

تاریخ دریافت ۱۳۹۸/۱۰/۰۷

تاریخ پذیرش ۱۳۹۹/۰۲/۲۳

طراحی الگوی بهروزی سازمانی در شرکت ملی گاز ایران

حسن رنگریز^۱ - اکبر حسن پور^۲ - سعید جعفری نیا^۳ - میرزاعلی صبوری نیا^۴

چکیده

با توجه به این نکته که بهروزی سازمانی با اتخاذ رویکرد مثبت نگری بدنبال بهبود شادی و عملکرد در محیط‌های کاری است، طراحی الگوی بهروزی سازمانی در شرکت ملی گاز ایران هدف این پژوهش قرار گرفت. این پژوهش از لحاظ هدف، توسعه‌ای و کاربردی و از لحاظ ماهیت، از نوع تحقیقات کیفی-اکتشافی است. داده‌ها از طریق نمونه‌گیری گلوله برفی و مصاحبه نیمه عمیق ساختاریافته با ۱۸ نفر از مدیران و کارشناسان شرکت جمع‌آوری شدند و با استفاده از رویکرد تئوری داده بنیاد مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. فضیلت‌های حرفه‌ای، فضیلت‌های اجتماعی کار، و سرمایه روانشناختی افراد عوامل اصلی در شکل دادن بهروزی سازمانی کارکنان بودند. بهروزی سازمانی متشکل از سه لذت حرفه‌ای، رابطه‌ای، و انعکاسی است که با ایجاد مالکیت روانشناختی در کارکنان، به همراه عوامل مداخله‌گر و زیرساختی، ایجادکننده پیامدهای انتقالی، توسعه‌ای و عملکردی است.

واژگان کلیدی: بهروزی سازمانی، بهروزی ذهنی، بهروزی کمال‌جو، تئوری داده بنیاد.

۱. دانشیار، گروه مدیریت منابع انسانی و کسب و کار، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. Rangriz@khu.ac.ir

۲. استادیار، گروه مدیریت منابع انسانی و کسب و کار، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. a.hassanpoor@khu.ac.ir

۳. استادیار، گروه مدیریت منابع انسانی و کسب و کار، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. shamsj58@khu.ac.ir

۴. دانشجوی دکتری مدیریت رفتار سازمانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. نویسنده مسئول: std_saboorynia@khu.ac.ir

مقدمه

از نظر محققان بهروزی یعنی تجربه زندگی غنی و زاینده در این راستا بهروزی شغلی پای‌های‌ترین عنصر آن در زندگی است (Rath & Hrater, 2010). شواهد تحقیقاتی نشان می‌دهند که بیکاری باعث کاهش سطح بهروزی ذهنی می‌شود (Lucas, Clark, Georgellis, & Diener, 2004). واقعیت دیگری نشان می‌دهد که دوسوم کارکنان در سطح جهان در زمان کار برای اتمام ساعات کاری لحظه‌شماری می‌کنند. این واقعیت‌ها نشان می‌دهند که بخش بزرگی از کارکنان در محیط‌های کاری به کار صرفاً به‌عنوان منبع درآمد نگاه می‌کنند تا از پول حاصله برای برقراری روابط در محیط خارج از کار و افزایش بهروزی خود بهره‌گیرند. در حالی که شواهد تحقیقاتی دیگری وجود دارد مبنی بر اینکه برخی کارکنان بهروزی بالاتری در محیط کار دارند و به کار به‌عنوان بخش جذاب از زندگی می‌نگرند. همچنین افرادی که بهروزی بالاتری در محیط کار دارند در محیط خارج از کار نیز بهروزی بالاتری دارند (Rath & Hrater, 2010). در صورتی که نگرش از نوع کار به عنوان منبع درآمد در کارکنان حاکم باشد؛ اولاً بهروزی کلی کارکنان به‌شدت پایین می‌آید، چراکه اغلب ساعات بیداری افراد در محیط کار سپری می‌شود. ثانیاً کارکنانی که منتظر اتمام ساعات کاری باشند بهره‌وری پایین‌تری در محیط کار خواهند داشت و کمک کمی برای بهبود سازمان در دنیای رقابتی امروز خواهند داشت. درباره مفهوم بهروزی سازمانی در ادبیات مدیریت توافق نظر وجود ندارد. برخی بهروزی سازمانی را معادل بهروزی کارکنان می‌دانند، درحالی‌که برخی دیگر آن را معادل شاخص‌های عملکردی سازمان دیده و مطالعه کرده‌اند (Oades & Dulagil, 2017) برخی تحقیقات صورت گرفته بر پیشایندها متمرکز شده است (عربان، ارشدی، نیسی، و بشلیده، ۱۳۹۴؛ Brief & Weiss, 2002 Gillet, Fouquereau, Forest, Brunault & Colombat, 2012 Diez-Pinol, Dolan, Sierra & Cannings, 2008). برخی بر فرآیندهای ایجاد بهروزی تمرکز دارند (Martela, 2014). همه این‌ها بر فهم بخشی از بهروزی سازمانی دلالت دارند که در نهایت می‌تواند برنامه‌های بهبود بهروزی در سازمان را ناکام بگذارند. همچنین برخی تحقیقات قبلی در مطالعات سازمانی رویکرد معادل‌سازی سازمانی برای آنچه که ترغیب‌کننده‌ها یا معادل‌های بهروزی در روانشناسی تشخیص داده‌شده‌اند را اتخاذ کرده‌اند (Kazemi, 2017). این موضوع می‌تواند به کج‌فهمی از آنچه بهروزی سازمانی است، منجر شود. برای همین منظور لازم است ابتدا فهمی جامع از آنچه بهروزی سازمانی است در پیشایندها و فرآیندها و شاخص‌های آن در چارچوب مدلی جامع و به شیوه‌های اکتشافی در بستر آن صورت گیرد. به عبارت دیگر، پیشایندها، فرآیندها، شاخص‌ها و پیامدهای آن در چارچوب مدلی جامع در بستر سازمانی دیده شوند. این به ما این امکان را می‌دهد تا بتوانیم با دانش و آگاهی بیشتری برنامه‌های بهبود بهروزی سازمانی را در شرکت ملی گاز ایران طراحی نماییم. در این راستا سوال اصلی پژوهش این است که الگوی بهروزی سازمانی در شرکت

ملی گاز ایران چگونه است؟

بهروزی سازمانی بر اساس شواهد با عملکرد سازمانی ارتباط دارد (آقاداود، ۱۳۹۷؛ Grawitch, Gottschalk, & Munz, 2006; Tenney, Poole, & Diener, 2016; Youssef & Luthans, 2007). در صورت ناآشنایی و بی‌توجهی به آن کارکنان سطح پایینی از رضایت و احساسات مثبت را در سازمان تجربه خواهند نمود. در این صورت زمینه مساعد برای عدم ترجیح سازمان از طرف کارکنان فراهم خواهد بود و خطر از دست دادن منابع انسانی که مهم‌ترین مزیت رقابتی سازمان و به عبارتی مغز افزار سازمان است را با تهدید جدی مواجه می‌کند. چنین واقعیتی در شرکت ملی گاز که یک سازمان بسیار مهم دولتی و یکی از پایه‌های اصلی اقتصاد کشور محسوب می‌شود اهمیتی دوچندان دارد. چراکه اولاً به‌طور مستقیم عملکرد این سازمان با اعتلای اقتصادی کشور ارتباط دارد. ثانیاً سازمان‌های دولتی بسترهای اولی‌های برای رشد بخش خصوصی هر کشوری هستند و زمینه‌های رقابت موثر بخش خصوصی هر کشوری را در سطح جهانی مهیا می‌کنند. شرکت ملی گاز ایران در این راستا با پروژه‌هایی که با همکاری بخش خصوصی کشور و با به‌تنهایی اجرا می‌کند حامی بزرگی برای رقابت‌پذیری اقتصاد کشور به‌طور کلی نیز می‌باشد. بنابراین برای حفظ نیروی مغز افزار در این سازمان بسیار مهم، توجه به بهروزی سازمانی یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است.

