

Designing an Organizational Attachment Model for Employees

ARTICLE INFO

Article Type
Analytical Review

Authors

Ali Najafi ¹
Fereshteh Amin ^{2*}
Seyed Mohammad Arabi ³

How to cite this article

Ali Najafi, Fereshteh Amin, Seyed Mohammad Arabi, Designing an Organizational Attachment Model for Employees, *Journal of Islamic Life Style Centeredon Health*, 2020:5(1): 145-158.

1. Management- Human Resource Management, PhD, Kish International Campus, University of Tehran, Kish, Iran.
2. Assistant Professor, Business Management, Human Resources, School of Management, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding Author).
3. Professor, Business Management, Organizational Behavior Management and Human Resources, School of Management and Accounting, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran

* Correspondence:
Address:
Phone:
Email: famin@ut.ac.ir

Article History

Received: 2020/03/31
Accepted: 2020/05/18
Published: 2020/06/21

ABSTRACT

Purpose: The purpose of this study is to provide a model for organizational commitment of employees. The nature of this research is qualitative and applied-development
Materials and Methods: The research method is the basic theory of systemic paradigm introduced by Strauss and Corbin. The sampling method is purposeful judgment based on theoretical sampling.

Findings: The results of the study identified four types of attachments including luxury (physical), physical, mystical and emotional under the causal conditions of the individual (material or spiritual) and supervisory tendency (more or less). The causal conditions that create organizational attachment can be explained on the basis of the individual's focus and controllability or individual supervisory desire. Intervener requirements include organizational status, work history, service compensation, organizational credibility, and type of relationship.

Conclusion: Paying attention to the employee attachment model and its appropriateness to the nature of the job, compensation of material and spiritual services, type of communication and organizational structure that affects the individual's controllability are practical factors in organizations.

Keywords: Attachment style, Attachment model design, Human resources, Basic theory, Grounded theory.

طراحی مدل دل‌بستگی سازمانی کارکنان

مقدمه

امروزه در شرکت‌ها تخصص‌گرایی، تنوع نیروی انسانی و تکثر بالا در زیر سیستم‌های مدیریت باعث ایجاد پراکندگی، تضاد درونی، ناهماهنگی و کاهش بهره‌وری شده است (۱). یکی از مهمترین کارکردهای یک سازمان کارکرد سرمایه انسانی می‌باشد. نقش و جایگاه سرمایه‌های انسانی در موفقیت سازمان بر صاحب‌نظران و مدیران پوشیده نیست و می‌توان از آن بعنوان با اهمیت‌ترین عامل موفقیت سازمان نام برد. از سوی دیگر محیط کسب و کارها متنوع، بسیار چالشی، غیرقابل پیش‌بینی و غیرقابل اطمینان می‌باشد (۲). این موضوع مدیریت منابع انسانی موثری نیاز دارد که به اولویتهای پیردازد تا بتواند تعهد به سازمان را بهبود ببخشد (۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹). فعالیتهای مدیریت منابع انسانی نقش کلیدی در تعهد کارکنان دارد (۱۰). مطالعات زیادی در خصوص دل‌بستگی و تعهد کارکنان به سازمان شده است (۱۱، ۱۲، ۱۳). آنبولی و دوویبالا^۱ تعهد کارکنان را به عنوان مرتبه‌ای که فرد بطور احساسی وابسته به سازمان است تعریف کرده‌اند (۱۴). گرومان و ساکس^۲، با پژوهش روی دل‌بستگی کارکنان و ارتباط آن با سیستم مدیریت عملکرد ابراز داشتند تعهد راهبر اصلی نگرش، رفتار و عملکرد افراد است همانطور که عملکرد سازمان، بهره‌وری، بقا، بهره‌وری مالی و حتی بازخود سهامداران را راهبری می‌کند (۱۵). حمایت و رشد تعهد کارکنان همانند توافقی مثبت باعث شناخت از مأموریت و پیش‌بینی کننده عملکردی بالا و مرتبط با رضایتمندی شغلی و تعهد سازمانی است (۱۶، ۱۷) که در کانون توجه رهبران قرار دارد. نظر به پژوهش‌های ذکر شده در محیط کسب و کار مطلوب، تعهد و دل‌بستگی کارکنان به سازمان در سطح بالایی قرار دارد که نقش موثری در بهره‌وری و دستیابی سازمان به اهداف دارد.

بهبود راندهای گوناگون دل‌بستگی ممکن است اثر قوی و با دوام روی سطح تعهد نداشته باشد مگر اینکه برخی تغییرات با سایر بخش‌های سازمان و سیستم منابع انسانی همراه شود، به عبارت دیگر برای موثر بودن نیاز است رشته‌ای از فعالیت‌ها و برنامه‌ها که تمرکز بر توسعه و سنجش تعهد کارکنان دارند اجرا شود (۴). لذا برای مشخص شدن فعالیتها و تمرکز بر توسعه و سنجش دل‌بستگی سازمانی کارکنان ضروری است گونه‌ها و مدل دل‌بستگی کارکنان مشخص شود.

از آنجاییکه گروه صنعتی گلرنگ بیش از ۳۰۰۰۰ نفر پرسنل مستقیم دارد که در هشتاد شرکت تابعه و در ۱۴ صنعت مختلف فعالیت می‌کنند، تنوع زیاد کسب و کارها، سبکهای مدیریتی و محیطهای داخلی گوناگون باعث شده است دل‌بستگی سازمانی کارکنان شرکتها بسیار متفاوت باشد و در برخی از آنها دل‌بستگی پایین باعث ترک شغل و جابجایی زیاد سرمایه‌های انسانی شده، که هزینه‌های زیادی به سازمان تحمیل کرده است. از سوی دیگر از منظر مدیریت ارشد، سرمایه‌های انسانی شرکتها از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند، لذا با هدف آگاهی از آنچه برای مدیران و ذینفعان سازمان حائز اهمیت است، طی جلسات متعدد، اولویت‌ها و مسائل

علی نجفی^۱

مدیریت - مدیریت منابع انسانی، دکتری تخصصی PhD، پردیس بین‌الملل کیش، دانشگاه تهران، کیش، ایران.
فرشته امین^{۲*}

استادیار، مدیریت بازرگانی گرایش منابع انسانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

سید محمد اعرابی^۳

استاد، مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران

چکیده

هدف: هدف این پژوهش ارایه مدل برای دل‌بستگی سازمانی کارکنان است. ماهیت این پژوهش کیفی و کاربردی-توسعه‌ای است

مواد و روش‌ها: روش اجرای پژوهش نظریه مبنایی پارادایمی سیستمی معرفی شده توسط استراوس و کوربین است. روش نمونه‌گیری به شیوه هدفمند قضاوتی مبتنی بر نمونه‌گیری نظری صورت گرفته است.

یافته‌ها: نتایج پژوهش باعث شناسایی چهارگونه دل‌بستگی شامل تجملی (فیزیکی)، ظاهری، عرفانی و عاطفی تحت شرایط علی کانون توجه فرد (مادی یا معنوی) و تمایل نظارتی (کم یا زیاد) شد. شرایط علی ایجاد کننده دل‌بستگی سازمانی را می‌توان بر مبنای کانون توجه فرد و کنترل‌پذیری یا تمایل نظارتی فرد تبیین کرد. شرایط مداخله‌گر عبارتند از رده سازمانی، سابقه شغلی، جبران خدمات، اعتبار سازمانی و جنس روابط.

نتیجه‌گیری: توجه به مدل دل‌بستگی کارمند و تناسب آن با ماهیت شغل، جبران خدمات مادی و معنوی، نوع ارتباطات و ساختار سازمانی که کنترل‌پذیری فرد را متاثر می‌نماید عوامل کاربردی در سازمان‌ها می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: سبک دل‌بستگی، طراحی مدل دل‌بستگی، منابع انسانی، نظریه مبنایی، گرند تئوری.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۲۸

