

طراحی الگوی بهروزی سازمانی در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با استفاده از رویکرد نظریه داده‌بنیاد

مستانه غنجدی*، زهرا خوشنودی فر**، پرویز رحیمی مصلح‌آبادی***

چکیده

بهروزی به معنای توسعه پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های یک فرد، کنترل داشتن بر زندگی، هدف داشتن (کار کردن برای اهداف ارزشمند) و تجربه روابط مثبت است. با توجه به این نکته که بهروزی سازمانی با اتخاذ رویکرد مثبت‌نگری به دنبال بهبود شادی و عملکرد در محیط‌های کاری است، طراحی الگوی بهروزی سازمانی در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی هدف این پژوهش قرار گرفت. این مطالعه از نوع پژوهش‌های کیفی است که داده‌ها از طریق روش نمونه‌گیری نظری و مصاحبه عمیق ساختاریافته با ۱۸ نفر از مدیران وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی جمع‌آوری گردید و سپس با استفاده از رویکرد نظریه داده‌بنیاد مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. حاصل این مصاحبه‌ها، مجموعه‌ای از مضامین اولیه بود که طی فرایند کدگذاری باز، گردآوری و از درون آن‌ها مقوله‌هایی استخراج شد، سپس در مرحله کدگذاری محوری، پیوند میان این مقوله‌ها ذیل عناوین شرایط علی، پدیده محوری، راهبردها، عوامل زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدهای بهروزی سازمانی در قالب پارادایم کدگذاری محوری تبیین شدند. در ادامه و در مرحله کدگذاری انتخابی نیز سیر داستان ترسیم شد. یافته‌ها نشان داد مؤلفه‌های فضیلت حرفه‌ای، فضیلت اجتماعی کار و سرمایه روان‌شناختی افراد از جمله عوامل اصلی در شکل دادن بهروزی سازمانی کارکنان بوده است. بهروزی سازمانی متشکل از سه لذت حرفه‌ای، رابطه‌ای و انعکاسی است که با ایجاد مالکیت روان‌شناختی در کارکنان به همراه عوامل مداخله‌گر و زیرساختی، ایجادکننده پیامدهای انتقالی، توسعه‌ای و عملکردی است.

کلیدواژه‌گان: بهروزی سازمانی، نظریه داده بنیاد، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷

* دانش‌آموخته دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، رایانامه نویسنده مسئول: feryal.gh@gmail.com

** استادیار مجتمع آموزش عالی سراوان، مجتمع آموزش عالی سراوان، سیستان و بلوچستان، ایران

*** دانشجوی دکتری مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک، اراک، ایران

۱. مقدمه

سازمان‌ها باید همان‌گونه که برای منابع مالی و فیزیکی، طرح‌های توسعه دارند، بایستی طرح‌هایی را نیز برای توسعه منابع انسانی به‌کارگیرند (فیاضی و همکاران، ۱۳۹۸). سازمان‌های امروزی انتظار دارند که کارکنانشان فعال بوده و در قبال توسعه حرفه‌ای خود مسئولیت‌پذیر بوده و به حفظ استانداردهای بالای کیفیت در عملکردشان متعهد باشند. در مقابل کارکنان نیز نیاز دارند که احساس کنند پرتوان هستند تا بتوانند خود را وقف کارشان کنند که در حقیقت این همان مفهوم غایی بهروزی سازمانی می‌باشد (Bakker et al., 2008). سازمان‌های مبتنی بر بهروزی، فرصتی ایجاد می‌نمایند تا نیروی انسانی ضمن تحقق آرمان‌های شخصی خود و برقراری تعادل بین کار و زندگی، زمینه مناسب تحقق اهداف سازمانی را نیز فراهم سازد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۲).

لیتر و باکر^۱ (۲۰۱۰) بهروزی سازمانی را رضایت شغلی و ارزیابی شناختی از ماهیت شغل و تجربه‌ی مکرر عواطف مثبت قلمداد کرده‌اند. والاس^۲ و همکاران (۲۰۰۶) بهروزی سازمانی را سلامت عمومی سازمان می‌دانند که عناصری نظیر جو سازمانی، جو اجتماعی، بهره‌وری و عملکرد کارکنان و حتی کاهش ترک خدمت و کاهش غیبت از کار را شامل می‌شود. دولگی و ادس^۳ (۲۰۱۷) بهروزی سازمانی را انجام کارهای معنادار و چالشی توسط کارکنان و همچنین داشتن فرصت به‌کارگیری مهارت‌ها، دانش و آگاهی در روابط کاری اثربخش با همکاران و مدیران در یک محیط سالم و ایمن می‌داند. در تعریف و نگاهی دیگر، بهروزی سازمانی به برنامه‌های حمایت‌شده از طرف مدیران و استخدام‌کنندگان برای حصول نتایج مطلوب سازمانی می‌پردازد.

¹ Bakker & Leiter

² Wallace

³ Oades & Dulagil

پرداختن به بهروزی از آن جهت دارای اهمیت است که اولاً عصر کنونی، دوران استیلای سازمان‌ها بر همه جوانب زندگی است (رحمان سرشت، ۱۳۸۶) و ثانیاً سازمان چیزی به جز کارکنان نیست (Grawitch et al., 2006). اگر بهروزی در دستور کار سازمان قرار نگیرد، سلامت فردی، گروهی و سازمانی که باهم پیوندی ناگسستنی دارند به مخاطره می‌افتد و سازمان‌ها که وجه غالب زندگی بشری هستند و بر همه زوایای اجتماعی امروزی چنگ انداخته‌اند، کارایی، اثربخشی و بهره‌وری خود را از دست خواهند داد (شارع پور، ۱۳۹۳). سازمان‌ها به کارکنانی نیاز دارند که احساس تعلق خاطر داشته باشند و در مقابل، کارکنان نیز نیاز دارند که احساس کنند پرنرژی هستند تا بتوانند خود را وقف کارشان کنند (Bakker et al., 2008)؛ بنابراین بررسی پدیده‌ی بهروزی سازمانی یکی از مهم‌ترین علائق جوامع، شرکت‌های خصوصی و سازمان‌های دولتی در هزاره‌ی جدید است (Bakker & Leiter, 2010).

خوشبختی سازمانی نه تنها به‌عنوان یکی از مباحث مهم برای دستیابی فرد، گروه و سازمان به سطح قابل قبولی از زندگی و تندرستی قلمداد می‌شود، بلکه همواره جزء آمال سازمان‌ها بوده است، پیدایش بحث نگهداری نیروی انسانی در حوزه بهروزی و سلامت فردی به حدود ۶۰ سال پیش بازمی‌گردد. در آغاز، این مسئله شامل بهروزی فیزیکی، ذهنی و اجتماعی بود (سازمان بهداشت جهانی، ۱۹۸۴). در واقع، بهروزی فرد در سازمان مقدمه بهروزی گروهی و این خود زمینه‌ساز بهروزی سازمانی است که از این مسیر فرد، سازمان و اجتماع در چرخه‌ای سرنوشت‌ساز به بهروزی می‌رسند و توازن بین زندگی کاری و شخصی در همین رابطه شکل می‌گیرد.

سازمان‌های بزرگ، بهره‌گیری از بحث بهروزی سازمانی و به‌کارگیری ابعاد آن را آغاز کرده‌اند. در این میان، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نیز از این امر مستثنی نمی‌باشد. با توجه به این‌که مأموریت وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی سیاست-گذاری، برنامه‌ریزی راهبری، پایش و نظارت به‌منظور تنظیم روابط کاری مبتنی بر رعایت اصل سه‌جانبه‌گرایی، حفظ و صیانت از نیروی کار، توسعه و توانمندسازی

تعاونی‌ها، ایجاد تعادل در بازار کار و حمایت از پایدارسازی مشاغل و برقراری عدالت اجتماعی در حوزه‌های بیمه‌ای، حمایت و توانمندسازی با رعایت اصول جامعیت، کفایت و فراگیری مبتنی بر قانون بیمه‌گری است (MCLS, 2014). لذا این سازمان برای این‌که بتواند ظرفیت‌های لازم برای بهره‌برداری صحیح از منابع انسانی خود را داشته باشد و وظایف محوله و برنامه‌های سازمانی را در این راستا انجام دهد، باید مفهوم بهروزی سازمانی را درک و امکان بکارگیری مفهوم سازمانی و عناصر و ابعادش را برای کارمندان و مدیران این وزارتخانه فراهم نماید.