معادل واژه انگلیسی well-being در معنی تحت الفظی آن یعنی "حس خوب" در رشته‌های مختلف متفاوت در نظر گرفته شده است. در روانشناسی به بهزیستی، در اقتصاد به رفاه و در مدیریت به بهروزی ترجمه شده است (ام‌اللهی بیوکی، دانایی‌فرد، فانی و رضاییان، ۱۳۹۳). بهروزی یک مفهوم کلی است که در رابطه با چیستی آن بین محققین روانشناسی، مدیریت، و حتی فیلسوفان اتفاق نظر وجود ندارد. بهروزی در ادبیات به دو بعد ذهنی و کمال جو تقسیم‌بندی شده است. تحقیقات نشان می‌دهند این دو با هم رابطه دارند ولی رابطه آن‌ها با هم مشخص نیست. داینر و همکاران در مطالعات خود در روانشناسی بر بهروزی ذهنی متمرکز شده‌اند و در نوشته‌های خود از اعتبار آن (علیرغم کاستی‌های آن در شاخصی برای سلامت روانی بودنش) دفاع کرده‌اند. آن‌ها ارزیابی افراد از زندگی‌شان - در دو حالت ارزیابی شناختی و پاسخ سیستم تاثیرات (حالات و احساسات) نسبت به وقایع-را بهروزی ذهنی می‌نامند (Diener, Oishi, & Tay, 2018; Diener, Suh, & Oishi, 2011; Tay & Diener, 1997). به تبع این روانشناسان برخی تحقیقات مدیریتی نیز رویکرد ذهنی برای تعریف، اندازه‌گیری، و ارتباط آن با شاخص‌های عملکردی سازمان بکار برده‌اند. آنها بهروزی ذهنی در محیط کار را معادل رضایت از شغل، ارزیابی شناختی از ماهیت شغل، و تجربه مکرر عواطف مثبت تعریف کرده‌اند (Bakker & Oerlemans, 2011; Bouckennooghe, Raja, & Butt, 2013; Diez-Pinol et al. 2008; Luthans, 2002).

برخی دیگر از روانشناسان به تبع فیلسوفان و رهبران مذهبی مثل ارسطو و بودا بهروزی ذهنی

را به‌عنوان هدف غایی موجه نمی‌دانند و بر جنبه‌های کمال‌جویی در زندگی توجه کرده‌اند. به‌روزی کمال‌جو عبارتست از: زندگی کردن یک زندگی قابل ستایش و بافضیلت که رشد، معنی، اصالت، و تعالی مشخصه‌های اصلی آن است. (Huta & Waterman, 2014). از منظر ریف (۱۹۸۹)، ابعاد به‌روزی کمال‌جو شامل معنی‌دهی به زندگی، مدیریت محیط، روابط، رشد فردی، خودمختاری، و قبول خود است. روانشناسان حضور دو بعد مهم یعنی ابعاد ذهنی و ابعاد کمال‌جویی به‌روزی را به‌طور کلی به‌روزی روانشناختی تعریف می‌کنند. از نظر روانشناسان دو عنصر اصلی در به‌روزی وجود دارد: اولی احساسات شادی ذهنی است و منجر به لذت می‌شود. و دومی احساسی است که به ما می‌گوید ما در حالی که زندگی می‌کنم چه کاری را انجام می‌دهیم یا در چه مسیری هستیم (و این احساس هدف و معنی به زندگی ما می‌دهد). به‌روزی به معنی توسعه پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های یک فرد، کنترل بر زندگی داشتن، هدف داشتن (کار کردن برای اهداف ارزشمند)، و تجربه روابط مثبت است (Ryan & Deci, 2001). با این توصیفات، به‌روزی روانشناختی در محیط کار، حالتی روانشناختی، احساسی، و هدف‌دار است که افراد زمانی که در کار هستند آن را تجربه می‌کنند (Johnson, Rob-ertson & Cooper, 2018). مدل‌های طراحی کار در مدیریت ابعادی از به‌روزی کمال‌جو را در خود دارند (Hackman & Oldham, 1980; Humphrey, Nahrgang, & Morgeson, 2007). برخی دیگر از محققین روانشناسی به جنبه‌های رابطه‌های به‌روزی متمرکز شده‌اند (Keyes Larson; ۱۹۹۸, ۱۹۹۳). از نظر این گروه از محققین به‌روزی چیزی جز رابطه و احساس نسبت به کیفیت رابطه نیست. هم‌راستا با این محققان نیز برخی تحقیقات مدیریتی به جنبه‌های رابطه‌های کار توجه نموده‌اند (Carmeli, Brueller, & Dutton, 2009; Kazemi, 2017; Martela, 2014). علیرغم اینکه در پاسخ به عدم تفاهم نسبت چیهستی به‌روزی در ادبیات و احتمالاً برای داشتن دید جامع نسبت به آن در سازمان برخی پژوهش‌های مدیریتی رویکرد ترکیبی آن‌ها را بکار گرفته‌اند، (عربان و همکاران، ۱۳۹۴؛ Gillet et al, 2012; Turban & Yan, 2016) ولی باین‌وجود هیچ‌یک ابزاری موثر و کارا برای بهبود به‌روزی در محیط‌های کاری ارائه نمی‌دهند.

به‌طور اخص، در رابطه با چیهستی به‌روزی سازمانی عدم توافق دیگری نیز وجود دارد. برخی از تعاریف و تحقیقات به به‌روزی کارکنان در درون سازمان اشاره دارند. این تحقیقات عموماً به عواملی در محیط کار که با به‌روزی کارکنان ارتباط دارند و نیز نحوه ارتباط به‌روزی بالای کارکنان با پیامدهای مطلوب سازمانی می‌پردازند. این رویکرد به ارائه کار چالشی و معنی‌دار به کارکنان و فرصت دادن به آن‌ها برای بکارگیری دانش و مهارتشان در روابط کاری با همکاران و مدیران در یک محیط سالم و ایمن که همگی در آن احساس خوبی دارند می‌پردازد. در تعریف و نگاهی دیگر به‌روزی سازمانی به برنامه‌های حمایت‌شده از طرف مدیران و استخدام‌کنندگان برای حصول نتایج مطلوب سازمانی می‌پردازد (Oades & Dulagil, 2017). این رویکرد به سازمان به‌عنوان یک موجودیت یا

هویت مجزا و دارای اولویت بالا نگاه می‌کند و به دنبال بهروزی و سلامت کلی سازمان به‌عنوان اولویت اول است. شاخص‌های بهروزی و سلامت سازمانی در این رویکرد می‌توانند عملکرد عملیاتی یا مالی سازمان، بهره‌وری، بقا و... باشد. نتیجه این نوع عدم توافق می‌تواند ناسازگاری در شاخص‌های اندازه‌گیری بهروزی سازمانی باشد. به این معنی که برای اندازه‌گیری بهروزی سازمانی آیا بایستی میزان حس خوب کارکنان را اندازه‌گیری کرد و یا شاخص‌های عملکردی سازمانی را.

