

بررسی نقش هویت صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر بر بالندگی سازمانی

حاتم شکری^۱، عباس صمدی^۲

^۱ کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، گرایش استراتژیک، موسسه غیر انتفاعی و آموزش عالی الوند همدان، ایران.

^۲ استادیار مدیریت، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

نام نویسنده مسئول:

حاتم شکری

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۵/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۸/۱۶

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش هویت صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر بر بالندگی سازمانی انجام شد. این پژوهش از لحاظ هدف جزء تحقیقات کاربردی و توسعه‌ای، از لحاظ ماهیت و روش جزء تحقیقات توصیفی، از لحاظ نوع داده‌ها جزء تحقیقات کمی و از لحاظ مکان و زمان اجراء جزء تحقیقات میدانی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر در سطح کشور در سال ۱۳۹۸ به تعداد ۴۰۰ نفر بودند. نمونه آماری کارکنان در این پژوهش با توجه به جامعه آماری و با استفاده از جدول مورگان و کرجسی با روش در دسترس به تعداد ۱۹۶ نفر برآورد گردید. هویت سازمانی با پرسشنامه هس (۲۰۱۸) و بالندگی سازمانی با پرسشنامه اسپایدرز (۱۹۹۵) مورد سنجش قرار گرفتند. میزان هویت سازمانی تقریباً ۵۹٪ و بالندگی سازمانی از دیدگاه کارکنان ۴۸/۶٪ بود. نتایج حاصل از تحلیل معادلات ساختاری با نرم افزار PLS نسخه ۳ نشان داد که هویت سازمانی به میزان ۷۶٪ بر بالندگی سازمانی تاثیر مثبت گذاشت.

واژگان کلیدی: هویت سازمانی، بالندگی سازمانی، صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر.

مقدمه

در حوزه های سازمانی دستیابی به بهره وری پایدار، خلاقیت و نوآوری در گرو برخورداری از مدیریت و نیروی انسانی کارآمد، اثربخش، هوشمند و متعهد است [۱]. در واقع، نیروی انسانی در هر سازمان به عنوان مهمترین عامل استراتژیک توسط محققین در نظر گرفته می شود و نقش حیاتی در جلب رضایت ارباب رجوع برعهده دارد [۲] و جایگاه انسان در سازمان و نوع نگاه به او، سهم به سزایی در موفقیت یا شکست سازمان خواهد داشت. با آغاز هزاره سوم، هر روز نقش منابع انسانی پررنگتر شده و اکنون از آن به عنوان یکی از عامل های مهم کسب موفقیت و برتری رقابتی پایدار در سازمان یاد می شود [۳]. در این راستا، در ادبیات توسعه ی منابع انسانی به این عنصر حیاتی سازمان توجه ویژه ای شده تا جایی که بررسی های تجربی نشان می دهند شناسایی نگرانی های کارکنان و آرایه ی ساز و کارهایی برای چیرگی بر آنها از وظایف اصلی مدیران است، زیرا این رفتار به طور مستقیم به ارتقای بهره وری مربوط می شود [۴]. لذا بررسی رفتار کارکنان در سازمان ها امری اجتناب ناپذیر است و مدیران همواره باید علاوه بر ارزیابی عملکرد کارکنان خود رفتار آن ها را نیز مورد توجه دایمی قرار دهند چرا که رفتار کارکنان روی عملکرد آنها و در نهایت عملکرد سازمان تأثیر مستقیم دارد، از جمله این رفتارها که امروز مورد توجه ویژه قرار گرفته است، هویت سازمانی می باشد [۵]. با تقویت هویت سازمانی در کارکنان، تعلق و تعهد کاری را در آنان برانگیزاند و فعالیت های آنان را همراستا با اهداف سازمان نماید و انگیزه کارکنان را به منظور خدمت رسانی به قشر آسیب پذیر اجتماع ارتقاء دهد.

کارکنان زمانی که سازمان را جزیی از زندگی خود بدانند و نسبت به آن احساس مسئولیت کنند، می توان گفت که هویت سازمانی در آنان شکل گرفته است. در صورتی که کارکنان نسبت به سازمان بی تفاوت شوند، این بی تفاوتی می تواند بر هویت سازمانی تأثیر بگذارد. عدم وجود هویت در سازمان باعث ایجاد مشکلاتی چون، کاهش انگیزه و رغبت برای رسیدن به اهداف سازمان می شود [۶]. هویت سازمانی شامل خصیصه ها و ویژگی های یک سازمان است که اعضاء آن ها را به عنوان ویژگی های هسته ای منحصر به مستمر سازمان درک کرده اند، مفهوم هویت سازمانی به عنوان پدیده ای در سطح سازمان شناخته می شود. خصیصه هسته ای سازمان در سیستم عقاید، ارزش ها و هنجارهای محوری که در ماموریت سازمان بیان شده و باعث ایجاد ادراک و اقدام می شود ریشه دارد، ادراک اعضاء از منحصر به فرد بودن هویت سازمان بر اساس مقایسه آن با سازمان های مرجع و به خصوص رقبای اصلی شکل می گیرد [۷].

هویت سازمانی به سرمایه گذاری بیشتر کارکنان در کارشان منجر می شود و سطح بالاتری از همکاری میان فردی و ارتباط بهتر با ذینفعان می شود. در بخش آموزش این امر باعث افزایش توانایی یک سازمان در ایجاد منابع مالی بیشتر می شود. هویت سازمانی و سایر شکل های تعلق و دلبستگی مانند تعهد و وفاداری نتایج مطلوبی مانند افزایش رضایت کاری، کاهش غیبت، کاهش جابجایی کارکنان و اثر بخشی به همراه خواهد داشت [۸] که در نهایت آن شاهد بهره وری و بالندگی سازمانی خواهیم بود [۹].

