



مطالعه رابطه هویت سازمانی و ابعاد سه‌گانه آن با بدبینی سازمانی کارکنان

(مطالعه‌ای در بین کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان قزوین)

پیمان پروری^{۱*}، اسدالله نقدی^۲ و روح‌الله سهرابی^۳

۱ - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی‌سینا همدان

۲ - دانشیار دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی‌سینا همدان

۳ - استادیار دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی‌سینا همدان

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۶/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۲/۱۸

چکیده

هدف: این مطالعه با هدف شناخت هویت سازمانی و ارتباط آن با بدبینی سازمانی انجام گرفته است. **روش‌شناسی:** این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان قزوین با ۲۳۱ نفر بود که از این تعداد، ۱۶۳ نفر به روش نمونه‌برداری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شد. برای گردآوری داده‌ها، از پرسشنامه هویت سازمانی چنی (۱۹۸۳) با ۱۸ گویه و پرسشنامه بدبینی سازمانی جیمز (۲۰۰۵) با ۱۲ گویه استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ برای ارزیابی پایایی پرسشنامه هویت سازمانی، ۰/۹۲ و برای پرسشنامه بدبینی سازمانی، ۰/۸۱ بدست آمد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آزمون تی تک‌نمونه‌ای، فریدمن، همبستگی پیرسون، و مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده گردید. **یافته‌ها:** نتایج پژوهش نشان داد که بین هویت سازمانی و سه مؤلفه احساس عضویت، وفاداری و مشابهت با بدبینی کارکنان، رابطه منفی و معناداری ($r = -0.621$) وجود دارد؛ همچنین بررسی شاخص‌های برازندگی، نشان دهنده این بود که مدل ساختاری پژوهش، از برازش قابل قبولی برخوردار است. **نتیجه‌گیری:** با توجه به نتایج پژوهش، می‌توان اظهار کرد افزایش احساس هویت سازمانی در کارکنان، نقش تعیین‌کننده‌ای در کاهش بدبینی و بدگمانی آن‌ها نسبت به سازمان و مدیران ارشد آن دارد. به عبارت دیگر، هویت‌یابی کارکنان با مجموعه‌ای یک سازمان، سبب می‌شود باورهای بدبینانه و منفی نسبت به همکاران، مدیران و سیاست‌های سازمان، مجال کمتری برای خودنمایی پیدا کنند.

واژه‌های کلیدی: هویت سازمانی، بدبینی سازمانی، احساس تعلق سازمانی، نگرش‌های منفی.

مقدمه

امروزه سازمان‌ها خواهان اعضای هستند که نه تنها معتقدند، سازمان آنها یک مکان خوب برای کار کردن است، وفاداری خود را نسبت به آن نشان می‌دهند و نیت ترک آن را ندارند؛ بلکه افرادی هستند که پا از این حد فراتر می‌گذارند، هویت سازمانی^۱ را با هویت شخصی خود در می‌آمیزند و سرنوشت خود را تا حدود زیادی با سرنوشت سازمان گره می‌زنند. علاوه بر این، کارکنان سازمانی را جستجو می‌کنند که از لحاظ ارزشی شباهت بیشتری به آن داشته باشند. همچنانکه سازمان‌ها بزرگتر، پیچیده‌تر و مرزبندی‌ها کمتر و محوتر می‌شوند، نقش هویت سازمانی، به‌عنوان وسیله‌ای برای فراهم کردن انسجام و عنصری کلیدی در موفقیت سازمانی پر رنگ‌تر می‌شود (میل و آشفورد^۲، ۱۹۹۵). از طرفی، در دنیای فعلی بیشتر سازمان‌های موفق به جای تأکید بر اهداف کمی، بر ظرفیت‌سازی و ارتقای کیفی منابع انسانی در همه سطوح تأکید دارند. برای حصول به این هدف، توجه به عوامل مختلف تأثیر گذار بر نگرش‌های کارکنان و پیامدهای آن‌ها امری ضروری است. بدبینی سازمانی به عنوان مفهومی جدید در روابط سرپرست-زیردست و به عنوان یکی از مهمترین نگرش‌های کارکنان، اخیراً مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است (حقیقی و همکاران، ۱۳۹۰).

درک اعضا از سازمان، بر عملکرد و پویایی سازمان تأثیر بسیاری دارد. وقتی کارکنان از محیط کاری خود برداشت مثبت و روشنی داشته باشند، به طبع بین منافع خود و سازمان تعارض کمتری احساس خواهند کرد و مجموع این شرایط، به عملکرد بهتر سازمان و انجام ماموریت‌های مورد انتظار منجر می‌شود. هویت سازمانی، سازه‌ای زیربنایی در رویدادهای سازمانی است و تبدیل به عامل نهفته بسیاری از رفتارهای سازمانی شده است، اما در خصوص تعریف مفهوم آن، اجماع اندکی وجود دارد که این نشان‌دهنده عدم توافق محققان در مفهوم‌سازی این اصطلاح است. از منظر هچ^۳ (۱۹۹۷؛ ۲۸۲)؛ هویت سازمانی مربوط به تجارب و ایده‌هایی است که اعضاء به طور کلی از سازمان دارند. به بیان دیگر، هویت سازمانی چیزی است که کارمندان درباره شرکت احساس کرده، دریافت و فکر می‌کنند و به عنوان یک فهم معمول مشترک، از ارزش‌ها و ویژگی‌های روشن سازمان، از سوی آن‌ها پذیرفته می‌شود. هچ تأکید می‌کند که هویت سازمانی نباید با چیزی که وی تصویر سازمان می‌خواند، اشتباه گرفته شود؛ در حالی که هویت به سوی داخل متمرکز است، تصویر، به دریافت خارج از سازمان مربوط می‌شود. به اعتقاد لی^۴ (۱۹۷۱)، هویت سازمانی را می‌توان به عنوان درجه‌ای از تعیین هویت فردی شخص از طریق سازمان تعریف کرد. برخی اندیشمندان، هویت سازمانی را به عنوان فرایندی تعریف می‌کنند که به وسیله آن اهداف سازمان و اهداف فرد یکپارچه و همگرا می‌شوند. کانون این دیدگاه، پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمان از طرف فرد است. به عبارت دیگر هویت سازمانی، علائق و رفتارهای فردی را با علائق و رفتارهایی همراستا می‌کند که به سازمان نفع می‌رساند (داتون^۵ و همکاران، ۱۹۹۴؛ آشفورد و میل، ۱۹۸۹).

به‌زعم چنی^۶ (۱۹۸۳)، هویت از سه مؤلفه در هم آمیخته تشکیل شده است: ۱. احساس عضویت یا همبستگی؛ دربرگیرنده احساس تعلق، دلبستگی و یا جاذبه‌های عاطفی نسبت به سازمان و غرور و افتخار از عضویت در آن است؛ ۲. وفاداری یا حمایت از سازمان؛ وفاداری به سازمان، تلاش قلبی در جهت تحقق اهداف و خط مشی‌های سازمانی و دفاع از سازمان در مقابل عوامل خارجی است؛ ۳. مشابهت یا درک مشخصه‌های مشترک؛ ویژگی‌های مشترک ادراک شده توسط اعضای سازمان است که بر اساس آن فرد احساس می‌کند، منافع و اهداف مشترکی با سایر اعضای سازمان دارد.