هاشمی و همکاران، (۱۳۹۸) الگویی از پیشایندها و پیامدهای زاینده‌گی در کار را در شرکت ملی حفاری با روش معادلات ساختاری آزمون نمودند. در مدل آنها خودتعیینی عامل اصلی در زاینده‌گی در کار در نظر گرفته شده و ابعاد خودتعیینی همبستگی با زاینده‌گی در کار را نشان دادند. همچنین زاینده‌گی در کار با متغیرهای عملکردی رابطه مثبت داشت. سرباز حسینی و همکاران، (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان "طراحی و اعتبار یابی الگوی بهروزی سازمانی و ارزیابی وضع موجود آن در دانشگاه فرهنگیان" با روش تحلیل محتوای استقرایی ابعاد بهروزی سازمانی را در ۶ بعد روانی، فیزیکی، مالی، ساختاری، اجتماعی، و مدیریتی شناسایی نمودند که بعد مدیریتی و ساختاری آن متفاوت از تحقیقات قبلی می‌باشند. آن‌ها با انجام آزمون فریدمن در بخش کمی، ابعاد روانی، اجتماعی، و مدیریتی را حائز بیشترین اهمیت تشخیص دادند. مایرز و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی رابطه بین توجه به نقاط قوت افراد در محیط کار و بهروزی آنها با هدف بررسی بین فرهنگی در ۵ کشور جهان پرداختند. آنالیز مسیر نشان داد که در ۵ کشور، رابطه بین حمایت از نقاط قوت افراد و سه نشانگر بهروزی تفاوتی ندارند و در همه کشورها رابطه مثبت با رضایت از زندگی و درگیری در کار و رابطه منفی با فرسودگی را نشان داد. توربان و بان (۲۰۱۶) مطالعه‌ای را برای بررسی تاثیر بهروزی‌های ذهنی و کمال جو بر پیامدهای کاری انجام دادند. مطالعه در دو زمان متفاوت انجام گرفت. در زمان ۱ ابعاد ذهنی و کمال جویی بهروزی در کارکنان مدیریتی اندازه‌گیری شد و در زمان ۲ پیامدهای نگرش شغلی و رفتارهای فرانقشی اندازه‌گیری شد. یافته‌ها نشان داد که ابعاد متفاوت بهروزی تاثیرات منحصر بفردی بر پیامدهای مرتبط بر کار دارند. جو و همکاران (۲۰۱۶)، در مقاله خود پیشایندهای فردی (جهت‌گیری با هدف یادگیری)، محتوایی (رهبری توانمندساز)، و مرتبط با شغل (تقویت روانشناختی) را بر بهروزی روانشناختی بررسی نمودند. آن‌ها نتیجه‌گیری کردند که تقویت روانشناختی به‌طور بخشی، میانجی بین جهت‌گیری با هدف یادگیری و بهروزی روانشناختی است، ولی در رابطه بین رهبری توانمندساز و بهروزی روانشناختی میانجی کامل است و ۴۷ درصد تغییرات بهروزی روانشناختی با سه عامل مذکور تبیین گردید. پیرس، گاردنر و کانتری^۱ (۲۰۱۵) برای آزمون اینکه آیا احترام به خود سازمانی بر بهروزی کلی افراد در زندگی تاثیر دارد مطالعه‌ای را ترتیب دادند. هدف آنان در این مطالعه بررسی تاثیر انتقالی بهروزی در محیط کاری و زندگی کلی

1. Pierce, Gardner & Courtney

افراد بود. در دو مطالعه که در اولی مشارکت کنندگان و در مطالعه دوم همکاران آنها پرسشنامه‌ها را تکمیل کردند. نتایج نشان داد که احترام به خود سازمانی در هر دو مطالعه با بهروزی کلی افراد در زندگی همبستگی دارد.

اگرچه، عمده تحقیقات مدیریتی امروزه در رابطه با چిستی و ابعاد و شاخص‌های آن اغلب رویکرد ترکیبی آن‌ها را بکار می‌گیرند ولی اولاً این نوع نگاه به فرایندهای شکل‌گیری آن توجهی نمی‌کند بنابراین همچنان بخشی نگر است. ثانیاً دلیلی برای حمایت از آن از طرف مدیران سازمان‌ها ارائه نمی‌دهد. در نهایت آن‌ها مفاهیم عاریه گرفته شده از روانشناسی هستند که ممکن است با واقعیات سازمانی تطابق کمتری داشته باشند. همه این دلایل در کنار هم لزوم توجه به این پدیده را با رویکرد اکتشافی در بستر سازمانی آن را آشکار می‌کنند. پژوهش حاضر برخلاف پژوهش‌های قبلی صورت گرفته در این حوزه به دنبال انتقال و معادل‌سازی سازمانی برای مفاهیمی که در رشته‌های دیگر برای بهروزی تولید شده‌اند نیست بلکه به دنبال ایجاد فهم عمیق از آن در بستر سازمانی و مفهوم سازی مناسب برای آن است. همچنین این تحقیق علاوه بر چيستی و ابعاد آن به دنبال شناسایی پیشایندها، فرایندها و پیامدهای بهروزی سازمانی نیز می‌باشد. بدین ترتیب با شناسایی ابعاد آن از اتخاذ رویکرد ترکیبی و عاریتی برای اندازه‌گیری آن اجتناب می‌شود همچنین با داشتن درک کامل از پیشایندها، فرایندها و پیامدهای آن زمینه برای حمایت از طرف مدیران فراهم می‌شود. همچنین با تهیه ابزاری که فرایند بهبود بهروزی و پیامدهای آن را در سازمان به وضوح نشان می‌دهد یارای مدیران در این راستا است. با این توصیف، این پژوهش به دنبال الگوی بهروزی سازمانی با دید جامع‌تر است.

روش‌شناسی

در این پژوهش برای احصای الگوی بهروزی سازمانی در شرکت ملی گاز ایران از رویکرد تئوری داده بنیاد با رهیافت نظام‌مند پیشنهاد شده توسط استراوس و کوربین (۱۹۹۸) استفاده شده است. از آنجایی که در این پژوهش به دنبال درک عمیق از پیشایندها، کنش‌ها و واکنش، و پیامدها هستیم استفاده از رویکرد تئوری داده بنیاد برای این پژوهش مناسب است. این پژوهش به دنبال احصای پدیده محوری با محوریت بهروزی کارکنان در سازمان، شرایط علی، مداخله‌گر، زمینه‌ای، راهبردها، و پیامدها از طریق مصاحبه‌های نیمه عمیق ساختاریافته با مدیران و کارشناسان شرکت ملی گاز ایران است. داشتن تجربه بالا، تحصیلات مرتبط، و مدیر یا کارشناس یک بخش بودن شرایط انتخاب افراد برای مصاحبه بودند. در رابطه با نحوه انتخاب افراد برای مصاحبه از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد. در هر مصاحبه از مصاحبه‌شونده خواسته می‌شد تا افرادی را که آن‌ها احساس می‌کردند بهروزی بالاتری در محیط کار دارند، و حائز شرایط تجربه، تحصیلات مرتبط، و مدیر یا کارشناس یک

بخش هستند را در بخش‌های مختلف شرکت برای مصاحبه‌های بعدی معرفی نمایند. انتخاب افراد نمونه نیز به طریق نمونه‌گیری نظری و تا رسیدن به اشباع نظری در تولید مقوله‌ها ادامه یافت. در نهایت با ۱۸ نفر (۸ مدیر و ۱۰ کارشناس) مصاحبه صورت گرفت که برای تحلیل مصاحبه‌ها از سه نوع کدگذاری باز، محوری، و انتخابی استفاده گردید.

