

کنکاشی پیرامون پیش‌آیندهای موثر بر فرایند شکل‌گیری پدیده بهروری سازمانی (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی)

دکتر حسن دانایی‌فرد*

ناهد امراللهی بیوکی**

دکتر علی اصغر فانی***

دکتر علی رضاییان****

چکیده

پژوهش‌های سازمانی مثبت‌نگر یکی از جدیدترین نحله‌های مطالعات سازمانی در هزاره سوم محسوب می‌شوند. بر این اساس، پدیده بهروری سازمانی به عنوان شالوده تفکرات مثبت‌گرایی در سیستم‌های پویای سازمانی مطرح شده است. پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سوال است که مدل تحقق بهروری سازمانی چگونه مدلی است؟ بنابراین پژوهش‌گر پس از تشریح مبانی نظری بهروری سازمانی، فرایندی از متغیرهای درون سازمانی که مبین چگونگی شکل‌گیری بهروری سازمانی در سازمان‌های دولتی هستند را به بوته مفهوم سازی و آزمون می‌گذارد. جامعه آماری این پژوهش ۱۸۵۳ نفر از کارکنان رسمی و پیمانی ستادی در دو سطح مدیریتی و کارشناسی شاغلین ۲۳ دستگاه اجرایی مشمول بودجه جاری انتخاب شده است. حداقل اندازه نمونه مورد مطالعه ۳۱۸ نفر است که از طریق نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده‌اند. پژوهش‌گر برای تعمیم‌پذیری نتایج، ۱۵٪ به آن افزوده و در نهایت ۳۵۵ پرسش‌نامه تکمیل شد. به منظور گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های استاندارد استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از طریق مدل معادلات ساختاری و تحلیل مسیر توسط نرم‌افزار لیزرل انجام شد. نتایج پژوهش ضمن تأیید مدل مفهومی، متغیرهای شناسایی شده را در فرایند شکل‌گیری بهروری سازمانی موثر می‌داند.

واژه‌های کلیدی: بهروری سازمانی، سرمایه روان‌شناختی مثبت، فضیلت سازمانی، رفتار شهروندی، هویت سازمانی، جو روان‌شناختی

* نویسنده مسئول - دانشیار گروه مدیریت دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس hdanaee@modares.ac.ir

** دانشجوی دکتری مدیریت دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس

*** استادیار گروه مدیریت دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس

**** استاد گروه مدیریت دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی

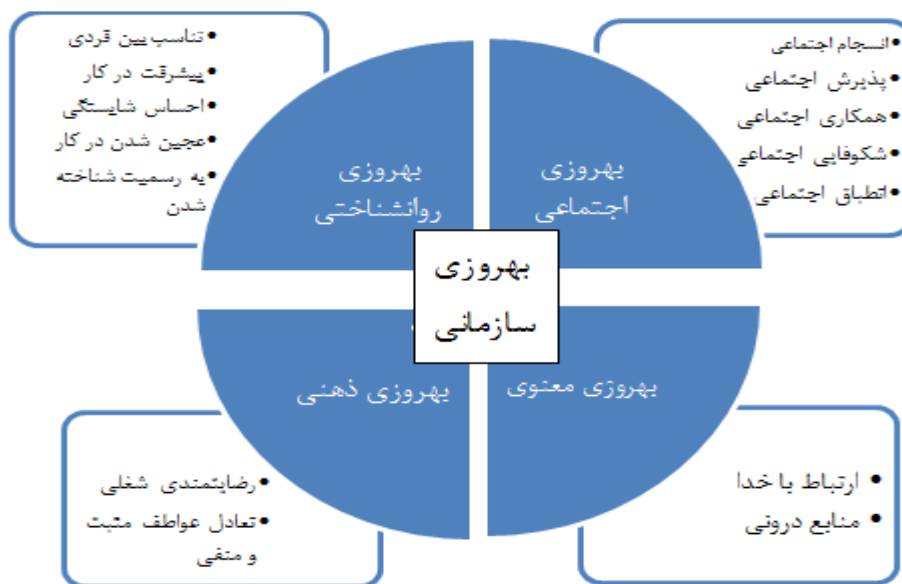
مقدمه و بیان مساله

علی‌رغم آن‌که واژه "بهروزی" بیشتر در ادبیات روان‌شناسی و اقتصاد مورد توجه قرار گرفته، ولی با نگاهی به مطالعات انجام‌شده، می‌توان دریافت که اندیشمندان سازمان و مدیریت به مرور به مفهوم‌سازی بهروززی در محیط‌های سازمانی پرداخته‌اند. بخش اعظمی از زندگی افراد در محیط کار می‌گذرد که تأثیر شگرفی بر سطح بهروززی افراد چه در سطح شخصی و چه در عرصه اجتماعی دارد. سازمان‌های امروزی انتظار دارند کارکنانشان فعال بوده و دارای ابتکار عمل باشند و در قبال توسعه‌ی حرفه‌ای خود مسئولیت‌پذیر بوده و به حفظ استانداردهای بالای کیفیت در عملکردشان متعهد باشند. سازمان‌ها به کارکنانی نیاز دارند که احساس تعلق خاطر داشته باشند و در مقابل کارکنان نیز نیاز دارند که احساس کنند پر انرژی هستند تا بتوانند خود را وقف کارشان کنند (Bakker & Schaufeli, 2008). بنابراین بررسی پدیده‌ی بهروززی سازمانی یکی از مهم‌ترین علائق جوامع، شرکت‌های خصوصی و سازمان‌های دولتی در هزاره‌ی سوم است (Bakker & et al., 2010). ضرورت انجام پژوهش از آن جهت قابل ملاحظه است که شناسایی پیش‌آیندهای سازمانی موثر بر بهروززی سازمانی، یکی از جنبه‌های مغفول مطالعات کنونی است. بنابراین در پژوهش حاضر سعی بر جبران بی‌توجهی‌های گذشته در این حوزه شده تا پدیده بهروززی سازمانی از منظری متفاوت و از دیدگاه میان‌رشته‌ای مورد بحث و مذاقه قرار گیرد. در این رابطه هر چند که مطالعات اندکی در مورد تأثیر عواملی نظیر سرمایه روان‌شناختی، فضیلت سازمانی، رفتار شهروندی، هویت سازمانی، جو روان‌شناختی بر شکل‌گیری بهروززی سازمانی انجام‌شده، ولی نکته‌ای که نباید از نظر دور داشت این است که تا کنون روابط میان این عوامل در چارچوبی مشخص‌تر و در قالب انواع خاصی از روابط سازمانی بررسی نشده است. هدف غایی پژوهش حاضر پاسخ به این سوال محوری است که مدل تحقق بهروززی سازمانی چگونه شکل می‌گیرد. بنابراین ضمن واکاوی ادبیات پژوهش، پس از تشریح خردمایه نظری پژوهش و ارائه مدل مفهومی، به بررسی مدل مفهومی و آزمون فرضیه‌ها پرداخته می‌شود.