1. Organizational Identity
2. Mael and Ashforth
3. Hatch
4. Lee
5. Dutton
6. Cheney

اوزلر^۱ (۲۰۱۱) اظهار می‌دارد، بدبینی یک مفهوم تازه در مطالعات سازمانی است که اخیراً توجه زیادی را به ویژه در زمینه رفتار سازمانی به خود جلب کرده است. به همین جهت در مورد مفهوم‌سازی و اندازه‌گیری آن، نظرات متفاوتی دیده می‌شود. بدبینی سازمانی^۲، نگرشی پیچیده بوده که در برگیرنده جنبه‌های رفتاری، عاطفی و شناختی است و به افزایش بی‌اعتمادی و دیگر فعالیت‌های مرتبط و مخالف سازمان منجر می‌شود. جیمز^۳ (۲۰۰۵) عنوان می‌کند، بدبینی سازمانی در بسیاری از سازمان‌های کنونی نفوذ کرده است و نشانگر، حالتی فردی نسبت به سازمان است که از ناامیدی، ناکامی و سرخوردگی نشأت می‌گیرد و هر لحظه ممکن است، تغییر کند و یا از طریق وضعیت‌های خاص گسترش یابد. به عبارت دیگر، بدبینی سازمانی اشاره به گرایش منفی کارکنان به سازمانشان دارد. کارکنان در تجربیات خود به این باور می‌رسند که اصول صداقت، عدالت و درستکاری، قربانی منافع شخصی رهبری شده است. در نتیجه اقداماتی رواج می‌یابند که بر پایه انگیزه‌های پنهانی و فریبکاری صورت می‌گیرد (کول^۴ و همکاران، ۲۰۰۶). به عقیده بتمن^۵ و همکاران (۱۹۹۲)، بدگمانی سازمانی، بازتاب نگرش‌های منفی و بی‌اعتمادانه نسبت به مقامات و سازمان‌هاست.

باورها: اولین بُعد بدبینی سازمانی، این است که سازمان صداقت ندارد. به بیان دقیق‌تر، باورهای بدبینانه عبارت است از اینکه افراد فاقد صداقت هستند؛ بنابراین، افراد بدبین به سازمان معتقدند که اقدامات سازمانشان، نشان‌دهنده فقدان اصولی چون، عدالت، صداقت و صمیمیت است. این افراد ممکن است اینگونه بیندیشند که در سازمانشان، چنین اصولی قربانی فرصت طلبی شده است و از نظر آنها بروز رفتارهای غیر اخلاقی، امری معمول و رایج در سازمان است. افراد بدبین اغلب بر این باورند که انگیزه‌های پنهانی برای رفتار و اعمال وجود دارد؛ بنابراین آنها از پیش انتظار دارند، فریب داده شوند و به آنها دروغ گفته شود تا اینکه با آنها با صداقت و راستی برخورد شود. همچنین احتمال بسیار کمی می‌رود که این کارکنان توجیه و استدلال‌های مدیرانشان در مورد تصمیمات سازمانی را بپذیرند.

احساس: بدبینی، قضاوت بی‌طرفانه درباره سازمان نیست، بلکه می‌تواند شامل، یک سری واکنش‌های عاطفی قوی نیز باشد. نگرش‌های افراد متشکل از احساسات (واکنش‌های عاطفی به موضوع مورد نگرش) است. این مسأله دلالت بر این موضوع دارد که بدبینی، نوعی احساس و تفکر است (از طریق احساس و شناخت تجربه می‌شود). در مفهوم‌سازی عنصر عاطفی نگرش‌های بدبینانه، بیش از همه به ۹ ترکیب احساسی اصلی که ایزارد^۶ (۱۹۷۷) مورد شناسایی قرار داده، تأکید می‌شود. هر یک از این احساس‌ها در دو شکل ملایم و قوی ارائه شده‌اند: (۱) علاقه-اشتیاق (۲) خوشحالی-شادی (۳) غافلگیری-شوکه شدن (۴) ناراحتی-اضطراب و دلهره (۵) عصبانیت-خشم (۶) تنفر-بیزاری (انزجار) (۷) خواری-تحقیر (۸) ترس-وحشت (۹) شرمندگی-حقارت.

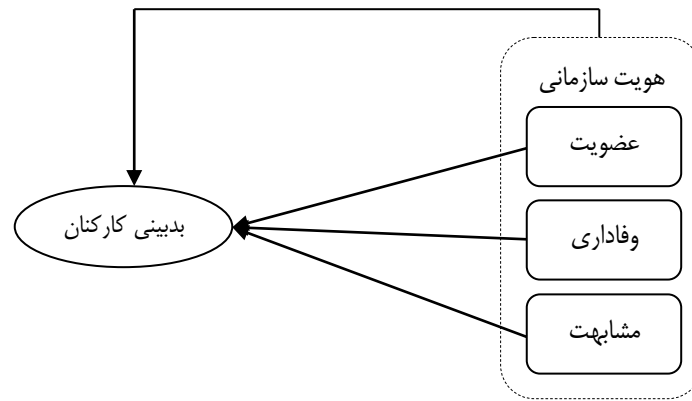
رفتار: بُعد سوم و آخر بدبینی سازمانی، گرایش به رفتار منفی و اغلب، بدخواهانه نسبت به سازمان است. تحقیقات مرتبط نشان داده است که نگرش‌های بدبینانه، متشکل از گرایش‌هایی به انواع خاصی از رفتارها است. بارزترین گرایش رفتاری برای آن دسته از افرادی که نگرش‌های بدبینانه دارند، مورد انتقاد قرار دادن سازمان است. این انتقاد می‌تواند انواع مختلفی داشته باشد که واضح‌ترین آن، صحبت کردن درباره عدم صداقت و درستی سازمان و مواردی از این قبیل است. علاوه بر اینها ممکن است کارکنان از شوخی‌ها و کنایه‌ها به ویژه شوخی‌های طعنه آمیز برای بیان نگرش‌های بدبینانه خود، استفاده کنند (دین^۷ و همکاران، ۱۹۹۸).

1. Özler
2. Organizational Cynicism
3. James
4. Cole
5. Bateman
6. Izard
7. Dean

در خصوص تحقیقات تجربی، مطالعات در این زمینه چندان پردامنه نیست. در اینجا فقط برخی از تحقیقات مرور شده است که به نوعی با موضوع این مطالعه ارتباط داشتند. در تحقیقی که امیرخانی (۱۳۹۴)، با عنوان تاثیر بدگمانی به تغییر سازمانی بر سلامت سازمانی انجام داد، به این نتیجه دست یافت که شخصیت ستیزه‌جو و عدالت مراوده‌ای، بیشترین تأثیر را بر ایجاد بدبینی سازمانی و کاهش سلامت سازمانی دارد. یافته‌های برگامی و باگزی^۱ (۲۰۰۰)، نشان داد کارکنانی که احساس هویت یکسانی با سازمان خود دارند، تفکرات خوشبینانه بیشتری دارند و رفتارهای مفیدی از خود نشان می‌دهند. کیم و چانگ^۲ (۲۰۰۷)، در تحقیقی با عنوان اثرات تعاملی تعهد حرفه‌ای و تعهد سازمانی کارکنان سازمان‌های ورزشی بر انگیزه ترک شغل و رفتارهای شهروندی سازمانی، دریافتند که تعهد سازمانی، تأثیر منفی بر انگیزه ترک شغل دارد، ولی تعهد حرفه‌ای که کیم و چانگ آن را مترادف هویت کارکنان با شغلشان می‌دانند، تأثیر مثبت بر انگیزه ترک شغل دارد. کیم^۳ و همکاران (۲۰۰۸)، هویت سازمانی کارکنان یک نهاد ورزشی را در بین کارکنان تمام‌وقت و پاره‌وقت با یکدیگر مورد مقایسه قرار دادند و دریافتند که هویت سازمانی کارکنان تمام‌وقت، به میزان قابل توجهی بالاتر از کارکنان پاره‌وقت است. اللهیاری و همکاران (۱۳۹۰)، در پژوهشی به بررسی رابطه هویت سازمانی و عوامل اجتماعی جمعیت‌شناختی با رفتار شهروندی سازمانی در کارشناسان آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک ایران پرداختند و به این نتیجه رسیدند، هویت سازمانی از عوامل مرتبط و پیش‌بینی کننده رفتارهای شهروندی سازمانی در کارشناسان آکادمی است.