* نویسنده مسئول: famin@ut.ac.ir

2. Gruman & Saks

1. Anbouli & Devibala

است (۱۹، ۲۱، ۲۲). همچنین ارزیابی عملکرد باعث می‌شود امکان ارائه بازخورد مناسب به کارکنان فراهم شود و طبق نظر چن بازخورد عملکرد شغل باعث افزایش تعهد و سطح دلبستگی افراد به سازمان شود (۲۱). گروه دیگری از پژوهشگران ضمن بررسی رابطه ارزیابی و بازخورد عملکرد با دلبستگی سازمانی ارتباط این دو عامل را مثبت شناسایی کرده‌اند و معتقدند ارزیابی عملکرد باعث افزایش دلبستگی سازمانی می‌شود (۱۵، ۲۱، ۲۳، ۲۴). رنگریز و همکاران عوامل موثر بر دلبستگی شغلی کارکنان را با رویکرد فراتحلیل بررسی نمودند (۲۵). نتایج نشان داد توانمندی روانشناختی، حمایت درک‌شده سازمانی، سرمایه روانشناختی و کار معنادار بیشترین اثر را بر دلبستگی شغلی دارند و در مقابل، رهبر خدمت‌گزار، الزامات شغلی و حمایت درک‌شده از همکار کمترین تاثیر را دارند. اعلامی و ضرابی مطالعه‌ای روی عوامل دلبستگی شغلی و میزان وفاداری به دانشگاه روی کارکنان دانشگاه انجام دادند (۲۶). آنان اعلام کردند که اختلاف معناداری بین دلبستگی شغلی کارکنان بین وضع موجود و مطلوب آنها وجود دارد. اهمیت عوامل دلبستگی شغلی از منظر کارکنان به ترتیب: شرایط شغل و تناسب شاغل با آن، رهبران و مدیران، نظام جبران خدمات و پاداش، فرصتهای یادگیری و رشد کارکنان اعلام شد. محبی و همدانی پژوهشی در خصوص رابطه هوش اخلاقی و رهبری اخلاق با دلبستگی شغلی با نقش میانجی‌گر تناسب فرد-سازمان انجام دادند که جامعه آن اعضای هیات علمی یکی از دانشگاه‌ها بودند (۲۷). نتیجه مشخص کرد که بعد اعتماد از رهبری اخلاق و مسئولیت‌پذیری از هوش اخلاقی یگانگی فرد-سازمان را پیش‌بینی می‌کند. هر دو عامل رهبری اخلاق و هوش اخلاقی با دلبستگی و درگیری شغلی رابطه معنی‌دار دارند و توجه به آنها باعث کاهش غیبت و جابجایی افراد می‌شود. شکوه و نیک‌پور تحقیقی با موضوع بررسی تاثیر رهبری زهرآگین بر دلبستگی کاری کارکنان در سازمان‌های دولتی اجرا کردند (۲۸). آنان آشکار نمودند رهبری زهرآگین شامل ابعاد رهبری خودکامه، جاه‌طلبی رهبری، رهبری توهین‌آمیز، خودشیفتگی رهبری و غیرقابل پیش‌بینی بودن تاثیر معنادار و منفی بر دلبستگی کاری کارکنان دارد. بویتون و میشر^۱ ابراز داشتند که سازمان اطلاعات را بطور گسترده به اشتراک می‌گذارد، کارکنان احساس تعلق و ماموریت مشترک با کارفرما را حس می‌کنند و این پدیده صداقتی بین سازمان و کارکنان را ایجاد می‌کند که باعث دلبستگی کارکنان می‌شود. از سوی دیگر ارتباطات کارکنان یکی از مهمترین عوامل برای آشکارسازی تعهد است (۲۹). دیک و همکاران^۲ (۳۰) آشکار ساختند که روش‌های ارتباطات کارکنان شرکت و ارتباطات خوب (۳۱) ابزارهای مهمی برای تقویت تعهد کارکنان است. یک چارچوب مفهومی توسط ساکس (۱۳) ایجاد شده که تاثیر فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی و دلبستگی کارکنان را آشکار ساخته است. در این مدل مشخص شده است که ارتباطات کارکنان، توسعه کارکنان، پاداش و پشتیبانی سازمانی بر روی هر دو عامل تعهد و دلبستگی شغلی و سازمانی اثر می‌گذارد. تعهد کارمند یک

مهم مدنظر آنان جمع‌آوری و مورد بررسی قرار گرفت. مهمترین مسئله مطرح شده چگونگی افزایش دلبستگی همکاران به سازمان در جهت افزایش بهره‌وری و کاهش ترک سازمان بود. تصمیم‌گیران و مدیران شرکت‌ها می‌خواهند بدانند چه عواملی باعث موفقیت برخی از شرکت‌ها در ایجاد و تداوم دلبستگی سازمانی همکاران می‌شود تا با استفاده از آن بتوانند ضمن افزایش رضایتمندی همکاران از مشکلاتی مانند از دست دادن نیروی متخصص و از بین رفتن سرمایه شرکت جلوگیری نمایند. نظر به موارد مذکور یافتن مدل دلبستگی سازمانی که بتواند روش‌ها و فعالیت‌هایی که منجر به افزایش دلبستگی سازمانی همکاران می‌شود را مشخص کند بسیار مورد تاکید و توجه مدیران قرار دارد. این مدل می‌تواند راهگشای مدیران برای گذر از وضعیت فعلی و رسیدن به وضعیت مطلوب باشد. نتایج حاصل از این پژوهش در تنظیم فعالیت‌های سازمان و شرکت‌های مشابه به منظور افزایش دلبستگی سازمانی نیز کاربرد دارد و می‌تواند روشی نسبتاً یکسان در شرکتهای گوناگون برای مدیران ارائه نماید. لذا بر اساس موارد ذکر شده مسئله اصلی تحقیق این است که مدل دلبستگی سازمانی کارکنان در گروه صنعتی گلرنگ چگونه است.

سوالات پژوهش: از آنجا که مطالعه حاضر در درجه نخست یک پژوهش اکتشافی است برای پیشبرد اهداف تحقیق به جای طرح فرضیه از طرح سوال سود برده شده است و سوالات پژوهش حاضر عبارتند از: (۱) مدل دلبستگی سازمانی کارکنان چگونه است؟ (۲) مدل دلبستگی سازمانی چه اجزایی دارد؟ اهداف اصلی این پژوهش: یافتن مدل دلبستگی سازمانی کارکنان و شناسایی و تشریح اجزاء مدل دلبستگی سازمانی می‌باشد.

پیشینه پژوهش

منابع انسانی به عنوان ارزشمندترین سرمایه هر کشور و به عنوان یکی از مهم‌ترین مولفه‌های فناوری در قرن جدید مطرح می‌باشد و بسیار مورد توجه قرار گرفته است، به طوری که محققان و اندیشمندان مدیریت امروزه بر این باورند که کارکنان مهم‌ترین منبع مزیت رقابتی سازمان هستند (۱). ابتدا رابطه وظایف منابع انسانی با دلبستگی سازمانی کارکنان به اختصار شرح داده می‌شود. تامین منابع انسانی تنها به کارمندیابی و گزینش آنها محدود نمی‌شود بلکه به هر چیزی که به رفع نیازهای مهارتی و رفتاری سازمان منجر شود، مربوط می‌شود. یک استراتژی تامین منابع انسانی می‌تواند با کارمند یابی و انتخاب آغاز و به مسائلی چون آموزش و توسعه برای تقویت مهارت‌ها و اصلاح رفتارها تسری یابد (۱). لذا توجه به سبکهای دلبستگی افراد در فرایند تامین نیروی انسانی و انطباق آن با محیط سازمان و شغل فرد تاثیر مهمی در موفقیت این وظیفه دارد. پژوهش‌های مختلفی بر نقش توسعه نیروی انسانی به عنوان یک محرک تقوی در تقویت دلبستگی سازمانی تاکید داشته‌اند (۱۸، ۱۹، ۲۰). پژوهش‌هایی نشان می‌دهند یکی از عوامل موثر بر دلبستگی سازمانی کارکنان، پاداش و طراحی سیستم پاداش مناسب در سازمان

2. Dicke et al

1. Boynton & Mishra

تاریخچه روابط گذشته را فرامی‌خواند (۴۱). می‌توان توضیح داد که چرا برخی از کارکنان متعهدتر از دیگرانند. لذا امنیت و در دسترس بودن روانشناختی مرتبط با نگرش‌های بین فردی و انتظارات ذهنی است که بطور نظری بر پایه مدل‌های دل‌بستگی می‌باشند و نمی‌توانند بطور کامل با محیط کار ساخته شوند (۴۰).

در اکثر مطالعات انجام شده در زمینه دل‌بستگی تمرکز بر ویژگی‌های دوران کودکی بوده است و به خصیصه‌های فردی که در زمان رشد و بلوغ افراد ایجاد می‌شود یا تغییر می‌کند توجه نشده است. شناخت ویژگی‌های خاص افراد پس از رشد و بلوغ می‌تواند نقش مهمی در دل‌بستگی سازمانی آن‌ها داشته باشد. علاوه بر آن رویکرد اجتماعی مردم بر دل‌بستگی آنان تأثیرگذار است، ویژگی‌های مذهبی، اجتماعی، قومی، فرهنگی و فردی نقشی غیرقابل اغماض در دل‌بستگی کارکنان دارد. یکی از موثرترین ویژگی‌ها، روابط دوستانه، احساسی و معنوی بین کارکنان با یکدیگر، با مدیران و کارفرمایان و بطور کل با سازمان می‌باشد که می‌تواند منجر به دل‌بستگی به سازمان شود. به منظور تحقق حساسیت نظری محقق در طی مصاحبه‌ها با تحلیل هر مصاحبه و توجه ویژه به لحن، گفتار و خصیصه‌های بارز افراد تلاش به کشف حقیقت پنهان پشت گفتار مشارکت کنندگان نمود و با مطالعه ویژگی‌های شخصیتی افراد هم‌زمان با مصاحبه‌ها تلاش شد تا ابعاد از قلم افتاده در مصاحبه‌های بعدی مورد پرسش قرار گیرد. علاوه بر آن از طریق تحلیل واژگان و عبارات و لحن ادای مطالب معانی جدید شناسایی شد.

مواد و روش‌ها

این پژوهش از حیث رویکرد استقرایی و برای دستیابی به مدل پژوهش از داده‌های میدانی و انتزاع متون مصاحبه نیمه ساختاریافته با مشارکت کنندگان استفاده شده است. این مطالعه در شرکت‌های تابعه گروه صنعتی گلرنگ و مصاحبه با مدیران آنها انجام شده است. از حیث لایه مبانی فلسفی پژوهش، این تحقیق در زمره مطالعات در پارادایم تفسیری است. رعایت این اصل در تحقیق حاضر به دلیل ادراک سوژه‌ها در سازمان که ناشی از خودآگاهی آنهاست یکی از عناصر تشکیل دهنده واقعیت می‌باشد و نه تنها ارزش بررسی دارد بلکه ادراک کارکنان و مدیران و فهم این ادراک عناصر واقعیت را در سازمان در ارتباط با دل‌بستگی سازمانی تشکیل داده است. مدل‌های دل‌بستگی در مدیریت عموماً منبعث از مدل‌های دل‌بستگی در روان‌شناسی هستند و همین موضوع باعث می‌شود که کمتر مولفه‌های مرتبط با محیط داخلی و خارجی سازمان در آنها نمود پیدا کند. در حقیقت این مدل‌ها مدل‌های عمومی دل‌بستگی هستند که به شکل بین رشته‌ای قابلیت کاربرد محدود دارند. از آنجا که هدف نزدیک شدن به تجربه نیروی انسانی سازمان بوده، یک رویکرد اکتشافی برای استخراج شاخص و مولفه‌های دل‌بستگی سازمانی انتخاب شده است. روش‌های تحقیق بر اساس هدف، ماهیت و زمان از همدیگر تفکیک می‌شوند. از حیث هدف پژوهش حاضر

موقعیت انگیزشی است که کارمند احساسی، شناختی و فیزیکی روی نقش سرمایه‌گذاری می‌کند و خودش را تحت فشار قرار می‌دهد (۳۲).