مروری بر پیشینه پژوهش و تعاریف عملیاتی متغیرهای مدل مفهومی

با ظهور نهضت روان‌شناسی مثبت‌گرا در دهه نود میلادی، دیدگاه‌های علمی توجه خود را به ظرفیت‌های مثبت انسان‌ها معطوف داشته و پارادایم مثبت‌اندیشی در عرصه

سازمانی با ظهور سه نهضت پژوهش سازمانی مثبت‌گرا^۱، رفتار سازمانی مثبت‌گرا و سرمایه روان‌شناختی مثبت تکامل یافت. نقطه اوج نظریه‌پردازی‌ها و پژوهش‌های مرتبط با پارادایم مثبت‌گرایی در حیطه "بهروزی" متجلی می‌شود. سازمان‌های مبتنی بر بهروزی، ابزار و تجهیزات مورد نیاز برای انجام کارها را فراهم ساخته، فرصتی ایجاد می‌کنند تا نیروی انسانی به آرمان‌های شخصی خود در کنار حفظ تعادل کار و زندگی دست یابد. در نگرش‌های نوین به مفهوم بهروزی سازمانی، رویکردهای متنوعی مورد توجه قرار داد. بیشتر مطالعات انجام شده با رویکردی عینیت‌گرا و در پرتو تبیین عوامل مادی به پدیده بهروزی سازمانی نگریسته‌اند، ولی در پژوهش حاضر سعی بر این است تا با نگاهی متفاوت به این مقوله ورود پیدا کرده و از حیث ذهنیت‌گرایی به تبیین فرایند شکل‌گیری بهروزی سازمانی بپردازد. بنابراین در پژوهش حاضر با تلفیق رویکردهای مختلف، گونه‌شناسی جدیدی ارائه شده که از جامعیت لازم برخوردار است. بر این اساس بهروزی سازمانی اشعار به جنبه‌های "روان‌شناختی"، "ذهنی"، "اجتماعی" و "معنوی" دارد که مبین وجود نیرویی الهام‌بخش و برانگیزاننده به منظور کاوش مداوم معناداری در زندگی کاری، درک عمیق و ژرف از ارزش کار، توجه به نظام باور شخصی، اعتلای سطح روانی و روابط اجتماعی سازنده است. شکل ۱ مؤلفه‌های هر یک از این ابعاد را نمایش می‌دهد.



شکل ۱: گونه شناسی بهروری سازمانی

سرمايه روان‌شناختی مثبت

سرمايه روان‌شناختی مثبت، مفهومی است که نشان از تغيير پاراديم پژوهش‌های سازمانی دارد. این مفهوم باهدف دستیابی به پارادایم مثبت‌گرایی در حیطه سازمان مطرح‌شده که در آن بر ایجاد تصور مثبت در کارکنان از طریق افزایش امیدواری، تاب‌آوری، خوش بینی و خود کارآمدی تأکید می‌کند. سرمايه روان‌شناختی در واقع به مفهوم «چه کسی هستید یا خود واقعی» و «چه کسی می‌خواهید بشوید یا خود ممکن» اشاره دارد (Avolio & Luthans, 2006). لوتانز و همکاران (۲۰۰۷) سرمايه روان‌شناختی را وضعیت قابل بهبود و مثبت روانی می‌دانند که دارای مشخصه‌های زیر است:

- ۱) متعهد شدن و تلاش برای موفقیت در انجام وظایف چالش‌برانگیز. (خودکارآمدی)
- ۲) داشتن استناد مثبت درباره موفقیت‌های حال و آینده. (خوش بینی)
- ۳) پایداری در راه هدف و در صورت لزوم تغییر مسیر رسیدن به هدف برای دستیابی به موفقیت. (امیدواری)
- ۴) پایداری هنگام مواجهه با سختی‌ها و مشکلات برای دستیابی به موفقیت. (تاب‌آوری)

مروری بر مطالعات حاضر نشان می‌دهد علی‌رغم تأثیر بی‌واسطه سرمایه روان‌شناختی بر بهروزی سازمانی، تا کنون مطالعه‌ای که نشان‌دهنده تأثیرگذاری عوامل میانجی بر این رابطه باشد، انجام نشده است. از این رو در پژوهش حاضر تأثیر سرمایه روان‌شناختی مثبت به عنوان متغیر مستقل از طریق متغیرهای میانجی بر فرایند شکل‌گیری بهروزی سازمانی مطالعه می‌شود.

فضیلت سازمانی

در جوامع از فضیلت به عنوان عنصر جدایی‌ناپذیر شهروندی خوب یاد می‌شود، با این تصور که می‌تواند زمینه‌ساز شکوفایی روابط متقابل اثربخش و ثبات اجتماعی باشد که برای اطمینان از وجود بقا در جامعه ضروری‌اند (Cameron et al, 2004). از این رو فضیلت را "نهادینه کردن (درونی‌سازی) اصول اخلاقی برای ایجاد هماهنگی اجتماعی" معنا کرده‌اند (Baumeister & Juola Exline, 1999). نسبت دادن خصیصه فضیلت به سازمان، مبین آن است که سازمان از توانمندی لازم برای ایجاد، تقویت و حمایت از فعالیت‌های پرهیزکارانه و فضیلت محور در اعضای خود برخوردار است. فضیلت در سازمان، به رفتار برتر و متعالی افراد سازمان، اشاره دارد. از این رو آن دسته از ویژگی‌های سازمانی خاستگاه فضیلت سازمانی‌اند که منجر به ظهور رفتارهای متعالی از سوی اعضای سازمان شوند (Rego et al, 2011). کامرون (۲۰۰۳) یکی از اولین اندیشمندان است که در زمینه مفهوم‌سازی فضیلت سازمانی تلاش کرده است. وی و همکارانش (۲۰۰۴: ۳) فضیلت سازمانی را در برگزیده اقدامات افراد، فعالیت‌های جمعی، خصیصه‌های فرهنگی یا فرآیندهایی دانسته‌اند که قادرند ویژگی‌های سازمانی فضیلت محور را اشاعه داده و تداوم بخشند. آن‌ها به این موضوع اشاره دارند که سازمان‌ها نیز همانند افراد در همه شرایط کاملاً با فضیلت یا فاقد فضیلت نیستند.