برای اطمینان از روایی و پایایی و به عبارتی برای اطمینان از اعتبار یافته‌های این پژوهش کیفی، در مراحل مختلف پژوهش از روش‌های متنوعی که صاحب‌نظران پژوهش‌های کیفی (استراوس و کوربین، ۲۰۰۷؛ گل‌افشانی، ۲۰۰۳؛ عباس زاده، ۱۳۹۱) پیشنهاد داده‌اند، استفاده گردید. برخی از روش‌های مورد استفاده صرفاً به بهبود پایایی و برخی هم مربوط به بهبود پایایی و هم موجب بهبود روایی می‌شوند.

با بررسی دقیق جملات مصاحبه‌ها تلاش شد تا حداکثر تعداد کدهای باز ممکن استخراج گردند همچنین تعداد بالای مشارکت کنندگان در مصاحبه‌ها اطمینان کافی از مطرح شدن همه جنبه‌ها را می‌دهد.

برای اطمینان از پایایی کدهای باز کدگذاری باز برای برخی مصاحبه‌ها در دو زمان متفاوت صورت گرفت. جدول (۱) نمونه پایایی کدگذاری باز در فاصله زمانی یک ماهه را نشان می‌دهد کدگذاری باز توسط همکاران خبره صورت گرفت که در هر مورد میزان تشابهات کدهای تولید شده بسیار بالا بود. از آنجایی که تفاوت کدهای باز تولید شده می‌تواند منجر به تولید مقوله‌های خرد و کلان متفاوتی گردد، تعداد بیشتری از مصاحبه‌ها به افراد خبره ارجاع شد تا اطمینان از کفایت کدهای باز حاصل شود اگرچه تعداد بالای افراد مصاحبه شوند نیز خود عامل مهمی برای غنی بودن کدها می‌باشد.

$$\frac{2(n1 \cap n2)}{n1+n2} = \text{درصد توافقات}$$

فرمول محاسبه پایایی (درصد توافقات) (خواستار، ۱۳۹۳)

جدول ۱- پایایی کدگذاری در دو زمان متفاوت. (منبع: یافته‌های پژوهش)

کد مصاحبه	کل کدهای تولید شده در ۲ زمان مختلف	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	در صد توافقات
P3	۱۹۰	۱۴۴	۴۶	۷۶
P5	۹۷	۸۰	۱۷	۸۲

در کلیه مراحل پژوهش تلاش شد تا شاخص‌های ده‌گانه پیشنهاد شده توسط استراوس و کوربین (۲۰۰۷) برای مقبولیت تحقیقات کیفی رعایت شوند. اگرچه کلیه این شاخص‌های پیشنهاد شده نیز کیفی و قضاوتی هستند.

ارجاع نظریه و مقوله‌های تولید شده به خبرگان مدیریت: مقوله‌های خرد و کلان تولید شده در هر مرحله حداقل به سه نفر از خبرگان و اساتید مدیریت برای بررسی صحت و اعتبار آن‌ها ارجاع شده و نظرات آن‌ها در هر مرحله لحاظ شد. همچنین مدل نهایی پژوهش نیز با گرفتن نظرات اصلاحی این خبرگان تولید گردید.

ارجاع نظریه تولید شده به چند نفر از مشارکت‌کنندگان در پژوهش: میزان قابل فهم بودن، قابل باور بودن، و انطباق با تجربیات آن‌ها برای بررسی کیفیت مدل ظاهر شده مدنظر بود.

یافته‌ها

تعداد بسیار زیادی کد اولیه در مرحله کدگذاری باز تولید شد که پس از بازنگری و حذف کدهای تکراری از ۵۱۱ کد باقی مانده در مقوله‌بندی مرحله اول تعداد ۳۰ مقوله اولیه (خرد) تولید گردید که مقوله‌های خرد و کلان تشخیص داده شده نهایی در محورهای شش‌گانه به شرح ذیل است:

پدیده محوری مرکزیت فرآیند در بین مقوله‌های ظاهر شده را دارد (Creswell, 2012). در این پژوهش پدیده محوری بهروزی سازمانی است. با توجه به اولین قسمت جدول (۲) بهروزی سازمانی متشکل از سه مقوله خرد لذت رابطه‌ای، لذت حرف‌های و لذت بازخوردی یا انعکاسی است. لذت رابطه‌های مربوط به روابط بین کارمند و مدیران و همکاران و به‌طور کلی جو مطلوب در مجموعه است. لذت حرف‌های مربوط به توانایی و تخصص و شایستگی‌های فرد و نیز جایگاه این شایستگی‌ها در رابطه با فعالیت‌های سازمان می‌باشد. لذت بازخوردی یا انعکاسی احساسات مثبت و رضایت حاصل از پیامدهای مطلوب می‌باشند.

زمانی که از افراد سوال کردیم "چه زمانی در سازمان احساس شادی یا بهروزی دارید؟" مشارکت‌کننده در مصاحبه سوم در رابطه با لذت رابطه‌های می‌گوید: "زمان‌هایی که بینم همکاران شادند و به آمل و آرزوهای اداری‌شان می‌رسند و می‌توانم به همکاران در ارتقاء، در تثبیت جایگاهشان کمک کنم... لذت می‌برم". در رابطه با لذت انعکاسی فرد مصاحبه شونده سوم توضیح می‌دهد: "رضایتمندی خوبی را داشتم برای این که از ساعت ۷ می‌آمدم سر کار تا ساعت ۱۰ و ۱۱ شب ولی تبلور کارم را در اعتلای اقتصادی کشور می‌دیدم." در رابطه با لذت حرف‌های ناشی از کار در مصاحبه اول فرد این‌گونه در رابطه با احساس شایستگی توضیح

می‌دهد که "فرد وقتی می‌بیند در گروه‌های مختلفی شرکت دارد، صاحب فکر است، صاحب نظر است و می‌تواند با نظرات خوب خودش کمک کند..."

شرایط علیّی مقوله‌ها و شرایطی هستند که بر پدیده محوری تاثیر دارند (همان منبع). در این پژوهش شرایط علیّی مجموعه شرایطی می‌باشند که برای بوجود آمدن بهروزی سازمانی نقش پای‌های و زیربنایی دارند. این پژوهش دامنه وسیعی از متغیرها را مطابق جدول (۲) به‌عنوان عوامل علیّی شناسایی نموده است که در قالب مقوله‌های کلان فضیلت حرفه‌ای، فضیلت اجتماعی کار، و سرمایه روانشناختی سازمان یافته‌اند. در این جدول فضیلت حرف‌های شامل مقوله‌های خرد مهارت، تنوع، خودمختاری، ماهیت کار، و همت و تلاش است. در مصاحبه ۸ وقتی پرسیدیم در کدام کارتان بیشترین حس خوب را داشتید و چرا؟ وی می‌گوید: "آن موقع که در کارگاه کار می‌کردم و مهندس ناظر سازه بودم. هم مرتبط با رشته تحصیلی‌ام بود و هم کارش متنوع بود" که اشاره به تنوع و مهارت در کار دارد. در مصاحبه با فرد ۱۵ وی به خودمختاری اشاره می‌کند: "کار فنی و کار بیرون را دوست دارم. دوست دارم در محیط‌های آزادتری باشم". در مصاحبه ۱۶ فرد به ضرورت تلاش و همت اشاره می‌کند: "ما پذیرفته‌ایم که این فعالیت را انجام دهیم هرچند که مورد علاقه درونی ما نباشد پس باید با دقت و به درستی آن را انجام دهیم". همچنین در مصاحبه ۲ زمانی که سوال کردیم که ارزش واقعی کارتان را در چه چیزی می‌دانید فرد به ماهیت کار اشاره می‌کند "من احساس می‌کنم خود ماهیت واحد آموزش هست که... دانستن این موضوع حس خوبی به آدم می‌دهد."