ادارات ورزش و جوانان، یکی از متولیان و گردانندگان امور ورزشی کشور هستند و بهبود کارایی این سازمان‌ها در روند توسعه ورزش قهرمانی و همچنین همگانی کشور، تاثیر به سزایی خواهد داشت. نکته حائز اهمیت این است که این سازمان‌ها از کارکنانی تشکیل شده‌اند که افزایش بهره‌وری و کارایی آنها، به مثابه بهبود اثربخشی این سازمان‌ها در دستیابی به هدف غایی خود، یعنی رسیدن به جایگاهی در خور شأن، برای ورزش قهرمانی و همگانی کشور است. با توجه به نقش با اهمیت اداره ورزش و جوانان در ارتقاء انگاره بین المللی کشور و همچنین کمک به توسعه و حفظ سلامتی و روحیه عموم مردم، انجام تحقیقات این‌چنینی برای ارتقاء کیفیت ارائه خدمات کارکنان این سازمان‌ها و بهبود عملکرد آنها ضروری است. در مطالعه منابع مشخص شد که در تحقیقات گذشته در خصوص رابطه این دو متغیر مهم در حیطه مدیریت سازمان‌های ورزشی، خلأ وجود دارد؛ این در حالی است که در نظام دیوانسالاری ایران ابعاد هویتی سازمان و تعلق افراد به سازمان، از این مسیر دارای مشکلات اساسی است. شواهد بیانگر این مساله است که بدبینی به سازمان و مدیریت نیز، در بین کارکنان نسبتاً بالاست. بسیاری از کارکنان هویت خود را از سازمانشان جدا می‌انگارند. طبیعی است در چنین شرایطی، بهره‌وری منابع و کارایی نیروی انسانی فرسایش خواهد یافت. با توجه به تمام آنچه گفته شد و به جهت اهمیت هویت سازمانی، به عنوان یک عامل بالقوه در ابراز وفاداری کارکنان به کل مجموعه یک سازمان و مزایای آشکار شکل‌گیری باورهای خوش‌بینانه که موجب بروز رفتارهای مطلوب سازمانی می‌شود، پژوهش حاضر در این تکاپو است تا ضمن شناخت تفصیلی کارکرد این دو متغیر مهم سازمانی، به مطالعه رابطه بین هویت سازمانی و بدبینی در بین کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان قزوین بپردازد و بتواند پیشنهادهای برای افزایش هویت‌مندی سازمانی و کاستن از بدبینی به سازمان و مدیران را ارائه داده، مورد تحلیل قرار دهد.

1. Bergami and Bagozzi
2. Kim, T. H and Chang
3. Kim, M



شکل ۱ - مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی

این پژوهش، از نظر هدف غایی آن کاربردی است که با توجه به ماهیت موضوع، به روش توصیفی-همبستگی انجام گرفت. برای اجرا و گردآوری داده‌های این پژوهش، از شیوه پیمایش در جامعه استفاده شده است. جامعه آماری شامل، ۲۳۱ نفر از کارکنان ادارات ورزش و جوانان ۸ شهر استان قزوین است. اندازه نمونه با استفاده از جدول مورگان، ۱۴۴ نفر تعیین شد، ولی برای افزایش دقت و تعمیم‌پذیری نتایج، تعداد ۱۷۶ پرسشنامه توزیع گردید که در نهایت، ۱۶۳ پرسشنامه قابل تحلیل بدست آمد. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای است؛ به این معنی که کل جامعه به هشت زیرگروه تقسیم و سپس از بین هر یک از این زیرگروه‌ها، نمونه‌گیری تصادفی صورت گرفت. ابزار مورد استفاده برای گردآوری داده‌ها، پرسشنامه هویت سازمانی چنی با ۱۸ گویه و پرسشنامه بدینی سازمانی جیمز با ۱۲ گویه است. برای سنجش نظر پاسخ‌دهندگان، از طیف پنج درجه‌ای لیکرت برای هر دو پرسشنامه استفاده شد (از گزینه کاملاً مخالفم با امتیاز ۱ تا گزینه کاملاً موافقم با امتیاز ۵). روایی پرسشنامه هویت سازمانی در پژوهش‌های میلر و همکاران (۲۰۰۰) و نصر اصفهانی و آقاباباپور (۱۳۹۲)، مورد تایید قرار گرفته بود. روایی پرسشنامه بدینی سازمانی نیز، در یک مطالعه اثبات شده بود (کاترایت و هولمز، ۲۰۰۶). با وجود این هر دو پرسشنامه توسط اساتید خبره، مورد بازبینی مجدد قرار گرفت و اشکالات جزئی در جمله‌بندی‌ها اصلاح شد. همچنین پایایی پرسشنامه هویت سازمانی در پژوهش میلر و همکاران (۲۰۰۰) $\alpha=0/93$ ، نصر اصفهانی و آقاباباپور (۱۳۹۲) $\alpha=0/95$ و پایایی پرسشنامه بدینی سازمانی نیز، توسط کاترایت و هولمز (۲۰۰۶) $\alpha=0/89$ بدست آمده بود. در این پژوهش نیز، با استفاده از روش آلفای کرونباخ میزان پایایی برای پرسشنامه هویت سازمانی $0/92$ و برای پرسشنامه بدینی سازمانی $0/81$ بدست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش‌های آمار استنباطی کولموگراف اسمیرنوف، آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای مقایسه میانگین یک گروه، آزمون فریدمن جهت تعیین رتبه‌بندی میانگین‌ها، ضریب همبستگی پیرسون برای تحلیل همبستگی متغیرها و مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد که ابزار مورد استفاده برای انجام این آزمون‌ها، دو نرم‌افزار اسپاس پی‌اس نسخه ۲۰ و لیزرل نسخه ۸/۵۳ بود.

یافته‌ها

از بین ۱۶۳ نفری که به پرسشنامه‌های این پژوهش پاسخ دادند، ۷۴ درصد مردان و ۲۶ درصد دیگر را زنان تشکیل داده بودند. از نظر سابقه خدمت ۳۶ درصد این افراد در گروه ۱-۱۰ سال، ۴۸ درصد در گروه ۱۱-۲۰ سال و ۱۶ درصد در گروه ۲۱-۳۰ سال قرار می‌گرفتند. از لحاظ وضعیت استخدامی، ۶۴ درصد رسمی، ۱۴ درصد پیمانی و ۲۲ درصد مربوط به کارکنان قراردادی

بود. توزیع کارکنان بر اساس میزان تحصیلات نیز بصورت، ۹ درصد دیپلم، ۲۴ درصد کاردانی، ۵۹ درصد کارشناسی و ۸ درصد باقی مانده مربوط به کارکنان با مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر می‌شد. همچنین برای تعیین چگونگی توزیع داده‌ها، از آزمون کولموگورف اسمیرنوف استفاده شد. جدول ۱ نشان می‌دهد که داده‌های مربوط به هویت سازمانی و بدبینی سازمانی، دارای توزیع نرمال می‌باشند؛ زیرا سطح معنی‌داری برای آنها بالاتر از ۰/۰۵ است.