رفتار شهروندی

کار در شرایط متغیر، افرادی را می‌طلبد که علاقه‌مند به مشارکت در ایجاد تغییرات سازمانی موفقیت‌آمیز، بدون وجود الزامات رسمی شغل باشند. چنین افرادی باید رفتارهایی بروز دهند که از انتظارات رسمی نقش فراتر رفته ولی برای بقای سازمان مهم و ضروری‌اند. این‌گونه رفتارها به عنوان رفتار شهروندی سازمانی تعریف می‌شوند

(Somech & Drach-Zahavy, 2000). باید یادآور شد که این رفتارها به رغم تأثیر آشکار بر عملکرد سازمان‌ها، در گذشته عمدتاً نادیده گرفته می‌شدند. آن گونه که اورگان (۱۹۹۸) بیان می‌دارد، رفتار شهروندی عملکرد درون نقشی محسوب نمی‌شود، بلکه عملکرد فرا نقشی است. عملکرد درون نقشی به آن رفتارهای شغلی اطلاق می‌شود که در شرح وظایف و نقش‌های رسمی سازمان بیان شده و توسط سیستم رسمی سازمان شناسایی و پاداش داده می‌شوند. عملکرد فرا نقشی به رفتارهای شغلی فراتر از نقش‌های رسمی کارکنان برمی‌گردد که این رفتارها اختیاری بوده و معمولاً در سیستم پاداش رسمی سازمان در نظر گرفته نمی‌شوند (Organ, 1988). جوهره کلیدی در تعریف اورگان این است که چنین رفتاری، در ارتقاء اثربخشی سازمانی نقش موثری ایفا می‌کند.

همچنین در پژوهش حاضر از رفتار شهروندی به عنوان یک متغیر میانجی یاد می‌شود. با مروری بر مطالعات انجام‌شده مشخص می‌شود تا کنون تأثیر رفتار شهروندی بر فرایند شکل‌گیری بهروزی سازمانی مورد کنکاش و مذاقه قرار نگرفته است.

هویت سازمانی

سازمان‌ها نیز همانند انسان‌ها صاحب هویت‌اند. هویت به مجموعه صفاتی گفته می‌شود که از یک فرد به فرد دیگر متفاوت است. ولیکن هویت سازمانی به واسطه این حقیقت که می‌تواند به عنوان یک هدف استراتژیک در روند استقرار اهداف تأثیرگذار باشد، از هویت انسانی متمایز می‌گردد. هم‌گرایی ارزش‌های فرد - سازمان (Partt & Ashforth, 1995: 310 ; Hall & Schneider, 1970: 184)، ادراک یکی بودن با سازمان یا تعلق داشتن به سازمان (Ashforth & Mael, 1989: 24)، التزام به اهداف سازمان و داشتن تعهد عاطفی نسبت به سازمان (Ouwkerk et al, 1999: 184)، احساس یکی بودن اعضا (Dutton et al, 1994: 250)، درونی سازی ارزش‌های سازمانی و همچنین غرور ورزیدن و مباحث نمودن به عضویت در سازمان (Riketta, 2005: 368) از جمله تعاریف مطرح در حوزه هویت سازمانی است. مطالعات انجام‌شده حکایت از وجود رابطه میان سرمایه روان‌شناختی بر هویت سازمانی و همچنین تأثیر هویت سازمانی بر جو روان‌شناختی دارد. اما تا کنون تأثیر این متغیر مهم سازمانی بر روند شکل‌گیری بهروزی سازمانی مورد بحث و بررسی قرار نگرفته است.

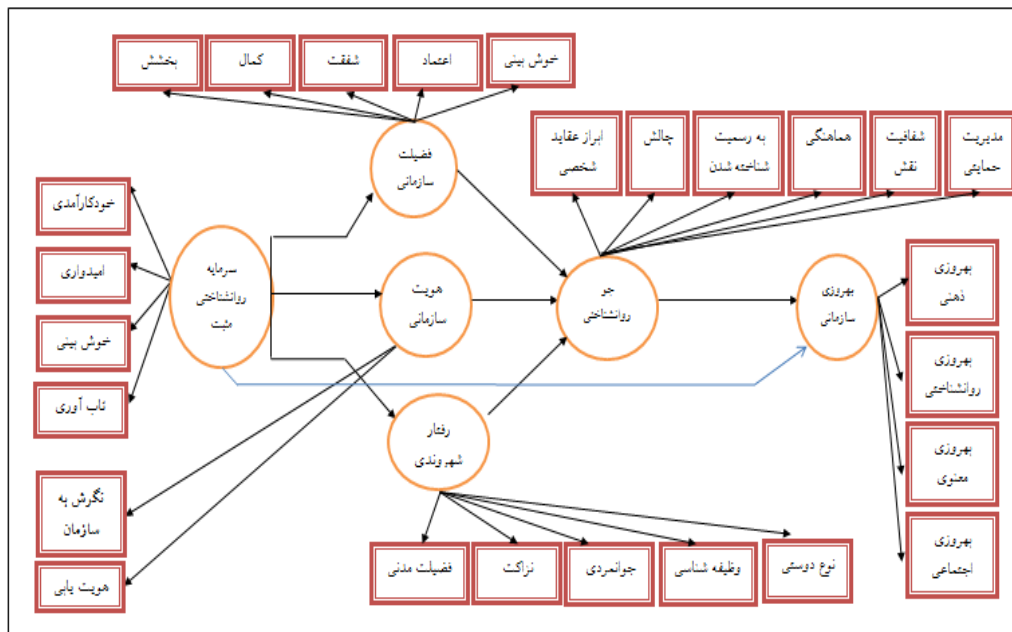
جو روان‌شناختی

مأخذ شکل‌گیری مفهوم جو روان‌شناختی مرتبط با مطالعات کرت لوین در سال ۱۹۳۶ است، زمانی که وی از واژه "فضای زندگی" برای تبیین کنش‌های عاطفی و انگیزشی افراد به هنگام تغییر سازمانی استفاده کرد. جو روان‌شناختی بیانگر تفاسیر تجربی افراد از مشاهدات و ادراک آن‌ها در رابطه با رخدادهایی است که در یک محیط سازمانی اتفاق می‌افتد (James & Jones, 1974; James et al, 1988; Schneider, 2000) جو روان‌شناختی به ادراک و تفاسیر نیروی انسانی از محیط کار اشاره دارد. هر کارمند با تفسیر ادراک خویش به روشی که برای وی معنادار است، یک جو روان‌شناختی ایجاد می‌کند. جو روان‌شناختی می‌تواند به عنوان بازنمای شناختی^۱ فرد از محیط کار تصور گردد. (Anderson & West, 1998; Ashforth, 1985; Ragazzoni et al, 2002)