دل‌بستگی از یک مفهوم یونانی به نام استورج^۱ که نوعی عشق بین والدین و کودک می‌باشد گرفته شده است. مفهوم دل‌بستگی در روان‌شناسی جدید ریشه در کارهای جان بالبی^۲ روان‌پزشک و روان‌تحلیل‌گر انگلیسی دارد. او دل‌بستگی را پیوند عاطفی عمیق افراد خاص در زندگی معرفی می‌نماید به طوری که تعامل با آنها در زندگی ایجاد شغف و نشاط کرده و در هنگام استرس و تنیدگی، حضور آنها ایجاد آرامش می‌نماید. تجارب دل‌بستگی ما با مراقبان اولیه در الگوهای کاری ذهنی بازنمایی می‌شوند و در طی رشد از نوزادی تا نوجوانی تثبیت می‌شود. دل‌بستگی پیوند هیجانی پایدار بین دو فرد است به طوری که یکی از طرفین کوشش می‌کند نزدیکی یا مجاورت با موضوع دل‌بستگی را حفظ کرده و به گونه‌ای عمل کند تا مطمئن شود که ارتباط ادامه می‌یابد. برخی از پژوهش‌های جدید دل‌بستگی را به مفهوم دو بعدی تفسیر می‌کنند که ابعاد آن عبارتند از "کناره‌گیری"^۳ مرتبط با دل‌بستگی و "اضطراب یا پریشانی"^۴ مرتبط با دل‌بستگی که ساختار پایه دل‌بستگی را دقیق‌تر می‌کند (۳۳). از تقابل این دو بعد چهار گونه دل‌بستگی بدست می‌آید: افراد ایمن در هر دو بعد ضعیف هستند، افراد شیفته اضطراب بالا و کناره‌گیری پایین دارند، افراد فارغ (بی‌اعتنا) اضطراب پایین و کناره‌گیری بالا دارند و افراد ترسان در هر دو بعد بالا هستند (۳۴). احتمال دارد که این تعاملات اولیه تأثیر مثبتی بر توسعه روابط بین افراد داشته باشد که ماهیت تمامی انواع روابط را تعیین می‌کند، کسانی که با یکدیگر صمیمی‌اند، سازمانهایی که آنها را استخدام می‌کنند و محصولات که آنها استفاده می‌کنند (۳۵، ۳۶، ۳۷).

برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهند که تئوری دل‌بستگی محدود به توصیف روابط بین افراد نیست، بلکه برای درک روابط افراد با برندها (۳۷)، همکاران (۳۸) و حتی یک سازمان (۳۹) مفید است. اگرچه تئوری دل‌بستگی بعنوان نظریه مهمی در پژوهش‌های شخصیتی و روانشناختی عمومی مورد توجه قرار گرفته است، اخیراً پژوهشگران سازمانی توجه خود را بر تأثیر آن در کار معطوف داشته‌اند (۳۹). بطور خاص محققین پیش‌بینی کرده‌اند که اضطراب دل‌بستگی و کناره‌گیری دل‌بستگی بایستی بر دو عامل روابط بین فردی و فرایندهای فرافردی در کار تأثیر گذارد (۳۴، ۳۵، ۳۹) و هنگامی که هیچکدام یا هر دو زیاد باشند، ممکن است تأثیر منفی بر دل‌بستگی کارکنان در کار بگذارد (۴۰). تئوری دل‌بستگی در تعهد کارکنان کاربرد دارد می‌تواند تشریحی برای گوناگونی سطوح تعهد و ارتباط مستقیم با شرایط روانی داشته باشد (۳۲). طبق اظهارات کاهن و فلوز (۳۲) برخی از کارکنان هستند که ممکن است هیچگاه متعهد نباشند و برخی دیگر به سادگی و اغلب متعهد باشند. برخی متغیرها در دل‌بستگی می‌تواند توسط تفاوت‌های فردی شرح داده شود. بدلیل اینکه مدل‌های دل‌بستگی ناشی از سیستم‌های رفتاریست که

3. Avoidance

4. Anxiety

1. Storage

2. Bowlby

تحلیلی در امر کدگذاری است که با هدف غلبه بر پیش فرضها و کشف ابعاد جدید به کار گرفته می‌شود. روش‌های مقایسه‌ای نیز به مانند پرسش سوالات، نیازمند استفاده از شناخت شخصی، معارف حرفه‌ای و متون و نوشته‌های تخصصی است. فرایند تجزیه و تحلیل داده‌ها شامل استراتژی‌های کدگذاری، یعنی خرد کردن مصاحبه‌ها، مشاهدات و دیگر شکل‌های داده‌ها است (۴۲). در نظریه مبنایی تجزیه و تحلیل از سه نوع کدگذاری تشکیل شده است که عبارتند از: کدگذاری باز، کدگذاری محوری، کدگذاری انتخابی. ابتدا با کدگذاری باز داده‌ها خرد می‌شوند، سپس مفهوم پردازی شده و آن گاه به روش‌های جدید دوباره به یکدیگر متصل شدند. در این روش گردآوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل آنها دو روند به هم پیوسته و تنگاتنگ هستند و چون تجزیه و تحلیل روند نمونه‌گیری را تعیین می‌کند آن دو به‌طور متناوب و هم‌زمان انجام شدند. در تمام مراحل تحلیل داده‌ها تحلیل مقایسه‌ای و شناسایی و تعریف مقوله وجود دارد. پس از کدگذاری اولیه کدگذاری میانی (انتخابی) برای توسعه مقوله‌های مجزا و پیوند مقوله‌ها با یکدیگر اجرا شدند. سپس کدگذاری پیشرفته که مبتنی بر تکنیک‌های کدگذاری نظری است انجام شد (۴۵).

مصاحبه‌شوندگان پژوهش حاضر شامل مدیران و روسای شرکت‌های تابعه گروه صنعتی گلرنگ می‌باشند. از آنجا که هدف دسترسی به ادراک و تجربه‌ی کارکنان این شرکت‌ها بوده تجربه‌ی همه اعضای این شرکت در سطوح مختلف مدیریتی برای محقق حائز اهمیت بوده است. مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر شامل ۱۱ نفر از مدیران و روسای این شرکت‌ها بودند. انتخاب مشارکت‌کنندگان به شیوه هدفمند قضاوتی صورت گرفته است. با مدیرانی گفتگو شده است که حداقل سه سال سابقه فعالیت شغلی در شرکت-های تابعه گلرنگ را داشته‌اند چرا که هدف دستیابی به یک مدل دلبستگی سازمانی بوده است و از حیث منطقی مشارکت‌کنندگان می‌بایست به گروهی از کارکنان تعلق داشته باشند که سابقه شغلی آنها بتواند در راستای هدف پژوهش بر شکلی حداقلی از دلبستگی سازمانی دلالت داشته باشد. منطق نمونه‌گیری مبتنی بر نمونه‌گیری نظری بوده است. همچنین برای اطمینان از اعتبارپذیری داده‌ها و بررسی اینکه آیا تفسیر داده‌ها منعکس‌کننده پدیده مورد مطالعه است، از بازنگری توسط شرکت‌کنندگان و کثرت‌گرایی در جمع آوری داده‌ها استفاده شده است. عوامل در نظر گرفته شده عبارتند از تنوع زمانی، مدارک تحصیلی، تنوع زمینه فعالیت شرکت، تنوع جنسیتی و سنی. محقق در حین فرایند تحلیل داده‌ها با دستیابی به بینش خاص نسبت به مقوله‌ها اقدام به شناسایی افراد با هدف توسعه این مقوله‌ها نمود. افراد منتخب با تخصص‌های مختلف، تحصیلات متنوع و سابقه کار متفاوت و در زمان‌های مختلف مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند.

یک مطالعه کاربردی-توسعه‌ای است. از این حیث که از نتایج پژوهش حاضر می‌توان به منظور بهبود رویه‌ها و عملکرد سازمانی استفاده کرد، یک مطالعه کاربردی است. همچنین از این حیث که نتایج پژوهش حاضر به توسعه مدل‌های موجود در حیطه سازمان می‌انجامد یک مطالعه توسعه‌ای است. از حیث رویکرد تحقیق حاضر یک مطالعه استقرایی است. در این پژوهش برای دستیابی به مدل پژوهش از داده‌های میدانی و انتزاع از متون مصاحبه با مشارکت‌کنندگان در تحقیق به منظور دستیابی به مفاهیم و مقولات استفاده شده است. از حیث ماهیت مطالعه حاضر یک پژوهش کیفی-ژرفانگر است. از این حیث کیفی است که در آن داده‌ها به شکل استقرایی گردآوری و به شیوه کیفی و به منظور نظریه پردازی در حیطه موضوع پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند. از این حیث ژرفا نگر^۱ است که در آن حرکت از داده‌ها به نظریه به شکل عمقی اتفاق می‌افتد و هدف سنجش داده‌ها در یک سطح وسیع نیست بلکه هدف دستیابی به یک سری از علل و عوامل در قالب یک مدل مفهومی است. از حیث راهبرد تحقیق مطالعه حاضر یک پژوهش داده بنیان است. با در نظر گرفتن سوالاتی که پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به آنها بوده است اتخاذ روش مناسب برای بررسی یکی از دغدغه‌های اصلی محقق بوده است. بر همین اساس می‌بایست تکنیکی برای مطالعه و تجزیه و تحلیل داده‌ها اتخاذ می‌شد که بتوان از طریق آن تجربه‌ی زیسته و ادراک متنوع عاملیت‌های سازمانی را در ارتباط با علقه و پیوند آنان با سازمان سنخ‌شناسی و دسته‌بندی کرد و مقولات و شاخص‌ها را از درون ادراکات گزارش شده این سوژه‌ها استخراج کرد لذا یک روش توصیفی و کیفی که برای کشف یک پدیده خاص و توضیح پدیده مورد مطالعه استفاده می‌شود (۴۲) استفاده شد. روش پارادایمی سیستمی در نظریه مبنایی که توسط استراوس و کوربین^۲ (۱۰) ارائه شد روش مناسبی برای تحلیل داده-های متنی حاصل از مصاحبه با کارکنان در شرکت‌های مورد مطالعه این پژوهش می‌باشد. از آنجاییکه نیاز به یک مدل دلبستگی در گروه صنعتی گلرنگ وجود داشت پژوهش به دنبال نظریه‌ای برای اینجا و اکنون (۴۳) است.

ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساختار یافته بود و سوالات به‌عنوان راهنما محقق تهیه شده بود تا جریان مصاحبه از مسیر اصلی خارج نشود. پژوهشگر در حین کدگذاری یعنی تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش برای کشف یک پدیده و دستیابی به جمع بندی نظری جدید باید فرضیات خود را که در حکم چشم بند عمل می‌کرد زیر سوال می‌برد تا به ماورای تجربیات دست یابد و فراتر از متون و نوشته‌ها بنگرد. این مهم نیازمند حساسیت نظری است؛ یعنی استعداد «دیدن» آنچه در جلوی ما ظاهر می‌شود آن هم با عمق تحلیلی. رویه تحلیلی برای ارتقا حساسیت نظری به مدد دو روش «پرسش سوال» و «انجام مقایسه» انجام شد. هدف از سوال کردن توسعه و گسترش داده‌ها، فکر کردن درباره مقولات بالقوه و خصوصیات و ابعاد آنهاست (۴۴). انجام مقایسه دیگر عنصر رویه

2. Strauss & Corbin

1. Intensive studies

عوامل علی: نتایج حاصل نشان داد که شرایط علی ایجاد کننده دلبستگی سازمانی را می‌توان بر مبنای کانون توجه فرد و تمایل نظارتی یا کنترل‌پذیری فرد تبیین کرد. کانون توجه به این موضوع اشاره دارد که منطق ادراکی فرد که او را به اجزا، عناصر و استراتژی‌های سازمان وصل می‌کند و موجب پیوند او با ساز و کارهای سازمانی می‌شود در یک پیوستار در چه نقطه‌ای از نظر عینی و ذهنی بودن قرار دارد. به عنوان مثال بسیاری از کارکنان ممکن است ترجیحات مالی و مادی برای فعالیت در یک سازمان داشته باشند درحالی‌که بسیاری دیگر از کارکنان احترام، تجلیل، اعتبار شغلی، عاطفه و عشق به شغل و سایر امتیازهای ذهنی و معنوی را ارجحیت دهند. کانون توجه را می‌توان به شکل یک پیوستار به شرح نمودار (۱) ترسیم کرد.

عینی، مادی → کانون توجه ← ذهنی، معنوی

نمودار ۱. کانون توجه شکل‌دهنده به پدیده مرکزی

نتایج نشان داد ارجحیت عوامل عینی و مادی بیشتر در افراد وظیفه‌گرا و عوامل ذهنی و معنوی در افراد با ویژگی‌های انسان‌گرا بروز می‌نمود. کنترل یا تمایل نظارتی اشاره به این دارد که کارکنان ممکن است تفویض اختیار را ترجیح دهند و یا اینکه ترجیح دهند اهداف معینی را در سازمان دنبال کنند. براین‌اساس بریک پیوستار از اختیارگرایی تا جبرگرایی و رویه‌پذیری می‌توان سبک‌های دلبستگی را به شرح نمودار (۲) ترسیم کرد.

اختیارگرایی → کنترل و تمایل نظارت ← جبرگرایی

نمودار ۲. محور کنترل و تمایل نظارتی شکل‌دهنده به پدیده مرکزی

شرایط مداخله‌گر، متغیرهایی که بعنوان شرایط مداخله‌گر می‌توانند پدیده مرکزی را تحت شرایط مختلف به نحو مثبت یا منفی تحت تاثیر قرار دهند عبارتند از رده سازمانی، سابقه شغلی، میزان درآمد (جبران خدمات)، اعتبار سازمانی و جنس روابط. راهبردهای کنش، در اشاره به راهبردهای ایجاد شده سوژه‌ها برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده دلبستگی سازمانی کارکنان به کار رفته است. بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته و راهبردهای کنش؛ سوژه‌ها، چهار نوع سوژه پیش‌برنده، شورآفرین، دلسوز و تحلیلگر شناسایی شده است. هر کدام از این سوژه‌ها متناظر با شکلی از دلبستگی هستند.

پیامدها، درخصوص پیامدها بایستی اشاره کرد که کانون توجه فرد و نیز سطح کنترل مورد انتظار او در تلفیق با سبک‌های شخصی راهبرد کنش سوژه‌ها می‌تواند صورتبندی‌های چندگانه‌ای از دلبستگی به سازمان را ایجاد کند. این صورتبندی عبارتند از: دلبستگی تجملی (فیزیکی) با ابعاد کنترل کم و عینیت هماهنگ با سبک پیش‌برنده، دلبستگی ظاهری با ابعاد کنترل زیاد و عینیت هماهنگ با سبک تحلیلگر، دلبستگی عرفانی با ابعاد کنترل زیاد و

سپس با نمونه‌گیری نظری تاجایی ادامه می‌یابد که مقوله اشباع شود. مراحل اجرای پژوهش عبارتند از: تدوین پرسش‌های پژوهش، گردآوری داده‌ها، کدگذاری داده‌ها در سه مرحله: (کدگذاری باز، محوری و انتخابی)، یادداشت برداری (ثبت اندیشه‌ها و تفسیر محقق از داده‌ها)، نگارش و تدوین نظریه که جامع است و توان توضیح فرایند یا طرح یک پدیده را دارد (۴۶).

برای اعتبارپذیری تحقیق لازم به ذکر است محقق با سابقه کار ۱۳ ساله در گروه صنعتی گلرنگ تماس طولانی با محیط پژوهش داشته‌است. در گردآوری داده‌ها از چندین منبع مختلف از قبیل مصاحبه‌های اکتشافی، اطلاعات و مستندات موجود، پیمایش نظرات متخصصان و مرور نظام‌مند مطالعات پیشین استفاده شد. رویکرد اجماع سه سویه (مثال سازی) مورد استفاده در گردآوری اطلاعات باعث تأمین اعتبار مورد نیاز برای پژوهش شده‌است. همچنین تلاش شد که مشارکت‌کنندگان از منابع چندگانه (شرکت‌های مختلف تابعه) انتخاب شوند و چندین نفر از سطوح و بخش‌های مختلف شرکت‌های با تخصص‌های و سابقه کار متفاوت با سوالات یکسان مورد گفتگو قرار گرفتند و نظرات و تجارب مختلف گردآوری شد. ضمن اینکه در همان مراحل اول پژوهش از گروهی از افراد متخصص و خبره برای بررسی و اظهارنظر در مورد جامع و مناسب بودن طرح استفاده شد. برای حفظ انتقال‌پذیری و تعمیم‌پذیری پژوهش، محقق با توصیف کامل جزئیات کافی و به صورت عمیق معیار شرح عمیق را به عنوان معیار انتقال‌پذیری لحاظ نمود. تمامی جزئیات مربوط به گردآوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل، تفسیر و تصمیم‌گیری‌ها با ایجاد پایگاه داده برای پژوهش مورد توجه قرار گرفته به طوری که فرایند پژوهش توسط سایر محققان قابل ردگیری و تکرار است لذا اصول تاییدپذیری و اطمینان‌پذیری تحقیق رعایت شده‌است همچنین کدها، مفاهیم و تفاسیر بدست آمده برای اخذ نظر مشارکت‌کنندگان و اساتید و خبرگان ارسال شد. تمامی مقوله‌ها برای آنان قابل درک بود و به تایید خبرگان رسید.

تحلیل داده‌ها

نظر به پرسش‌های پژوهش برای دستیابی به مدل دلبستگی سازمانی و اجزای آن پژوهشگر اقدام به مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با مدیران صاحب‌نظر در این زمینه نمود. بعد از هر مصاحبه با بررسی جزئیات مطرح شده و تجزیه و تحلیل مفاهیم و مطالب عنوان شده توسط مصاحبه شونده، کدگذاری باز انجام شد. در کدگذاری باز با عمل برچسب زنی به پدیده‌های مطرح شده کار آغاز شد و برچسبی که نشانه هر پدیده است بعنوان جایگزین آن لحاظ شد. مفهوم پردازی و انتزاع که گام نخست نظریه‌مبنایی است منجر به ایجاد ۱۴۲ مفهوم جدید از مصاحبه‌ها گردید. در گام بعد، از مفاهیم حاصل شده تلاش شد مقولات کشف شوند به این روش که بعد از عمل برچسب زنی، وقتی که در داده‌ها، پدیده‌های خاصی را مشخص کردیم، مفاهیم بر محور آنها گروه‌بندی شدند. این کار تعداد واحدهایی را که باید با آنها کار کنیم کاهش می‌دهد. تعداد ۳۱ مقوله فرعی و ۱۸ مقوله اصلی حاصل گروه بندی مفاهیم بودند.

ذهنیت هماهنگ با سبک دلسوز، دلبستگی عاطفی با ابعاد کنترل کم و ذهنیت هماهنگ با سبک شور آفرین. فراوانی مفاهیم و مقوله‌های بدست آمده در جدول (۱) خلاصه شده است.