این تحقیق با هدف شناسایی و درک کامل پیشایندها، فرآیندها و پیامدهای بهروزی سازمانی به دنبال ترسیم الگوی بهروزی سازمانی انجام شده است. این پژوهش با رویکردی کیفی و استفاده از روش داده بنیاد به طراحی الگویی جهت بهروزی سازمانی کارکنان در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی پرداخته است.

۲. مبانی نظری

بهروزی یک اصطلاح بحث‌برانگیز و پیچیده است که به طرق مختلف و در خط‌مشی‌های گوناگون به‌کاررفته است (Atkinson & Joyce, 2011). این پدیده توسط جنبش‌های روانشناسی مثبت‌گرا تحت تأثیر قرار گرفته و بر شادکامی فردی تأکید دارد (Seligman, 2002).

کیس^۱ (۱۹۸۸)، معتقد است که بهروزی سازمانی مفهومی پیچیده و درعین‌حال چندگانه است که در سه حیطه روانشناختی، بهروزی به‌عنوان کارکرد و تجارب ذهنی فرد در محیط کار تعریف شده و درنهایت در حیطه اجتماعی، کیفیت روابط کارکنان با مردم و اجتماع مورد توجه قرار می‌گیرد. بر اساس نظر امراللهی و دیگران (۱۳۹۲) در مورد دیگر عناصر تأثیرگذار

1 Keyes

بر بهروزی، یعنی هویت‌سازمانی، اولین بار آلبرت و وتن^۱ تعریفی از هویت‌سازمانی ارائه نمودند که سعی در پاسخ به این پرسش دارد که کارمندان به مشابه سازمان چه کسانی خواهند بود و بالاخره آخرین عنصر در این زنجیره، جو روان‌شناختی است که منجر به بهروزی سازمانی می‌شود. جو روان‌شناختی اشاره به این حقیقت دارد که محیط سازمانی چگونه توسط کارکنان درک، تعبیر و تفسیر می‌شود (James & James, 1989).

با ظهور نهضت روان‌شناسی مثبت‌گرا در دهه ۱۹۹۰، دیدگاه‌های علمی، توجه خود را به ظرفیت‌های مثبت انسان‌ها معطوف داشته و پارادایم مثبت‌اندیشی در عرصه سازمانی با ظهور سه نهضت پژوهش سازمانی مثبت‌گرا، رفتار سازمانی مثبت‌گرا و سرمایه روان‌شناختی مثبت تکامل یافت. نقطه اوج نظریه‌پردازی‌ها و پژوهش‌های مرتبط با پارادایم مثبت‌گرایی در حیطه بهروزی متجلی می‌شود. سازمان‌های مبتنی بر بهروزی، ابزار و تجهیزات موردنیاز برای انجام کارها را فراهم ساخته، فرصتی ایجاد می‌کنند تا نیروی انسانی به آرمان‌های شخصی خود در کنار حفظ تعادل کار و زندگی دست یابد. در واقع بین بهبود محیط کاری و عملکرد کارکنان رابطه معناداری وجود دارد (Belfield & Marsden, 2002).

باکر و همکاران (۲۰۰۸) بر این موضوع تأکید دارند که بهروزی علاوه بر تئوری پردازی، نیازمند روش‌های عملیاتی و تعیین چارچوبی مفهومی جهت اعمال تغییر در رفتار کارکنان است.

ضمن اهمیت تکامل مدلی جهت بهروزی سازمانی کارکنان، نیاز به پژوهشی جامع که سعی در شناخت ماهیت و بررسی کامل بهروزی سازمانی کارکنان داشته باشد احساس گردید؛ بنابراین سعی شد با مطالعه پژوهش‌های

1 Albert & Weten

انجام شده در این زمینه، مدلی جامع جهت بهروزی سازمانی کارکنان طراحی گردد. در ادامه خلاصه‌ای از تحقیقات صورت گرفته در مورد الگوی بهروزی سازمانی کارکنان در جدول (۱) آورده است.

جدول (۱) خلاصه‌ای از تحقیقات انجام گرفته در ارتباط با بهروزی سازمانی

پژوهشگران/سال	خلاصه‌ای از نتایج تحقیقات پیشین
عسگری، ۱۳۸۵	آگاهی، علاقه‌مندی، ارزشیابی و تصمیم، انطباق، امتناع، تشویق
مولوی و همکاران، ۱۳۸۹	مثبت: هوشیاری و زیرکی، اشتیاق، متوجه و دقیق بودن، نیرومندی، مصمم بودن، شور و شوق فعال، ذوق زندگی، خوش‌ذوقی، غرور و افتخار
منفی: شرمساری، خصومت عصبی، هراس ترس و وحشت، ناراحتی، گناه، پریشانی، زودرنجی، بی‌قراری	
صفری و همکاران، ۱۳۹۱	تقدم منافع سازمانی بر شخصی، خودارزیابی، وظیفه‌شناسی، آینده‌نگری، رعایت ضوابط سازمانی، احساس وفاداری نسبت به سازمان، احساس آرامش در انجام کار
زارعی متین و همکاران، ۱۳۹۲	مثبت: هوشیاری و زیرکی، اشتیاق، متوجه و دقیق بودن، نیرومندی، مصمم بودن، شور و شوق فعال، ذوق زندگی، خوش‌ذوقی، غرور و افتخار
منفی: شرمساری، خصومت عصبی، هراس ترس و وحشت، ناراحتی، گناه، پریشانی، زودرنجی، بی‌قراری	
امراللهی و همکاران، ۱۳۹۲	به لحاظ اجتماعی پاسخگو بودن، خلاقیت و نوآوری، پیشرفت‌مدار بودن، تمایل به ثبات و یکنواختی، عملکرد مدار بودن، تناسب نیازها
مشبکی اصفهانی و رضایی، ۱۳۹۳	امتناع‌گرایی، تعلق اجتماعی، اعتماد تعمیم‌یافته، اعتماد بین فردی، اعتماد نهادی، اعتماد اجتماعی

پژوهشگران/سال	خلاصه‌ای از نتایج تحقیقات پیشین
سرباز حسینی و همکاران، ۱۳۹۷	تأکید بر گروه‌های رسمی، مهم بودن شغل، خودگردانی، تأکید بر سلسله‌مراتب، مستندسازی
ساجدی و اسماعیلی شاد، ۱۳۹۸	ارزش‌های مشترک، خدمات اجتماعی، ارتباطات، بافت سیاسی و اداری، اطلاعات، رهبری، شبکه‌سازی، مهارت، اعتماد، وحدت، رفاه
هاشمی و همکاران، ۱۳۹۸	استمرار رشد و خودباوری، برخورداری از نگرش مثبت رفتاری، تقویت رفتارهای مسئولیت‌پذیران، مهارت‌های ارتباطی، پایگاه اجتماعی و اقتصادی
رنگریز و همکاران، ۱۳۹۹ پیرس و همکاران ^۱ ۲۰۱۵	مهارت فنی، یادگیری مستمر، مدیریت بحران، شناخت واقعیت‌های سازمان، توجه به اهداف چالشی، برنامه‌ریزی، مشارکت‌جویی، درک تفاوت‌های فردی، مدیریت تغییر
توربان و یان ^۲ ، ۲۰۱۶	تعیین ارزش‌ها و چشم‌انداز، کل‌نگری، قابلیت مواجهه با مشکلات، قابلیت چارچوب‌بندی موضوعات، تنوع‌پذیری، خودجوش بودن، خودآگاهی
مایرز ^۳ و همکاران، ۲۰۱۹	شرایط فیزیکی مناسب محیط کار، امنیت شغلی، خط‌مشی مقررات اداری، رابطه دوستانه با زیردستان و هم‌ردیفان، شایستگی سرپرست، حقوق و دستمزد کافی، فراهم بودن مزایای جانبی

1 Pierce et al., 2015

2 Turban and Yan

3 Meyers

۳. روش پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف، از نوع تحقیقات بنیادی-کاربردی، از لحاظ نحوه گردآوری اطلاعات، از نوع توصیفی-اکتشافی و از جمله تحقیقات کیفی است که با استفاده از نظریه داده بنیاد انجام شده است. در نظریه داده بنیاد، گردآوری اطلاعات تا زمانی ادامه می‌یابد که پژوهش به حد اشباع برسد یعنی پژوهشگر به این اطمینان دست یابد که پژوهش تا حد کفایت صورت گرفته و مصاحبه با افراد جدید یا بررسی نتایج تحقیقات جدید، یافته جدیدی به یافته‌های تحقیق نمی‌افزاید. در این رویکرد، از روش نمونه‌گیری نظری استفاده شد. روش نمونه‌برداری نظری، فرایند جمع‌آوری داده برای تولید نظریه است که از طریق آن، تحلیل‌گر به‌طور همزمان داده‌ها را جمع‌آوری، کدگذاری و تحلیل می‌کند.