این بازنمایی شناختی امکان نسبت دادن معنا به وقایع سازمانی را برای افراد میسر می‌سازد و مشخص می‌کند که کدام یک از رفتارها منجر به بهترین نتایج خواهند شد (Parker et al., 2003). بنابراین جو روان‌شناختی به جای آن‌که بر حسب سازه‌های عینی سازمانی ارزیابی شود، بر مبنای ادراکات و تفاسیری که به لحاظ روان‌شناختی برای افراد معنادارند ارزیابی می‌شود (James et al., 1978). با وجود انجام مطالعات گسترده در زمینه جو روان‌شناختی، تا کنون پژوهشی که به تأثیر این متغیر بر روند شکل‌گیری بهروزی سازمانی اشاره کند، انجام نشده و پژوهش حاضر در صدد رفع این خلأ علمی است.

مدل مفهومی

با بررسی ادبیات پژوهش، به نظر می‌رسد سرمایه روان‌شناختی از طریق فضیلت سازمانی، رفتار شهروندی و هویت سازمانی، نوعی جو روان‌شناختی در سازمان حاکم می‌سازد که منجر به شکل‌گیری بهروزی سازمانی می‌شود. لذا بیانیه انتهایی پژوهش در قالب مدل مفهومی پژوهش ارائه و فرضیه‌های پژوهش نیز بر این اساس تنظیم شده است.



شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش

فرضیه‌های پژوهشی

- ۱- سرمایه روان‌شناختی از طریق شکل‌دهی فضیلت سازمانی، جو روان‌شناختی را متأثر می‌سازد.
- ۲- سرمایه روان‌شناختی از طریق شکل‌دهی رفتار شهروندی، جو روان‌شناختی را متأثر می‌سازد.
- ۳- سرمایه روان‌شناختی از طریق شکل‌دهی هویت سازمانی، جو روان‌شناختی را متأثر می‌سازد.
- ۴- سرمایه روان‌شناختی از طریق شکل‌دهی فضیلت سازمانی و جو روان‌شناختی، بهروزی سازمانی را متأثر می‌سازد.
- ۵- سرمایه روان‌شناختی از طریق شکل‌دهی رفتار شهروندی و جو روان‌شناختی، بهروزی سازمانی را متأثر می‌سازد.
- ۶- سرمایه روان‌شناختی از طریق شکل‌دهی هویت سازمانی و جو روان‌شناختی، بهروزی سازمانی را متأثر می‌سازد.
- ۷- سرمایه روان‌شناختی باعث شکل‌گیری بهروزی سازمانی می‌شود.

روش‌شناسی پژوهش

استراتژی پژوهش

پژوهش حاضر از حیث مبانی فلسفی پژوهش در زمره پارادایم اثبات‌گرایی از نوع بنیادی و از حیث صبغه پژوهش، کمی و استراتژی آن علی است. این پژوهش از حیث هدف، تبیینی است و به تبیین روابط علی میان می‌پردازد. از منظری دیگر پژوهش حاضر از نظر هدف و شیوه عمل، بنیادی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های توصیفی (غیر آزمایشی) و از شاخه مطالعات میدانی به شمار می‌آید. روش انجام پژوهش به صورت پیمایشی بوده که از مهم‌ترین مزایای آن قابلیت تعمیم نتایج است. همچنین روش انجام این پژوهش به طور مشخص مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری است. اطلاعات مورد نیاز از دو روش مطالعه کتابخانه‌ای و میدانی با استفاده از پرسش‌نامه استاندارد گردآوری شده است.

جامعه آماری و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش در برگیرنده دو گروه الف: مدیران به تعداد ۵۰۸ نفر؛ ب: کارشناسان به تعداد ۱۳۴۵ نفر در ۲۳ دستگاه اجرایی مشمول بودجه جاری استان یزد جمعاً با جمعیتی بالغ بر ۱۸۵۳ می‌باشد. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای تعداد نمونه آماری ۳۲۴ نفر تعیین شد. به منظور اطمینان از تکمیل پرسش‌نامه توسط کلیه نفرات نمونه آماری، تعداد ۴۰۰ پرسش‌نامه پخش و از این میان تعداد ۳۵۵ پرسش‌نامه گردآوری شد.

ابزار سنجش متغیرها و بررسی پایایی :

برای گردآوری داده‌های مورد نیاز از روش پرسش‌نامه استفاده شده است. این پرسش‌نامه شامل دو بخش است: بخش اول دربرگیرنده ۶ سؤال مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی شامل: ۱. جنسیت؛ ۲. سن؛ ۳. میزان تحصیلات؛ ۴. سابقه کار؛ ۵. پست سازمانی؛ ۶. نوع استخدام است. بخش دوم شامل پرسش‌نامه‌های استاندارد است که برای بررسی رابطه علی میان متغیرها مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

ابزار سنجش بهروزی سازمانی:

مقیاس بهروزی روان‌شناختی ورونیکا (۲۰۱۲) شامل پنج شاخص و ۲۵ گویه (آلفای کرونباخ ۰.۹۴۱)، سنجش بهروزی ذهنی از طریق مقیاس^۱ PANAS برای ارزیابی تعادل عواطف مثبت و منفی طراحی شده توسط واتسون و کلارک در سال ۱۹۹۲ و شاخص توصیفی شغل^۲ (JDI) (کینیکی و همکاران، ۲۰۰۲)، جمعاً شامل ۳ شاخص و ۲۵ گویه (آلفای کرونباخ ۰.۹۰۴)، سنجش بهروزی اجتماعی توسط الگوی کیز (۱۹۹۸) شامل پنج شاخص و ۱۵ گویه (آلفای کرونباخ ۰.۷۲۳) و در نهایت برای اندازه‌گیری بهروزی معنوی پرسش‌نامه طراحی شده توسط ون درنداک^۳ در سال ۲۰۰۵ شامل دو شاخص و ۱۰ گویه (آلفای کرونباخ ۰.۸۸۸) به کار گرفته شد. پس از انجام تحلیل عاملی اکتشافی بار عاملی گویه‌های ۴۲ و ۵۲ کمتر از سه و آلفای کرونباخ سوال ۴۳ کمتر از ۰.۷ بود. از این رو سه گویه از شاخص بهروزی سازمانی حذف گردیده و نهایتاً ۷۲ سوال مورد بررسی قرار گرفتند.