جدول ۱. فراوانی مفاهیم و مقولات برگرفته از تحقیق

ابعاد	مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم
شرایط علی	کانون توجه	مادی یا عینی	درآمد مناسب، فرصت‌های پیشرفت، انگیزه مادی، پیشرفت شغلی، توسعه مالی، پاداش عملکرد، نتایج ملموس، مشارکت در درآمد، دریافت به موقع حقوق
		معنوی یا ذهنی	اعتبار اجتماعی، توسعه روابط اجتماعی، احترام به نظرات، افزایش مهارت، اعتماد کردن، حس موثر بودن، دیده شدن تلاش فرد، حمایت مدیر، تشکر و قدردانی، حس پیشرفت، یادگیری، رفتار مناسب، ترسیم آینده، رشد فرهنگی، روابط خوب، کمک به دیگران، احساس ناخوشایند، مسئولیت‌های اجتماعی
شرایط جبران	تمایل نظارت یا کنترل‌پذیری	جبرگرایی یا کنترل‌پذیری	رویه‌های تصمیم‌گیری، ارزیابی، استانداردهای سازمانی، چارچوب‌پذیری، کنترل‌گری، وظیفه محوری
		اختیارگرایی	اعتماد کردن، تفویض اختیار، استقلال عمل، خلاقیت‌جویی، تنوع‌پذیری، احساس آزادی، فرصت اشتباه کردن
شرایط مداخله‌گر	جبران خدمات	کنترل دیگران و برنامه‌ریزی	کنترل دیگران، امکان تصمیم‌گیری، مسئولیت‌پذیری
		ارشدیت	تعلق سازمانی، تجربه‌ها و خاطرات سازمانی
عوامل زمینه‌ای	فعالیت‌های منابع انسانی	درآمدهای نقدی و غیر نقدی	حقوق، پاداش‌های عملکردی، هدایای غیر نقدی، بیمه
		جایگاه اجتماعی	اعتبار شرکت، احترام به تصمیمات، حسن شهرت سازمان، رشد و پیشرفت سازمان
راهبردهای کنش	سوژه پرنده	روابط بین فردی	نگرش جمعی، روابط صمیمانه، روابط غیر سازمانی و دوستانه، روابط کاری، هم‌فکری، ارتباطات رسمی، رفاقت و همدلی
		نوع روابط و ساختار	توسعه ارتباطات اجتماعی، نگاه انسانی، سطوح تصمیم‌گیری
راهبردهای کنش	سوژه پرنده	انگیزش درونی	علاقه به شغل، انگیزه شغلی، حمایت شغلی، دلبستگی به شغل، شرح وظایف، ترک خدمت، تلاش مضاعف، پیشرفت شغلی، ارزیابی عملکرد، مسیر آینده شغلی
		واکنش کم	ارتباط کلامی، حرف زدن سریع، رک و بی‌پرده
راهبردهای کنش	سوژه پرنده	کنش زیاد	اهل کار، تغییرات زیاد، تصمیم‌گیری سریع، عملگرا، نتیجه‌گرا، جدی، بیان ایده با صدای بلند
		واکنش کم	بدون سنجیدن سخن نمی‌گوید، عدم بروز احساسات، حرف زدن آهسته و کند، غیر اجتماعی
راهبردهای کنش	سوژه دلسوز	کنش کم	سرعت کم، دقت زیاد، وظیفه محور، کمال‌گرا، توجه به کیفیت، استانداردهای بالا، گریز از ریسک، نظام‌مند
		واکنش زیاد	تخصیص وقت برای کمک به دیگران، تمایل به کار تیمی، خدمت محور و کوشا
راهبردهای کنش	سوژه شورآفرین	کنش کم	تصمیم‌گیری محتاطانه، کمتر صحبت می‌کند، رفتار دوستانه و آرام، آسان‌گیر، از خود گذشته، خوددار و سازشکار
		واکنش زیاد	تمایل به دریافت بازخورد مثبت، علاقه به کار هیجان‌انگیز و سرعت زیاد، بیان احساسات و توجه کم به واقعیت، گفتار محور
پیامدها	دلبستگی تجملی	عینی (مادی)	حرف زدن سریع و قطع‌کننده حرف دیگران، اهل شوخی و لطفیه، فرد محور، توسعه مالی، محاسبه‌گر، رفاه
		عینی (مادی)	توسعه مالی، پیشرفت مالی
		اختیارگرا (کنترل‌پذیری کم)	خلاقیت‌جویی، تنوع مسئولیت‌ها

دلبستگی ظاهری	جبرگرا (کنترل پذیری زیاد)	ساختار صلب سازمانی، ثبات عمل
دلبستگی عرفانی	ذهنی (معنوی) جبرگرا (کنترل پذیری زیاد)	احساس مفید بودن، احترام اجتماعی، انسان گرایی پذیرش رویه‌های سازمانی، ثبات خلق، وظایف شغلی یکنواخت
دلبستگی عاطفی	ذهنی (معنوی) اختیارگرا (کنترل پذیری کم)	حمایت سازمانی، نیاز به درک شدن، ارتباطات اجتماعی انعطاف پذیری شغلی، تنوع وظایف
دلبستگی همکاران	دلبستگی به مدیران و همکاران	روابط خوب با مدیر، حمایت مدیر، روابط دوستانه همکاران، اهداف مدیر ارشد دیده شدن توسط مدیر، توجه به کارکنان
دلبستگی مرکزی	دلبستگی به محیط درآمد	محیط صمیمی، فعالیت گروهی، محیط خلاق و پویا، محیط جوان و پرانرژی، درآمد خوب، پاداش عملکرد، توانمندی مالی، بیمه، هدایای غیر نقدی، مشارکت در سود، پرداخت به موقع حقوق
پدیده مرکزی	دلبستگی به اهداف سازمان	سازمان بزرگ، کسب و کارهای متنوع، ایجاد اشتغال، شهرت سازمان، اهداف

مربوط است» مشخص نمودند. با استفاده از فرمول زیر بایستی گویه‌هایی که شاخص CVI کمتر از ۰.۷۹ داشته باشند حذف شوند که این کار انجام شد. (تعداد کل متخصصین) / (تعداد متخصصینی که به گویه نمره ۳ و ۴ داده‌اند) = CVI

با توجه به انتخاب ۱۰ نفر از متخصصین تمامی نتایج CVR مقادیر بالای ۰.۶۲ داشتند و ضمناً پس از تدوین نهایی مدل یافته‌ها به پاسخ‌گویان منعکس شد و پدیده‌های بدست آمده برای پاسخگویان قابل درک بود.

مدل پارادایمی دلبستگی سازمانی بدست آمده در شکل (۱) ارائه شده است.

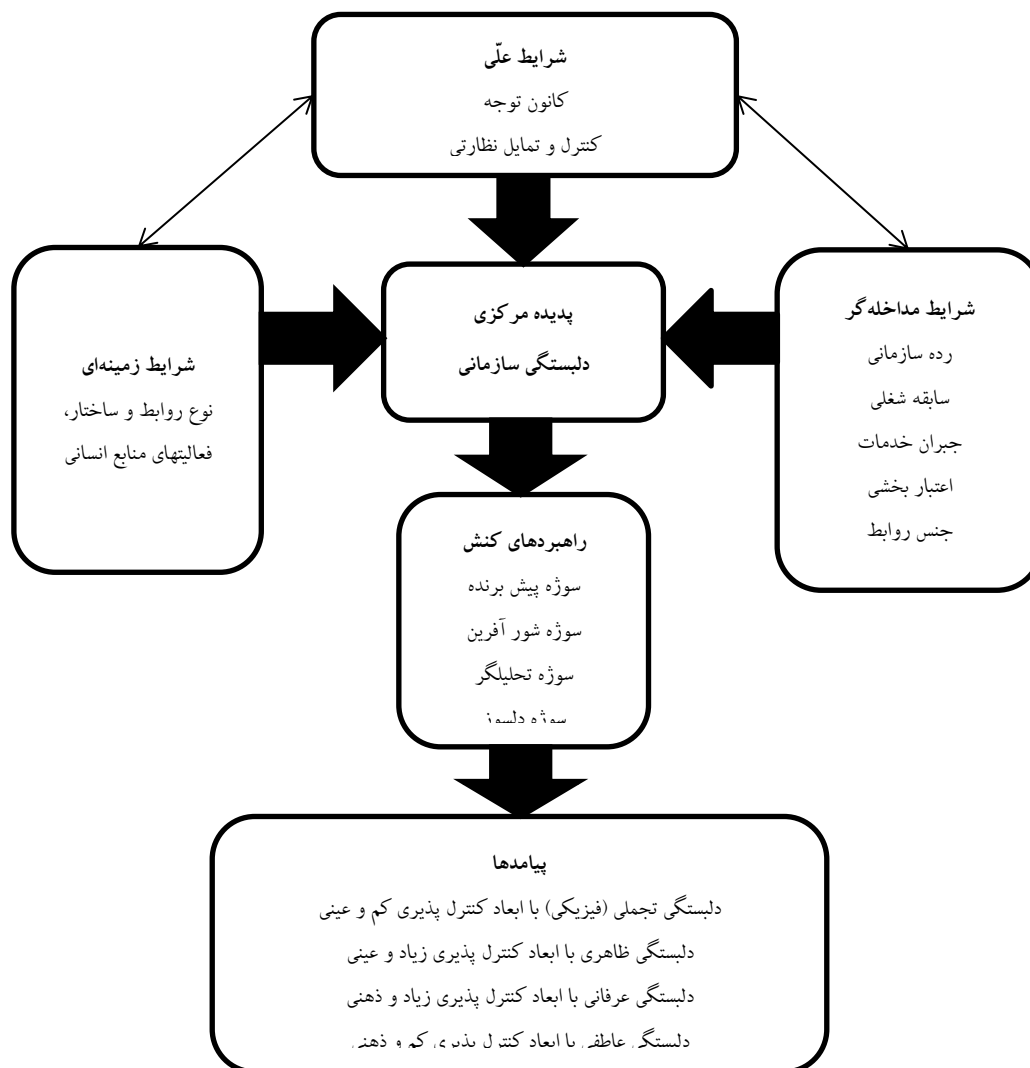
بررسی تاییدپذیری محتوایی (CVR^۱) جهت محاسبه این شاخص از نظرات کارشناسان متخصص در زمینه محتوای آزمون مورد نظر استفاده می‌شود و با توضیح اهداف آزمون برای آن‌ها و ارائه تعاریف عملیاتی مربوط به محتوای سؤالات به آن‌ها، از آن‌ها خواسته می‌شود تا هریک از سؤالات را بر اساس طیف سه بخشی لیکرت «گویه ضروری است»، «گویه مفید است ولی ضروری نیست» و «گویه ضرورتی ندارد» طبقه‌بندی کنند. سپس براساس فرمول زیر، نسبت تاییدپذیری محتوایی محاسبه می‌شود:

$$\frac{2}{(تعداد کل متخصصین)} \div \frac{2}{(تعداد کل متخصصین)} - (تعداد متخصصینی که موافق گزینه ضروری‌اند) = CVR$$

