohsen Farhad Nejad		http://orcid.org/0000-0002-7990-1519
Abbas Ali Rastgar		http://orcid.org/0000-0001-6834-7682
Ali Yasini		http://orcid.org/0000-0002-8556-6497
Seyyed Abbas Ebrahimi		https://orcid.org/0000-0002-3363-5104

منابع

- اسماعیلی، محمود رضا و امیری، زینب. (۱۳۹۵). تأثیر رهبری مشارکتی بر مدیریت استعداد. فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، (۸۰)، ۲۵-۶۴، ۴۷-۶۴.
- الوانی، مهدی (۱۳۸۰). نظریه خادمیت و عاملیت. مدیریت و توسعه، ۵۵، ۱۱-۶.
- جبلی، محمد، شیری، اردشیر و تابان، محمد. (۱۳۹۵). الگوی تملک شغلی مدیران. مطالعات رفتار سازمانی، ۵(۳)، ۱۳۷-۱۶۲.
- حصیری، اسد، مرتضوی، سعید، رحیم نیا، فریبرز، خوراکیان، علیرضا. (۱۳۹۹). شناسایی و تبیین پیش‌آیندها و پسا‌آیندهای مالکیت روان‌شناختی در سازمان‌های دولتی استان بوشهر. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۳(۴۹)، ۳۱-۵۸.
- رحیم نیا، فریبرز و خراسانی طرقي، حامد. (۱۳۹۵). رابطه بین مالکیت روان‌شناختی و رفتار انحرافی در دبیران تربیت‌بدنی. نشریه مدیریت ورزشی، ۸(۵)، ۶۹۵-۷۰۷.
- فیدلر، فرد و شمرز، مارتین (۱۳۸۱). رهبری اثربخش. ترجمه: سهراب خلیلی شورینی، تهران: انتشارات یادواره کتاب.
- گلکاری حق، سینا، طباطبایی نسب، سیدمحمد، رجبی پور، علیرضا. (۱۳۹۹). بررسی مفهوم مالکیت روان‌شناختی از دیدگاه خریداران. مدیریت بازرگانی، ۲(۱۲)، ۳۹۹-۴۲۱.
- مرتضوی، لیلا و شجاعی، محمدحسین. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین رهبری اصیل ادراک‌شده با مالکیت روان‌شناختی ترویجی و پیشگیری‌کننده. پژوهش‌نامه مدیریت تحول، ۱۴(۷)، ۱۲۸-۱۰۴.

یزدان‌شناس، مهدی. (۱۳۹۷). نقش میانجی مالکیت روان‌شناختی مثبت در تأثیر گذاری جوّ توسعه منابع انسانی بر رفتار تسهیم دانش. *پژوهش‌نامه روانشناسی مثبت*، ۴(۱)، ۱-۱۸.

References

- Avey, J. B., Avolio, B. J., Crossley, C. D., & Luthans, F. (2009). Psychological ownership: Theoretical extensions, measurement and relation to work outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 30(2), 173–191. <https://www.jstor.org/stable/41683824>
- Bond, D. D. (1952). *The love and fear of flying*. New York: International Universities Press.
- Bowen, C. & Bowen, W. M. (2008). *Content Analysis: In Kaifeng Yang and Gerald J. Miller, Handbook of research methods in public administration*. New York: Taylor & Francis.
- Bullock, R. (2015). *The development of job-based psychological ownership* (Doctoral dissertation, Seattle Pacific University).
- Cocieru, O. C., Lyle, M. C., Hindman, L. C., & McDonald, M. A. (2019). The 'dark side' of psychological ownership during times of change. *Journal of Change Management*, 19(4), 266-282. <https://doi.org/10.1080/14697017.2019.1584121>
- De La Rosa, W., Sharma, E., Tully, S. M., Giannella, E., & Rino, G. (2021). Psychological ownership interventions increase interest in claiming government benefits. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(35).
- Degbey, W. Y., Rodgers, P., Kromah, M. D., & Weber, Y. (2021). The impact of psychological ownership on employee retention in mergers and acquisitions. *Human Resource Management Review*, 31(3), 100745.
- Dittmar, H. (1992). *The social psychology of material possessions: To have is to be*. New York: St. Martin's Press.
- Falconer, J. (2002). *The bomber command handbook, 1939–1945*. Stroud, United Kingdom: Sutton Publishing Ltd.
- Furby, L. (1978). Possessions: Toward a theory of their meaning and function throughout the life cycle. *Life-span Development and Behavior*, 1, 297–336.
- Furby, L. (1991). Understanding the psychology of possession and ownership: A personal memoir and an appraisal of our progress. *Journal of social behavior and psychology* (pp. 235–280). Oxford England: Wiley.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley.