ابزار سنجش سرمایه روان‌شناختی مثبت:

برای سنجش این متغیر از پرسش‌نامه لوتانز و همکاران (۲۰۰۷) شامل چهار شاخص امیدواری، خوش بینی، تاب آوری و خود کارآمدی و ۲۴ گویه استفاده شد (آلفای کرونباخ ۰.۸۹۴). پس از انجام تحلیل عاملی اکتشافی به دلیل آن که بار عاملی سوال ۲۰ کمتر از سه بود، این گویه حذف گردید.

ابزار سنجش فضیلت سازمانی:

از الگوی کامرون (۲۰۰۴) شامل پنج شاخص اعتماد، خوش بینی، شفقت، کمال و بخشش در قالب ۱۴ گویه برای سنجش متغیر فضیلت سازمانی استفاده شد (آلفای کرونباخ ۰.۹۰۹).

ابزار سنجش رفتار شهروندی:

از پرسش‌نامه توسعه یافته پودساکف و همکاران (۱۹۹۰ و ۲۰۰۰) برای اندازه‌گیری رفتار شهروندی سازمانی شامل پنج شاخص نوع دوستی، وظیفه‌شناسی، جوانمردی، تواضع، فضیلت مدنی و ۲۰ گویه استفاده شد (آلفای کرونباخ ۰.۸۸۸).

1- Positive And Negative Affect Schedule (PANAS)

2- Job descriptive Index

3 -Van Dierendonck

ابزار سنجش هویت سازمانی:

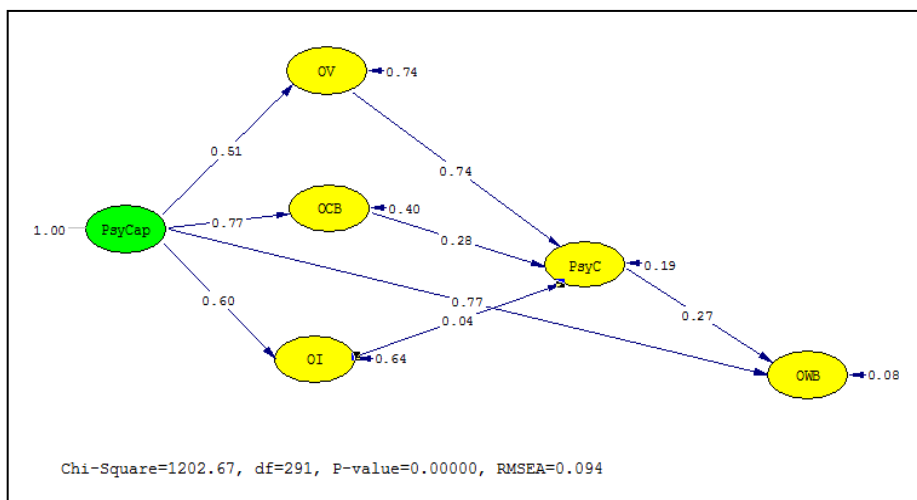
برای سنجش این متغیر از پرسش‌نامه کلارک و همکاران (۲۰۰۳) مشتمل بر دو شاخص هویت یابی یا سازمان و واکنش نسبت به انتقاد از سازمان و ۱۴ گویه استفاده شد (آلفای کرونباخ ۰.۸۸۵).

ابزار سنجش جو روان‌شناختی:

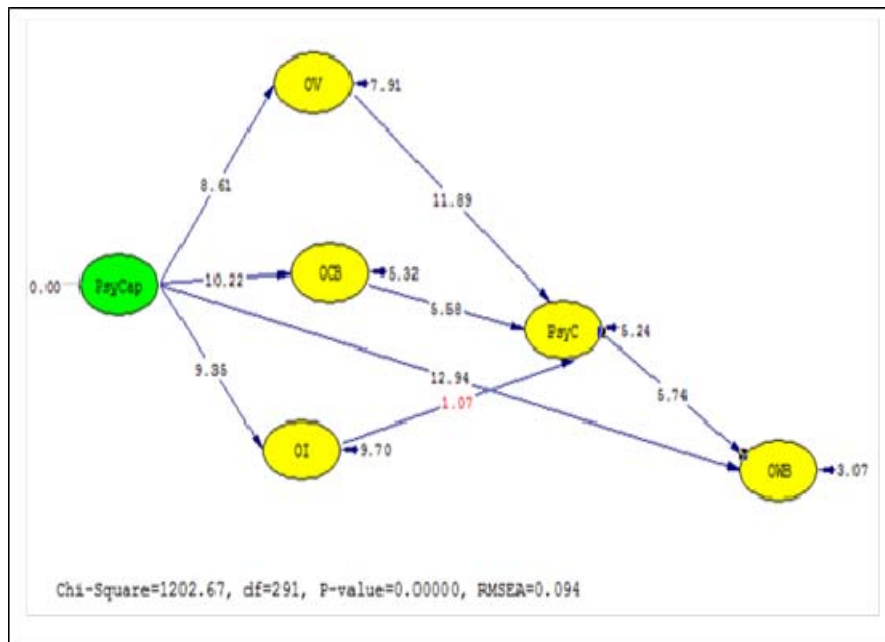
مقیاس جو روان‌شناختی توسط الگوی بران و لیگ (۱۹۹۶) شامل شش شاخص مدیریت حمایتی، شفافیت نقش، هماهنگی، به رسمیت شناخته شدن، چالش، ابراز عقیده در محیط سازمان و ۲۱ گویه سنجیده شد (آلفای کرونباخ ۰.۷۸۳). پس از انجام تحلیل عاملی اکتشافی به دلیل آن‌که بار عاملی سوال بیست کمتر از سه بود، بنابراین این سوال از روند بررسی حذف گردید.

تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش

به منظور بررسی مدل مفهومی از مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از فن تحلیل مسیر توسط نرم افزار LISREI استفاده شده است. در ادامه ضمن ارائه مدل مفهومی پژوهش در دو حالت اعداد معناداری و تخمین استاندارد به بررسی شاخص‌های برازش می‌پردازیم.