جهت بررسی شاخص تاییدپذیری محتوایی (CVR^۲)، متخصصان بایستی مربوط بودن هرگویه را از نظر خودشان از ۱ «مربوط نیست»، ۲ «نسبتاً مربوط است»، ۳ «مربوط است»، تا ۴ «کاملاً

2. Content Validity Index

1. Content Validity Ratio

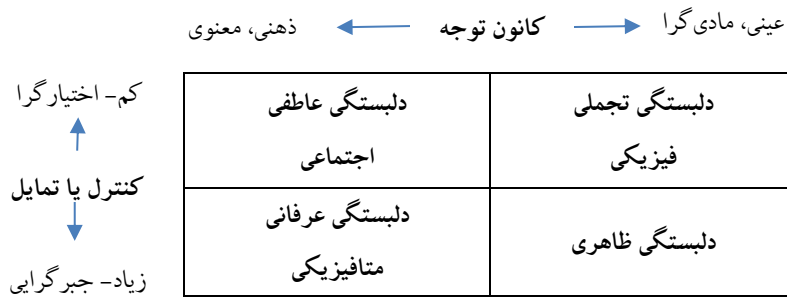


شکل ۱. مدل پارادایمی دل‌بستگی سازمانی، منبع یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش یافتن مدل دل‌بستگی سازمانی کارکنان و شناسایی و تشریح اجزای مدل بدست آمده بود. بر اساس دو عامل علی که شامل طیف کانون توجه فرد که از عینی (مادی) تا ذهنی (معنوی) می‌تواند تغییر کند و طیف تمایل نظارتی یا کنترل‌پذیری فرد که از تمایل به اختیار‌گرایی تا جبر‌گرایی تغییر می‌نماید با چهار مدل دل‌بستگی شناسایی شدند که عبارتند از: دل‌بستگی تجملی (فیزیکی) که ناشی از گرایش عینی (مادی) و کنترل‌پذیری کم (اختیار‌گرا)، دل‌بستگی ظاهری که ناشی از گرایش عینی (مادی) و کنترل‌پذیری زیاد (جبر‌گرا)، دل‌بستگی عاطفی ناشی از گرایش ذهنی (معنوی) و کنترل‌پذیری کم (اختیار‌گرا) و دل‌بستگی عرفانی ناشی از

گرایش ذهنی (معنوی) و کنترل‌پذیری زیاد (جبر‌گرا). می‌توان گونه‌های دل‌بستگی را با ساختار ماتریسی شکل (۲) نمایش داد. بر اساس یافته‌های پژوهش حاصل از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های مشارکت‌کنندگان این نتیجه بدست می‌آید که افراد باتوجه به ویژگی‌های شخصیتی کاری و فردی از مدل‌های مذکور پیروی می‌کنند. این پژوهش عوامل درونی افراد را که موثر بر سبک دل‌بستگی آنهاست مورد بررسی قرار می‌دهد.



شکل ۲. سبک‌های دلبستگی برگرفته از تحقیق

شوخی و لطفه می‌باشند. این افراد رک، صادق و بیان‌کننده احساسات خود هستند و تمایل به تقدیر و دریافت بازخود مثبت می‌باشند، سرزنده، پرشور و علاقمند به کارهای هیجان‌انگیز و با سرعت زیاد هستند. اهداف خلاقانه و جسورانه دارند ولی در به نتیجه رساندن فعالیت‌های خود با ضعف روبرو هستند. تمایل به اختیارگرایی این افراد زیاد است. افراد با سبک دلبستگی عرفانی منطبق با سبک شخصیتی دلسوز، افرادی معنوی و انسان‌گرا هستند که تمایل به جبرپذیری دارند. معمولاً آرام، قاطع صحبت می‌کنند و در تصمیم‌گیری محتاط هستند. رفتاری دوستانه و منعطف دارند و برای دیگران وقت اختصاص می‌دهند. در کار تیمی موثر و خدمت‌محور هستند گرچه تمایل به کار فردی دارند و در بیان احساسات خود کنترل بالایی دارند. تمایل آنان به بازخوردهای غیرمادی بیشتر است.

همانطور که اشاره شد عوامل زمینه‌ای موثر بر فعال شدن سبک دلبستگی سازمانی کارکنان عبارتند از نقش فعالیت‌های منابع انسانی و نوع روابط و ساختار. که نقش منابع انسانی را می‌توان از منظر انتخاب فرد مناسب برای شغل مناسب در نظر گرفت به این معنا که برای انتخاب افراد ویژگی‌های مدل دلبستگی فرد با فرهنگ سازمان، سطح اختیارات و تصمیم‌گیری، ویژگی‌های شغل و روابط سازمانی در نظر گرفته شود. افراد با مدل‌های دلبستگی تجملی و عاطفی تمایل به سازمان و مشاغل دارند که سطح اختیارات بیشتری داشته باشد و افراد با مدل‌های دلبستگی ظاهری و عرفانی تمایل به مشاغل با کنترل بالا یا جبرپذیری دارد. لذا نقش استراتژی‌های ساختار سازمان که به نوع روابط، اختیارات و سطوح تصمیم‌گیری می‌پردازد در ایجاد و افزایش دلبستگی سازمانی بسیار حائز اهمیت است. همچنین فعالیت‌های منابع انسانی در صورت تمرکز بر فعالیت‌های مادی برای افراد با مدل‌های دلبستگی تجملی و ظاهری ایجاد تعهد و دلبستگی می‌نماید و در صورت تمرکز بر فعالیت‌های معنوی برای افراد با مدل‌های دلبستگی عاطفی و عرفانی جذابیت دارد و منجر به افزایش دلبستگی سازمانی می‌شود. عدم رعایت این موارد باعث کاهش دلبستگی سازمانی و سرانجام ترک سازمان می‌شود.

عوامل مداخله‌گر موثر بر دلبستگی سازمانی عبارتند از: رده سازمانی، سابقه شغلی، جبران خدمات، اعتبار بخشی، جنس روابط. رده سازمانی یکی از عواملی است که تاثیر مستقیم بر سطح اختیارات افراد و نوع جبران خدمات آنها دارد لذا می‌توان بر روی کارکنان با

عوامل بیرونی تاثیرگذار بر دلبستگی سازمانی عبارتند از شرایط مداخله‌گر که شامل رده سازمانی، سابقه شغلی، جبران خدمات، اعتبار بخشی و جنس روابط افراد می‌باشد و شرایط زمینه‌ای که نوع روابط و ساختار سازمانی و فعالیت‌های منابع انسانی در سازمان است. با توجه به ویژگی‌های تفسیر شده ذیل از هر مدل دلبستگی، در صورت هماهنگی بین عوامل خارجی با مدل دلبستگی فرد (که ویژگی‌های درونی بشمار می‌رود) بالاترین سطح دلبستگی سازمانی محقق می‌شود و با کاهش هماهنگی میزان دلبستگی افراد به سازمان کاهش می‌یابد تا اینکه کمترین سطح دلبستگی در هنگامی رخ می‌دهد که فرد شاغل در سازمان با پدیده‌هایی روبرو شود که در تقابل کامل با تمایلات درونی وی قرار دارد. به عنوان مثال فردی با دلبستگی عرفانی که تمایل درونی به کنترل‌پذیری زیاد و معنویات می‌باشد در شغلی قرار گیرد که اختیار تام داشته باشد و جبران خدمات وی فقط با عوامل مادی انجام گیرد یا فردی با دلبستگی تجملی که تمایل به مادیات و کنترل‌پذیری کم دارد در شغل و سازمانی قرار گیرد که توجه به معنویات و جبرگرایی مورد توجه قرار گیرد. در ادامه نظر به راهبردهای کنش سوزدها می‌توان برخی از ویژگی‌های افراد با سبک‌های دلبستگی متفاوت را برشمرد. ویژگی‌های افراد با سبک دلبستگی تجملی منطبق با سبک شخصیتی پیش‌برنده عبارت است از: افرادی وظیفه‌محور که تمایل به حصول نتایج محسوس فعالیت‌های خود دارند. گفتار محور و جدی هستند و ایده‌های خود را با صدای بلند بیان می‌کنند. جایگاه و پیشرفت شغلی، پاداش، حقوق و سایر مولفه‌های مادی برای این افراد دارای اهمیت است. توانایی برقراری ارتباط کلامی و تمایل به تغییرات زیاد در امور و شرایط کار سازمانی دارند. افراد با سبک دلبستگی ظاهری منطبق با سبک شخصیتی تحلیل‌گر همانند سبک تجملی به عوامل عینی مانند حقوق و پاداش اهمیت می‌دهند، وظیفه‌محور می‌باشند. ولی جبرپذیری را نسبت به اختیارگرایی ترجیح می‌دهند. در کلام قاطع، آرام و بدون ابراز احساسات عمل می‌کنند. نظام‌مند، سختگیر و استانداردهای بالایی دارند که باعث توجه به کیفیت می‌باشد. افرادی منتقد و کمال‌گرا هستند که نظام‌مند و با برنامه عمل می‌کنند. معمولاً محتاط و پذیرنده ریسک حساب شده می‌باشند. افراد با سبک دلبستگی عاطفی منطبق با سبک شخصیتی شورآفرین با تمایل به عوامل ذهنی و معنوی همچنین روابط انسانی و فرامادی، افرادی گفتارمحور، قطع‌کننده کلام دیگران با حرف زدن سریع و اهل