با استفاده از روش نظریه داده بنیاد به تدوین الگوی جامعی که شامل موارد زیر است، پرداخته شد.

۱- عوامل علی (مقوله‌هایی مربوط به شرایطی که بر مقوله محوری تأثیر می‌گذرانند).

۲- عوامل زمینه‌ای (شرایط خاصی که بر راهبردها اثر می‌گذارند).

۳- عوامل مداخله‌گر (شرایط زمینه‌ای عمومی که بر راهبردها تأثیر می‌گذارد).

۴- پدیده محوری (یک صورت ذهنی از پدیده‌ای که اساس فرایند است).

استراوس^۱ (۱۹۸۷) برای انتخاب مقوله محوری بیان می‌دارد که مقوله‌ای باید محور باشد که؛

الف) همه مقوله‌های اصلی دیگر را بتوان به آن مربوط کرد.

ب) باید به کرات در داده‌ها ظاهر شود (موارد زیر به‌طور مکرر توسط پاسخ-دهندگان مورد اشاره قرار گرفت).

ج) توضیحی که به تدریج در ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر رشد کرده و منطقی و محکم است.

د) مفهوم، همان‌گونه که قادر به تشریح نکته اصلی برآمده از داده‌هاست، قادر به توضیح دگرگونی‌ها نیز می‌باشد.

۵- راهبردها، کنش‌ها یا برهم‌کنش‌های خاصی که از پدیده محوری منتج می‌شود.

۶- پیامدها، خروجی‌های حاصل از بکارگیری راهبردها است

(Corbin & Strauss, 1990).

در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از روش مصاحبه، از فرایند سه مرحله‌ای کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی استفاده شد که در ادامه، توضیحات هر بخش آورده شده است.

کدگذاری باز

کدگذاری باز، جزئی از تحلیل است که با تحلیل دقیق داده‌ها، نام‌گذاری و طبقه‌بندی کردن داده‌ها انجام می‌شود. برای طبقه‌بندی دقیق مفاهیم در مقوله‌ها، هر مفهوم بعد از تفکیک، برچسب خورده و داده‌های خام با بررسی دقیق متن مصاحبه‌ها و یادداشت‌های زمینه‌ای، مفهوم‌سازی شدند. داده‌های جمع‌آوری شده از مصاحبه کدگذاری شده تا به شکل ساده‌تری شباهت‌ها و تفاوت‌ها شناسایی شوند (Corbin & Strauss, 1990).

کدگذاری محوری

کدگذاری محوری درک عمیقی از روابط بین پدیده‌ها را توسعه می‌دهد. این امر از طریق برقراری ارتباط بین طبقه‌های گوناگون داده‌ها که طی کدگذاری باز تعیین شده بود، صورت می‌گیرد. هدف اصلی کدگذاری محوری، ایجاد یک محور و برقراری ارتباط بین فرآیند و ساختار است. کدگذاری محوری، معمولاً زمانی استفاده می‌شود که مقوله‌ای محوری یا مرکزی که پیونددهنده سایر مقوله‌هاست، مشخص شود (Corbin & Strauss, 1990).

کدگذاری انتخابی (خلق نظریه)

این مرحله از کدگذاری، فرایند یکپارچه‌سازی و بهبود مقوله‌ها برای شکل‌گیری نظریه است که بر اساس نتایج دو مرحله قبلی کدگذاری که به‌عنوان مراحل مقدماتی و زمینه‌ساز برای نظریه‌پردازی، مقوله‌ها و روابط مقدماتی را به‌عنوان سازه‌ها و اصول اصلی نظریه در اختیار می‌گذارند، به تولید نظریه پرداخته و به‌این ترتیب، مقوله محوری را به شکلی نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده و آن روابط را در چارچوب یک روایت، روشن می‌کند. همچنین مقوله‌هایی که نیازمند بهبود و توسعه بیشتری هستند، اصلاح می‌کند (Corbin & Strauss, 1990). به طور خلاصه، فرایند تحلیل داده‌ها که به خلق مدل نظری منجر می‌شود شامل شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌ای، راهبردها و پیامدها هستند که پدیده اصلی یعنی الگوی بهروزی سازمانی را توصیف و تشریح می‌کند.

در مرحله کدگذاری انتخابی به ارائه قضایای نظری پرداخته می‌شود. قضیه‌های نظری، بیانگر روابط تعمیم‌یافته بین یک طبقه و مفاهیم آن با طبقات معین است. قضیه‌ها، متضمن روابط مفهومی هستند، درحالی‌که فرضیه‌ها، مستلزم روابط سنجش پذیرند. چون رویکرد نظریه داده بنیاد، روابط مفهومی تولید می‌کند و نه سنجش‌پذیر، لذا به-کارگیری اصلاح قضایا مرجح است.

با توجه به مطالب بیان‌شده با استفاده از روش نظری که یک روش غیر احتمالی است، نمونه تحقیق انتخاب شد. بدین ترتیب، پژوهشگران با ۱۸ نفر از اعضای جامعه آماری مصاحبه عمیق انجام داده‌اند.

در نمونه‌گیری نظری، انتخاب نمونه‌ها با توجه به نتایج تحقیقات پیشین، صورت می‌گیرد. باگذشت زمان به عمق و تمرکز نمونه‌گیری افزوده می‌شود زیرا در مراحل اولیه، بیشتر کشف مفاهیم و مقولات تازه و در مراحل بعدی، عمق و غنا بخشیدن به این مقولات مدنظر قرار می‌گیرد (محمدپور، ۱۳۹۲).

نمونه‌گیری زمانی به پایان می‌رسد که به اشباع نظری رسیده باشیم و اشباع نظری

زمانی حاصل می‌شود که داده‌های اضافی، کمکی به تکمیل و مشخص کردن یک مقوله نظری جدید نمی‌کنند و نمونه‌ها از آن‌پس مشابه به نظر می‌رسند.

در این تحقیق، روند نمونه‌گیری با توجه به مقوله‌های به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌ها تا اشیاع نظری ادامه یافت که در نهایت ۱۸ مصاحبه با مدیران در سطوح مختلف مدیریتی در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با حداقل پنج سال سابقه کار در بخش‌های مختلف صورت گرفت. با انجام این تعداد مصاحبه، تشخیص محققان بر این بوده است که اطلاعات گردآوری شده به نقطه‌ی اشیاع رسیده و نیازی به انجام مصاحبه‌های بیشتر نیست. از مصاحبه‌ی هفدهم به بعد بود که محققان مطالب جدیدی را در صحبت‌های پاسخگویان مشاهده ننموده و بیشترین مباحثی که مطرح می‌شد، حالت تکراری به خود گرفته بودند. در انتخاب این تعداد نمونه، مسائلی چون در دسترس بودن مصاحبه‌شوندگان و میزان همکاری آنان مورد توجه قرار گرفت.

جامعه مورد مطالعه تحقیق، مدیران وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی بودند که در سه سطح عالی، میانی و عملیاتی بودند. کلیه مدیرانی (عالی، میانی و عملیاتی) که در سال ۱۴۰۰ در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی مشغول به خدمت بوده‌اند. از بین این مدیران، به روش نمونه‌گیری هدفمند یا غیر احتمالی و با حداکثر اختلاف و پراکندگی، تعداد ۲۰ نفر انتخاب شدند؛ زیرا هدف اصلی، اطمینان یافتن از این مسئله بود که تا حد امکان، متغیرهای متعدد مورد بررسی قرار گیرند. برای دستیابی به این هدف، در انتخاب مدیران موارد متعددی لحاظ گردید از جمله؛ پراکندگی سمت‌های مدیریتی در بین آن‌ها بالا باشد تا دامنه‌ای از مفاهیم و ابعاد بهروزی سازمانی در وزارت شناسایی شود. دوم این‌که به دلیل حجم زیاد فعالیت مورد نیاز، این افراد خود، داوطلب همکاری باشند و سوم این‌که میزان آگاهی آنان از مفهوم بهروزی سازمانی در سطح بالایی باشد. برای تعیین دو ویژگی اخیر، از مصاحبه با مسئول واحد تحقیقات وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و نیز خود مدیران به صورت زنجیره‌ای استفاده گردید. از نظر حجم نمونه، معیار اشیاع نشان‌دهنده کفایت حجم نمونه بود و معیار برای کشف رسیدن به حد

اشباع، تکرار داده‌های قبلی بود که پژوهشگران با آن مواجه شدند (Denzin & Lincoln, 2009).