شکل ۳: خروجی مدل مفهومی در حالت ضرایب استاندارد



شکل ۴: خروجی مدل مفهومی در حالت ضرایب معناداری

در آزمون فرضیه‌های فرعی پژوهش با استفاده از مدل معادلات ساختاری، اولاً خروجی نرم‌افزار نشان‌دهنده مناسب بودن مدل ساختاری برازش یافته برای آزمون فرضیه‌هاست. یکی از بهترین شاخص‌های بررسی نیکویی برازش مدل، بررسی نسبت آماره کای دو بر درجه آزادی (χ^2/df) است. در منابع قبل از سال ۲۰۰۰ حد مجاز این شاخص را کمتر از ۳ می‌دانستند. اما شوماخر (۲۰۰۴) و تنسی (۲۰۰۰) بر این عقیده‌اند که این شاخص می‌تواند کمتر از ۵ هم باشد. در این پژوهش مقدار χ^2/df کمتر از ۵ به دست آمده است و به استناد عقیده شوماخر (۲۰۰۴) و تنسی (۲۰۰۰) در حد مطلوبی قرار دارد. شاخص دیگر RMSEA (میانگین مجذور خطاهای مدل) است. شوماخر (۲۰۰۴) و تنسی (۲۰۰۰) حد مجاز را ۰.۰۹ تعیین کرده‌اند. مقدار شاخص فوق در این پژوهش برابر با ۰.۰۹۴ است که کمی بالاتر از حد مجاز قرار دارد. در توجیه این موضوع می‌توان چنین اظهار کرد که بر اساس نظریات تینسلی و بروان (۲۰۰۰: ۴۵۴) برای تعیین برازش مدل، بجای استناد به یک شاخص بهتر است هم‌زمان از چند شاخص استفاده شود و همان‌طور

که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، سایر شاخص‌های برازش در حد مناسبی قرار دارند، بنابراین می‌توان ادعا کرد که مدل مفهومی حاضر از برازش خوبی برخوردار است.

جدول ۱: شاخص‌های برازش مدل مفهومی

NFI	NNFI	CFI	IFI	RFI	GFI	AGFI
۰.۸۷	۰.۹۰	۰.۹۳	۰.۹۶	۰.۹۶	۰.۹۵	۰.۹۳

به منظور تأیید یا رد فرضیه‌ها از ضرایب استاندارد و اعداد معناداری استفاده شده است. برای معنادار بودن یک ضریب، عدد معناداری باید بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد و در کل برای تأیید یا رد فرضیه‌های پژوهش به کار می‌رود. منظور از ضریب استاندارد یا ضریب مسیر نیز مقادیر همبستگی دوتایی است و برای مقایسه اثرات اجزای مدل به کار می‌رود و هر چه این ضریب بیشتر باشد به معنای اثرگذاری بیشتر متغیر مستقل بر متغیر وابسته است. نتایج به‌دست آمده از مدل مفهومی پژوهش در دو حالت ضرایب معناداری و تخمین استاندارد در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: بررسی روابط میان متغیرها در مدل مفهومی

روابط	ضریب مسیر	آماره t	R ²	نتیجه
سرمایه روان‌شناختی ← فضیلت سازمانی	۰.۵۱	۸.۶۱	۰.۲۶	تأیید
سرمایه روان‌شناختی ← رفتار شهروندی	۰.۷۷	۱۰.۲۲	۰.۶۰	تأیید
سرمایه روان‌شناختی ← هویت سازمانی	۰.۶۰	۹.۳۵	۰.۳۶	تأیید
فضیلت سازمانی ← جو روان‌شناختی	۰.۷۴	۱۱.۸۹	۰.۸۱	تأیید
رفتار شهروندی ← جو روان‌شناختی	۰.۲۸	۵.۵۸	۰.۸۱	تأیید
هویت سازمانی ← جو روان‌شناختی	۰.۰۳۷	۱.۰۷	۰.۸۱	رد
جو روان‌شناختی ← بهروزی سازمانی	۰.۲۷	۵.۷۴	۰.۹۲	تأیید
سرمایه روان‌شناختی ← بهروزی سازمانی	۰.۷۷	۱۲.۹۴	۰.۹۲	تأیید

مدل در حالت ضرایب معناداری، معنی‌دار بودن مقدار t را نشان داده و برای تأیید یا رد فرضیه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای مثال ضریب معناداری میان جو روان‌شناختی و بهروزی سازمانی ۵.۷۴ است که بزرگ‌تر از ۱.۹۶ است. پس فرضیه تأثیر جو روان‌شناختی

بر بهروزی سازمانی تأیید می‌شود. در این میان تنها ضریب معناداری بین هویت سازمانی و جو روان‌شناختی ۱.۰۷ است که از عدد ۱.۹۶ کوچک‌تر می‌باشد. بنابراین رابطه میان این دو متغیر مورد تأیید قرار نمی‌گیرد. در مجموع بجز فرضیه‌های سوم و ششم، سایر فرضیه‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

همان‌طور که کانون تمرکز پژوهش نشان می‌دهد، فرایند شکل‌گیری الگوی بهروزی سازمانی هدف غایی پژوهش حاضر بوده است. خرد مایه نظری پژوهش ملهم از پارادایم مثبت‌گرایی است و نقطه اوج نظریه‌پردازی‌ها و پژوهش‌های مرتبط با پارادایم مثبت‌گرایی در حیطه "بهروزی" متجلی می‌شود.

در مرور مبانی نظری مشخص شد که بهروزی سازمانی یک مفهوم چندبعدی برگرفته از رویکردهای متعددی است که در این مقوله شکل گرفته‌اند. هم‌چنین نقطه قوت پژوهش حاضر توجه به رویکرد ذهنیت‌گرایی به جای عینیت‌گرایی، فضیلت‌گرایی به جای لذت‌گرایی و جمع‌گرایی به جای فردگرایی در مفهوم‌پردازی بهروزی در محیط کار است. اندیشه‌ای که شاید تا کنون به ندرت مورد توجه واقع شده است.