در رابطه با مقوله کلان سرمایه روانشناختی و مقوله‌های خرد آن در مصاحبه ۱۵ فرد به تلاش‌های خود برای ایجاد انعطاف و انطباق با محیط برای ایجاد حس خوب در خود اشاره می‌کند و می‌گوید: "من آدم منعطفی هستم سعی می‌کنم محیط کار را برای خودم منعطف بکنم... پس اگر علاقه ندارم علاقه را خودم ایجاد می‌کردم". در مصاحبه ۶ فرد در رابطه با زمینه‌های شخصی خود حرف می‌زند: "من سعی می‌کنم همیشه مثبت فکر کنم. این است که اگر اتفاقی می‌افتد حتماً یک خیری در آن هست."

بخش عمده دیگر در رابطه با شرایط علیّی بهروزی سازمانی کارکنان، مربوط به فضیلت‌های اجتماعی کار است. همان‌طور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود، این فضیلت شامل مقوله‌های خرد بها دادن، حمایت اجتماعی، بهم وابستگی، مشارکت دادن، تعادل کار و زندگی، و عدالت است. زمانی که سوال شد مدیران چگونه می‌توانند حس خوب را در محیط کاری ایجاد یا تقویت کنند؟ در رابطه با بها دادن و حمایت اجتماعی در مصاحبه ۱ فرد توضیح می‌دهد: "منابع انسانی... باید از یک سعه‌صدری و دقت نظر خوبی هم برخوردار باشد و بتواند فرصت خوبی را

جدول ۲- کدگذاری ها برای پدیده محوری و شرایط علیّ بهروزی سازمانی کارکنان. (منبع: یافته های پژوهش)

مقوله کلان	مقوله خرد	نمونه مولفه ها
	لذت بازخوردی	حس مفید بودن، آگاهی از نتایج کار، حس خوب انعکاسی، رضایت، حس تاثیر اجتماعی و...
بهروزی سازمانی	لذت رابطه‌ای	حس احترام، احساس بها داشتن، حس فردی خوب، جوّ خوب، لحظات خوب، حس قدردانی و...
	لذت حرفه‌ای	جایگاه شغلی، موفقیت، احساس شایستگی، بهبود، حس موفقیت فردی، حس شان و مقام و...
	توجه به مهارت	تجربه، آشنایی به مسائل، تسلط بر مقررات، عمل در چارچوب قانون، دانش، تخصص گرایی شغلی، و...
	خلق تنوع	تنوع کاری، خلق ایده، تنوع، خلق تنوع، صیادی لحظه‌ها، تنوع عوامل، تنوع وظیفه، نوآوری (تنوع)، تجربه نو.
فضیلت حرفه‌ای	خود مختاری	فکر، عمل خودمختارانه، اختیار زیاد، توان کنترل کارها، خودمختاری و استقلال، آزادی،
	ماهیت کار	بازخورد، ماهیت کار، کار درست، معنی کار، اطمینان به کار، ویژگی شغل، کار موثر، نیاز سازمان، و...
	همت و تلاش	توجه به کار، دنبال تکلیف بودن، پرسشگری، تمرکز بر مشکل، تلاش، رفتار حرفه‌ای، کار نرمال، و...
	بها دادن	توجه مدیریتی، گوش دادن، حل مشکل پرسنل، سبک سرپرستی، بها دادن، دیدن فرا نقش‌ها، و...
	بهم وابستگی	ارتباط دوجانبه خوب، ارتباط سیستمی، شناسایی، تبادل نظر، تفاهم، تعامل مدیران و کارکنان و...
فضیلت اجتماعی کار	تعادل کار و زندگی	تعادل کار و زندگی، شروع نرمال، نزدیکی به خانواده، دواير حل مشکل، رفع دغدغه شخصی، و...
	حمایت اجتماعی	نزدیکی به سرپرست، ارتباط با همکار، کمک به همکار، پشتیبانی همکار، رابطه با همکاران، و...
	عدالت سازمانی	اشاعه، عدالت، مقایسه با دیگران، عدالت مرآوده‌ای، احقاق حقوق، ضابطه‌مندی، الزام همگانی مقررات، و...
	مشارکت دادن	مشارکت دادن، درگیر کردن، تفویض اختیار، آشنا سازی، کار گروهی، مشارکت داوطلبانه، و...
سرمایه روانشناختی	تلاش عاطفی	انطباق، انطباق مثبت، تلاش برای ماندن، تاب‌آوری، امید به آینده، مقاومت، سعه‌صدر، فراموشی، و...
	زمینه‌های شخصیتی	تناسب با روحیه، مثبت نگری، سلامت فکری و روحی، زمینه نرمال، آرامش فکری، شخصیت افراد، و...

ایجاد کنند و افراد به مدیران مراجعه کنند و حرف‌های خودشان را بزنند و مشکلات پرسنل را بتوانند حل و فصل کنند." در مصاحبه ۹ از حس خوب جمعی سوال شد و فرد به بهم وابستگی و مشارکت اشاره می‌کند: "جمعی که بتوانند مثل یک بدن واحد برای رسیدن به هدف یک اجماع جمعی داشته باشند... و حس خوب در آن مجموعه می‌تواند بیشتر خودش را نشان دهد." در مصاحبه با فرد ۴ وی به عوامل بیرون از سازمان (تعادل کار و زندگی) که بر حس خوب در محیط کار تاثیر می‌گذارند اشاره می‌کند: "همکاران ما که... به صورت شیفی کار می‌کنند. ۱۵ روز تهران ۱۵ روز منطقه. این افراد بعضاً دچار استرس هستند... من بعضی وقت‌ها فکر می‌کنم که واقعاً مدیریت کردن این‌ها در خانه کار سختی است." در مصاحبه ۱۲ فرد در رابطه با عدالت می‌گوید: "خود شرکت وقتی خصوصی نگاه کنیم جزو شرکت‌هایی هست که استانداردهای کاری را برای کارکنانش رعایت می‌کند..."

راهبردها اشاره به کنش‌ها و واکنش‌هایی دارد که از پدیده محوری نشات می‌گیرند (همان منبع). در این پژوهش آنچه که بهروزی کارکنان را به پیامدهای مطلوب مرتبط می‌کند خلق انگیزش و تعلق سازمانی تشخیص داده شدند که مجموعه این دو مقوله خرد تحت مقوله کلان خلق مالکیت روانشناختی سازمان یافته‌اند جدول (۳). در مصاحبه با فرد ۱ که یک مدیر است وی به فرآیند حس خوب و خلق مالکیت روانشناختی و در نهایت ایجاد پیامدهای مطلوب اشاره می‌کند و می‌گوید: "یک حس خوب باعث یک انگیزش خوب می‌شود. وقتی این انگیزش خوب باشد یک احساس تعلق سازمانی خوبی بوجود می‌آید... سعی می‌کند در مباحث و مسائل و مشکلات شرکت خودش را دخیل کند."

عوامل مداخله‌گر شرایط محتوایی عمومی می‌باشند که بر راهبردها تاثیر می‌گذارند (همان منبع). این عوامل بر راهبردها (در اینجا ایجاد انگیزش و تعلق سازمانی) تاثیر دارند و قادرند آن‌ها را تقویت یا تضعیف نمایند. عوامل مداخله‌گر در جدول (۳) شامل دو مقوله خرد باورهای اکتسابی و فرهنگی، و اخلاقیات است که در قالب مقوله کلان باورهای کلی فرهنگی و اخلاقی مطرح می‌شود.