ریشه بالندگی سازمانی و خاستگاه پیدایش آن «انقلاب صنعتی»^۱ می باشد [۱۰]. اشماک^۲ و مایلز^۳، بالندگی سازمانی را یک کوشش برنامه ریزی شده و پایدار که دانش رفتاری را برای به گشت نظام، از راه های به خود باز شکافی، به کار می بندد تعریف کرده اند. بالندگی سازمانی کوشش بلندبرد برای به گشت فراگردهای تازه گردانی و دشواری گشایی سازمان است. بالندگی سازمانی کوششی است؛ ۱- برنامه ریزی شده؛ ۲- فراگیری در سازمان؛ ۳- کارگردانی شده از رده بالای سازمان؛ ۴- بالا بردن اثربخشی و تندرستی سازمان از راه درست؛ ۵- دخالت های برنامه ریزی شده در فراگردهای سازمانی، با بهره گرفتن از دانش علوم رفتاری است [۱۱].

اهمیت بالندگی سازمانی در فراهم آوردن موجبات رشد و بالنده شدن سازمان از طریق کارکنانی می باشد که به عنوان گرانبهاترین سرمایه به کار می پردازد. به عبارت دیگر، کوشش های بالندگی سازمانی در مرتبه نخست به کارکنان توجه دارد و فرض بنیادی آن است که برای گام برداشتن به سوی ارتقاء عملکرد و اثربخشی سازمانی، کارکنان، گروه ها و دسته ها، واحدهایی پایه ای هستند که باید دگرگون یا اصلاح گردند [۱۰]. لذا بنابر آنچه که عنوان شد بالندگی سازمانی از مقوله های مهم و مورد توجه سازمان ها می باشد که اعتلای آن در گرو ریشه کن نمودن بی تفاوتی کارکنان نسبت به سازمان و تقویت ریشه های هویت سازمانی می باشد، لکن علی رغم اهمیت این موضوع کمتر پژوهشی به بررسی همزمان این متغیرها و تأثیرشان بر بالندگی سازمانی پرداخته است که این مهم نشان دهنده خلاء پژوهشی و ضرورت انجام پژوهش در این خصوص می باشد.

هویت سازمانی به معنی همگرایی ارزش های فرد-سازمان، ادراک یکی بودن با سازمان یا تعلق داشتن به سازمان و یا یک التزام و تعهد عاطفی به سازمان می باشد [۱۲]. همچنین مشخص شد که هویت سازمانی بر جنبه های مختلف سازمانی از جمله بالندگی سازمانی و عملکرد سازمانی تأثیر می گذارد [۱۳]. بنابراین با توجه به توضیحات فوق پژوهش گر به بررسی این موضوع پرداخته، این است که بی تفاوتی سازمانی می تواند مسائل و مشکلات بی شماری از جمله فاصله گرفتن کارکنان از هدف های کاری، عدم اطمینان به چشم انداز سازمانی از

¹. Industrial Revolution². Schmuck³. Miles

سوی کارکنان، عدم مشارکت کارکنان در مسائل سازمانی و اتخاذ تصمیمات سازمانی، کاهش توانمندی کارکنان، نیز کاهش ارتباطات سازنده در کارکنان را به وجود آورد و این امر می تواند رفته رفته، سبب می گردد سازمان از مسیر ترقی و بالندگی منحرف شود که این مسئله امروزه به دغدغه ای اساسی برای بسیاری از مدیران و مسئولان سازمان های غیردولتی و دولتی تبدیل شده است از جمله این سازمان ها صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر می باشد چرا که این سازمان زمانی به ماموریت متعالی خویش به معنای توسعه اقتصادی و اجتماعی بخش کشاورزی، کاهش فقر و بهبود زیر ساخت های اقتصادی و نیز کاهش فاصله طبقاتی جمعیت روستایی و شهری، کاهش محرومیت و گسترش عدالت اجتماعی دست می یابد که بتواند بی تفاوتی سازمانی را در کارکنان ریشه کن نموده لکن علی رغم اهمیت این مسئله و نقش بی تفاوتی سازمانی در عدم دستیابی در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر به ماموریت سازمانی و هدف آمانی خویش تاکنون کمتر پژوهشی به بررسی این مسئله و پرداختن به این جنبه های مبهم و نحوه اثر گذاری هویت سازمانی بر بالندگی سازمانی پرداخته است که پژوهشگر با مشاهده این خلاء تحقیقاتی بر آن شده است تا در پژوهش حاضر به بررسی این مهم پرداخته و در پی پاسخگویی به این سوال می باشد که آیا هویت سازمانی بر بالندگی سازمانی در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر تاثیر دارد؟

مبانی نظری

هویت سازمانی

هویت به عنوان یک پدیده، برای سال های متمادی مورد علاقه فلاسفه و متفکران روانشناسی و جامعه شناسی بوده است. از این دیدگاه هویت را باید یک مقوله تاریخی دانست که ریشه های آن را می توان در مطالعه هویت در سطح فردی جستجو کرد. به کارگیری واژه هویت از سال ۱۳۸۱ رایج شد و در دو حوزه نظری روانشناسی و جامعه شناسی مورد بحث قرار گرفته است. نظریه های حوزه روانشناسی با کارهای فروید آغاز شده و بر هسته درونی و ذهنی یک ساختار روانی و فیزیکی تاکید دارد. در حالی که در حوزه جامعه شناسی، نظریه های هویت با مفهوم (خود) در مکتب کنش متقابل نمادین، گره خورده است. نظریه های جامعه شناسی هویت ابتدا با کارهای ویلیام جیمز و جورج هربرت مید مطرح شد و بعدها به واسطه دستاوردهای حاصل از مطالعات تاجفر، گافمن، برگر^۴ و دیگران مفهوم هویت به طور گسترده تری وارد تحلیل های جامعه شناسان گردید (بطحایی، ۱۳۹۳).

تعریف هویت

با رجوع به فرهنگ لغات انگلیسی آکسفورد در می یابیم که واژه هویت یعنی (مشابه و یکسان) ریشه می گیرد. به طور سنتی ایدم^۵ از ایدنتیز^۶ ریشه در زبان لاتین دارد، (ایدنتیتی^۷) مفهوم هویت در مقابل جمله (من کیستم) مطرح می گردد [۱۴].
 واژه هویت عبارت است از مجموعه عقاید یا معانی که به سؤال روبه رو پاسخ می دهد (من چه کسی هستم) و در سازمان (ما چه کسانی هستیم؟) [۱۵]. اریکسون می گوید: (هویت در بردارنده احساس فرد از خود می باشد مطابق نظریه اجتماعی- روانی وی درباره شخصیت، هویت به مثابه یک چهارچوب مرجع عمل می کند که فرد به منظور تغییر تجارب شخصی و گفتگو درباره ی معنا، هدف و جهت گیری زندگی خود از آن استفاده می کند [۱۶].