جدول ۱- آزمون کولموگورف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌ها

متغیر	مقدار Z	سطح معنی‌داری
هویت سازمانی	۰/۷۲۱	۰/۴۳۱
عضویت	۱/۵۳۴	۰/۰۵۱
وفاداری	۱/۴۲۲	۰/۰۷۴
مشابهت	۱/۴۹۶	۰/۰۸۴
بدبینی سازمانی	۰/۵۲۲	۰/۹۴۸
باور	۱/۹۸۲	۰/۱۳۲
احساس	۱/۴۵۹	۰/۰۷۱
رفتار	۱/۵۸۰	۰/۰۹۴

در سطر دوم جدول ۲ مشاهده می‌شود، مقدار آماره t برای هویت سازمانی کارکنان مثبت، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ و همچنین حد بالا و پایین در فاصله اطمینان ۹۵ درصد مثبت است و به طور کلی، میانگین هویت سازمانی کارکنان نیز با رقم ۳/۱۱ بالاتر از ۳ است و از آنجائیکه هویت سازمانی یک خصیصه خوب در سازمانهاست، این وضعیت نشان از شرایط متوسط رو به بالای هویت در کلیه ادارات ورزش و جوانان استان قزوین دارد. در سطر سوم جدول ۲ مشاهده می‌شود که مقدار آماره t برای بدبینی سازمانی کارکنان منفی، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ و همچنین حد بالا و پایین در فاصله اطمینان ۹۵ درصد منفی است و به طور کلی، میانگین بدبینی سازمانی کارکنان نیز با رقم ۲/۷۶ نزدیک به ۳ است و با توجه به اینکه بدبینی یک پدیده مخرب سازمانی است، میانگین نزدیک به متوسط این متغیر، بیانگر شرایط نسبتاً نامناسب ادارات یاد شده از این لحاظ است.

جدول ۲- آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای مقایسه میانگین هویت و بدبینی کارکنان

متغیر	مقدار آماره تی	سطح معنی‌داری	میانگین	انحراف معیار	حد پایین	حد بالا
هویت کارکنان	۳/۸۹۶	۰/۰۰۱	۳/۱۱	۰/۴۰۶۹۴	۰/۰۵۲۵	۰/۲۰۴۱
بدبینی کارکنان	-۵/۴۶۴	۰/۰۰۱	۲/۷۶	۰/۶۳۵۴۳	-۰/۳۴۹۷	-۰/۱۵۸۸

همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، بین هویت سازمانی و بدبینی کارکنان، رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. شدت این رابطه نیز با مقدار ($R = -۰/۶۲۱$ و $P = ۰/۰۰۱$) بالا است؛ همچنین بین ابعاد سه‌گانه هویت سازمانی یعنی عضویت، وفاداری و مشابهت، با بدبینی سازمانی رابطه معکوسی وجود دارد.

جدول ۳- آزمون پیرسون برای بررسی همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرها	هویت سازمانی	عضویت	وفاداری	مشابهت	بدبینی سازمانی
هویت سازمانی	۱				
عضویت	۰/۲۶۳ (p = ۰/۰۰۲)	۱			
وفاداری	۰/۳۱۱ (p = ۰/۰۰۱)	۰/۶۸۵ (p = ۰/۰۰۱)	۱		
مشابهت	۰/۳۹۶ (p = ۰/۰۰۱)	۰/۳۲۸ (p = ۰/۰۰۱)	۰/۱۸۴ (p = ۰/۰۰۸)	۱	
بدبینی سازمانی	-۰/۶۲۱ (p = ۰/۰۰۱)	-۰/۴۰۹ (p = ۰/۰۰۱)	-۰/۴۹۲ (p = ۰/۰۰۱)	-۰/۲۱۹ (p = ۰/۰۰۵)	۱

در جدول ۴، از آنجائیکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین میانگین رتبه‌های این چهار بُعد (اهمیت ابعاد) از نظر پاسخ دهندگان یکسان نیست و به ترتیب مؤلفه‌های عضویت با میانگین رتبه ۳/۹۵، وفاداری با میانگین رتبه ۲/۱۷ و مشابهت با میانگین رتبه ۱/۷۲، حائز بالاترین اهمیت از نظر پاسخ‌دهندگان هستند.

جدول ۴- آزمون فریدمن برای بررسی میانگین رتبه‌های هویت سازمانی

متغیر	میانگین رتبه‌ها	آماره خی‌دو	سطح معناداری
عضویت	۳/۹۵		
وفاداری	۲/۱۷	۱۰۱/۶۲۴	۰/۰۰۱
مشابهت	۱/۷۲		

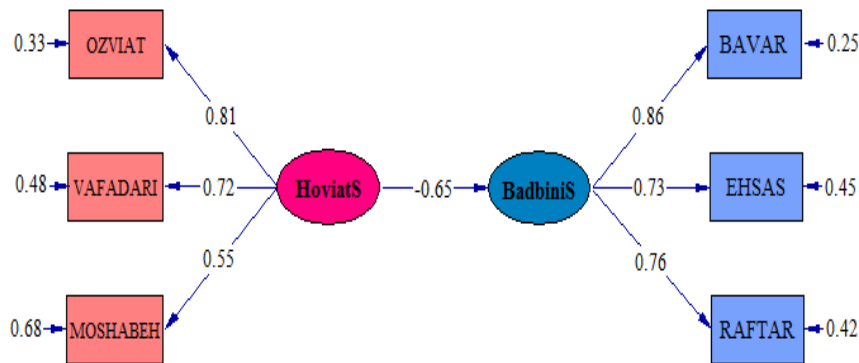
در جدول ۵ از آنجا که سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است، نتیجه می‌گیریم که میانگین رتبه‌های ابعاد بدبینی از نظر کارکنان یکسان نبوده، به ترتیب مؤلفه‌های باور با میانگین رتبه ۴/۹۱، رفتار با میانگین رتبه ۲/۷۶ و مشابهت با میانگین رتبه ۲/۴۷، بیشترین میزان اهمیت را در بین ابعاد بدبینی سازمانی به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۵- آزمون فریدمن برای بررسی میانگین رتبه‌های بدبینی سازمانی

متغیر	میانگین رتبه‌ها	آماره خی‌دو	سطح معناداری
باور	۴/۹۱		
رفتار	۲/۷۶	۸۹/۷۸۲	۰/۰۰۱
احساس	۲/۴۷		

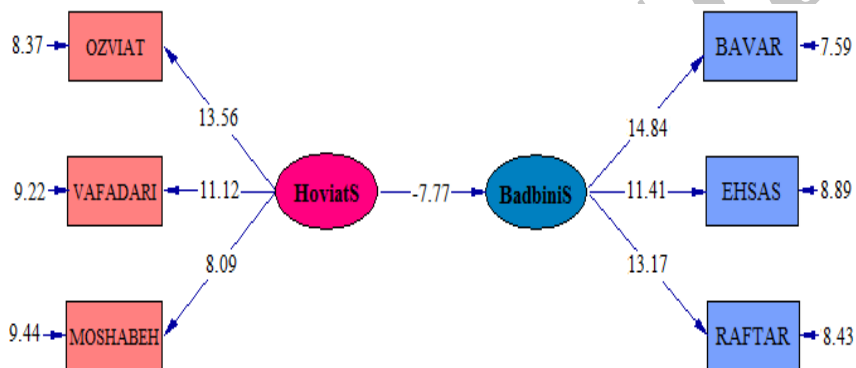
مدل معادلات ساختاری^۱، مدل نظری فرض شده بوسیله پژوهشگر را آزمون کمی می‌کند و رابطه بین سازه‌ها و متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، مدل معادلات ساختاری نشان می‌دهد، چگونه مجموعه‌ای از متغیرها یک یا چند سازه را تعریف می‌کنند و نحوه ارتباط این متغیرها و سازه‌ها با یکدیگر را نیز مورد آزمون قرار می‌دهد. در این پژوهش، از مدل‌های طراحی شده توسط سایر محققان استفاده شده است؛ لذا با ترسیم مدل معادلات ساختاری مشخص می‌شود که آیا این مدل‌ها توانسته‌اند، آنچه این پژوهش دنبال آن است را بدرستی بسنجند یا نه.