جدول ۲) مشخصات جمعیت شناختی نمونه تحقیق

مشخصات جمعیت شناختی	دامنه متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
تحصیلات	کارشناسی	۵	۲۸
	کارشناسی ارشد	۸	۴۴/۵
	دکترا	۳	۱۶/۵
	بدون پاسخ	۲	۱۱/۰
مرتبۀ شغلی	مدیر رده پایین	۳	۱۶/۵
	مدیر رده میانی	۶	۳۳/۵
	مدیر رده بالا	۹	۵۰
سابقه خدمت (سال)	۲۰-۱۰	۱۰	۵۵/۵
	۳۰-۲۰	۵	۲۸
	۳۰ و بیشتر	۱	۵/۵
	بدون پاسخ	۲	۱۱/۰
مجموع		۱۸	۱۰۰/۰

به منظور اطمینان از دقت و صحت یافته‌های تحقیق، اقدامات ذیل صورت پذیرفت:

الف) حساسیت پژوهشگران: با توجه به این که مطلوبیت پژوهش کیفی به دقت و حساسیت پژوهشگران بستگی دارد، تلاش شد تا با خلاقیت، انعطاف‌پذیری و مهارت، میزان دقت و صحت نتایج ارتقا یابد.

ب) انسجام روش‌شناسی: تلاش شد تا بین سؤال پژوهش و عناصر شیوه پژوهش، همسویی لازم صورت پذیرد.

ج) مناسب بودن نمونه: تمام تلاش محققین بر انتخاب آزمودنی‌هایی بود تا بهترین

دانش را در مورد موضوع مورد پژوهش ارائه دهند (Eisenhardt, 1989).

همچنین جهت بررسی اعتبار نهایی الگوی ارائه شده، با توجه به نظرات کرسول^۱ (۲۰۱۲) از دو روش بازبینی مشارکت‌کنندگان و خبرگان غیر شرکت‌کننده در پژوهش استفاده شد، بدین ترتیب از اساتید و صاحب‌نظران حوزه مدیریت خواسته شد تا نظرات خود را بیان داشته تا پس از دریافت نظرات، اصلاحات مورد نیاز اعمال و الگوی نهایی پژوهش تدوین گردد.

۴. یافته‌ها

در این مرحله، در ابتدا تعداد کدهای اولیه بسیار زیادی در مرحله کدگذاری باز، تولید شد که پس از بازنگری و حذف کدهای تکراری از کدهای باقیمانده در مقوله -بندی مرحله اول، تعداد ۳۰ مقوله اولیه (خرد) به دست آمد که مقوله‌های خرد و کلان تشخیص داده شده نهایی در محورهای شش‌گانه به شرح ذیل تدوین گردید. پدیده محوری این پژوهش، بهروزی سازمانی است. با توجه به قسمت اول جدول (۳)، بهروزی سازمانی متشکل از سه مقوله خرد لذت رابطه‌ای، لذت حرفه‌ای و لذت بازخوردی یا انعکاسی است. لذت رابطه‌ای مربوط به روابط بین مدیر و کارمندان و همکاران می‌باشد که منجر به ایجاد جو مطلوب در مجموعه کاری می‌گردد. فردی که با همکاران خود روابطی قوی و گسترده برقرار کرده، بهتر می‌تواند در جهت رشد و پیشرفت حرکت کند و وظایف خود را به شکلی مطلوب انجام دهد. لذت حرفه‌ای، مربوط به توانایی و تخصص و شایستگی‌های فرد و نیز جایگاه این شایستگی‌ها در رابطه با فعالیت‌های سازمان می‌باشد. انجام وظایف به بهترین شکل و توسط افراد شایسته و متخصص، مزایایی فراتر از امنیت شغلی دارد. لذت بازخوردی یا انعکاسی، احساسات مثبت و رضایت حاصل از پیامدهای مطلوب می‌باشد. (جدول ۳).

الف) پدیده محوری

جدول (۳) مفاهیم و کدهای استخراج شده مربوط به پدیده محوری

کدهای نهایی استخراج شده	مفاهیم	
	مقوله کلان	مقوله خرد
حس مفید بودن، آگاهی از نتایج کار، حس خوب	لذت	
انعکاسی، رضایت، حس تأثیر اجتماعی	بازخوردی	
حس احترام، احساس بها داشتن، حس فردی خوب، جو خوب، لحظات خوب، حس قدردانی	لذت رابطه‌ای	بهروزی
جایگاه شغلی، موفقیت، احساس شایستگی، بهبود، حس موفقیت فردی، حسشان و مقام	لذت حرفه‌ای	سازمانی

زمانی که از افراد سؤال شد " شما چه وقت‌هایی در سازمان احساس خوشحالی دارید؟ مشارکت‌کننده در مصاحبه سوم در رابطه با لذت رابطه‌ای پاسخ می‌دهد که "وقتی که می‌توانستم به همکارانم در تثبیت موقعیت شغلی‌شان کمک کنم و وظایف سازمانی آن‌ها تسهیل‌تر می‌شد لذت زیادی می‌بردم". در رابطه با لذت انعکاسی فرد مصاحبه‌شونده سوم توضیح می‌دهد: " از این‌که از صبح زود تا شب سرکار می‌آمدم و می‌توانستم بخش کوچکی از چرخه‌ی اقتصادی کشورم را بچرخانم فارغ از خستگی- های کاری، احساس رضایت خیلی زیادی داشتم". در رابطه با لذت حرفه‌ای ناشی از کار، در مصاحبه اول فرد به این شکل در مورد احساس شایستگی کاری توضیح می‌دهد که "فرد زمانی که می‌بیند می‌تواند فکر و نظر خود را اعمال کند و در گروه‌های مختلف کاری و طرح‌های مختلف کاری از نظرات و افکار وی استفاده می‌کنند".

در این پژوهش، شرایط علی، مجموعه شرایطی می‌باشد که برای به وجود آمدن بهروزی سازمانی نقش پایه‌ای و زیربنایی دارند. این پژوهش دامنه وسیعی از متغیرها را مطابق جدول (۴) به‌عنوان عوامل علی شناسایی نموده است که در قالب مقوله‌های کلان فضیلت حرفه‌ای، فضیلت اجتماعی کار و سرمایه روانشناختی سازمان یافته‌اند. در

این جدول فضیلت حرفه‌ای شامل مقوله‌های خرد مهارت، تنوع، خودمختاری، ماهیت کار و همت و تلاش است. در مصاحبه از مصاحبه‌شونده شماره ۸ پرسیده شد، در کدام وظیفه‌تان بیشترین احساس خوب را داشتید؟، پاسخ می‌دهد: "حتی زمانی هم که کار فنی در محیط کارم انجام می‌دادم کار با مهارت و متنوعی بود و آن کار را دوست داشتم و احساس استقلال می‌کردم" که اشاره به تنوع و مهارت و خودمختاری در کار دارد. در مصاحبه با فرد شماره ۱۵، وی به خودمختاری اشاره می‌کند: "همیشه از این‌که در محیط‌های کاری احساس آزادی و استقلال عمل داشته باشم لذت می‌برم". در مصاحبه با فرد شماره ۱۶، فرد بر اهمیت ضرورت تلاش و همت تأکید می‌کند: "همه‌ی ما کارکنان وقتی کاری را بر عهده می‌گیریم یعنی پذیرفته‌ایم که این کار را به نحو احسن انجام دهیم و باید در قبال کار احساس مسئولیت کنیم". همچنین در مصاحبه با فرد شماره ۲، زمانی که این سؤال پرسیده شد که ارزش‌های واقعی کارتان را در چه چیزهایی می‌دانید فرد به ماهیت کار اشاره کرد "به نظر من وجود خود ماهیت واحد فناوری و اطلاعات و ارتباطات هست که می‌تواند این حس خوب را برای من تقویت کند که چقدر کارم با ارزش است".