انواع هویت

محققان قرن هاست که سعی می کنند رابطه میان افراد و گروه ها را بشناسند، برخی از آنها انسان ها را موجوداتی خودمختار و متکی به خود می دانند که با اکراه به گروه ها ملحق می شوند. عده ای هم گروه را بسیار مهم می دانند و بر رابطه متقابل میان این دو کارکرد مهم گروه ها در شکل گیری شخصیت و هویت افراد اذعان دارد. بر همین اساس دو دسته بندی اصلی در این باره مطرح است که هویت اجتماعی و هویت شخصی نام دارد [۱۷].

4. Tajfar, Gaffman, Berger

5. Idem

6. Identities

7. Identity

• هویت شخصی:

هویت شخصی، به بخشی از خودپنداره فرد اطلاق می شود که خصوصیات فردی مثل صفات، اعتقادات و مهارت ها را دربر می گیرد [۱۸]. هویت شخصی توصیف کننده خصوصیات بی همتا، فردی (من مفعولی می^۸) انسان هاست [۱۵]

• هویت اجتماعی:

مفهوم هویت اجتماعی از پژوهش های روانشناسی اجتماعی که علل و پیامدهای نگرش افراد نسبت به خودشان و اینکه توسط دیگران و به عنوان بخشی از یک گروه اجتماعی به چه شکل نگریسته می شوند را مورد آزمون قرار دادند، پدیدار شده است. انسان ها تنها یک هویت واحد ندارند بلکه با هویت های متفاوتی خود را معرفی می کنند. هر فردی می تواند هم زمان هویت اجتماعی، هویت سازمانی و هویت فردی داشته باشد. این هویت ها نسبی هستند و در طول زمان دچار تغییر می شوند. هویت ها نه تنها ثابت و دست نخورده باقی نمی آند بلکه همواره در حال تغییر، بازسازی نیازمند تأیید هستند. تصویری که هر فرد از خود می سازد در اصل بازتابی از نگرش دیگران در مورد خودش است. در واقع منطق نگرش هویت اجتماعی بیان می کند که در چه جاهایی زمینه های اجتماعی موجب می شود تا هویت برای افراد، برجسته و مبنای رفتار آنها شود [۱۹].

هویت اجتماعی به آن بخش از خودپنداره گفته می شود که عضویت فرد در گروه های اجتماعی را در برمی گیرد، این مفهوم در واقع خودپنداره های مشترک اعضای یک گروه است. هویت اجتماعی به آن دسته از خصوصیات اطلاق می شود که محصول عضویت افراد در گروه های مختلف اجتماعی از جمله خانواده، گروه های شغلی و سازمانی، شهر و کشور، همسایگان، مدرسه و ... به عقیده جرج هربرت مید هر فرد هویت خود را از طریق سازمان دهی نگرش های فردی دیگران در قالب نگرش های سازمان یافته های اجتماعی یا گروهی شکل می دهد [۱۹]. تاجفل هویت اجتماعی را با عضویت گروهی پیوند می زند و هویت اجتماعی را بخشی از برداشت یک فرد از خود می داند که از آگاهی او نسبت به عضویت در گروه سرچشمه می گیرد، بنابراین وی هویت اجتماعی را نوعی از خودشناسی فرد در رابطه با دیگران می داند [۱۹]. میل و آشفورت با اتکا بر این رویکرد هویت سازمانی را مفهوم سازی نمودند آنها هویت سازمانی را شکلی از هویت اجتماعی طبقه بندی کرده اند. مهمترین عنصر هویت اجتماعی که توجه آن دو به آن معطوف شد (ایده طبقه بندی فرد) است. بدین معنی که افراد این تصور را دارند که با سرنوشت سازمان در هم تنیده شدند. سپس داتون^۹ و دیگران بر ایده اینکه سازمان به عنوان شخصیتی که به کارکنان هویت می بخشد، نسبت به سایر شخصیت های هویت دهنده نقش برجسته تری دارد پافشاری کردند و اینکه اگر شباهت هایی میان ادراک از خود و سازمان وجود داشته باشد این احتمال وجود دارد که افراد سازمان را به عنوان یک گروه اجتماعی طبقه بندی کنند. این رهیافت از این جهت که به ویژگی مشترک سازمان و ادراک فرد از خود توجه دارد، با مفهوم سازی اولیه هویت سازمانی هم پوشانی دارد [۱۵].

هسلم^{۱۰} و همکارانش عقیده دارند، نتیجه کاربرد تئوریک اصول هویت اجتماعی و هویت سازمانی این است که هویت اجتماعی هم واقعیتی اجتماعی و روانشناسی و هم یک واقعیت ذهنی و مادی است. زیرا هم شامل فرایندهای ذهنی افراد بوده و هم فعالیت های جمعی و تولیداتی که آن فرایندها ایجاد می کنند را در برمی گیرد. با پذیرش این مسئله، می توان چنین فرض کرد که کاربرد سازمانی هویت اجتماعی این است که وقتی یک هویت سازمانی خاص برای گروه سازمانی خاصی برجسته می شود و زمانی که هنجارهای خاص و ارزش های مرتبط با آن هویت، درونی می گردد، چنین هویتی نه تنها ساختار روانی افراد نظیر باورها، رفتارها و نیت را شکل می دهد، بلکه اجازه می دهد آن ویژگی های روانی به ساختارها و محصولات (نظیر: برنامه ریزی برای چشم اندازها، کالاها و خدمات، اقدامات و نهادها که جنبه های مادی و عینی زندگی سازمانی هستند)، نیز تسریع یابد [۲۸]. یکی از طبقه بندی های کلی کلاسیک درباره هویت، تمایز بین هویت فردی و اجتماعی است [۲۰].