محاسبه و تحلیل شاخص‌های برازندگی مدل پژوهش حاضر نشان داد که الگوی طراحی شده به منظور شکل‌گیری بهروزی سازمانی بر اساس متغیرهای مکنون شامل: سرمایه روان‌شناختی، فضیلت سازمانی، رفتار شهروندی، هویت سازمانی و جو روان‌شناختی، با داده‌های گردآوری شده به خوبی برازش دارد. این یافته همسو با نتایج پژوهش‌هایی است که در تبیین روابط میان هر یک از متغیرها به صورت جداگانه قابل مشاهده است. به عنوان مثال یافته‌های حاصل از بررسی تأثیر سرمایه روان‌شناختی مثبت بر بهروزی سازمانی و رفتار شهروندی با مطالعات آوی، لوتانز و همکاران (۲۰۱۱ و ۲۰۱۰) و تأثیر سرمایه روان‌شناختی مثبت بر رفتار شهروندی با مطالعات آوی، لوتانز و همکاران (۲۰۰۸) تطبیق دارد و یا تأثیر سرمایه روان‌شناختی مثبت بر فضیلت سازمانی با مطالعه یوسف و لوتانز (۲۰۰۸)، اثر مثبت سرمایه روان‌شناختی بر هویت سازمانی با مطالعه ونگ هویمی و همکارش (۲۰۱۱) سازگار است. رابطه میان جو روان‌شناسی و رفتار شهروندی با پژوهش تایلر (۲۰۰۸)، تأثیر فضیلت سازمانی بر جو روان‌شناختی با پژوهش جیمز و همکاران (۲۰۰۸) و همچنین تأثیر جو روان‌شناختی به عنوان یک عامل مهم در شکل‌گیری بهروزی

سازمانی با مطالعات هالر و هادر (۲۰۰۶)، رگو و چانها (۲۰۰۸) و رگو و همکاران (۲۰۰۹) هم‌سو است. همین‌طور رگو و همکاران (۲۰۱۱) با الهام از مطالعات فوق‌نقش میانجی‌جو روان‌شناختی را بر رابطه میان فضیلت سازمانی و بهروزی سازمانی بررسی کردند و در نهایت رابطه میان رفتار شهروندی و بهروزی سازمانی با مطالعه دانیل و هریس (۲۰۰۰) و آوی و همکاران (۲۰۱۱) هم‌خوانی دارد.

به‌کارگیری سنجه‌های معتبر که در پژوهش‌های بین‌المللی آزمون شده و از روایی و پایایی لازم برخوردار بوده‌اند، نقطه قوت پژوهش حاضر است. این امر باعث تدقیق روایی سنجه‌ها و تایید تعمیم‌پذیری این ابزارهای سنجش در محیط‌های سازمانی در ایران شده است و امید می‌رود که نتایج حاصل، در پژوهش‌های آتی تکمیل‌گردد و زمینه تربیت، شناسایی، جذب و به‌کارگیری کارکنان و مدیرانی را فراهم نماید که هرچه بیشتر از عناصر تشکیل‌دهنده مثبت‌اندیشی و مثبت‌گرایی بهره‌مند بوده تا از آن طریق، زمینه ایجاد سازمان‌های مثبت‌گرا فراهم شود.

از آنجایی که ممکن است علاوه بر متغیرهای شناسایی‌شده در این پژوهش، متغیرهای دیگری نیز در ارتباط با شکل‌گیری مفهوم بهروزی سازمانی وجود داشته باشند، بنابراین به نظر می‌رسد بررسی و تکمیل عناصر مذکور می‌تواند مفید واقع گردد. در انتها یادآور می‌شود که لازم است پژوهش‌های پیش‌تری در مورد بررسی رابطه میان مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی و ابعاد درونی بهروزی سازمانی اعم از ابعاد روان‌شناختی، ذهنی، اجتماعی و معنوی به صورت مجزا صورت پذیرد. امید می‌رود شروع پژوهش‌های سازمانی مثبت‌گرا، زمینه گسترش مفاهیم مثبت‌اندیشی را در محیط‌های سازمانی کشورمان چه در بخش دولتی و چه در بخش خصوصی فراهم آورد.

منابع

- 1-Anderson, N., & West, M. (1998), "Measuring Climate for Work Group innovation: Development and Validation of the Team Climate Inventory", *Journal of Organizational Behavior*, 19, 235-258.
- 2-Ashforth, B. E. (1985), "Climate Formation: Issues and Extensions", *Academy of Management Review*, 10, 837-847.
- 3-Ashforth, B.E., Mael, F. (1989), "Social Identity Theory and the Organization", *Academy of Management Review*, 14, 20-39.
- 4-Avey J. B., Luthans F., Smith R. M., Palmer N. F. (2010), "Impact of Positive Psychological Capital on Employee Well-being Overtime", *Journal of Occupational Health Psychology*, vol15, 17-28.
- 5-Avey James B., Reichard Rebecca J., Luthans Fred, Mhatre Ketan H. (2011), "Meta-Analysis of the Impact of Positive Psychological Capital on Employee Attitudes, Behaviors and Performance", *Human Resource Development Quarterly*, vol.22, no.2.
- 6-Avey, J. B., Wernsing, T. S., & Luthans, F. (2008), "Can Positive Employees Help Positive Organization Change? Impact of Psychological Capital and Emotions on Relevant Attitudes and Behaviors", *Journal of Applied Behavioral Science*, 44:48-70.
- 7-Baumeister, R.F., & Juola Exline, J. (1999), Virtue, Personality, and Social Relations: Self-Control as the Moral Muscle. *Journal of personality*, 67(6). 1165-1194.
- 8-Avolio, B. J. & Luthans, F. (2006), *The High Impact Leader: Moments Matter for Accelerating Authentic Leadership Development*, New York: McGraw-Hill.
- 9-Bakker A., Schaufeli W. (2008), "Positive Organizational Behavior: Engaged Employees in Flourishing Organizations", *Journal of Organizational Behavior*, Special Issue: Contexts of Positive Organizational Behavior, Volume 29, Issue 2, pages 147-154.
- 10-Bakker, A.B., & Leiter, M.P. (2010), "Work Engagement: A handbook of Essential Theory and Research", (Eds.), New York: Psychology Press.