1. Structural Equation Modeling (SEM)



Chi-Square= 25.77, df=8, P-value= 0.00075, RMSEA= 0.048

شکل ۲- مدل معادلات ساختاری پژوهش در حالت تخمین استاندارد



Chi-Square= 25.77, df=8, P-value= 0.00075, RMSEA= 0.048

شکل ۳- مدل معادلات ساختاری پژوهش در حالت ضریب معناداری

در جدول ۶، اولین شاخص برازش شاخص نسبت کای دو به درجه آزادی (χ^2/df) است. هنگامیکه حجم گروه نمونه بین ۷۵ تا ۲۰۰ باشد، مقدار مجذور کای یک شاخص معقول برازندگی است، اما برای مدل‌های با تعداد بیشتر، مجذور کای تقریباً همیشه از لحاظ آماری معنادار است (بولن و لانگ^۱، ۱۹۹۳). مقدار این شاخص ۳/۲۲ است و در این تحقیق، قابل قبول است. دومین شاخص، برازش خطای مجموع مجذورات میانگین (RMSEA)^۲ است. در برخی منابع مقادیر زیر ۰/۰۸ یا زیر ۰/۱۰، به عنوان مقدار مطلوب ذکر شده است؛ در حالیکه مقدار این شاخص ۰/۰۴۸ بوده که زیر ۰/۰۶ است و برازش قابل قبولی دارد. سومین شاخص ارزیابی، شاخص نیکویی برازش (GFI)^۳ است که با مقدار ۰/۹۵ در سطح مطلوبی قرار دارد. چهارمین شاخص، شاخص تعدیل شده نیکویی برازش (AGFI)^۴ است که مقدار آن ۰/۸۶ است و با حد مطلوب فاصله اندکی دارد. پنجمین شاخص، شاخص برازندگی نرمال یا شاخص بنتلر بونت (NFI)^۵ نام دارد که مقدار آن ۰/۹۷ بوده، وضعیت خوبی دارد. ششمین شاخص، شاخص برازندگی غیر نرمال یا شاخص لوئیز تاکر (NNFI)^۶ است که با میزان ۰/۹۶ در سطح بسیار خوبی است. هفتمین

1. Bollen and Long
2. Root Mean Square Error of Approximation
3. Goodness of fit index
4. Adjusted Goodness of Fit Index
5. Normed Fit Index
6. Non-Normed Fit Index

شاخص، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)^۱ است و عدد ۰/۹۸، بیانگر وضعیت بسیار خوب آن است. شاخص هشتم، شاخص برازندگی فزاینده (IFI)^۲ نام دارد و مقدار ۰/۹۸، حالت بسیار خوب آن را نشان می‌دهد. شاخص نهم، شاخص برازندگی نسبی (RFI)^۳ است که مقدار ۰/۹۴، گویای وضعیت مناسب آن است. شاخص آخر، شاخص ریشه میانگین مجذورات باقیمانده (RMR)^۴ است که ۰/۰۵۶، نشان دهنده وضعیت مطلوب آن است؛ بنابراین به طور کلی می‌توان اظهار کرد، مدل برازش بالایی دارد؛ زیرا اکثر شاخص‌های نیکویی برازش در سطح قابل قبولی قرار دارند.

جدول ۶- شاخص‌های برازش مدل

شاخص برازش	مقدار مطلوب	مقدار بدست آمده	نتیجه
χ^2/df	< ۵	۳/۲۲	برازش دارد
RMSEA	(جرسکونگ و سوربوم ^۵) < ۰/۰۶ (۱۹۹۶)	۰/۰۴۸	برازش دارد
GFI	(باگری و یی ^۶) > ۰/۹۰ (۱۹۸۸)	۰/۹۵	برازش دارد
AGFI	(هومن، ۱۳۸۴) ^۷ > ۹۰	۰/۸۶	برازش ندارد
NFI	(فورنر و لارکر ^۷) > ۰/۹۰ (۱۹۸۱)	۰/۹۷	برازش دارد
NNFI	(باگری و یی، ۱۹۸۸) ^۸ > ۰/۹۰	۰/۹۶	برازش دارد
CFI	(جرسکونگ و سوربوم، ۱۹۹۶) ^۹ > ۰/۹۰	۰/۹۸	برازش دارد
IFI	> ۰/۹۰	۰/۹۸	برازش دارد
RFI	> ۰/۹۰	۰/۹۴	برازش دارد
RMR	(بنتلر ^۸) < ۰/۰۸ (۱۹۹۰)	۰/۰۵۶	برازش دارد

بحث و نتیجه‌گیری

این مقاله با هدف تحلیل رابطه هویت سازمانی و بدبینی سازمانی در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان قزوین انجام گرفت. نتایج بدست آمده از آزمون پیرسون نشان داد که بین هویت سازمانی و تمامی مؤلفه‌های آن با بدبینی کارکنان، رابطه معکوسی وجود دارد؛ یعنی هر اندازه علایق و اهداف کارکنان با سازمانشان مشابه‌تر باشد، نگرش‌های منفی آنها نسبت به سازمان و مدیران آن کمتر شکل خواهد گرفت. این نتایج با یافته‌های کرینر و آشفورد^۹ (۲۰۰۴)، مبنی بر اینکه عدم هویت، زمانی به وقوع می‌پیوندد که اعضا نسبت به سازمان احساس تمایز و عدم پیوستگی نموده، این وضعیت نامطلوب، حالتی پایدار داشته باشد که منجر به شکل‌گیری دید منفی در کارکنان شود؛ به گونه‌ای همخوانی دارد که آنها سازمان را دشمن خود بپندارند. ویتینگ^{۱۰} (۲۰۰۶) عنوان می‌کند، هویت سازمانی کارکنان ابتدا بر رفتار و سپس بر کارکرد افراد و نهایتاً تحقق اهداف تاثیرگذار است. با کمی تأمل بر مفهوم بدبینی کارکنان که ابتدا در نگرش‌ها سپس در رفتار و نهایتاً نحوه واکنش افراد تاثیر می‌گذارد، می‌توان چنین پنداشت که آنچه این پژوهش به آن دست یافته با نتایج ویتینگ همسویی دارد. یافته‌های ریکیتا^{۱۱} (۲۰۰۵) نیز، با دستاورهای این تحقیق همسو است. به زعم ریکیتا، کارکنان با هویت سازمانی بیشتر، رضایت بیشتری از شغل خود دارند، وابستگی بیشتری به گروه‌های کاری پیدا می‌کنند و به ادامه کار خود در سازمان خوشبین هستند. یافته‌های این پژوهش با

1. Comparative Fit Index
2. Incremental Fit Index
3. Relative Fit Index
4. Root Mean Square Residual
5. Joreskong and Sorbom
6. Bagozzi and Yi
7. Fornel and Larcker
8. Bentler
9. Kreiner and Ashforth
10. Witing
11. Riketta

نتایج پژوهشی آبراهام^۱ (۲۰۰۰) همخوانی دارد که نشان داد، بدبینی سازمانی موجب افزایش از خودبیگانگی کارکنان می‌شود؛ همچنین یافته‌های قلی‌پور و همکاران (۱۳۹۰)، مبنی بر اینکه اقدامات مدیریت منابع انسانی و کیفیت ارتباطات درون سازمانی در شکل‌گیری هویت قوی نقش دارند نیز، تا حدودی با یافته‌های تحقیق همسویی دارد.