هویت سازمانی

در طی سال های اخیر، پژوهشگران سازمانی با تمرکز بیش تری به شناسایی عوامل موثر بر ادراک و رفتار کارکنان برای تحقق بهتر اهداف سازمان ها پرداخته اند که می توان گفت از جمله ی آنها، بررسی هویت در سازمان است [۲۱]. مفهوم هویت سازمانی در سال (۱۹۹۸) توسط آلبرت و وتن^{۱۱} معرفی شد. بر اساس نظرات حاصل از تحقیقات تجربی، آنها چنین تعریفی از هویت سازمانی ارائه نمودند: هویت

^۸. Me

^۹. Dutton

^{۱۰}. Hesselme

^{۱۱}. Albert and Watten

سازمانی شامل خصیصه‌هایی از یک سازمان است که اعضا آن خصیصه‌ها را به عنوان ویژگی‌های هسته‌ای، منحصر به فرد و مستمر (ادامه دار) سازمان درک کرده‌اند (به شرطی که گذشته، حال و آینده در نظر گرفته شود) [۱۴]. تعریف آلبرت و وتن، در رابطه با هویت سازمانی، دو دهه است که تعریف غالب بوده و بیشتر تحقیقات در این زمینه مبتنی بر این تعریف است. آلبرت و وتن در کار اصلی خود، چنین استدلال کردند که هویت سازمانی دربردارنده دو معناست.

۱. به عنوان یک مفهوم علمی که محققان جهت تعریف ویژگی‌های مشخصی از سازمان استفاده می‌کنند.
 ۲. به عنوان سوالی خودنگری که بوسیله آن، احساسی را نسبت به (آنچه ما هستیم)، ایجاد می‌کند. آنها، هویت سازمانی، چه به صورت مفهوم علمی، و چه به صورت یک سؤال خودنگری، باید دارای سه معیار باشد: محوریت، تمایز، تداوم [۲۲].
- هویت سازمانی می‌تواند به عنوان عنصری که مختصات اصلی یک سازمان را بازگو می‌نماید، تعریف شود؛ که ضمن آن، فرد از ارزش‌ها، هنجارها و انتظارات سازمان مطلع شده و به درونی سازی آنها می‌پردازد [۲۳].

بالندگی سازمانی

فرنچ^{۱۲} و بل^{۱۳} (۱۹۸۴) بالندگی سازمانی را کوشش بلندبرد برای بهگشت فراگردهای تازه گردانی و دشواری گشایی سازمان، به ویژه از راه کارگردانی اثربخش فرهنگ سازمانی می‌دانند.

برای پی بردن به اهمیت بالندگی سازمانی و رسالتی که این جنبش نوید بخش دارد، شایسته است که ریشه و خاستگاه آن را از پیدایش (انقلاب صنعتی)^{۱۴} آغاز کنیم [۱۰]. از آغاز قرن نوزدهم یک رشته دگرگونی در روش‌های صنعتی و شیوه‌های کارگردانی سازمان‌های اجتماعی و اقتصادی در انگلستان پدید آمد. این دگرگونی‌ها را فردی به نام (جروم آدولف بلانکی)^{۱۵} در سال ۱۸۳۷ به نام انقلاب صنعتی خواند. انقلاب صنعتی در معنای عام به مجموعه‌ای از دگرگونی‌ها گفته می‌شود که بر گردش‌ماری از فراگردها و سازمان‌های تولیدی و ساخت متمرکزند و برگذر از اقتصاد کشاورزی و سنتی و کاردستی به اقتصادی که در آن صنعت و دستگاه حاکم است اشاره دارد. در نتیجه، شرکت‌های بزرگ صنعتی و بازرگانی به وجود آمد و تولید سازمان یافت. کارگران و کارکنان بر پایه دستورهای ویژه در این کارخانه‌ها و شرکت‌ها به خدمت گرفته شدند و مدیریت علمی و دیوان سالاری در قرن بیستم پدیدار شد [۲۴].

پدر مدیریت علمی، پیشگیری از به هدر رفتن کارمایه‌های انسانی و افزایش کارایی اصول مدیریت علمی را به دنیا عرضه کرد [۲۴]. (ماکس وبر)^{۱۶} با شناختی که از ظرفیت توسعه و گسترش کوشش‌های صنعتی داشت، به طراحی نظامی پرداخت که دارای خصوصیات ویژه است. او بر این باور بود که برای به جلو راندن کوشش‌های بزرگ گروه و رشد و شکوفایی صنعتی و بازرگانی و کارگردانی خدمات گوناگون عمومی چاره‌ای نیست جز پدیدآوردن نظامی که بر پایه دانش و خرد انسان استوار باشد. او نظام تازه خود را (دیوان سالاری)^{۱۷} نامید. دیوان سالاری با به کار بستن رده‌بندی سازمانی، تقسیم کار و رواج ویژه کاری، به کار گماردن افراد بر پایه تخصص و کاردانی شغلی، تنظیم قوانین و دستورهای یکنواخت کار، تعیین دامنه وظیفه‌ها و اختیارات، دور ساختن رفتار و کردار سازمانی از مهر و کین شخصی، جداساختن مدیریت از مالکیت، اهمیت بخشیدن به بایگانی و نگهداری پیشینه کار و سرانجام، پدیدآوردن انضباط عقل و منطقی که بتواند سازمان‌های بزرگ و گسترده بر پا دارد که گروه بزرگی از کارکنان به طور منظم در آن به کار بپردازند [۱۰]. با استفاده از این اصول، انسان‌ها بسان ابزارهای بی‌جان درآمدند و شخصیت انسان‌ها مورد تاخت و تاز قرار گرفت. در چنین فضایی، عده‌ای از دانشمندان دریافتند که انسان عامل کلیدی و تنها عامل رونق و بالندگی سازمان‌هاست. هرگاه ارزش انسان‌ها شناخته شود، از راه بزرگداشت وی، پرورش و بالنده شدن او فراهم و دگرگونی‌های بسزایی پدید می‌آید که همه آنها بهره مند خواهند شد. به طور مثال، هرگاه متخصصان در کشورها سلسله جنبان امور بودند، کشورها دچار تحول و پویای شدند. به این ترتیب، جنبش بالندگی سازمانی آغاز شد. بالندگی سازمانی، در حقیقت بازشناسی ارزش انسان در کوشش‌های بزرگ سازمانی است. بالندگی سازمانی، یعنی فراهم کردن موجبات رشد و بالنده شدن سازمان‌ها از راه پرورش افرادی که در سازمان به عنوان گرانبهاترین سرمایه به کار می‌پردازند و (کرت لوین) پایه گذار این اندیشه بود [۲۴]. با آنکه بالندگی سازمانی، کوششی علمی به نسبت تازه‌ای است که در مهر و موم‌های پس از جنگ جهانی دوم پدید آمده است و هنوز در بسیاری از ویژگی‌های آن اتفاق نظر دیده نمی‌شود، ولی هدف‌های نوعی و کلی آن را می‌توان چنین برشمرد: ۱. بالا بردن تراز اعتماد و پشتیبانی اعضای سازمان از یکدیگر؛ ۲. بالا بردن بسامد مقابله با دشواری‌های سازمانی، چه درون گروه‌ها و چه میان گروه‌ها؛ ۳. پدیدآوردن محیطی که در آن اختیار ناشی از نقش