زمینه‌ها، شرایط و بسترهای خاصی هستند که بر راهبردها تاثیر دارند (همان منبع). تفاوت این عوامل با عوامل مداخله‌گر در این است که این عوامل قابل کنترل می‌باشند و مدیریت می‌تواند با دست‌کاری آن‌ها به نحو مطلوبی بر راهبردها و نهایتاً بر پیامدهای مطلوب تاثیر بگذارد (رنگریز و همکاران، ۱۳۹۸). اقدامات مدیریتی (تخصیص منابع، چشم‌انداز استراتژیک، و راه‌گشایی) و زیرساخت‌های محتوایی و ابزاری (ملزومات، معیشت، کیفیت زندگی کاری، و ارگونومی) از عواملی هستند که بر انگیزش و تعلق نیروی انسانی تاثیر دارند (جدول ۳).

در مصاحبه ۴ در رابطه با کیفیت زندگی کاری و معیشت فرد می‌گوید: "... قسمت‌هایی هم با حمایت مالی با یک سری مزایای مالی یا رفاهی... این‌ها کمک کند تا فرد رضایت شغلی داشته باشد". در مصاحبه ۷ فرد به ملزومات و ارگونومی کار اشاره می‌کند و می‌گوید: "از نظر سخت‌افزاری، سرمایه‌ش و گرمایش محیط کار، و... حس خوبی را که نیاز شرایط کاری هست را تکمیل می‌کند". در مصاحبه ۶ در رابطه با راه‌گشایی فرد می‌گوید: "حس خوب را در حذف یک سری قوانین دست و پاگیر اداری که بیخودی باعث صرف انرژی نشوند می‌دانم". در مصاحبه ۵ در رابطه با تخصیص بهینه منابع فرد می‌گوید: "مثلاً ما با اندک پولی که داشتیم

جدول ۳- کد گذاری‌ها برای راهبردها، عوامل مداخله‌گر و زمینه‌ها. (منبع: یافته‌های پژوهش)

مقوله کلان	مقوله خرد	نمونه مولفه‌ها
خلق مالکیت روانشناختی	انگیزش	انگیزش، نفع رساندن به همکار، انگیزه داده به همکار، ایجاد انگیزش، تشویق، تشویق و تنبیه، و...
	تعلق	اتحاد جسم و روح، احساس مالکیت عاطفی، ایجاد علاقه، تعلق، تعلق دوجانبه، تعلق سازمانی، و...
باورهای کلی فرهنگی و اخلاقی	باورهای فرهنگی	تغییر نگرش در جامعه، تغییر نگرش فردی، تفویض الهی مدیریت، اصلاح افکار، اعتقاد قلبی، و...
	اخلاقیات	اخلاقیات، نوع‌دوستی، وجدان، صداقت، جوانمردی، رفتار اخلاقی، نزاکت، نحوه برخورد، و...
	ارگونومی	استراحت، توجه به پتانسیل‌های افراد، تناسب فیزیکی، فعالیت بدنی، ورزش، شرایط فیزیکی، ایمنی کار.
زیرساخت‌های محتوایی و ابزاری	کیفیت زندگی کاری	خدمات رفاهی، ارتقای شغلی، رفاهی، بدی آب‌وهوا، ایاب و ذهاب، محیط کاری، تمیزی، نظم، و...
	معیشت	جبران مالی، مادیات، معیشت، توجه به معیشت پرسنل، مالی، درآمد بالا، بعد مالی، اشباع مالی و...
	ملزومات	زیرساخت، سخت‌افزار (ملزومات)، مهیا بودن شرایط، ابزار کار، ملزومات.
	تخصیص منابع	شرح وظایف، حق تصمیم‌گیری، تقسیم کار، صرفه‌جویی، مدیریت محدودیت، استفاده بهینه، و...
اقدامات مدیریتی	راه‌گشایی	فرصت‌سازی، پیگیری مدیریتی، آموزش، شفاف‌سازی، نظارت، اصلاح رویه اداری، مدیریت محیط و...
	چشم‌انداز استراتژیک	وسعت نگرش، توجه به اهداف بلند، تفکر خوب، تفکر سیستمی، یکپارچه کردن، مغز افزار (تفکر)، و...

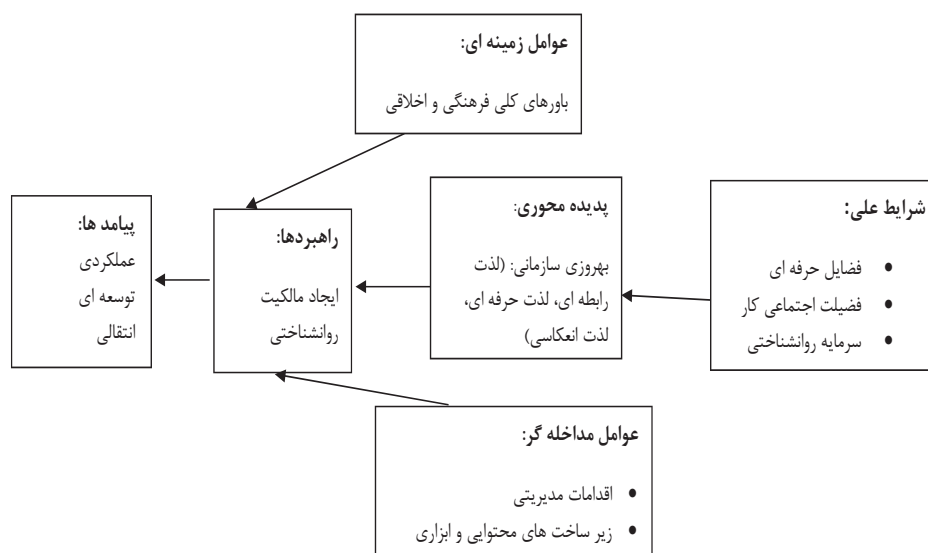
اینجا یک مکانیزمی را درست کردیم به نام مکانیزم ده نود... منابع مالی رو به بهترین نحو استفاده کردیم". در مصاحبه با فرد سوم وی به چشم انداز استراتژیک در تصمیم‌گیری‌ها اشاره می‌کند و می‌گوید: "ما ملی فکر می‌کردیم... فکر می‌کردم اگر کشور در جایگاه مناسب قرار بگیرد خانواده من هم از منافع آن منتفع هستند".

پیامدها نتیجه حاصل از کنش و واکنش‌ها می‌باشد (Creswell, 2012). داشتن مالکیت روانشناختی از کارکنان در قبال سازمان منجر به پیامدهای مطلوبی برای فرد، سازمان، و جامعه می‌شود. جدول (۴) این پیامدها را به تفکیک و تفصیل نشان می‌دهد.

بعد از کدگذاری باز و مقوله‌بندی خرد، مقوله‌های ساخته شده که همان عوامل می‌باشند در محوری‌های شش‌گانه جای می‌گیرند که به این مرحله کدگذاری محوری گفته می‌شود. در این مرحله ابتدا مقوله/مقوله‌های محوری مشخص شدند و ارتباط سایر مقوله‌ها با مقوله‌های محوری نیز با استناد به مصاحبه‌ها و خط سیر داستان مشخص گردید. خط سیر داستان نشان می‌دهد که کدام مقوله هسته فرایند را تشکیل می‌دهد و بیشترین ارتباط را با سایر مقوله‌ها دارد بنابراین بایستی به عنوان مقوله محوری باشد. در مرحله کدگذاری انتخابی، در فرآیند رفت و برگشتی چندگانه مقوله‌بندی کلان به همراه کدگذاری محوری مقوله‌های کلان مدل مفهومی (نظریه) اولیه پژوهش شکل گرفت. برای اطمینان بیشتر مدل ظاهر شده پژوهش به چند نفر از نخبگان در حوزه مورد مطالعه برای اطمینان از تطابق آن با ادبیات و نیز مشارکت کنندگان در پژوهش ارجاع شد و بر اساس نظرات آن‌ها نیز تعدیلاتی صورت گرفت. در نهایت مدل نهایی پژوهش با قراردادن مقوله‌ها در شش محور پیشنهاد شده توسط کرسول (۲۰۱۲) به صورت شکل (۱) حاصل گردید.