ب) شرایط علی

جدول (۴) مفاهیم و کدهای استخراج شده در رابطه با شرایط علی

کدهای نهایی استخراج شده	مفاهیم	
	مقوله خرد	مقوله کلان
تجربه، آشنایی به مسائل، تسلط بر مقررات، عمل در چارچوب قانون، دانش، تخصص‌گرایی شغلی	توجه به	
تنوع کاری، خلق ایده، صیادی لحظه‌ها، تنوع عوامل، تنوع وظیفه، نوآوری، تجربه نو	مهارت	
عمل خودمختاران، توان کنترل کارها، خودمختاری و استقلال، آزادی	خلق تنوع	
	خودمختاری	فضیلت حرفه‌ای

مفاهیم	کدهای نهایی استخراج شده
<p>ماهیت کار</p> <p>بازخورد، ماهیت کار، کار درست، معنی کار، اطمینان به کار، ویژگی شغل، کار مؤثر، نیاز سازمان</p>	<p>بازخورد، ماهیت کار، کار درست، معنی کار، اطمینان به کار، ویژگی شغل، کار مؤثر، نیاز سازمان</p>
<p>همت و تلاش</p> <p>توجه به کار، دنبال تکلیف بودن، پرسشگری، تمرکز بر مشکل، تلاش، رفتار حرفه‌ای، کار نرمال</p>	<p>توجه به کار، دنبال تکلیف بودن، پرسشگری، تمرکز بر مشکل، تلاش، رفتار حرفه‌ای، کار نرمال</p>
<p>بها دادن</p> <p>توجه مدیریتی، گوش دادن، حل مشکل پرسنل، سبک سرپرستی، بها دادن، دیدن فرا نقش‌ها</p>	<p>توجه مدیریتی، گوش دادن، حل مشکل پرسنل، سبک سرپرستی، بها دادن، دیدن فرا نقش‌ها</p>
<p>هم‌وابستگی</p> <p>ارتباط سیستمی، شناسایی، تبادل نظر، تفاهم، تعامل مدیران و کارکنان</p>	<p>ارتباط سیستمی، شناسایی، تبادل نظر، تفاهم، تعامل مدیران و کارکنان</p>
<p>فضیلت اجتماعی کار</p> <p>تعادل کار و زندگی</p> <p>تعادل کار و زندگی، نزدیکی به خانواده، دوایر حل مشکل، رفع دغدغه شخصی</p>	<p>تعادل کار و زندگی، نزدیکی به خانواده، دوایر حل مشکل، رفع دغدغه شخصی</p>
<p>حمایت اجتماعی</p> <p>نزدیکی به سرپرست، ارتباط با همکار، پشتیبانی همکار</p>	<p>نزدیکی به سرپرست، ارتباط با همکار، پشتیبانی همکار</p>
<p>عدالت سازمانی</p> <p>عدالت، مقایسه با دیگران، عدالت مرادده‌ای، احقاق حقوق، ضابطه‌مندی، الزام همگانی مقررات</p>	<p>عدالت، مقایسه با دیگران، عدالت مرادده‌ای، احقاق حقوق، ضابطه‌مندی، الزام همگانی مقررات</p>
<p>مشارکت دادن</p> <p>مشارکت دادن، تفویض اختیار، آشناسازی، کار گروهی، مشارکت داوطلبانه</p>	<p>مشارکت دادن، تفویض اختیار، آشناسازی، کار گروهی، مشارکت داوطلبانه</p>
<p>سرمایه روانشناختی</p> <p>تلاش عاطفی</p> <p>انطباق مثبت، تلاش برای ماندن، تاب‌آوری، امید به آینده، مقاومت، سعه‌صدر، فراموشی</p>	<p>انطباق مثبت، تلاش برای ماندن، تاب‌آوری، امید به آینده، مقاومت، سعه‌صدر، فراموشی</p>
<p>زمینه‌های شخصیتی</p> <p>تناسب باروحیه، مثبت‌نگری، سلامت فکری و روحی، زمینه نرمال، آرامش فکری، شخصیت افراد</p>	<p>تناسب باروحیه، مثبت‌نگری، سلامت فکری و روحی، زمینه نرمال، آرامش فکری، شخصیت افراد</p>

در رابطه با مقوله کلان سرمایه روان‌شناختی و مقوله‌های خرد آن در مصاحبه با فرد شماره ۱۵، فرد به مقوله انعطاف و انطباق با محیط کاری اشاره نمود. "من در هر محیطی که قرار می‌گیرم، تلاش دارم تا با آن محیط سازگار شوم". در مصاحبه با فرد شماره ۱۶، فرد در رابطه با زمینه‌های شخصی خود صحبت می‌کند: "من همیشه تلاش می‌کنم که اگر به موضوعی در محیط کار علاقه ندارم، بتوانم این علاقه را ایجاد کنم". در مصاحبه با فرد شماره ۶، فرد در رابطه با زمینه‌های شخصی خود صحبت می‌کند؛ "به نظر من اگر اتفاقی حتی ناخوشایند هم بیفتد حتماً خیری در آن می‌باشد. همیشه باید مثبت فکر کنیم".

بخش دیگر شرایط علی بهروزی سازمانی کارکنان، مربوط به فضیلت‌های اجتماعی کار است. همان‌طور که در جدول (۴) نشان داده شده است، این فضیلت شامل مقوله‌های خرد بها دادن، حمایت اجتماعی، به هم‌وابستگی، مشارکت دادن، تعادل کار و زندگی و عدالت است. وقتی که این سؤال مطرح شد که مدیران چگونه می‌توانند احساس خوب را در محیط کاری به وجود آورند؟ در رابطه با بها دادن و حمایت اجتماعی در مصاحبه با فرد شماره ۱، فرد توضیح می‌دهد "افراد در سازمان باید صحبت کنند و به مدیران مراجعه کنند و مشکلاتشان را مطرح کنند، این می‌تواند احساس خوبی برای مدیر و کارمند ایجاد نماید و بخش اعظمی از مشکلاتشان حل و فصل می‌شود". در مصاحبه با فرد شماره ۹، وقتی در مورد احساس خوب جمعیتی در محیط کار پرسیده شد و فرد به هم‌وابستگی و مشارکت اشاره می‌کند و می‌گوید: "یک حس خوب می‌تواند انگیزش خوب را ایجاد کند و احساس تعلق سازمانی فرد را تقویت می‌کند و همین امر زمینه مشارکت فرد را بالا ببرد". در مصاحبه با فرد شماره ۴، وی از عوامل بیرون از سازمان (تعادل کار و زندگی) به عنوان حس خوب در محیط کار صحبت می‌کند. بعضی اوقات شدت و حجم کار در وزارتخانه به قدری زیاد است که تا ساعت هشت شب کارمندان به ویژه سردفترها باید بمانند و کار کنند. گاهی اوقات مدیریت کردن این مسائل در خانه کار دشواری است". وقتی در مصاحبه با فرد شماره

۱۲، وی در مورد عدالت صحبت می‌کند: " معمولاً استانداردهای کاری رعایت می‌شود "

عوامل مداخله‌گر مندرج در جدول (۵) شامل دو مقوله خردباورهای اکتسابی و فرهنگی و اخلاقیات است که در قالب کلان باورهای کلی فرهنگی و اخلاقی مطرح می‌شود. اقدامات مدیریتی (تخصیص منابع، چشم‌انداز استراتژیک و راهگشایی) و زیرساخت‌های محتوایی و ابزاری (ملزومات، معیشت، کیفیت زندگی کاری و ارگونومی) از عواملی هستند که برانگیزش و تعلق نیروی انسانی تأثیر دارند (جدول ۵)