12. French

13. Bell

14. Industrial Revolution

15. Adolphe Blanqui, Jerome

16. Max Weber

17. Bureaucracy

رسمی به اختیار حاصل از دانش و مهارت تشخیصی تقویت شود؛ ۴. بالا بردن میزان گشودگی و بازبودن ارتباط های افقی، عمودی و گوشه به گوشه یا پهلو به پهلو؛ ۵. بالا بردن تراز شوق و خشنودی در سازمان؛ ۶. یافتن راه چاره های خلاق گروهی برای از میان بردن دشواری هایی که بسیار فراوان رخ می دهند؛ ۷. بالا بردن تراز مسئولیت شخصی و گروهی در برنامه ریزی و به اجرا درآوردن کارها [۱۰]. تعاریف مختلفی از بالندگی سازمانی ارائه شده است. اشماک و مایلز^{۱۸}، بالندگی سازمانی را یک کوشش برنامه ریزی شده و پایدار که دانش رفتاری را برای به گشت نظام از راه ها به خود باز شکافی به کار می بندد، تعریف کرده اند. فرنچ و بل (۱۹۸۴) بالندگی سازمانی را کوشش بلندبرد برای به گشت فراگردهای تازه گردانی و دشواری گشایی سازمان، به ویژه از راه کارگردانی اثربخش تر از فرهنگ سازمانی می دانند. ریچارد بکهارد^{۱۹} اظهار می دارد بالندگی سازمانی کوششی است برنامه ریزی شده، فراگیر در سازمان، کارگردانی شده از رده بالای سازمان، که هدف آن بالا بردن اثربخشی و تندرستی سازمان از راه دخالت های برنامه ریزی شده در فراگردهای سازمانی، با بهره گرفتن از دانش علوم رفتاری است. بنیس^{۲۰} (۱۹۹۴) نیز معتقد است که بالندگی سازمانی یک پاسخ به دگرگونی است؛ یک راهبرد پیچیده آموزشی است برای دگرگون کردن باورها، نگرش ها، ارزش ها و ساختار سازمان ها تا آنکه آنها بتوانند فن شناسی ها، بازارها، چالش های تازه را بپذیرند و همچنین با آهنگ گنج کنند دگرگونی بهتر سازگاری پیدا کنند [۲۴].

با توجه به تعاریفی که از سوی دانشمندان علوم رفتاری از بالندگی سازمانی شده است و با در نظر گرفتن کاربردی که از آن به دست آمده، می توان بالندگی سازمانی را با بالندگی سازمانی انسان مرتبط دانست و این دو پدیده را پیوسته به یکدیگر به شمار آورد. فشرده و چکیده آرای صاحب نظران را درباره بالندگی انسان می توان در تعریفی به این شرح گرد آورد: (انسان بالنده، انسانی پرورده و متعادل است که در کلیت هستی و ابعاد وجودی خویش به صورت خودفرمان عمل می کند). بی گمان باید یادآور شد که انسان بالنده، هم در بستر سازمان بالنده پرورده می شود و هم خود به بالنده کردن سازمان یاری می دهد. نتایج پژوهش نجارپور استادی و تقی زاده (۱۳۹۱) نشان داد که مؤلفه های تحمل فشار روانی و واقع گرایی، با بالندگی سازمانی رابطه معنادار دارند. نتایج پژوهش دیگری نیز نشان داد، بین یادگیرنده بودن و بالندگی سازمانی، همبستگی مثبت وجود دارد [۱۰].

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف جزء تحقیقات کاربردی و توسعه ای، از لحاظ ماهیت و روش جزء تحقیقات توصیفی، از لحاظ نوع داده ها جزء تحقیقات کمی و از لحاظ مکان و زمان اجراء جزء تحقیقات میدانی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر در سطح کشور در سال ۱۳۹۸ به تعداد ۴۰۰ نفر می باشد. نمونه آماری کارکنان در این پژوهش با توجه به جامعه آماری و با استفاده از جدول مورگان و کرجسی با روش تصادفی ساده به تعداد ۱۹۶ نفر برآورد گردید. هویت سازمانی توسط پرسشنامه هس (۲۰۱۸) [۲۵] سنجیده شد، این پرسشنامه مشتمل بر ۱۸ سوال پنج گزینه ای بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، بی نظرم، مخالفم و کاملاً مخالفم) است که به ترتیب از ۱ تا ۵ نمره گذاری گردید و دارای سه مولفه عضویت، وفاداری و شباهت می باشد. همچنین بالندگی سازمانی در پژوهش حاضر توسط پرسشنامه اسپایدرز (۱۹۹۵) [۲۶] مورد سنجش قرار گرفت. این پرسشنامه دارای ۳۰ سوال می باشد. این پرسشنامه دارای شش بعد، بازبودن و شفافیت سازمان، اعتماد، مشارکت، بازخورد درونی و بیرونی، پرورش و توانمندسازی و ساختار سازمانی با لایه کم می باشد. طبقه نمره گذاری این پرسشنامه براساس طیف لیکرت پنج درجه ای (خیلی کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴ و خیلی زیاد=۵) می باشد.