خودمختاری شغلی، بازخورد عملکرد شغل می‌شناسد با سبک‌های دلبستگی این پژوهش که ناشی از عوامل مادی، معنوی و نقش اختیاری‌گرایی است منطبق است. همچنین نتایج حاصل از پژوهش‌های کریستینا و پاتریک (۲۳) و تونسن و گبهارد که نقش عوامل مادی و معنوی را در دلبستگی کارکنان تایید کرده است با این مطالعه هم‌خوانی دارد. نقش عوامل ذهنی مثل حسن شهرت مدیران و سازمان و احساس خوشبختی روانی افراد را بر دلبستگی تایید کردند که با شاخص علمی ذهنیت در دلبستگی‌های عاطفی و عرفانی بدست آمده منطبق است. مانگوک، اوح، فشر و هادا که نقش حمایت سرپرست و اختیار درک شده افراد را بر دلبستگی تایید کردند که با نقش عوامل علمی اختیاری‌گرایی و جبرگرایی در سبک‌های دلبستگی بدست آمده تایید می‌شود. دیگر پژوهش‌هایی که با نتایج این مطالعه انطباق دارد عبارتند از: رانا و همکاران (۲۰)، تانجا و همکاران (۲۲) کارکنان گروه صنعتی گلرنگ در محیط کار خود تحت تاثیر فرهنگی سازمان که برگرفته از نگرش بنیان‌گذار، مدیریت ارشد و به تبع آن مدیران با سابقه می‌باشد به این گروه صنعتی بزرگ دلبستگی‌هایی دارند که یا ناشی از رویکرد معنوی بنیان‌گذار است که همواره تاکید بر کارآفرینی و توسعه اشتغال جوانان، رشد و رفاه اقتصادی هم‌میهنان، برطرف شدن فقر و تولید محصولات با کیفیت ایرانی داشته‌اند می‌باشد که باعث دلبستگی‌های عاطفی و عرفانی کارکنان به شخصیت محبوب رهبر سازمان شده‌است و یا ناشی از درآمدهای مادی و رشد اقتصادی افراد که مبتنی بر شایستگی‌های آنان و وجود فرهنگ شایسته‌محور و ایجاد محیط کسب‌وکار پویا که به افراد فرصت شکوفایی توانمندی‌هایشان را داده‌است می‌باشد که دلبستگی‌های تجملی و ظاهری را ایجاد نموده است. عامل تعیین‌کننده دیگر که در گروه صنعتی گلرنگ باعث تمایز دلبستگی‌ها شده‌است میزان آزادی عمل یا به عبارتی کنترل‌گرایی افراد است که مدیران سازمان با رشد پست سازمانی از اختیارات کامل در مقابل مسئولیت شغلی برخوردارند و به‌سادگی می‌توانند اهداف و برنامه‌های خود را جامه عمل بپوشانند. این عامل مهم باعث ایجاد طیفی از دلبستگی‌های سطوح پایین سازمانی که از جنس دلبستگی ظاهری و عرفانی است به دلبستگی‌های سطوح بالاتر که از نوع دلبستگی‌های تجملی و عاطفی است شده است.

پیشنهاد می‌شود مدیران با توجه به فرهنگ سازمان، استراتژی‌های ساختاری و سطوح تصمیم‌گیری، افرادی را با مدل دلبستگی هماهنگ انتخاب نمایند. از سوی دیگر نوع مشاغل سازمانی با ویژگی‌های مدل دلبستگی افراد منتخب برای آن شغل بیشترین بهره‌وری را داشته باشد تا بتوانند با کارکنانی دلبسته و متعهد بیشترین بهره‌وری را محقق نمایند. توجه به روش‌های جبران خدمات پویا که عوامل مادی و معنوی را پوشش دهد، اعتبار بخشی افراد و ایجاد جایگاه متناسب با سطح سازمانی، روابط مثبت بین کارکنان و مدیران و ایجاد هماهنگی بین مدل دلبستگی افراد و اختیارپذیری آنان از دیگر عوامل موثر بر دلبستگی و تعهد سازمانی است.

References

مدل‌های دلبستگی گوناگون تاثیر متفاوتی ایجاد نماید. اگر افزایش رده سازمانی فرد با افزایش اختیارات و حقوق نقدی افراد همراه باشد بیشترین افزایش دلبستگی را در افراد با مدل دلبستگی فیزیکی ایجاد می‌نماید و در سطح بعد برای افراد با دلبستگی عاطفی و ظاهری موثر است و کمترین تاثیر را در افراد با دلبستگی عرفانی می‌گذارد. ولی می‌توان با افزودن عوامل نظارتی (کنترل) و جبران خدمات معنوی تاثیر آن را بر دلبستگی عرفانی و دیگر موارد نیز افزایش داد. همچنین اگر عوامل جبران خدمات افراد با توجه به گرایش‌های عینی و ذهنی آنها انتخاب گردد بر میزان دلبستگی افراد موثرتر خواهد بود. برای افراد با مدل‌های دلبستگی تجملی و ظاهری جبران خدمات مادی جذابیت دارد و برای افراد با مدل‌های دلبستگی عاطفی و عرفانی توجه به معنویات در جبران خدمات باعث افزایش دلبستگی می‌شود. اعتباربخشی چون جنبه معنوی بیشتری دارد بیشترین تاثیر را در افراد با مدل‌های دلبستگی عرفانی و عاطفی دارد. تعریف جنس روابط افراد در سازمان چون متاثر از میزان کنترل آنها می‌باشد نیز بر افراد با مدل‌های دلبستگی متفاوت تاثیر متفاوتی خواهد گذاشت.

یافته‌های حاصل از این پژوهش در قیاس با مطالعات پیشین ضمن تایید دستاوردها، مبین تطابق نتایج می‌باشد که به برخی از آنها اشاره می‌گردد:

مطالعه آلبرت و هارویتز (۳۴) نشان داد سبک دلبستگی، باورهای اخلاقی مدیران را پیش بینی می‌کند که با عوامل علمی این پژوهش که نقش باورهای مادی و معنوی را بر سبک دلبستگی موثر می‌داند تطابق دارد. بررسی روانشناختی باولی (۴۷) نشان داد که دلبستگی بزرگسالان صرفاً با عوامل عینی حاصل نمی‌شود که با مطالعه حاضر تطابق دارد و تاثیر عوامل معنوی و تمایل به کنترل و اختیارپذیری تایید می‌شود. پژوهش ماسی و شیندلر که منجر به سه سبک دلبستگی صفتی، موقعیتی و رفتاری شد با نتایج حاصل از این پژوهش که نقش موقعیت مادی بر دلبستگی یا رفتار انسان‌گرایانه (معنوی) را نشان می‌دهد تطابق دارد. مطالعه هارمز که نقش عوامل پنج‌گانه شخصیتی را در کشف سبک دلبستگی بررسی کرد نیز نمونه‌ای برای تایید نتایج این مطالعه است. مطالعه محبی و همدانی (۲۷) که رابطه بین رهبری اخلاق با دلبستگی را نشان می‌دهد با سبک دلبستگی عاطفی و عرفانی تطابق دارد. عوامل مادی (عینی) و معنوی (ذهنی) در تعیین سبک دلبستگی با پژوهش رنگریز و همکاران (۲۵) که نقش کار معنادار و حمایت درک‌شده را بر دلبستگی نشان داده مطابقت دارد. پژوهش اعلامی و ضرابی (۲۶) که نقش نظام جبران خدمات و پاداش، فرصت‌های یادگیری و رشد کارکنان را بر دلبستگی تایید کرده با عوامل عینی و ذهنی در تعیین سبک دلبستگی مطابقت دارد. رابطه مثبت حمایت شغلی و استقلال شغلی که توسط شرفی و همکاران (۴۸) بعنوان مدل علمی دلبستگی ارائه شد با نقش عوامل تمایل به اختیاری‌گرایی و جبرگرایی در تعیین سبک دلبستگی حاصل از این پژوهش یکسان است. پژوهش ساکس (۱۳) که رابطه دلبستگی شغلی با نگرش، قصد و رفتار کارکنان را نشان می‌داد تایید کننده نتایج این پژوهش است. تحقیق چن که رانش‌های دلبستگی و تعهد سازمانی را پاداش‌های مالی، مشارکت در فرایند تصمیم‌گیری،