ج) شرایط مداخله‌گر

جدول (۵) مفاهیم و کدهای استخراج‌شده مربوط به شرایط مداخله‌گر

کدهای نهایی استخراج‌شده	مفاهیم	
	مقوله خرد	مقوله کلان
شرح وظایف، حق تصمیم‌گیری، تقسیم‌کار، صرفه-جویی، مدیریت محدودیت، استفاده بهینه فرصت‌سازی، پیگیری مدیریتی، آموزش، شفاف‌سازی، نظارت، اصلاح رویه اداری، مدیریت محیط وسعت‌گزینش، توجه به اهداف بلندمدت، تفکر خوب، تفکر راهبردی، یکپارچه کردن، مغز افزار (تفکر)	تخصیص منابع	اقدامات مدیریتی
استراحت، توجه به توانمندی‌های افراد، تناسب فیزیکی، فعالیت بدنی، ورزش، شرایط فیزیکی، ایمنی کار	ارگونومی	
خدمات رفاهی، ارتقای شغلی، رفاهی، بدی آب‌وهوا، ایاب و ذهاب، محیط کاری، تمیزی، نظم جبران مالی، مادیات، توجه به معیشت، پرسنل، درآمد بالا، بعد مالی، اشباع مالی	کیفیت زندگی	زیرساخت‌های محتوایی و ابزاری
زیرساخت، سخت‌افزار (ملزومات)، مهیا بودن شرایط، ابزار کار، ملزومات	معیشت	
	ملزومات	

در مصاحبه با فرد شماره ۴، در رابطه با کیفیت زندگی کاری سؤال پرسیده می‌شود؛ "گاهی اوقات هدایای مالی در زمان اعیاد یا مناسبت‌های ویژه می‌تواند کمکی در کسب رضایت شغلی فرد باشد. در مصاحبه با فرد شماره ۷، فرد از ملزومات و ارگونومی صحبت می‌کند؛ "تقریباً تمام وسایل سرمایشی، گرمایشی و امکانات کاری در محیط کار وجود دارد و همه‌ی این موارد می‌تواند نیاز شرایط کاری را تأمین کند". در مصاحبه با فرد شماره ۶، در رابطه با راهگشایی فرد صحبت می‌شود؛ "به نظر من، حس خوب یعنی کاغذبازی‌های اداری حذف شود". در مصاحبه با فرد شماره ۵، موضوع تخصیص بهینه منابع را این چنین توضیح می‌دهد: "یکی از فعالیت‌های اصلی مدیر، تخصیص بهینه منابع است که به وسیله آن می‌تواند تمام تصمیمات اساسی را اتخاذ کند". در مصاحبه با فرد شماره ۳، وی به چشم‌انداز استراتژیک در تصمیم‌گیری‌ها اشاره می‌کند: "فکر می‌کنم اگر این وزارتخانه و در نهایت تمامی ارگان‌های کشور دولتی و خصوصی در جایگاه مناسب قرار بگیرد، مردم ایران و بالطبع خانواده من هم از منافع آن منتفع می‌شوند".

(د) شرایط زمینه‌ای

اطلاعات مندرج در جدول (۷) شامل دو مقوله خرد باورهای اکتسابی و فرهنگی و اخلاقیات است که در قالب کلان باورهای کلی فرهنگی و اخلاقی مطرح می‌شود. در مصاحبه با فرد شماره ۱۱، وی معتقد بود "همیشه مجموعه‌ای از رفتارهای اخلاقی و یا مجموعه‌ای از آراء و عقاید وجود دارد که می‌تواند برای افراد یک سازمان یا حتی یک کشور مورد پذیرش باشد و در حس خوب سازمانی آن‌ها تأثیر مثبتی داشته باشد حتی اگر علمی نباشد". در این مصاحبه فرد به باورهای فرهنگی و اخلاقی اشاره می‌کند.

جدول ۷) مفاهیم و کدهای نهایی مربوط به شرایط زمینه‌ای

مفاهیم	کدهای نهایی استخراج‌شده
مقوله کلان	مقوله خرد
باورهای کلی فرهنگی و اخلاقی	باورهای فرهنگی اخلاقیات
	تغییر نگرش در جامعه، تغییر نگرش فردی، تفویض الهی مدیریت، اصلاح افکار، اعتقاد قلبی اخلاقیات، نوع دوستی، وجدان، صداقت، جوانمردی، رفتار اخلاقی، نزاکت، نحوه برخورد

در این پژوهش آنچه به‌روزی کارکنان را به پیامدهای مطلوب مرتبط می‌کند، خلق انگیزش و تعلق سازمانی تشخیص داده شدند که مجموعه این دو مقوله فرد تحت مقوله کلان خلق مالکیت روانشناختی سازمان یافته‌اند جدول (۸). در مصاحبه با فرد شماره ۱، "حس خوب باعث انگیزش در محیط کار می‌شود و فرد تلاش می‌کند تا مسائل و مشکلات را به نحو احسن انجام دهد و کم‌کم احساس تعلق به سازمان در او رشد می‌کند."

ه) راهبردها

جدول ۸) مفاهیم و کدهای نهایی مربوط به راهبردها

مفاهیم		کدهای نهایی استخراج‌شده
مقوله کلان	مقوله خرد	
ایجاد مالکیت روانشناختی	ایجاد انگیزش تعلق	نفع رساندن به همکار، انگیزه دادن به همکار، ایجاد انگیزش، تشویق، تنبیه اتحاد جسم و روح، احساس مالکیت عاطفی، ایجاد علاقه، تعلق دوجانبه، تعلق سازمانی

و) پیامدها

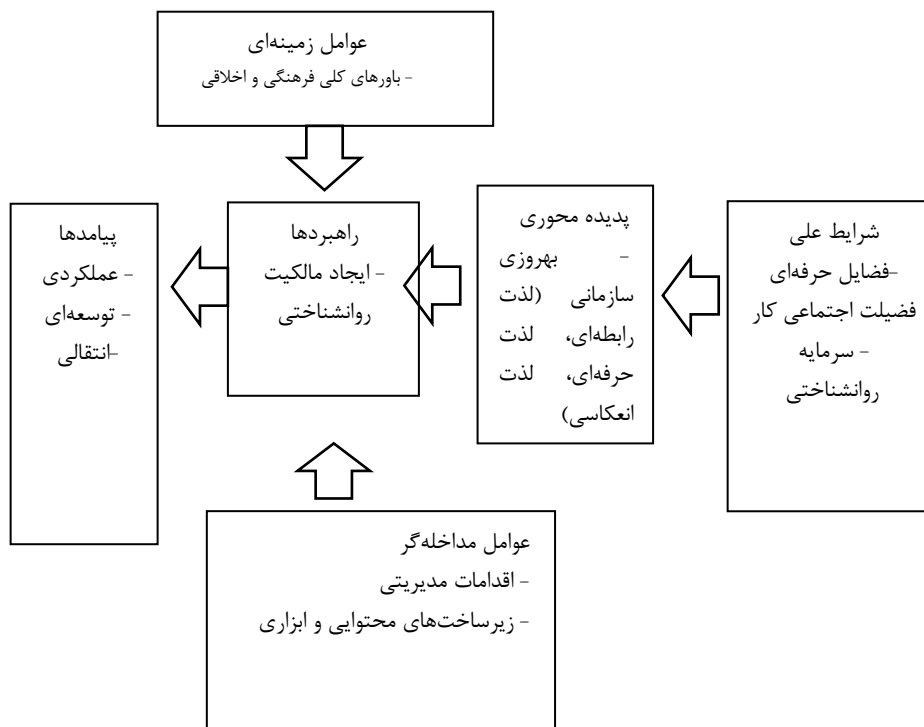
داشتن مالکیت روانشناختی از کارکنان در قبال سازمان منجر به پیامدهای مطلوبی برای فرد، سازمان و جامعه می‌شود. مفاهیم و کدهای نهایی استخراج‌شده در مقوله پیامدها در جدول (۹) آورده شده است.

