

پژوهش نامه مدیریت تحول، سال نهم، شماره ۱۷، بهار و تابستان ۱۳۹۶

## بررسی نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی در رابطه منبع کنترل و هویت سازمانی کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد

حمید عرفانیان خانزاده\*

استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

مسعود طاهری لاری

استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

مسعود حکیمی

کارشناسی ارشد گروه مدیریت دولتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

DOI: 10.22067/pmt.v9i1.52772

### چکیده

در سال‌های اخیر در حوزه مدیریت سازمان‌ها، توانایی ایجاد هویت سازمانی و حس تعلق به سازمان توسط مدیریت را نقطه اهرمی توفیق سازمان می‌دانند و مهم‌تر از آن، نحوه شکل‌گیری آن در سازمان و همچنین چگونگی پذیرش آن از سوی کارکنان است. صاحب‌نظران سهم جامعه‌پذیری با کیفیت را در این مهم قابل‌اعتنا می‌دانند. درحالی‌که بیشتر تحقیقات قبلی به محرک‌های مالی مؤثر بر هویت سازمانی پرداخته‌اند، این پژوهش با هدف بررسی نقش جامعه‌پذیری سازمانی در رابطه منبع کنترل و هویت سازمانی پرداخته است و ۶۳۷ نفر از کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد با روش تصادفی طبقه‌ای با تخصیص متناسب انتخاب گردید. جهت جمع‌آوری داده‌های پژوهش از پرسشنامه‌های استاندارد هویت سازمانی ادوارد و پکی (۲۰۰۷)، منبع کنترل راتر (۱۹۹۶) و جامعه‌پذیری تائورمینا (۲۰۰۴) استفاده شده است. روایی پرسشنامه‌ها از روایی سازه و محتوا، همچنین پایایی از آلفای کرونباخ تأیید گردیده است. همچنین جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش براساس روش مدل‌سازی معادلات ساختاری توسط نرم‌افزار PLS3 استفاده شده است. نتایج پژوهش بیان‌گر این است که، جامعه‌پذیری سازمانی رابطه منبع کنترل درونی و هویت سازمانی را میانجی‌گری می‌کند؛ درحالی‌که جامعه‌پذیری سازمانی نتوانست رابطه منبع کنترل بیرونی و هویت سازمانی را میانجی‌گری کند که نشان از اهمیت برنامه‌پذیری در احساس هویت سازمانی است.

**کلیدواژه‌ها:** هویت سازمانی، جامعه‌پذیری سازمانی، منبع کنترل درونی، منبع کنترل بیرونی

hamiderfanian@mshdiau.ac.ir

\* نویسنده مسئول:

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۴/۱۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۱۴

## مقدمه

سازمان‌ها به شدت در جستجوی اعضای هستند که نه تنها معتقدند سازمان آن‌ها مکانی خوب برای کار کردن است، وفاداری خود را نسبت به آن نشان می‌دهند و نیت ترک آن را ندارند، بلکه اعضای را جستجو می‌کنند که از این حد فراتر می‌روند، هویت سازمانی را دقیقاً با هویت خود درمی‌آمیزند و سرنوشت خود را تا حدود زیادی با سرنوشت سازمان گره می‌زنند. همچنان که سازمان‌ها بزرگ‌تر، پیچیده‌تر و مرزبندی‌ها کمتر و محوتر می‌شوند، هویت سازمانی وسیله‌ای برای فراهم کردن انسجام، یک عنصر کلیدی و مهم موفقیت سازمانی و یک وجه اساسی زندگی سازمانی و یک بعد مهم رابطه کارکنان با سازمان به شمار می‌آید و اخیراً علاقه به آن در سازمان‌ها به صورت قابل ملاحظه‌ای رشد کرده است (Khorshid, 2009, p. 126).