- Performance". *Journal of Occupational Health Psychology*. 12 (2), 93–104.
10. Swarnalatha, C., and Prasanna, T.S. (2013). "Leveraging Employee Engagement for Competitive Advantage: HR's Strategic Role". *Global Journal of Commerce and Management Perspective*, 2(1)1-6.
 11. Mariammal, M., & Gowri, P. (2012). "Factorial Dimensions of Employee Engagement in Public and Private Sector Banks". *Bonfring International Journal of Data Mining*, 2(4), 1-5.
 12. Muthuveloo, R., Basbous, O., Ping, T., & Long, C. (2013). "Antecedents of Employee Engagement in the Manufacturing Sector". *American Journal of Applied Sciences*, 10(12), 1546-1552.
 13. Saks, A. (2006). "Antecedents and Consequences of Employee Engagement". *Journal of Managerial Psychology*, 21(3), 600-619.
 14. Anbuoli, P., & Devibala, V. (2009). "A Study on Employee Engagement in Insurance Sector in Madurai". *Singaporean Journal Scientific Research*, 2(1), 6-9.
 15. Gruman, J. A., & Saks, A. M. (2011). "Performance Management and Employee Engagement". *Human Resource Management Review*, 21, 123–136.
 16. Christian, M.S., Garza, A.S. and Slaughter, J.E. (2011), "Work Engagement: A Quantitative Review and Test of Its Relations with Task and Contextual Performance", *Personnel Psychology*, Vol. 64 No. 1, pp. 89-136, doi: 10.1111/j.1744-6570.2010.01203.x.
 17. Rich, B.L., LePine, J.A. and Crawford, E.R. (2010), "Job Engagement: Antecedents and Effects on Job Performance", *Academy of Management Journal*, Vol. 53 No. 3, pp. 617-635.
 18. Bandura, R. P., Lyons, P. R., & Lyons, P. R. (2017). "Using a Skill-Building Tool to Enhance Employee Engagement".
 1. Arabi, Seyed Mohammad and Fayazi, Marjan. (1395). *Human Resources Strategy*, First Edition, Sama Management Research Institute, Cultural Research Office.
 2. Schuler, R.S, (2000). "The Internationalization of Human Resource Management". *Journal of International Management*. 6, 239–260.
 3. Becker, W.J., & Cropanzano, R. (2011). "Dynamic Aspects of Voluntary Turnover: An Integrated Approach to Curvilinearity in The Performance-Turnover Relationship". *Journal of Applied Psychology*. 96 (2), 233-246.
 4. Choudhury, S., & Mohanty, M. K., (2018). "Drivers of Employee Management- A Chronological Literature Review Excluding India", *Journal of Strategic Human Resource Management*, 8 (1) 2019, 32-46.
 5. Hakanen, J.J., Schaufeli, W., & Ahola, K. (2008). "The Job Demands-Resources Model: A Three Year Cross Lagged Study of Burnout, Depression, Commitment, And Work Engagement". *Work & Stress*. 22(3), 224-241.
 6. Michie, S., & West, M.A. (2004). "Managing People and Performance: An Evidence Based Framework Applied to Health Service Organizations". *International Journal of Management Reviews*. 6(2), 91–111.
 7. Toh, S.M., Morgeson, F.P., & Campion, M.A. (2008). "Human resource Configurations". *Journal of Applied Psychology*. 93 (4), 864–882.
 8. Witemeyer, H.A. (2013). "Employee Engagement Construct and Instrument Validation". *Business Administration Dissertations*, Georgia State University.
 9. Wright, T.A., Cropanzano, R., & Bonnet D.G. (2007). "The Moderating Role of Employee Well-Being on the Relation between Job Satisfaction and Job

- Mediating Role of Individual-Organizational Fit. *Quarterly Journal of Ethics in Science and Technology*, Year 13, Issue 4, 1397.
28. Shokouh Z., Nikopour A., (2009). Investigating the Impact of Poison Leadership on Employee Work Attachment in Government Organizations. *Public Management Research*, Twelfth Year, Vol. 44, 133-154.
29. Msangi, J.J., Kessy, S., and Kitindi, E., (2020). "Human Resource Management Practices and Employees' Engagement in Small and Medium Enterprises in Tanzania", *Business Management Review*: 23,1,54-69.
30. Dicke, C., Holwerda, J., & Kontakos, A. (2007). "Employees Engagement: What Do We Really Know? What Do We Need to Know to Take Action?" Center for Advanced Human Resource Studies.
31. Clampitt, P.G., (2009). *Communicating for Managerial Effectiveness*. 1st Edition. Los Angeles, Sage, pp 287. ISBN- 10: 1412970881.
32. Kahn, W.A. and Fellows, S. (2013), "Employee Engagement and Meaningful Work", in Dik, B.J., Byrne, Z.S. and Steger, M.F. (Eds), *Purpose and Meaning in the Workplace*, American Psychological Association, Washington, DC, pp. 105-126, doi: 10.1037/14183-006.
33. Mikulincer, M., & Shaver, P. R. (2007a). *Attachment in Adulthood: Structure, Dynamics, and Change*. NY: Guilford Press. New York.
34. Albert, L.S. and Horowitz, L.M. (2009), "Attachment Styles and Ethical Behavior: Their Relationship and Significance in the Market Place", *Journal of Business Ethics*, Vol. 87 No. 3, pp. 299-316.
35. Albert, L.S., Allen, D.G., Biggane, J.E. and Ma, Q. (2015), "Attachment and Responses to Employment Dissolution", *Human Resource Management Review*, Human Resource Management International Digest, 25(6), 1-5.
19. Choo, S.L., & Al-Omari, M. (2013). "Organizational Practices and Employee Engagement: A Case of Malaysia Electronics Manufacturing Firms". Emerald Group Publishing Limited, 14(1), 3-10.
20. Rana, S., Ardichvili, A., & Tkachenko, O. (2014). "A Theoretical Model of the Antecedents and Outcomes of Employee Engagement: Dubin's Method". *Journal of Workplace Learning*, 26(3/4), 249-266.
21. Chen, J. (2007). "Study of Employee Engagement in Chinese Context. Burnaby": Simon Fraser University.
22. Taneja, S., Sewell, S. S., & Odom, R. Y. (2015). "A Culture of Employee Engagement: A Strategic Perspective for Global Managers". *Journal of Business Strategy*, 36(3), 46-56.
23. Cristina, M. S. W., & Patrick, D. P. (2008). "A Perfect Match: Decoding Employee Engagement – Part I: Engaging Cultures and Leaders". *Industrial and Commercial Training*, 40(3), 122-128.
24. Nair, M. S., & Salleh, R. (2015). "Linking Performance Appraisal Justice, Trust, and Employee Engagement: A Conceptual Framework". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 1155-1162.
25. Rangriz H., Sajjad A., Latifi Jalise S. (1397). Factors affecting job attachment with meta-analysis approach. *Quarterly Journal of Job and Organizational Counseling*, 10, p. 37, 117-146.
26. Announced by F., Hosseini Zarabi H. (2009). Analysis of job attachment factors of Shahid Beheshti University staff and their loyalty to the university. *Quarterly Journal of Job and Organizational Counseling*, Volume 11, Issue 3, 137-156.
27. Mohebbi, M. M., Reyhani Hamedani, H. (۱۳۹۷). Analyzing the Relationship between Moral Intelligence and Moral Leadership with Job Attachment: The

44. Strauss, Anselm Al and Corbin, Juliet M. (2008). *Principles of Qualitative Research - Methods and Procedures Grounded Theory*. Translation: Nahid Dehghan Nayeri, Ali Fakhr Movahedi, Maryam Ismaili, Tabandeh Sadeghi, and Zahra Taybi. Tehran, Andisheh Rafi.
45. Glaser, Barney G., and Strauss, Anselm L. (1967). "The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research". Chicago: Aldine Pub. Co.
46. Birks, Melanie. Mills, Jane Elizabeth. (2014). *Basic research: practical guide*, translation: Seyed Mohammad Arabi and Ebadollah Bانشi, Tehran: Cultural Research Office.
47. Bowlby, J. (1980). *Attachment and Loss. Loss, Sadness and Depression*, Vol. 3, Hogarth. London.
48. Sharafi Z., Akbari M, Ahmadian H. And Hassani R., (1399). Designing a causal model of job attachment based on social support and job independence with the mediating role of job self-efficacy in the staff of a military hospital. *Ibn Sina Scientific Research Quarterly Nahaja Relief and Treatment*, Volume 22, Issue 1, 70.
- Vol. 25 No. 1, pp. 94-106, doi: 10.1016/j.hrmr.2014.06.004.
36. Mikulincer, M., & Shaver, P. R. (2007b). "Boosting Attachment Security to Promote Mental Health, Prosocial Values, And Inter-Group Tolerance". *Psychological Inquiry*, 18(3), 139–156.
37. Thomson, M., Whelan, J., & Johnson, A. R. (2012). "Why Brands Should Fear Fearful Consumers: How Attachment Style Predicts Retaliation". *Journal of Consumer Psychology*, 22(2), 289–298.
38. Krausz, M., Bizman, A., & Braslavsky, D. (2001). "Effects of Attachment Style on Preferences for and Satisfaction with Different Employment Contracts: An Exploratory Study". *Journal of Business and Psychology*, 16(2), 299–316.
39. Richards, D.A. and Schat, A.H. (2011), "Attachment at (Not To) Work: Applying Attachment Theory to Explain Individual Behavior in Organizations", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 96 No. 1, pp. 169-182, doi: 10.1037/a0020372.
40. Byrne, Z., Albert, L., Manning, S., Desir, R., (2016). "Relational Models and Engagement: An Attachment Theory Perspective". *Journal of Managerial Psychology*. Vol. 32 No. 1, 2017 pp. 30-44.
41. Elliot, A.J. and Reis, H.T. (2003), "Attachment and Exploration in Adulthood", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 85 No. 2, pp. 317-331, doi: 10.1037/0022-3514.85.2.317.
42. Holding, Christina, (2016) *Research Data Foundation: A Practice Guide for Management, Business and Evaluation*, Translated by: Seyed Mohammad Arabi, Shahram Khalilnejad, Seyed Alireza Hashemi, Tehran, Cultural Research Office.
43. Faraskhah, Maghsoud (2016). *Qualitative research method in social sciences with emphasis on theory based on grounded theory*, second edition, Tehran, Agah Publications.