جدول ۹) مفاهیم و کدهای نهایی استخراج‌شده مربوط به پیامدها

کدهای نهایی استخراج‌شده	مفاهیم	
	مقوله خرد	مقوله کلان
تسری شادی به خانواده، رابطه سازنده با خانواده، جامعه آرمان‌گرا، عمل به مسئولیت اجتماعی	انتقالی	
تعالی نظام‌مند، تحول، ارتقای کارمندان، یادگیری جمعی، به-روز شدن، رقابت‌پذیری، اثر بر خرد جمعی	توسعه‌ای	پیامدهای بهروری
تحقق مأموریت‌های عالی سازمان، پاسخگویی، حل مشکلات سازمان، کمک به سازمان، منافع سازمان	عملکردی	سازمانی

پس از کدگذاری باز و مقوله‌بندی خرد، مقوله‌های ساخته‌شده که همان عوامل می‌باشند، در محورهای شش‌گانه جای گرفتند که به این مرحله، کدگذاری محوری گفته می‌شود. در این مرحله، ابتدا مقوله / مقوله‌های محوری مشخص شدند و ارتباط سایر مقوله‌ها با مقوله‌های محوری نیز با استناد به مصاحبه‌ها و خط سیر داستان مشخص گردید. خط سیر داستان، نشان می‌دهد که کدام مقوله، هسته فرایند را تشکیل می‌دهد و بیشترین ارتباط را با سایر مقوله‌ها دارد؛ بنابراین باید به‌عنوان مقوله محوری در نظر گرفته شود. در مرحله کدگذاری انتخابی، در فرایند رفت و برگشتی چندگانه، مقوله-بندی کلان به همراه کدگذاری محوری، مقوله‌های کلان مدل مفهومی (نظریه) اولیه پژوهش شکل گرفت. برای اطمینان بیشتر مدل به‌دست‌آمده از پژوهش به چند نفر از نخبگان در حوزه مورد مطالعه برای اطمینان از تطابق آن با ادبیات و نیز مشارکت-کنندگان در پژوهش ارجاع شد و بر اساس نظرات آن‌ها نیز تعدیلاتی صورت گرفت.

در نهایت مدل نهایی پژوهش با قرار دادن مقوله‌ها در شش محور پیشنهاد شده توسط کرسول (۲۰۱۲) به صورت شکل (۱) حاصل گردید. شکل الگوی بهروزی سازمانی با توجه به نتایج مندرج در جداول ۳ تا ۹ به صورت زیر ارائه شده است (شکل ۱).



شکل ۱) الگوی بهروزی سازمانی در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
(منبع: یافته‌های پژوهش)

۵. بحث و نتیجه‌گیری

وجود حس رضایت در محیط کار "رضایت شغلی" و عواطف و روحیات مثبت، تفکرات مثبت، حس خوب بودن و احساس آرامش درونی تأثیر بسزایی بر عملکرد کارکنان دارد (زارعی متین و همکاران، ۱۳۹۲). پژوهش‌های سازمانی مثبت‌نگر یکی از

جدیدترین زمینه‌های مطالعات سازمانی در هزاره سوم محسوب می‌شوند. بر این اساس، پدیده بهروزی سازمانی به‌عنوان شالوده تفکرات مثبت‌گرایی در سیستم‌های پویای سازمانی مطرح شده است.

همان‌طور که کانون تمرکز پژوهش نشان می‌دهد، فرایند شکل‌گیری الگوی بهروزی سازمانی هدف نهایی پژوهش حاضر بوده است و شامل سه نوع لذت حرفه‌ای، رابطه‌ای و انعکاسی می‌باشد. پژوهش‌های داخلی مثل تحقیق عربان و همکاران (۱۳۹۴) و امراللهی بیوکی و همکاران (۱۳۹۲) نتایج تحقیق را تأیید می‌نمایند و با نتایج پژوهش‌های داینر و همکاران (۱۹۹۷)، بهروزی کمالجو ریف (۱۹۸۹) و حالات روانشناختی شناسایی شده هاگمن و اولدهام (۱۹۸۰) شامل حس معنی، حس مسئولیت و آگاهی از نتایج کاملاً متمایز است. برای افزایش حس خوب در محیط کار، مدیران می‌توانند این سه نوع لذت حاصله را مدنظر داشته باشند و برنامه‌هایی برای افزایش و بهبود آن‌ها از طریق توجه به شرایط علی ایجادکننده آن‌ها را داشته باشند.

در این ارتباط، بر اساس نتایج تحقیق پنج قضیه مطرح شد؛

قضیه اول: در ارتباط با عوامل علی نتایج تحقیق نشان داد که فضیلت حرفه‌ای، فضیلت اجتماعی کار و سرمایه روانشناختی، از عوامل علی شکل‌دهنده الگوی بهروزی سازمانی محسوب می‌شوند. تقویت فضیلت‌های اجتماعی با خلق پیامدهای عملکردی، می‌تواند منجر به لذت بیشتر در بعد انعکاسی شود. نهایتاً فضیلت‌های حرفه‌ای، ارزش ویژه‌ای در سازمان دارند. فضیلت اجتماعی کار، عموماً مربوط به کیفیت روابط بین مدیران با کارکنان و همکاران با یکدیگر است. سرمایه روانشناختی شامل زمینه‌های فردی و تلاش‌های عاطفی افراد برای تطابق با شرایط کاری است و می‌تواند با حس خوب برای افراد در محیط‌های کاری مرتبط باشد.

قضیه دوم: در این قضیه راهبردهایی که در راستای الگوی بهروزی سازمانی به کار گرفته می‌شوند، ارائه شد. این راهبردها منجر به ایجاد مالکیت روانشناختی می‌گردد که در سطوح مختلف سازمانی، می‌تواند به توسعه و تداوم الگوی بهروزی سازمانی منجر

شود.

قضیه سوم: شرایط مداخله‌گر در الگوی بهروزی سازمانی که در این تحقیق شناسایی شدند عبارت‌اند از اقدامات مدیریتی، زیرساخت‌های محتوایی و ابزاری. این عوامل بستری است که می‌تواند در شکل‌گیری و تداوم الگوی بهروزی سازمانی مؤثر باشند.

قضیه چهارم: باورهای کلی فرهنگی و اخلاقی عوامل زمینه‌ای است که بستری خاص در شکل‌گیری الگوی بهروزی سازمانی ایجاد می‌کند و می‌تواند در تداوم رفتارهای هر کارمند مؤثر باشد.

قضیه پنجم: الگوی بهروزی سازمانی می‌تواند پیامدهایی برای فرد و سازمان به همراه داشته باشد. پیامدهای انتقالی، عملکردی و توسعه‌ای از جمله پیامدهای مثبت و منفی الگوی بهروزی سازمانی است.

این تحقیق تلاش نمود تا جنبه‌های فردی (سرمایه روانشناختی)، فنی-انسانی (فضیلت حرفه‌ای) و رابطه‌ای (فضیلت اجتماعی) کار را با جنبه‌های عینی‌تر مطلوب ساز انسانی (لذت رابطه‌ای، لذت حرفه‌ای و لذت انعکاسی) مرتبط ساخته و از این طریق، درک متفاوتی از بهروزی در محیط کار ایجاد نماید که عینی‌تر بوده و ابزاری کاربردی‌تر در اختیار مدیران جهت سنجش و بهبود بهروزی در محیط‌های کاری قرار دهد.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش، پیشنهاد می‌گردد؛ مدیران باید با توجه و دقت در رفتار خود، اجرای سیاست‌های سازمان، روابط و رویه‌های جاری سازمان، باعث ایجاد انگیزه و امید کارکنان در انجام دادن کارها شده و میزان تاب‌آوری کارکنان را در مواجهه با مشکلات افزایش دهند. همچنین ارتقای سطح عزت‌نفس و سرسختی روان‌شناختی کارکنان از طریق مراکز مشاوره و برگزاری دوره‌های مشاوره‌ای به‌صورت هدفمند صورت گیرد تا بتوان سطح امید و نشاط را در کارکنان ارتقاء داد.

مدیران سازمان‌ها باید استراتژی‌های آموزشی را به‌منظور ارتقاء سطح مولفه‌های

درونی بهروزی روان‌شناختی کارکنان مانند ارتباط مثبت با دیگران، خودکارآمدی، تسلط بر محیط و هدفمندی در زندگی را سرلوحه برنامه‌ریزی نیروی انسانی خود قرار داده و سعی بر تقویت روحیه خوش‌بینی و افزایش بهروزی سازمانی کارکنان داشته باشند. همین امر موجب ایجاد و تقویت حس اعتماد بین اعضای سازمان شده و افراد با حسن نیت و احترام با یکدیگر برخورد خواهند داشت. سازمان باید فضایی را فراهم نماید تا کارکنان بتوانند اقدامات خیرخواهانه‌ای را پیرامون خود و سایر نهادهای اجتماعی اجرا و پیاده‌سازی نمایند.