بررسی نرمال بودن متغیرها

ابتدا قبل از بررسی فرضیه ی پژوهش لازم است، نرمال بودن متغیرهای تحقیق با آزمون کولموگروف - اسمیرنوف^{۲۱} مورد ارزیابی قرار گیرد. بنابراین جدول شماره ۱ به بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق می پردازد.

¹⁸ Schmuck & Miles

¹⁹ Richard Beckhard

²⁰ Bennis

²¹ Kolmogorov-Smirnov (KS)

جدول شماره ۱: بررسی نرمال بودن متغیرها

متغیرها	آماره Z	سطح معناداری
بی تفاوتی سازمانی	۰/۲۶۲	۰/۰۰۱
بالندگی سازمانی	۰/۱۸۱	۰/۰۰۱

با توجه به جدول شماره ۱ می توان نتیجه گرفت که سطوح معناداری متغیرهای پژوهش کمتر از ۰/۰۵ هستند و این گویای این مطلب است که متغیرهای فوق نرمال نمی باشند. بنابراین به دلیل آن که تمامی متغیرهای مورد بررسی در پژوهش حاضر نرمال نیستند، لذا برای انجام معادلات ساختاری از نرم افزار PLS استفاده می شود، زیرا یکی دیگر از دلایل استفاده از این نرم افزار آن است که توزیع داده های تمامی متغیرهای موجود در مدل پژوهش نرمال نباشند [۲۷].

بررسی فرضیه پژوهش

هویت سازمانی بر بالندگی سازمانی در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر تاثیر دارد. جهت بررسی فرضیه پژوهش از تحلیل معادلات ساختاری تحت نرم افزار PLS استفاده می گردد. جدول شماره ۲ آزمون معناداری فرضیه پژوهش را نشان می دهد.

جدول شماره ۲: بررسی فرضیه پژوهش

روابط	ضریب مسیر (بتا)	انحراف معیار	آماره t-value	سطح معنی داری	نتیجه
هویت سازمانی → بالندگی سازمانی	۰/۷۵۹	۰/۰۴۷	۱۶/۳۰۲	۰/۰۰۱	معنادار

بر اساس جدول شماره ۲ می توان نتیجه گرفت که مقدار t-value برای رابطه فوق خارج از بازه ۲/۵۸ و ۲/۵۸- می باشد و لذا این رابطه با سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار است. از طرفی، از ضرایب بتا می توان به این نتیجه دست یافت که هویت سازمانی به میزان ۷۶٪ بر بالندگی سازمانی تاثیر می گذارد، بنابراین در کل می توان نتیجه گرفت که هویت سازمانی بر بالندگی سازمانی در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر تاثیر دارد. لذا پیش بینی می شود که در یک نمونه بزرگتر نیز از همان جامعه، فرضیه پژوهش تأیید گردد. حال با توجه به آزمون های پیش روی، قدرت پیش بینی بالندگی سازمانی مورد سنجش قرار می گیرد. بنابراین جدول شماره ۲ به بررسی قدرت پیش بینی بالندگی سازمانی در فرضیه پژوهش می پردازد.

جدول شماره ۳: قدرت پیش بینی متغیر ملاک در فرضیه پژوهش

متغیر پیش بین	بالندگی سازمانی			متغیر ملاک
	نتیجه	CV Red	R ² تنظیم شده	
هویت سازمانی	قوی	۰/۴۲۷	۰/۵۷۴	

جدول شماره ۳ نشان می دهد که شاخص R² تنظیم شده برای متغیر ملاک یا درونزا آورده شده است و مقادیر آنها با سه مقدار ۰/۱۹ (کیفیت پیش بینی ضعیف)، ۰/۳۳ (کیفیت پیش بینی متوسط) و ۰/۶۷ (کیفیت پیش بینی قوی) مورد ارزیابی قرار می گیرند. این امر گویای این مطلب است که هویت سازمانی به میزان ۵۷٪ و به صورتی قوی بالندگی سازمانی را به عنوان متغیر درونزا و یا ملاک مورد پیش بینی قرار می دهد. همچنین شاخص CV Red که همان آزمون کیفیت مدل ساختاری است، برای متغیر درونزا آورده شده است و مقادیر آنها با سه مقدار ۰/۰۲ (کیفیت مدل ساختاری ضعیف)، ۰/۱۵ (کیفیت مدل ساختاری متوسط) و ۰/۳۵ (کیفیت مدل ساختاری قوی) مورد ارزیابی قرار می گیرد. لذا مشخص شد که برای متغیر بالندگی سازمانی به میزان ۴۳٪ می باشد و این شاخص نشان می دهد که کیفیت مدل ساختاری در فرضیه پژوهش به صورتی بسیار قوی ارزیابی می شود.