جدول ۴- کدگذاری‌ها برای پیامدهای بهروزی سازمانی. (منبع: یافته‌های پژوهش)

مقوله کلان	مقوله خرد	نمونه مولفه‌ها
	انتقالی	تسری شادی به خانواده، رابطه سازنده با خانواده، جامعه آرمان‌گرا، عمل به مسئولیت اجتماعی، و...
پیامدهای بهروزی سازمانی	توسعه‌ای	تعالی سیستم، تحول، ارتقای پرسنل، یادگیری جمعی، به‌روز شدن، رقابت‌پذیری، اثر بر خرد جمعی، و...
	عملکردی	تحقق مأموریت‌های عالی سازمان، پاسخگویی، حل مشکلات سازمان، کمک به سازمان، منافع سازمان، و...



شکل ۱ - نتیجه‌کد گذاری ها و مدل مفهومی پژوهش. (منبع: یافته‌های پژوهش)

بحث و نتیجه‌گیری

بخش عمده زندگی هر فرد در محیط کار سپری می‌شود بنابراین برای داشتن یک زندگی شاد و باکیفیت داشتن حس خوب در محیط کار می‌تواند یک استراتژی کلیدی باشد. از طرف دیگر شواهدی وجود دارد که داشتن حس خوب در محیط کار باعث بهبود عملکرد فرد در سازمان می‌شود، بنابراین لازم بود تا درک عمیقی از آنچه حس خوب در محیط کار است، اجزای سازمانی و فرآیندهای ایجاد حس خوب در محیط‌های کاری صورت گیرد و ابزاری مناسب و کاربردی برای رصد و بهبود آن در اختیار مدیران سازمان قرار گیرد.

پدیده محوری شناسایی شده در این پژوهش کاملاً بدیع و منحصر به فرد می‌باشد و شامل سه نوع لذت حرفه‌ای، رابطه‌ای و انعکاسی است. همان‌طور که مشاهده می‌شود این سه نوع حس خوب با ابعاد بهروزی ذهنی داینر و همکاران (۱۹۹۷)، بهروزی کمال‌جوی ریف (۱۹۸۹) و حالات روان‌شناختی شناسایی شده هاکمن و اولدهام (۱۹۸۰) شامل: حس معنی، حس مسئولیت و آگاهی از نتایج، کاملاً متمایز است. پژوهش‌های داخلی مثل تحقیق عربان و همکاران (۱۳۹۴) با اقتباس مفاهیم و ابعاد ذهنی و کارکردی (که ما آن را بهروزی کمال‌جو نامیده‌ایم). بهروزی، به دنبال آزمون پیشایندهای مؤثر بر آن بودند.

پژوهش امراللهی بیوکی و همکاران (۱۳۹۳) نیز مفاهیمی را از روانشناسی به عاریه گرفته

وآزمون نموده است. برای افزایش حس خوب در محیط کار مدیران می‌توانند این سه نوع لذت حاصله را مدنظر داشته باشند و برنامه‌هایی برای افزایش و بهبود آن‌ها از طریق توجه به شرایط علی ایجادکننده آن‌ها را داشته باشند.

شرایط علی شناسایی شده در این پژوهش که مستقیماً بر خلق پدیده محوری تأثیر دارند نیز متمایز می‌باشد. عوامل مؤثر بر بهروزی ذهنی در مطالعات روان‌شناختی، عوامل ژنتیکی به همراه عوامل محیطی تشخیص داده شده‌اند. یا مطالعات بریف و ویز در سازمان این عوامل را در دو گروه کلی درون‌زا و برون‌زا طبقه‌بندی می‌کند.

عوامل مؤثر بر بهروزی سازمانی در این پژوهش تحت سه مقوله کلان فضیلت حرفه‌ای، فضیلت اجتماعی کار و سرمایه روان‌شناختی طبقه‌بندی شده‌اند. فضیلت حرفه‌ای مربوط به مهارت در کار، خودمختاری، آشنایی با ماهیت کار، همت و تلاش و تنوع فعالیت‌ها در محیط کاری می‌باشد. تقویت این فضیلت‌ها در مرحله بعدی با خلق پیامدهای عملکردی می‌تواند منجر به لذت بیشتر در بعد انعکاسی نیز شود؛ بنابراین فضیلت‌های حرفه‌ای ارزش توجه ویژه در سازمان را دارند.

فضیلت اجتماعی کار شامل بها دادن، حمایت، به هم‌وابستگی، مشارکت، تعادل کار و زندگی و عدالت در محیط کاری است. این فضیلت‌ها عموماً مربوط به کیفیت روابط بین مدیران با کارمندان و همکاران با یکدیگر است. سرمایه روان‌شناختی که شامل زمینه‌های فردی و تلاش‌های عاطفی افراد برای تطابق با شرایط کاری است، مستقیماً با ایجاد حس خوب برای افراد در محیط‌های کار مرتبط می‌باشند.

درحالی‌که روانشناسان مثل هاگمن و اولدهام (۱۹۸۰) تلاش کرده‌اند با شناسایی و ربط دادن جنبه‌های روان‌شناختی کار با حالات روان‌شناختی مکانیزم ایجاد انگیزش در کار را تشریح نمایند یافته‌های این تحقیق با فاصله‌گیری آشکار از مباحث روانشناسی در شرایط علی و گرایش بیشتر به مفاهیم عینی مدیریتی و سازمانی تلاش می‌کند تا جنبه‌های فردی (سرمایه روان‌شناختی)، فنی-انسانی (فضیلت حرفه‌ای) و روابط (فضیلت اجتماعی) کار را با جنبه‌های عینی تر مطلوب ساز انسانی (لذت رابطه‌ای- لذت حرفه‌ای- و لذت انعکاسی) ارتباط دهد و بدین طریق درک متفاوتی از بهروزی در محیط کار ایجاد نماید که عینی‌تر است و ابزار کاربردی بهتری در اختیار مدیران برای سنجش و بهبود بهروزی در محیط‌های کاری قرار دهد. از آنجا که این تحقیق در یک سازمان دولتی انجام گرفته بایستی در تعمیم نتایج آن در سازمان‌های خصوصی با احتیاط بیشتری عمل شود. این موضوع به‌عنوان محدودیت این تحقیق نیز مطرح است و محققان دیگر می‌توانند تحقیق مشابهی در سازمان‌ها خصوصی انجام دهند.