- 11-Brown S. P., Leigh T. W. (1996), "A New Look at Psychological Climate and its Relationship to Job Involvement, Effort, and Performance", *Journal of Applied Psychology*, vol 81, 358-368.
- 12-Cameron K. (2003), "Organizational Virtuousness and Performance", Chapter 4 in *Positive Organizational Scholarship*, Cameron, K.S., Dutton, J.E., and Quinn, R.E. (ed), San Francisco: Berrett-Koehler. (pp. 48-65).
- 13-Cameron, K. S., Bright, D., & Caza, A. (2004), Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. *American Behavioral Scientist*, 47(6), 766-790.
- 14-Dagenais-Desmarais V., Savoie A. (2012), "What is Psychological Well-Being, Really A Grassroots Approach from the Organizational Sciences", *Journal of Happiness Studies*, Vol. 13, Issue 4, p 659.
- 15-Daniels K. and Harris C. (2000), "Work, Psychological Well-being and Performance", *Occup, Med.* vol. 50, No. 5, pp. 304-309.
- 16-Dutton, JE., Dukerich, JM., Harquail, CV. (1994), "Organizational Images and Member Identification", *Administrative Science Quarterly*, vol 39(2), 239-263.
- 17-Hall, D.T., Schneider, B., Nygren, H.T. (1970), "Personal Factors in Organizational Identification", *Administrative Science Quarterly*, vol 15, 176-190.
- 18-Haller, M. Hadler, M. (2006), "How Social Relations and Structures Can Produce Happiness and Unhappiness: an International Comparative Analysis", *Social Indicators Research*, vol 75:169-216.
- 19-James, L. R., & Jones, A. P. (1974), "Organizational Climate: A Review of Theory and Research", *Psychological Bulletin*, vol 81, 1096-1112.
- 20-James, L.R. Hater, J.J. Gent, M.J. & Bruni, J.R. (1978), "Psychological Climate: Implications from Cognitive Social Learning Theory and Interactional Psychology", *Personnel Psychology*, vol 31, 781-813.
- 21-James, L.R., Joyce, W.F., & Slocum, J.W. (1988), "Comment: Organizations Do not Cognize", *Academy of Management Review*, vol. 13, 129-132.

- 22-Keyes C.L.M. (1998), "Social well-being", *Social Psychological Quarterly* , vol 61, 121-140.
- 23-Kinicki ,A.J. McKee-Ryan, F.M. Schriesheim, C.A. Carlson, K.P. (2002), "Assessing the Construct Validity of the Job Descriptive Index: A Review and Meta-Analysis", *Journal of Applied Psychology*, vol. 87, 14-32.
- 24-Luthans,F.,Avolio,B.J.(2007),"Positive Psychological Capital:Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction", *Personnel Psychology*, 60.
- 25-Organ Dennis W. (1988). *Organizational citizenship behavior: The Good Soldier Syndrome*. Lexington MA: Lexington Books.
- 26-Ouwerkerk,J.W., Ellemers,N., deGilder,D . (1999), "Group Commitment and Individual Effort in Experimental and Organizational Contexts". In (Eds.),*Social identity: context, commitment, content* N.ellemers ,R.Spears, & B. Doosje , Oxford:Black well (pp.184-204).
- 27-Parker, C.P., Baltes, B.B., Young, S.A., Huff, J.W., Altmann, R.A., Lacost, H.A., & Roberts, J. E. (2003). "Relationships Between Psychological Climate Perceptions and Work Outcomes: A Meta-Analytic Review", *Journal of Organizational Behavior*, vol. 24, 389-416.
- 28-Podsakoff P. M., Scott B., MacKenzie J., Paine B., and Bachrach G., (2000) , "Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research", *Journal of Management*, Vol. 26, No. 3, 513–563.
- 29-Podsakoff P. M., MacKenzie S. B., Moorman R. H., Fetter R.,(1990), "Transformational Leader Behaviors and Their Effects on Followers' Trust in Leader, Satisfaction, and Organizational Citizenship Behaviors", *The Leadership Quarterly* vol.1(2), 107–142.
- 30-Ragazzoni, P., Baiardi, P., Zotti, A., Anderson, N., & West, M. (2002). "Italian Validation of the Team Climate Inventory: A Measure of Team Climate for Innovation", *Journal of Management Psychology*, vol. 4, 325-336.

- 31-Rego A, Cunha MP. (2008), "Perceptions of Authentizotic Climates and Employee Happiness: Pathways to Individual Performance? ", *Journal of business research*, Vol. 61, 7, p. 739-752.
- 32-Rego, A, Ribeiro, N, Cunha, M.P, Jesuino, J.C, (2011), "How Happiness Mediates the Organizational Virtuousness and Affective Commitment Relationship", *Journal of Business Research*, 64, 524–532.
- 33-Rego A, Souto S, Cunha MP.,(2009),“ Does the need to belong moderate the relationship between perceptions of spirit of camaraderie and employees' happiness? ” *Journal of occupational health psychology*, 14(2):148–64.
- 34-Ricketta,M.(2005), "Organizational Identification: A Meta-analysis", *Journal of Vocational Behavior*, vol. 66,358-384.
- 35-Schneider, B. (2000), "The Psychological Life of Organizations",In *Handbook of organizational culture & climate*, N.M. Ashkanasy, C.P.M. Wilderom, & M.F.Peterson (Ed.) Thousand Oaks, CA: Sage.
- 36-Somech A., & Drach-Zahavy A, (2000), "Understanding Extra-RoleBehavior in Schools: The Relationships Between Job Satisfaction, Sense of Efficacy, and Teachers Extra Role Behavior. *Teaching and Teacher Education*, 16(5-6), pp. 649-659.
- 37-Tinsley, Howard and Steven D. Brown. (2000), *Handbook of applied multivariate statistics and mathematical modelin*. California, San diego: Academic Press.
- 38-Thayer, Stacy E.(2008), "Psychological climate and its relationship to employee engagement and organizational citizenship behaviors", Advisor: Garvey House, Capella University, Doctor of Philosophy of Psychology.
- 39-Van Dierendonck D.,(2005), "The Construct Validity of Ryff s Scales of Psychological Well-being and Its Extension with Spiritual Well-being " , *Personality and Individual Differences*, vol. 36, 629–643
- 40-Wang Hui mei, Li Xuan,(2011), "Study on Psychological Capital and Organizational Identity", *Proceedings of the 8th*

International Conference on Innovation & Management, Kitakyushu, Japan.

41-Watson, D. & Clark, L. A.,(1992), "On Traits and Temperament: General and Specific Factors of Emotional Experience and their Relation to the Five-factor Model", Journal of Personality, vol. 60, 441-476.

42-Youssef, C.M., & Luthans, F. (2008), "Leveraging Psychological Capital in Virtuous Organizations: Why and How". In The virtuous organization, C. Manz, K. Cameron, K. Manz, & R. Marx. Hackensack, (Eds.), NJ: World Scientific Publishers, (pp. 131-162).