بحث و نتیجه گیری

- با توجه به اینکه فرضیه فرعی پژوهش به بررسی تاثیر هویت سازمانی بر بالندگی سازمانی در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر می پردازد، نتایج حاصله در مباحث قبلی گویای این واقعیت می باشد که هویت سازمانی به میزان ۷۶٪ بر بالندگی سازمانی تاثیر می گذارد. در همین راستا نتایج پژوهش های سلحشوری و توکل (۱۳۹۳) [۶] به بررسی تاثیر بی تفاوتی سازمانی بر هویت سازمانی پرداختند. حاصل از پژوهش نشان داد که بین بی تفاوتی سازمانی و مولفه های آن با هویت سازمانی رابطه معکوسی وجود دارد و بی تفاوتی سازمانی و مولفه هایش بر هویت سازمانی تاثیر دارد، سوچون و ویلوال^{۲۲} (۲۰۱۹) [۲۸] به بررسی اثر هویت سازمان و گروه بر اعتماد سازمانی پرداختند. نتایج نشان داد که هرچه سطح هویت افراد گروه یا سازمان نسبت به شغل کمتر شود، میزان اعتمادی که به افراد درون و یا بیرون گروه می کنند، کمتر است و همچنین نتایج پژوهش های نصر اصفهانی و همکاران (۱۳۹۲) [۲۹] به بررسی شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر بی تفاوتی سازمانی از منظر کارکنان در شهرداری دماوند پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که عامل های ساختاری، مدیریتی، انگیزشی و شخصی عامل های اصلی موثر بر بی تفاوتی سازمانی هستند و در این میان مهمترین عامل ساختاری، دیوانسالاری، دیوانسالاری، در عامل های مدیریتی؛ تبعیض، در عامل های انگیزشی؛ حقوق و دستمزد کم و در عامل های فردی؛ نا آگاهی در مورد توانایی های فردی می باشد همسو با نتایج حاصل می باشند. زیرا ایشان نشان دادند که عامل های ساختاری، مدیریتی، انگیزشی و شخصی عامل های اصلی موثر بر بی تفاوتی سازمانی هستند و در این میان مهمترین عامل ساختاری، دیوانسالاری، در عامل های مدیریتی؛ تبعیض، در عامل های انگیزشی؛ حقوق و دستمزد کم و در عامل های فردی؛ نا آگاهی در مورد توانایی های فردی می باشد.

بنابراین از قیاس نتیجه فرضیه پژوهش و پیشینه های پژوهش، این نتیجه گیری حاصل می شود که هویت سازمانی بر بالندگی سازمانی از جمله اجرایی کردن تغییرات در فرایندهای خود، دادن آزادی عمل به کارکنان، شفاف سازی هدف های کاری، آشکارسازی خواسته های سازمان از کارکنان، پیاده سازی تغییرات کوچک در سازمان و توانایی آموزش سریع کارکنان، اطمینان کارکنان به هدف های کاری، بالا بودن سطح مشارکت و همکاری اعضا با یکدیگر، دادن حس اطمینان از آینده کاری از سوی مدیران به کارکنان و توجه به خواسته های کاری، تسهیم دانش در سازمان، شرکت در فعالیت های گروهی و تیمی، شرکت در اتخاذ تصمیم گیری های خرد و کلان سازمانی و بالا بودن سطح همکاری و تعامل کارکنان در سازمان، ارائه بازخورد به نحوه عملکرد کارکنان، به سرعت حل شدن مشکلات در سازمان، کسب اطلاعات از دورن و بیرون سازمان برای هدایت دقیق تر و دادن فرصت کسب تجربه به کارکنان، آموزش دادن به کارکنان، ایجاد استراتژی های جانشین پروری، سپردن اختیار عمل به کارکنان، افزایش سطح خودکارآمدی کارکنان و سپردن مسئولیت های کاری به کارکنان، ایجاد ارتباطات سازنده بین اعضای سازمان، کاهش لایه های کاری در سازمان، ایجاد ساختار انعطاف پذیر و نیز برون سپاری فعالیت های کاری خود تاثیر می گذارد.

علت این اثرگذاری آن است که کارکنانی که از کار خود در سازمان لذت می برند و از این که به فعالیت های شغلی خود می پردازند، رضایت کافی دارند سعی می کنند که کارها را با کیفیت و دقت بیشتری انجام دهند و این امر باعث می شود که کیفیت کارها در سازمان افزایش یافته و در نتیجه زمینه بالندگی سازمانی به وجود آید. زیرا زمانی سازمان به سوی بالندگی سوق پیدا می کند که کارکنان آن با بالاترین توان و انرژی و با وفاداری و علاقه به عضویت در سازمان بتوانند وظایف شغلی خود را به درستی انجام دهند و با مسئولیت پذیری بالا خدمات در خور شأنی را به ذینفعان سازمان ارائه دهند که هرچه این امر بیشتر محقق شود، سازمان سریع تر و بهتر به هدف های خود دست پیدا خواهد کرد و این امر می تواند بالندگی سازمانی را در پی داشته باشد.

وقتی که کارکنان ارزش های فردی خود را با ارزش های سازمانی یکی می دانند، در واقع سعی در ایجاد یافتن شباهت با سازمان دارند و در واقع هویت خود را در سازمان جستجو می کنند که چنین امری سبب می شود که فرد مشارکت بالایی در تمامی امور مربوط به خودش داشته باشد و چون مشارکت یکی از ابعاد کلیدی بالندگی سازمانی است، بنابراین می توان نتیجه گرفت که هویت سازمانی بر بالندگی سازمانی تاثیر مثبت و معنی داری می گذارد.

پیشنهاد پژوهشی

با توجه به نتیجه فرضیه پژوهش به تمامی مسئولین امر در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر در سطح کشور پیشنهاد می شود که با ایجاد تنوع شغلی از طریق جابجایی و گردش شغلی در بین کارکنان، در نظر گرفتن علایق کاری کارکنان به جهت ایجاد انعطاف در نحوه پیشبرد امور و دادن آزادی عمل از حیث تصمیم گیری های شغلی، بستر وفاداری، عضویت و شباهت از ابعاد هویت سازمانی را که می توانند بالندگی سازمانی را ارتقاء دهند، مهیا سازند.