منابع

- آقداوود، سید رسول (۱۳۹۷). بررسی تأثیر مدیریت شادمان سازی (نشاط) بر عملکرد کارکنان شرکت گاز منطقه دو اصفهان بر مبنای مدل استیروز. مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، سال ۹، شماره ۳۵، صص ۵۸-۳۳.
- امراللهی بیوکی، ناهید، دانایی فرد، حسن، فانی، علی اصغر و رضاییان، علی (۱۳۹۳). طراحی الگوی بهروزی سازمانی: تبیین نقش محوری سرمایه روانشناختی مثبت در سازمان های دولتی ایران. فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال ۳، شماره ۱ و ۲ (پیاپی ۸ و ۹)، صص ۱۰۰-۷۳.
- خواستار، حمزه (۱۳۹۳). طراحی مدل خطمشی گذاری برای تأمین امنیت فضای تبادل اطلاعات. رساله دکتری چاپ نشده. دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- رنگریز، حسن، آراسته حمیدرضا، عباسیان، حسین و طهرانچی، تارا (۱۳۹۸). الگوی شایستگی در راستای ابقای کارکنان شرکت های نفتی تحت پوشش اصل ۴۴ قانون اساسی. چشم/نداز مدیریت دولتی، سال ۹، شماره ۳۶، صص ۳۹-۱۵.
- سرباز حسینی، علی اکبر (۱۳۹۷). طراحی و اعتبار یابی الگوی بهروزی سازمانی و ارزیابی وضع موجود آن در دانشگاه فرهنگیان. رساله دکتری. دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران.
- عباس زاده، محمد (۱۳۹۱). تأملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی. جامعه شناسی کاربردی. سال ۲۳، شماره ۱، صص ۳۴-۱۹.
- عربان، شجاع، ارشدی، نسرین، نیسی، عبدالکاظم و بشلیده، کیومرث (۱۳۹۴). طراحی و آزمودن الگویی از برخی متغیرهای فردی، شغلی و سازمانی به عنوان پیشایندهای بهزیستی سازمانی در کارکنان شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب. دستاوردهای روان شناختی دانشگاه شهید چمران اهواز. سال ۲۲، شماره ۲، صص ۱۳۶-۱۱۷.
- هاشمی، سید اسماعیل، خواجه پور، نسیم و بشلیده، کیومرث (۱۳۹۸). طراحی الگویی از پیشایندها و پیامدهای زایندهی در کار برای کارکنان شرکت ملی حفاری ایران. فصلنامه مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت. سال ۱۰، شماره ۴۰، صص ۱۴۶-۱۲۱.
- Bouckennooghe, D., Raja, U., & Butt, A. N. (2013). Combined Effects of Positive and Negative Affectivity and Job Satisfaction on Job Performance and Turn-over Intentions. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 147: 105-123.
- Bakker, A. & Oerlemans, W. G. M. (2011). *Subjective Well-being in Organizations*. Oxford University Press, New York.

- Brief, A. P. & Weiss, H. M. (2002). Organizational Behavior Affect in the Workplace. *Annual Review of Psychology*, 53: 279-308.
- Carmeli, A., Brueller, D., & Dutton, J. E. (2009). Learning Behaviours in the Workplace: The Role of High-Quality Interpersonal Relationships and Psychological Safety. *Systems Research and Behavioral Science*, 26:98 81- .
- Creswell, J.(2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. (4th ed.), Pearson.
- Diener, E., Oishi, S., & Tay, L.(2018). Advances in Subjective Well-being Research.. *Nature Human Behaviour*, 2: 253-260 .
- Diener, E., Suh, E., & Oishi, S. (1997). Recent Findings on Subjective Well-being. *Indian Journal of Clinical Psychology*, 24(1): 25-41.
- Diez-Pinol M., Dolan S., Sierra V., & Cannings, K.(2008).Personal and Organizational Determinants of Well-being at Work. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 21(6): 598-610
- Gillet, N., Fouquereau, E., Forest, J., Brunault, P., & Colombat, P. (2012). The Impact of Organizational Factors on Psychological Needs and Their Relations with Well-Being. *Journal of Business and Psychology*, 27: 437–450
- Golafshani, N. (2003). Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research. *The Qualitative Report*, 8(4): 597-607.
- Grawitch, M. J., Gottschalk, M., & Munz, D. C. (2006). The Path to a Healthy Workplace: A Critical Review Linking Healthy Workplace Practices, Employee Well-being, and Organizational Improvements. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 58(3): 129–147.
- Hackman, J.R. & Oldham, G. R. (1980). Work Redesign. *Group & Organization Studies*, 7(1), 121–124.
- Humphrey, S. E., Nahrgang, J. D., & Morgeson, F. P. (2007). Integrating Motivational, Social, and Contextual Work Design Features:A Meta-Analytic Summary and Theoretical Extension of the Work Design Literature. *Journal of Applied Psychology*, 92(5): 1332–1356.
- Huta, V. & Waterman, A. S.(2014). Eudaimonia and its Distinction from Hedonia:

- Developing a Classification and Terminology for Understanding Conceptual and Operational Definitions. *Journal of Happiness Studies*, 15(6): 1425–1456.
- Johnson, S., Robertson, I., & Cooper, C. L. (2018). *Well-being: Productivity & Happiness at Work*. second edition, Palgrave Macmillan , ISBN 978-3-319-62548-5
- Joo, B., Park, J. G., & Lim, T. (2016). Structural Determinants of Psychological Well-being for Knowledge Workers in South Korea. *Personnel Review*, 45(5): 1069 – 1086.
- Kazemi, A. (2017) Conceptualizing and Measuring Occupational Social Well-being a Validation Study. *International Journal of Organizational Analysis*, 25(12): 45-61.
- Keyes, C. L. M. (1998). Social Well-being. *Social Psychology Quarterly*, 61(2): 121-140.
- Larson, J. S. (1993). The Measurement of Social Well-being. *Social Indicators Research*, 28(3): 296-285.
- Lucas, R. E., Clark, A. E., Georgellis, Y., & Diener, E. D. (2004). Unemployment Alters the Set point for Life Satisfaction. *Psychological Science*. 8-13 : (1)15
- Luthans, F. (2002). Positive organizational behavior. Developing and Managing Psychological Strengths. *Academy of Management Executive*, 16(1): 57-72.
- Martela, F. (2014). Sharing Well-Being in a Work Community – Exploring Well-Being-Generating Relational Systems, (Research on Emotion in Organizations), 10:79-110.
- Meyers, M. C., Adams, B. G., Sekaja, L., Buzea, C., Cazan, A.-M., Gotea, M., Stefan, D., & Woerkom, M. (2019). Perceived Organizational Support for the Use of Employees' Strengths and Employee Well-Being: A Cross-Country Comparison. *Journal of Happiness Studies*, 20: 1825-1841.
- Oades, L. G. & Dulagil, A. (2017). Workplace and Organizational Well Being. in Oades, Lindsay G Steger, Michael, F., Delle Fave, Antonella., Passmore, Jonathan. *The Wiley Blackwell Handbook of the Psychology of Positivity and Strength-Based Approaches at Work*. Jon Wiley and sons, Ltd. ISBN 9781118977644.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G., & Courtney, C. (2015). Organization-based self-esteem

and well-being: empirical examination of a spillover effect. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 25(2), 1-19.

Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2001). On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-being. *Annual Review of Psychology*, 52(1): 141-166.

Ryff, C. D. (1989). Happiness is Everything, or is it? Explorations on the Meaning of Psychological Well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069-1081.

Rath, T. & Harter, J. (2010). *Well-being: The Five Essential Elements*. Gallup.

Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Tay, L. & Diener, E. (2011). Needs and Subjective Well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(2): 354-365.

Tenney, E. R., Poole, J. M., & Diener, E. (2016). Does Positivity Enhance Work Performance?: Why, When, and What We Don't Know. *Research in Organizational Behavior*, Vol. 36. 27-46. Elsevier

Turban, D. B. & Yan, W. (2016). Relationship of Eudaimonia and Hedonia with Work Outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, 31(6): 1006 – 1020.

Wright, T. A. & Cropanzano, R. (2000). Psychological Well-being and Job Satisfaction as Predictors of Job Performance. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5, 84–94.

Youssef, C. M. & Luthans, F. (2007). Positive Organizational Behavior in the Workplace: The Impact of Hope, Optimism, and Resilience. *Journal of Management*, 33(5): 774-800.