وقتی کارکنان احساس تعلق و دلبستگی بیشتری با سازمانشان داشته باشند و از اینکه در عضویت آن هستند احساس غرور و مباحات کنند، احتمال زیادی دارد که احساس بدبینی کمتری نسبت به سازمانشان داشته باشند. افرادی که از عضو بودن در یک سازمان احساس شغف می‌کنند و کار کردن در سازمان برایشان فراتر از الزامی برای تامین درآمد است، کمتر از دیگران دچار دیدگاه‌های ناخرسندانه خواهند شد. این نتایج می‌تواند با بخشی از یافته‌های رحمان‌سرشت و ساغروانی (۱۳۹۲) همسو باشد، مبنی بر اینکه هویت سازمانی می‌تواند پیوند عاطفی فرد را با سازمان پیش‌بینی نماید و تاثیر مثبتی بر تعهد عاطفی کارکنان دارد. همچنین آلن و میر^۲ (۱۹۹۷) در تحقیقات گسترده خود به این نتیجه رسیدند که دلبستگی اعضا به سازمانشان، هنگامی که آنها احساس عدالت بیشتری کنند و نسبت به ارزش‌های سازمان پایبند باشند، بیشتر خواهد شد و همین عاملی است، در جهت تقویت نگرش‌های مثبت آن‌ها به سازمان و مدیران آن. داتون و همکاران (۱۹۹۴) عنوان می‌کنند، هنگامی که کارکنان از کارکردن در یک سازمان احساس غرور می‌کنند، حس ارزشمند بودن در آنها تقویت می‌شود؛ در حالیکه اگر کارمندی تصویر خوبی از سازمان نداشته باشد و بدگمانی بر او مستولی شود، نتایج فردی منفی مانند استرس و اقدامات منفی علیه سازمان در او بیشتر خواهد شد. از طرفی اسمیت^۳ و همکاران (۲۰۰۱) اظهار می‌دارند، تصور نامطلوب از سازمان موجب رقابت میان کارکنان، کاهش تلاش و تنزل درجه وفاداری آنها می‌شود. به وضوح مشخص است که همه این نتایج با یافته‌های ما سازگاری دارد، در خصوص اینکه احساس عضویت منجر به کاهش بدبینی کارکنان می‌شود.

هنگامیکه کارکنان نسبت به اهداف و رسالت سازمان وفاداری داشته باشند، نه تنها شکل‌گیری باورهای منفی در جهت تقویت حس بدبینی در آنها کمتر خواهد شد، بلکه در مقابل تهدیدهای خارجی بشدت ایستادگی و از سازمان خود دفاع خواهند کرد. اینچنین افرادی به احتمال زیاد تلاش‌های فراتر از الزامات تعیین شده برای سازمان خواهند داشت و اگر برای مجموعه مشکلی پیش بیاید، آن را مشکل خودشان در نظر می‌گیرند. در مطالعات آراباسی^۴ (۲۰۱۰) مشخص شد، بدبینی سازمانی رابطه منفی با وفاداری کارکنان دارد. اگر حس بدبینی نسبت به مدیران و سیاست‌های یک سازمان رواج یابد، اعضای آن سازمان تلاش‌های خود در جهت تحقق اهداف را کمتر خواهند کرد. اندرسون^۵ (۱۹۹۷) تصریح می‌کند، کوچک‌سازی سازمان‌ها و تعدیل نیرو سبب کاهش امنیت شغلی کارکنان شده، از این‌رو این اقدام منجر به از دست دادن حس وفاداری کارکنان به سازمان می‌شود که همین عامل، موجب ایجاد نگرش‌های منفی به سازمان می‌شود. به عبارت دیگر، تحقیق آراباسی نشان داد، زمینه برای ایجاد نگرش غیر مطلوب در کارکنان پاره‌وقت و قراردادی بیشتر است؛ زیرا آنها هویت خودشان را از سازمانشان جدا می‌پندارند. در این تحقیق نیز، وجود رابطه منفی بین وفاداری و بدبینی بیانگر همین مساله است، بنابراین نتایج هر دو پژوهش ذکر شده با نتایج این تحقیق همسویی دارد.

یکی دیگر از ره‌آوردهای این پژوهش این است که اگر اعضای سازمان، احساس مشابهت و نزدیکی بیشتری با یکدیگر داشته باشند و با این احساس که همه آنها یک هدف واحد دارند و موفقیت و کسب منافع توسط همکاران به مانند موفقیت و منفعت خودشان است، در آنها نهادینه گردد، دید منفی آنها نسبت به همکاران و مدیران کاهش خواهد یافت. به عبارت دیگر، با دیدن سازمان به عنوان یک خانواده بزرگ که اعضای آن دغدغه‌ها و چشم‌اندازهای یکسانی را تجربه می‌کنند، طرز تفکر خوشبینانه -

1. Abraham
2. Allen and Meyer
3. Smidts
4. Arabaci
5. Andersson

تری نسبت به این مجموعه شکل می‌گیرد. این بخش از یافته‌ها تا حدودی با یافته‌های قاسم‌زاده و همکاران (۱۳۹۳)، همسویی دارد. آنها در نتایج خود به این نکته اشاره کردند که ترویج اخلاق حرفه‌ای اعضای سازمان، عاملی است در جهت افزایش هویت کارکنان است. کارکنانی که از لحاظ اخلاق حرفه‌ای در سطوح بالاتری هستند، روحیه تعامل، همدلی و دلبستگی به کار و همکاران در آنها بیشتر از افرادی است که فاقد این ویژگی‌ها هستند. نتایج مطالعه آراباسی (۲۰۱۰) نیز، با یافته‌های ما همخوانی دارد. وی چنین اظهار داشته که اگر کارکنان تفکرات منفی درباره دیگران را توسعه دهند، تعارضات با دیگر همکاران بیشتر خواهد شد. بزعم آراباسی، باورهای منفی نقطه شروع کشمکش، گسیختگی و هرج و مرج در سازمان‌ها است.

نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان داد، هویت سازمانی کارکنان ادارات یاد شده در سطح نسبتاً قابل قبولی قرار دارد، در حالی که بدبینی افراد نیز به سازمانشان تقریباً پایین است؛ یعنی میانگین هر دو متغیر در شرایط بینابینی قرار دارد؛ این در حالی است که به احتمال زیاد کارکنان ادارات مذکور در دادن پاسخ‌ها، تا حدودی گرایش به بهتر نشان دادن وضع داشته‌اند؛ بنابراین اگر شرایط سازمان از لحاظ این متغیرها، با توجه به پیشنهاداتی که در انتهای این بخش ارائه می‌شود بهبود داده شود، غیر ضروری به نظر نمی‌رسد. در بررسی نتایج آزمون فریدمن مشاهده شد که بُعد عضویت از بین ابعاد هویت سازمانی و بُعد باور از بین ابعاد بدبینی سازمانی، اهمیت بیشتری از سایر ابعاد این دو سازه دارند. به عبارت دیگر، از نظر کارکنان ادارات یاد شده، داشتن تعلق و دلبستگی به سازمان می‌تواند ضروری‌تر از سایر شاخصه‌ها در هویت‌یابی افراد با سازمانشان باشد؛ همچنین داشتن باور به اینکه سازمان صداقت ندارد، از نظر این کارکنان اولویت بیشتری نسبت به بروز احساس و رفتارهای بدبینانه داشته است. این می‌تواند به این دلیل باشد که باورها در ذهن ساخته می‌شوند و اگر ذهنیات بدبینانه که مختص هر یک از کارکنان است بوجود نیاید، گام‌های بعدی در شکل‌گیری واکنش‌های احساسی و رفتاری برداشته نخواهند شد.

سخن آخر اینکه دستاوردهای این پژوهش، گویای این مطلب است که اگر کارکنان هویت سازمانی بالاتری داشته باشند، این میل و گرایش درونی نیرویی خواهد بود که موجب اتحاد گروه‌های ناهمگن سازمان می‌شود. در واقع هویت‌یابی افراد با سازمانشان به مثابه "سرمایه‌ای نامرئی" است که به طور ناخودآگاه، مانند محرکی پنهان عمل کرده، موجب دلبستگی آنها به یک مجموعه می‌شود. وقتی نیروی انسانی در چنین وضعیت ایده‌آلی قرار گیرد، باورهای بدبینانه و منفی نسبت به همکاران، مدیران و سیاست‌های سازمان مجالی برای خودنمایی نخواهند یافت. به دنبال آن زمینه‌های شکل‌گیری احساساتی چون ترس، دلهره، خشم و تنفر که منشأ آن سازمان است، به ندرت در اعضا شکل می‌گیرد؛ بنابراین رفتارهایی از قبیل، صحبت کردن در مورد عدم صداقت و درستی سازمان، انتقاد صریح از سازمان در محیط‌های بیرونی، بروز رفتارهای سیاسی سازمانی یعنی آن دسته از رفتارهایی که اهداف شخصی افراد را به بهای هزینه پرداختن همکاران و سازمان محقق می‌کند، کمتر رخ خواهد داد. پیشنهاداتی برای بهبود هویت سازمانی و در نتیجه کاهش بدبینی کارکنان بدین شرح ارائه می‌شود:

- مدیران و برنامه‌ریزان باید تلاش کنند، مشابهت ویژگی‌های مشترک ادراک شده توسط اعضای سازمان که بر اساس آن فرد احساس می‌کند منافع و اهداف مشترکی با سایر اعضای سازمان دارد را تقویت کنند تا از این طریق، همنوایی بیشتری بین فرد و سازمان ایجاد کنند. در این مورد ایجاد ارزش‌های مشترک که مورد قبول همه گروه‌های سازمان است، می‌تواند کارساز باشد. به عبارت دیگر، اگر سازمان تبدیل به یک جامعه کاری شود که افراد در آن بر اساس ارزش‌ها و هنجارهای مشترکی رفتار می‌کنند، هویت سازمانی آن‌ها توسعه خواهد یافت.
- فردیت‌زدایی از کارکنان با قرار دادن آنها در گروه‌های متجانس کاری، به گونه‌ای که آنها کمتر خود را به‌عنوان فرد تعریف کنند. در این صورت، ویژگی‌های شخصیتی آن‌ها تحت‌الشعاع ویژگی‌های گروه و سازمان قرار می‌گیرد و بر احساس هویت جمعی اعضا افزوده می‌شود. بدین منظور، باید مشاغل کاری و تلفیق آن‌ها به گونه‌ای باشد که روابط و تعاملات دوجانبه در سرتاسر یک بخش گسترده شده باشد.

- توجه بیشتر به کارکنان و ایجاد وابستگی‌های روانی در آنها از طریق حمایت‌های سازمانی و اجتماعی؛ اگر افراد احساس امنیت شغلی داشته باشند، دریافتی‌های (دستمزد و مزایا) آنها از سازمان کافی باشد، فرصت‌های ارتقاء برای همه آنها به‌طور یکسان باشد و در عین حال، عدالت ادراک شده آن‌ها از این پرداخت‌ها، تشویق‌ها و ترفیع‌ها به شکل مثبت باشد، در احساس تعلق و خوش‌بینی سازمانی آنها نیز تاثیر مثبت خواهد داشت.
- بدبینی سازمانی سبب عدم صداقت، سکوت سازمانی و بهره‌وری پایین می‌شود. یکی از ریشه‌ها و علل اصلی پیدایش این معضل، روابط کاری غیر شفاف است. رویه‌ها و روابط کاری از قبیل، برگزاری جلسات، اتخاذ تصمیمات و رویه‌های اتخاذ این تصمیمات باید برای تمامی پرسنل کاملاً واضح، به دور از هر گونه سیاسی‌کاری و تا حد امکان بصورت مشارکتی باشد.
- نهایتاً اینکه در بررسی پیشینه داخلی و خارجی پژوهش، پژوهش‌های بسیار اندک در مورد این دو متغیر یافت شد؛ بدین ترتیب یکی از کمک‌های مطالعه پیش‌رو علاوه بر افزایش پژوهش در زمینه متغیرهای مورد بررسی، پر کردن خلأ موجود در این زمینه می‌تواند باشد. به طور کلی به محققان پیشنهاد می‌شود، این دو متغیر را در سازمان‌های خصوصی نیز مورد مطالعه قرار داده، تمرکز بیشتری روی مقایسه تفاوت‌ها در بین کارکنان قراردادی و پاره‌وقت با دیگر گروه‌ها و بررسی علل آن داشته باشند تا در پرتو مطالعات آنها شناخت دقیق و جامع‌تری از مساله فراهم آید.