- Morewedge, C. K. (2021). Psychological ownership: Implicit and explicit. *Current opinion in psychology*, 39, 125-132.
- Morewedge, C. K., Monga, A., Palmatier, R. W., Shu, S. B., & Small, D. A. (2021). Evolution of consumption: A psychological ownership framework. *Journal of Marketing*, 85(1), 196-218.
- Nijs, T., Verkuyten, M., & Martinovic, B. (2021). Losing what is OURS: The intergroup consequences of collective ownership threat. *Group Processes & Intergroup Relations*, 1368430220980809.
- O'Reilly, C. E. (2002). "The wrong kind of owner.hip". *Across the Board*, 39(5):pp: 19– 20.
- Olckers, C. (2011). *A multi-dimensional measure of psychological ownership for South African organisations* (Doctoral dissertation, University of Pretoria).
- Olckers, C., & Van Zyl, L. E. (2017). Measuring psychological ownership: A critical review. In C. Olckers, L. E. van Zyl, & L. van der Vaart (Eds.), *Theoretical orientations and practical applications of psychological ownership* (pp. 61–78). Cham, Switzerland: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-70247-6_4
- Olckers, C., & Booysen, C. (2021). Generational differences in psychological ownership. *SA Journal of Industrial Psychology*, 47, 13.
- Peck, J., Kirk, C. P., Luangrath, A. W., & Shu, S. B. (2021). Caring for the commons: using psychological ownership to enhance stewardship behavior for public goods. *Journal of Marketing*, 85(2), 33-49.
- Pierce, J. L., Kostova, T., & Dirks, K. T. (2003). The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research. *Review of General Psychology*, 7, 84–107. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.7.1.84>.
- Pierce, J.L., O'Dristol, M.P. & Coghlan, A.M. (2004), "Work Environment Structure and Psychological Ownership: The Mediating Effects of Control", *The Journal of Social Psychology*, Vol. 144, Issue: 5, pp. 507-534. <https://doi.org/10.3200/SOCP.144.5.507-534>.
- Rousseau, D. M., & Shperling, Z. (2003). Pieces of the action: Ownership and the changing employment relationship. *Academy of Management Review*, 28, 553–570. <https://doi.org/10.5465/amr.2003.10899368>.
- Rousseau, J. J. (1762/1950). *The social contract*. New York: E. P. Dutton.
- Etzioni, A. (1991). The socioeconomics of property. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6(6), 465–468.

- Stander, M. W., & Coxen, L. (2017). A review of the relationship between positive leadership styles and psychological ownership. *Theoretical orientations and practical applications of psychological ownership*, 37-60.
- Van Dyne, L., & Pierce, J. L. (2004). Psychological ownership and feelings of possession: Three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 439-459. <https://doi.org/10.1002/job.249>.
- Yitshaki, R. (2021). Entrepreneurs' emotional intelligence as a factor explaining entrepreneurial psychological ownership and high-tech start-up growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(4), pp. 489-514.
- Esmaili, M., Amiri, Z. (2016). The Impact of Shared Leadership on Talent Management C. *Management Studies in Development and Evolution*, 25(80), 47-64. doi: 10.22054/jmsd.2016.4027. [In Persian]
- Jebeli, M., shiri, A., Taban, M. (2016). The Model of Managers' Job Ownership. *Organizational Behaviour Studies Quarterly*, 5(3), 137-162. [In Persian]
- Rahimnia, F., Khorasani Toroghi, H. (2016). The Relationship between Psychological Ownership and Deviant Behavior of Physical Education Teachers. *Journal of Sport Management*, 8(5), 695-707. doi: 10.22059/jsm.2016.60243. [In Persian]
- Mortazavi, L., Shojaee, M. (2016). Examining the relationship between perceived authentic Leadership with promotive and preventive psychological ownership. *Transformation Management Journal*, 7(14), 104-128. doi: 10.22067/pmt.v7i14.52714. [In Persian]
- Yazdanshenas, M. (2018). Mediating Role of Positive Psychological Ownership in the Effect of Human Resource Development Climate on Knowledge Sharing Behavior. *Positive Psychology Research*, 4(1), 1-18. doi: 10.22108/ppls.2018.104959.1164. [In Persian]

استناد به این مقاله: علی کرمی، سجاد، فرهادی نژاد، محسن، رستگار، عباسعلی، یاسینی، علی، ابراهیمی، سیدعباس، (۱۴۰۱). فهم روان شناسانه احساس مالکیت نسبت به مشاغل مدیریتی. *مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، ۳۱(۱)، ۷-۴۰.

Doi: 10.22054/jmsd.2022.62852.4009 .۴۰



Management Studies in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International