منابع

۱. امراللهی بیوکی، ناهید؛ دانایی فرد، حسن؛ فانی، علی اصغر و رضائیان، علی (۱۳۹۲). طراحی الگوی بهروزی سازمانی، تبیین نقش محوری سرمایه روانشناختی مثبت در سازمان‌های دولتی ایران. دانشگاه تربیت مدرس.
۲. دانایی فرد، حسن و امامی، سید مجتبی (۱۳۸۶). استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه پردازی داده بنیاد. اندیشه مدیریت، دوره ۱، شماره ۲، ص ۹۷-۶۹.
۳. دانایی فرد، حسن؛ امراللهی بیوکی، ناهید؛ فانی، علی اصغر و رضائیان، علی (۱۳۹۲). کنکاشی پیرامون پیشایندهای مؤثر بر فرایند شکل‌گیری پدیده بهروزی سازمانی (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی). مجله پژوهش‌های مدیریت عمومی، دوره ۶، شماره ۱۹، ص ۲۴-۵.
۴. رحمان سرشت، حسین (۱۳۸۶). تئوری‌های سازمان و مدیریت از تجددگرایی تا پساتجددگرایی. تهران: نشر دوران.
۵. رنگریز، حسن؛ حسن‌پور، اکبر؛ جعفری‌نیا، سعید و صبوری‌نیا، میرزاعلی (۱۳۹۹). طراحی الگوی بهروزی سازمانی در شرکت ملی گاز ایران. فصلنامه مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت. دوره ۱۲، شماره ۴۶، ص ۳۷-۵۶.
۶. زارعی متین، حسن؛ طاهری، فاطمه؛ دانایی فرد، حسن و اخوان‌علوی، حسین (۱۳۹۲). کاوش فرایند بهروزی ذهنی در کارکنان سازمان‌های دولتی استان قم با استفاده از نظریه داده بنیاد. مجله مدیریت در دانشگاه اسلامی، دوره ۲، شماره ۲، ص ۲۱۱-۲۴۴.
۷. ساجدی، سمانه و اسماعیلی شاد، بهرنگ (۱۳۹۸). شناسایی مؤلفه‌های مؤثر در استقرار نظام بهروزی سازمانی. فصلنامه مدیریت کسب‌وکار، شماره ۴۴، ص ۱-۲۳.
۸. سرباز حسینی، علی‌اکبر؛ زین‌آبادی، حسن‌رضا؛ عبداللهی، بیژ و عباسیان، حسین (۱۳۹۷). تبیین عوامل بهروزی سازمانی در دانشگاه. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت انتظامی، دوره ۱۳، شماره ۲، ص ۳۰۷-۳۳۲.

۹. شارع‌پور، محمود (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی آموزش و پرورش. تهران: انتشارات سمت.
۱۰. صفری، سعید؛ پولاد‌درگ، عبدالمجید و کاظمی برزی، محمد (۱۳۹۱). تبیین عوامل مؤثر بر ارتقای وجدان کاری با استفاده از مدل فرایند تحلیل سلسله مراتبی. مجله دانشور رفتار و مدیریت پیشرفته، دوره ۱۸، شماره ۵۰، ص ۲۸۷-۳۱۴.
۱۱. عربان، شجاع؛ ارشادی، نسرین؛ نیسی، عبدالکاسم و بشیلده، کیومرث (۱۳۹۴). طراحی و آزمودن الگویی از برخی متغیرهای فردی، شغلی و سازمانی به‌عنوان پیشایندهای بهزیستی سازمانی در کارکنان شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب. دستاوردهای روان‌شناختی دانشگاه شهید چمران اهواز. دوره ۲۲، شماره ۲، ص-۱۱۷-۱۳۶.
۱۲. عسگری، محسن (۱۳۸۵). پذیرش اجتماعی: شاخصی فراگیر در مسائل ترافیکی و حمل‌ونقل. هفتمین همایش مهندسی حمل‌ونقل و ترافیک ایران.
۱۳. فیاضی، مرجان؛ سیماز اصل، نسترن و کاوه، منیژه (۱۳۸۹). استفاده از روانشناسی مثبت‌گرا در مدیریت و رهبری سازمانی (جنبشی رو به گسترش). همایش ملی چالش‌های مدیریت و رهبری در سازمان‌های ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان.
۱۴. محمدپور، احمد (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش ۲، منطق و طرح در روش-شناسی کیفی. انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ دوم، تهران.
۱۵. مشبکی اصفهانی، اصغر و رضایی، زینب (۱۳۹۳). بررسی تأثیر فضیلت سازمانی و تعلق‌خاطر کاری بر تعهد سازمانی. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، دوره ۲۱، شماره ۷۳، ص ۱-۲۳.
۱۶. مولوی، حسین؛ ترکان، هاجر؛ سلطانی، ایرج و پالاهنگ، حسن (۱۳۸۹). هنجاریابی و سنجش روایی و پایایی پرسشنامه بهزیستی ذهنی. مجله روانپزشکی و روانشناسی بالینی. دوره ۱۶، شماره ۳، ص ۲۳۱-۲۳۸.

۱۷. هاشمی، سید اسماعیل؛ خواجه پور، نسیم و شلییده، کیومرث (۱۳۹۸). طراحی الگویی از پیشایندها و پیامدهای زاینده‌گی در کار برای کارکنان شرکت ملی حفاری ایران. فصلنامه مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، دوره ۱۰، شماره ۴۰، ص ۱۴۶-۱۲۱.

18. Atkinson, S., & Joyce, K. E. (2011). The place and practices of well-being in local governance. *Environment and Planning C. Government and Policy*, 29(1): 133-148.
19. Bakker, A. B., & Leiter, M. P. (2010). *Work engagement: a handbook of essential theory and research*. (Eds). New work: psychology press.
20. Bakker, A. B., Schaufeli, & Wilmar, B. (2008). Positive organizational behavior: engaged employees in flourishing organization. *Journal of Organization Behavior*, 29: 147-154.
21. Belfield, R., & Marsden, D. (2002). Matchmaking: the influence of monitoring environments on the effectiveness of performance pay systems. LSE Research Online Documents on Economics 3636, London School of Economics and Political Science, LSE Library.
22. Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. 4th Edition. Boston: Pearson Publication.
23. Denzin, N.K., & Giardina, M.D. (2009). *Qualitative inquiry and social justice*, Walnut Creek, CA: Left coast press.
24. Diener, E., Suh, E., & Oishi, S. (1997). Recent findings on subjective well-being. *Indian Journal of Clinical Psychology*, 24(1):25-41.

25. Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of management review*, 14(4):532-550.
26. Grawitch, M. J., Gottschalk, M., & Munz, D. C. (2006). The path to a healthy workplace: a critical review linking healthy workplace practicing, employee well-being and organizational improvements. *Consulting psychology Journal*. 58(3): 129.
27. Hackman, J.R., & Oldham, G. R. (1980). Work design. *Group and organization studies*, 7(1), 121-124.
28. James, L. A., & James, L. R. (1989). Integrating work environment perceptions: Explorations into the measurement of meaning. *Journal of Applied Psychology*. 74(5): 739.
29. Keyes, C. L. M. (1998). Social well-being. *Social psychology quarterly*. 121-140
30. Meyers, M.C., Adams, B.G., Sekaja, L., Buzea, C., Cazan, A. M., Gotea, M., S tefenal, D., & Woerkom, M. (2019). Perceived organizational support for the use of employee's strengths and employee well-being: a cross-country comparision. *Journal of Happiness studies*, 20: 1825-1841.
31. Oades, L.G., & Dulagil, A. (2017). Workplace and organizational wellbeing. In oades, Lindsay G Steger, Mieheal, F., Dellefave, Antonella., Passmore, Janathan. *The Wiley Blackwell handbook of the psychology of positivity and strength based approaches at work*. Jon Wiley and Sons, Ltd. ISBN9781118977644.

32. Pierce, J. L., Gardner, D.G., & Courtney, C. (2015). Organization-based self-esteem and well-being: empirical examination of a spillover effect: *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 25(2): 1-19.
33. Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of personality and social psychology*, 57(6), 1069-1081.
34. Seligman, M. E. (2002). *Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. New York, NY, US: Free Press
35. Strauss, Anselm L., & Corbin, Juliet (1990), *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, Sage.
36. Turban, D. B. & Yan, W. (2016). Relationship of eudemonia and hedonic with work outcomes. *Journal of managerial Psychology*, 31(6): 1006-1020.
37. Wallace, A., & Shapiro, S. (2006). Mental balance and well-being. *Journal of American Psychologist*, 61: 690-701.