منابع

- امیرخانی، امیرحسین و امیرخانی، مهدی. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر بدگمانی کارکنان به تغییر سازمانی بر سلامت سازمانی. مدیریت دولتی، ۱۷(۱)، ۱۹-۳۹.
- حقیقی کفاش، مهدی؛ مظلومی، نادر و میرزا محمدی، فرزانه. (۱۳۹۰). پیش زمینه‌ها و پیامدهای بدبینی سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان تجارت الکترونیک پارسیان). مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۶۴، ۱۱۷-۱۳۹.
- رحمان سرشت، حسین و ساغروانی، سیما. (۱۳۹۲). تاثیر هویت سازمانی و گرایش ارزشی نسبت به کار بر تعهد عاطفی کارکنان. پژوهش‌نامه مدیریت تحول، ۹(۵)، ۵۳-۶۷.
- قاسم‌زاده، ابوالفضل؛ ملکی، شیوا و شعبان بروکی، میلان. (۱۳۹۳). نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین اخلاق حرفه‌ای با رفتار شهروندی سازمانی و رفتار انحرافی کار. مجله ایرانی اخلاق و تاریخ پزشکی، ۷(۴)، ۶۷-۷۹.
- قلی‌پور، آرین؛ پورعزت، علی اصغر و محمدی، فرشته. (۱۳۹۰). تبیین عوامل درون سازمانی و برون‌سازمانی مؤثر بر ساخت سازمانی هویت در سازمان‌های دولتی. مدیریت دولتی، ۷(۳)، ۱۴۹-۱۶۶.
- اللهیاری، محبوبه؛ حمیدی، مهرزاد؛ همتی‌نژاد، مهرعلی و اللهیاری، فاطمه. (۱۳۹۰). رابطه هویت سازمانی و عوامل اجتماعی جمعیت شناختی با رفتار شهروندی سازمانی در ورزش. پژوهش در علوم ورزشی، ۹، ۹۵-۱۱۲.
- هومن، حیدرعلی. (۱۳۸۴). مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل. چاپ اول، تهران، انتشارات سمت.
- Abraham, R. (2000). Organizational cynicism: Bases and consequences. Genetic, Social, and General Psychology Monographs, 126(3), 269-292.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1997). Commitment in the workplace: theory, research, and application: Sage publications, incorporated.
- Andersson, L. M., & Bateman, T. S. (1997). Cynicism in the workplace: Some causes and effects. Journal of Organizational Behavior, 21, 451-453.
- Arabaci, I. (2010). The Effects of Depersonalization and Organizational Cynicism Levels on the Job Satisfaction of Educational Inspectors. African Journal of Business Management, 4(13), 2803-2807.

- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14, 20-39.
- Bagozzi, R. P. & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 16 (1), 74-94.
- Bateman, T. S., Sakano, T., & Fujita, M. (1992). Roger, Me, and My Attitude: Film Propaganda and Cynicism toward Corporate Leadership. *Journal of Applied Psychology*, 77(5), 768-771.
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *American Journal of Sociology*, 66, 32-40.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107, 238-246.
- Bergami, M., & Bagozzi, R. P. (2000). Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *British Journal of Social Psychology*, 39, 555-577.
- Bollen, B. & B. C. Long. (1993). *Testing Structural Equation Models*. Ca: Newbury Park, sage.
- Cheney, G. (1983). The Rhetoric of Identification and Study of Organizational Communication. *Quarterly Journal of Speech*, 69(2), 143-158.
- Cole, M. S., Bruch, H., & Vogel, B. (2006). Emotion as mediators of the relations between perceived supervisor support and psychological hardiness on employee cynicism. *Journal of Organizational Behavior*, 27, 463-484.
- Dean, J. W., Brandes, P., & Dharwadkar, R. (1998). Organizational cynicism. *Academy of Management Review*, 23, 341-353.
- Dutton, J. E., Ducherich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Hatch, M. J. (1997). *Organisasjonsteori: Moderne, symbolske og postmoderne perspektiver*. Abstract forlag, Oslo.
- James, M. S. L. (2005). *Antecedents and Consequences of Cynicism in organizations: An examination of the potential positive and negative effects on school systems*. Dissertation submitted to the Department of Management in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy, The Florida State University, College of Business.
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1996). *LISREL 8 user's reference guide*. Uppsala, Sweden: Scientific Software International.
- Kim, M., Jones, P., & Rodriguez, A. (2008). Influence of Work Status on Organizational Commitment and Sport Identity of University Athletic Department Workers. *Journal of Issues in Intercollegiate Athletics*, 1, 74-86.
- Kim, T. H. & Chang, K. R. (2007). Interactional Effects of Occupational Commitment and Organizational Commitment of Employees in Sport Organizations on Turnover Intentions and Organizational citizenship Behaviors. *International journal of Applied Sports Sciences*, 19(2), 63-79.
- Kreiner, G., Ashforth, B. & Sluss, D. (2006). Identity Dynamics in Occupational Dirty Work: Integrating Social Identity and System Justification Perspectives. *Organization Science*, 17(5), 619-636.
- Lee, S. M. (1971). An Empirical Analysis of Organization Identity. *Academy of Management Journal*, 14, 213-226.

- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1995). Loyal from Day one: Bio data, organizational identification, and Turnover among newcomers. *Personnel Psychology*, 48, 309-333.
- Miller, V. D., Allen, M., Casey, M. K., & Johnson, J. R., (2000). Reconsidering the organizational identification questionnaire. *Management Communication Quarterly*, 13(4), 626- 658.
- Özler, E., Derya, A., & Giderler, C. (2011). A research to determine the relationship between organizational cynicism and burnout levels of employees in health sector. *Business and Management Review*, 1(4), 26-38.
- Ricketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66, 358-384.
- Smidts, A., Pruyn, A. H., & Van Reil, C. B. M. (2001). The Impact of Employee Communication and Perceived External Prestige on Organizational Identification. *Academy of Management Journal*, 44(5), 1051-1062.
- Witing, M. (2006). Relations between Organizational Identity, Identification and Organizational Objectives. *Journal of Managerial psychology*, 21 (7), 432- 452.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

پروری، پیمان؛ نقدی، اسدالله و سهرابی، روح الله. (۱۳۹۵). مطالعه رابطه هویت سازمانی و ابعاد سه گانه آن با بدبینی سازمانی کارکنان (مطالعه‌ای در بین کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان قزوین). *نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش*، ۳(۲)، ۱۳۷ - ۱۵۰.



Studying Relationship Organizational Identity and its three Dimensions with Organizational Cynicism Staff (Studied on Staffs of Youth and Sports Offices in Qazvin Province)

Peyman Parvari¹, Asadollah Naghdi² and Ruhollah Sohrabi³

1- MSc in MBA, Faculty of Economics and Social sciences, Bu Ali Sina University, Hamedan, Iran

2- Associate professor, Faculty of Economics and Social sciences, Bu Ali Sina University, Hamedan, Iran

3- Assistant Professor, Faculty of Economics and Social sciences, Bu Ali Sina University, Hamedan, Iran

Received: 7 May 2016

Accepted: 28 August 2016

Abstract

Objective: The aim of this study was to measure the organizational identity and its relationship with the organizational cynicism.

Methodology: In terms of purpose, this study is practical, and in terms of nature, it is descriptive-correlation. The studied population was the workers of the Youth and Sports organization in Qazvin province with 231 cases, 163 of which were selected using stratified random sampling. To data gathering, used from organizational identity questionnaire of Cheney (1983) with 18 items and organizational cynicism questionnaire of James (2005) with 12 items. The Cronbach's alpha coefficients used to assess the reliability were obtained for questionnaires of identity 0.92 and for questionnaires of cynicism 0.81. In order to data analyze, was used from one sample t-test, Friedman, Pearson correlation, and structural equation modeling.

Results: The results obtained showed that there was a significant negative relationship ($r = -0.621$) between the organizational identity and the three components membership, loyalty, and similarity with the cynicism personnel. Also checking the goodness of fit index showed that the structural model of this research work had an acceptable fit.

Conclusion: According to the results obtained, it can be said that the increased sense of organizational identity in employees plays a decisive role in reducing the cynicism and mistrust towards the organization and its senior managers. In other words, identification of employees with collection agency makes a cynical and negative belief towards colleagues and managers and less opportunity to show off their organization policies.

Keywords: Organizational Identity, Organizational Cynicism, Organizational Attachment, Negative Attitudes.

To cite this article:

Parvari, P., Naghdi, A., & Sohrabi, R. (2016). Studying Relationship Organizational Identity and its three Dimensions with Organizational Cynicism Staff (Studied on Staffs of Youth and Sports Offices in Qazvin Province). *Journal of Human Resource Management in Sport*, 3(2), 137 - 150.