در این بین، دانشگاه‌ها نیز به عنوان نهادی که انتظار می‌رود کانون عالی‌ترین پیشرفت در همه زمینه‌های علمی باشند و در راه اعتلای علم و دانش در جامعه گام‌های اساسی بردارند، از این شرایط محیطی جدا نیستند (Mogholi, 2002, p. 120). به اعتقاد لیک دانشگاه، برای پاسخ به اقتضانات محیط و تضمین بقا و اثربخشی خود، در شرایط متحول امروزی، باید خود را به طور مستمر و به نحوی اثربخش بازآفرینی کند (Lick, 2002, p.1).

هویت سازمانی، همان عقاید اعضا درباره صفت مشخصه، اصلی و پایدار سازمان است و به عنوان یک تصویر ذهنی قوی به تشخیص دادن اعضا با سازمانشان کمک می‌کند. تاریخچه سازمان، زبان و ارزش و اهداف، صفت مشخصه و اصلی و ویژگی‌های با ثبات سازمان‌اند که مشمول هویت سازمانی شده‌اند. فرآیند جامعه‌پذیری سازمانی می‌تواند افراد را به درک و فهم این ویژگی‌های سازمانی که زیر بنای هویت سازمانی‌اند، ارتقاء دهد (Navvabi, 2011, pp. 3-4).

عدم تعلق کارکنان برای سازمان‌ها بسیار مهلک بوده و باعث کاهش بهره‌وری، نارضایتی و غیبت آن‌ها می‌شود. بنا به نقش دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در تحقق چشم‌انداز و اهداف بلند هر کشوری به عنوان یکی از شاخص‌های عمده توسعه، پیشرفت و تمایز جوامع مختلف از یکدیگر، واضح و روشن است. بی‌تعلقی‌ها، هماهنگ نبودن‌ها و در یک جمله وصله ناجور سازمان بودن‌های کارکنان می‌تواند سازمانی را بدون اینکه متوجه باشد به مقصود نرساند. هویت سازمانی منافع مطلوبی برای فرد و سازمان دارد. از جمله احساس قوی‌تر پیوستگی و تعلق، تعهد سازمانی بالا و مشارکت سازمانی و افزایش رفتار شهروندی سازمانی است. کارکنانی که اهداف و ارزش‌های سازمان را جزء ارزش‌ها و اهداف و خود می‌دانند و احساس یکی بودن با سازمان داشته باشند و به دقت مسائل و مشکلات مراجعان را مرتفع سازند

بیش از سایرین بر کار خود تمرکز پیدا کرده و در آن غرق می‌شوند. با توجه به اهمیت درک هویت سازمانی از سوی کارکنان در راستای نیل به اهداف سازمانی، لازم است مشخص شود که تفکرات شخصی و نوع برداشت فردی (منبع کنترل) تا چه میزان در درک هویت سازمانی مؤثر بوده و از طرفی باید وضوح میزان آن چه سازمان برای فرد مهیا می‌کند تا به پذیرش، هم‌جهتی و درنهایت درک او از سازمانش منجر شود (جامعه‌پذیری)، مورد مطالعه قرار گیرد؛ بنابراین هدف این پژوهش بررسی نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی در رابطه دو متغیر منبع کنترل (درونی و بیرونی) و هویت سازمانی است. یافته‌های این تحقیق علاوه بر دانش‌افزایی به متون هویت سازمانی، جامعه‌پذیری سازمانی و منبع کنترل، برای مدیران استنباط‌های مهمی جهت توسعه و نشر هویت سازمانی در عمق عقاید و باورهای کارکنان به وجود می‌آورد.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

برای رسیدن به هم‌هویت شدن با سازمان و استفاده از بازوی پرتوان جامعه‌پذیری سازمانی مسلماً به افرادی نیاز است که به گفته راتوس بر رفتار خود بیشتر مسلط هستند و به پیشرفت، خودشکوفایی و نیل به هدف‌های خود نیاز شدیدی نشان می‌دهند. برعکس کسی که منبع کنترل بیرونی دارد ترجیح می‌دهد زیر نظر مدیران مقرراتی و مقتدر کار کند زیرا این اشخاص به راحتی تحت تأثیر دیگران قرار می‌گیرند (Safarimoghadam, 2008, p. 95).