منابع و مراجع

- [1] Haghighat Joo, Z., & Nazem, F. (2007). Managers creativity and staffs` productivity in Universities of Medical Sciences. *Health Information Management*, 4(1), 143-151.
- [2] Shah, S. & Harsha, P. P. (2011). Importance of Human Resource Management in Achiving Customer Relations. *Annals of Management Research*, 1(2), 7-13.
- [۳] هاشمی، سیدجامد، پورامین زاد، سعید (۱۳۹۰). چالشهای فرا روی توسعه منابع انسانی و راهکاری برای رفع آن. کار و جامعه، (۱۳۶)، ۴-۲۱.
- [۴] دانایی فرد، ح، سالاریه، ن، و نوروزی، م. (۱۳۹۰). کاوش در بی تفاوتی سازمانی: ایجاد و اعتبار سنجی یک معیار. مجله مدیریت بازرگانی آفریقا، ۵ (۳۱)، ۱۲۳۸۱-۱۲۳۹۱.
- [۵] جهانشاهی، میثم (۱۳۸۹). بی تفاوتی سازمانی: بررسی نشانه ها، علل و پیامدها به روش گردند تئوری. هشتمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران، ۲۷ تا ۲۹ آذرماه.
- [۶] سلحشوری، روح الله، توکل، سعید (۱۳۹۳). تاثیر بی تفاوتی سازمانی بر هویت سازمانی (مورد مطالعه: شهرداری رودهن). نخستین کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه، ۸ تیر ماه، تهران، مرکز توسعه آموزش های نوین ایران (متانا).
- [7] Puusa, A. (2006). Conducting Research on Organizational Identity. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 11(2), 123-140.
- [۸] نیازآذری، کیومرث، تقوایی یزدی، مریم، محمدی البرزی، اعظم (۱۳۹۵). بررسی تاثیر هویت سازمانی و فرهنگ سازمانی در بروز رفتار شهروندی سازمانی با ارائه مدل مناسب. مدیریت بهره وری، ۹ (۳۶)، ۱۱۹-۲۲۱.
- [۹] خدوردی زاده، نرجس (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین هویت سازمانی بر بهره وری سازمانی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور). کنگره بین المللی مطالعات رفتاری جامعه و سبک زندگی سالم، ۲۷ آذر ماه، تهران، مرکز توانمندسازی مهارتهای فرهنگی و اجتماعی جامعه.
- [۱۰] طوسی، محمد علی (۱۳۹۶). بالندگی سازمانی. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- [۱۱] طیرانی دربندی، بهرام (۱۳۹۳). پایش بلوغ منابع انسانی از طریق مدل بالندگی توانمندی افراد (P-CMM) در بانک انصار. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه سیستان و بلوچستان - دانشکده مدیریت و حسابداری - [کارشناسی ارشد].
- [۱۲] خورشید، صدیقه (۱۳۸۸). مطالعه رابطه بین هویت سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان بانک های دولتی شهر کرمان. پژوهش های مدیریت، ۲ (۶)، ۱۵۸-۱۲۵.
- [۱۳] میرزایی، وحید (۱۳۹۳). بررسی تاثیر هویت سازمان بر رفتار شهروندی سازمانی و عدالت سازمانی تبیین نقش تعدیل گری عدالت سازمانی. کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت، تهران: موسسه همایشگران مهر اشراق، مرکز همایشهای دانشگاه تهران.
- [۱۴] بطحایی، سید نیما (۱۳۹۳). تحلیل اثرات میان مسیر شغلی و هویت سازمان بر تعهد سازمانی (مورد مطالعه: شرکت های همکاران سیستم). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- [۱۵] اسدی گندمانی، فاطمه (۱۳۹۳). بررسی رابطه عزت نفس با سازگاری شغلی و تثبیت هویت سازمانی کارکنان بانک های ملی استان چهارمحال و بختیاری. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- [۱۶] سلطانی، مهری، فولادوندی، خدیجه، فتحی آشتیانی، علی (۱۳۸۹). رابطه هویت و هیجان خواهی با اعتیاد اینترنتی، مجله علوم رفتاری، ۴ (۹)، ۱۹۷-۱۹۱.
- [۱۷] نصیری، فخرالسادات، سپهوند، سمیه (۱۳۹۴). هویت سازمانی (مفاهیم، نظریه ها و رویکردها). اولین همایش علمی پژوهشی علوم مدیریت و برنامه ریزی، آموزش و استاندارد سازی ایران در تاریخ ۷ آبان ۱۳۹۴ توسط انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین و تحت حمایت سیویلیکا در شهر تهران
- [۱۸] لطف آبادی، حسین (۱۳۹۵). عواطف و هویت جوانان و نوجوانان؛ چاپ اول، نشر نسل سوم.
- [۱۹] قلی پور، آرین، امیری، بهنام (۱۳۹۱). تاثیر فناوری اطلاعات بر رفتار سازمانی: بررسی چالش های هویتی در تیم های مجازی و تاثیر آن بر رفتار اعضای تیم، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، ۱، ۹۴۱-۹۹۵.

- [20] Obschonka, M., Goethner, M., & Silbereisen, R. K. (2012). Cantner, Unsocial Identity and the transition to entrepreneurship: The role of group identification with workplace peers. *Journal of Vocational Behavior*, 80, 137-147.
- [۲۱] محمدزاده، زهرا، رحمان سرشت، حسین، کوشا زاده، سید علی (۱۳۸۸). اثر اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر بر هویت سازمانی: نقش میانجی اعتماد به سازمان، فصلنامه علمی- پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۴(۹)، ۱-۱۱.
- [22] He, H., & Baruch, Y. (2009). Transforming organizational identity under institutional change. *Journal of Organizational Change Management*, 22(6), 575-599.
- [۲۳] سالارزهی، حبیب الله، مبارکی، مسلم، مرادزاده، عبدالباست (۱۳۹۵). نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین برندسازی داخلی و تمایل به ترک خدمت. فصلنامه مدیریت برند، ۳(۵)، ۹۷-۱۱۸.
- [۲۴] رضایی، علی محمد (۱۳۸۵). بالندگی سازمانی و شاخص های سنجش آن. دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، ۳(۷)، ۸۷-۶۳.
- [25] Heath, R. L. (2018). Identification: Organizational Rhetoric Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- [26] Spridrez, G. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, Measurement and Validation. *The Academy of Management Journal*, 38 (5), 1442-1465.
- [27] Henseler, J., Ringleand, C. M., Sinkovics, R. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Mideling In International Marketing. *New Challenges to International Marketing Advances in International Marketing*, 20, 277-319.
- [28] Suchon, R., & Villeval, M. (2019). The effects of status mobility and group identity on trust. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 163, 430-463
- [۲۹] نصرافهانی، علی، آقاباباپور دهکردی، طاهره (۱۳۹۲). بررسی رابطه هویت سازمانی با سکوت سازمانی کارکنان مورد مطالعه کارکنان دانشگاه اصفهان. جامعه شناسی کاربردی، ۴، (۱۲۱).