**هویت سازمانی:** از لحاظ مفهومی هویت سازمانی ریشه در هویت اجتماعی دارد. به استثناء تئوری هویت اجتماعی، افراد خود را بر اساس طیفی از عوامل مانند سن، طبقه اجتماعی، جنسیت و فرهنگ در گروه‌های مختلف اجتماعی طبقه‌بندی می‌کنند. زمانی که یک فرد خود را با یک سازمان شناسایی می‌کند، حس پیوندی ایجاد می‌شود که براساس آن به طور مجازی و لفظی، شروع به تعریف خود برحسب سازمانشان می‌کند (Mael & Ashforth, 1992, p. 105).

مفهوم‌سازی اصلی هویت سازمانی از سوی آلبرت و وتن (۱۹۸۵) ارائه شده است، آن‌ها هویت سازمانی را در برگیرنده آن دسته از ابعاد سازمان می‌دانند که معیارهای، خصوصیت محوری، متمایز بودن و تداوم موقت را برآورده می‌کنند. در سطح یک سازمان اگر هویت سازمانی با سه بعد فوق به در میان کارکنان حضور و بروز داشته و به اشتراک گذاشته شود باعث افزایش اثربخشی، بهبود عملکرد سازمانی و چارچوبی برای تصمیم‌گیری شده و می‌تواند ارزش سازمان را افزایش دهد. (Witting 2006, pp. 2-3).

هویت سازمانی را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: تعلق و یا ادراک یگانگی با یک سازمان که در آن فرد خودش را از منظر سازمانش تعریف می‌کند (Mael & Ashforth, 1992, p. 104).

مطالعات انجام شده در زمینه هویت سازمانی به سه مفهوم کلیدی در آن اشاره کرده‌اند. اولین مفهوم احساس عضویت است که یک حس تعلق و احساس دلبستگی و کشش عاطفی را شامل می‌شود و همچنین به ضمیر، نهاد و خویشتن فرد مثلاً غرور از اینکه عضو سازمان است اشاره می‌کند. دومین مفهوم، وفاداری است که به معنی حمایت و دفاع فرد از سازمان و اهداف سازمانی است. سومین مفهوم استنباط ویژگی‌های مشترک داشتن یا احساس همگونی و مشابهت است: هویت سازمانی حدی است که اعضای سازمان خود را با کل سازمان نه با گروه خاص و یا با رشته حرفه‌ای و تخصصی خود، یکی دانسته و دوست دارند که با آن مورد شناسایی قرار گیرند. مواردی مانند میزان تعهد، میزان وفاداری به سازمان و مدیران سازمان، احساس غرور و افتخار از عضویت در سازمان و دفاع از ارزش‌های سازمان در داخل و خارج از سازمان از عوامل شناسایی این هویت است (Fani & Hoseinnezhad, 2002, pp. 38-39).

هویت سازمانی به‌عنوان پایه‌ای برای شناسایی شدن و معرفی کارکنان با سازمان است. در سطحی اساسی هویت سازمانی پاسخی است که مدیر به این سؤال می‌دهد: به عنوان یک سازمان ما چه کسانی هستیم؟ (Witting, 2006, p. 1)

محققانی چون آلبرت و وتن، ۱۹۸۵؛ مائل و آشفورث، ۱۹۸۹؛ داتون و دوکریچ، ۱۹۹۱؛ داتون و دیگران ۱۹۹۴، اشاره می‌کنند که هویت سازمانی نه تنها در توصیف اعضای سازمان از خودشان، مؤثر است، بلکه در تفسیر آن‌ها از موضوعات و قوانین و پاسخ به مسائل و ادراک آن‌ها از بازده کاری نیز تأثیر می‌گذارد. به علاوه این محققان پیشنهاد می‌کنند که اعضای سازمانی به‌تنهایی به ساختاردهی یکپارچه هویت‌های سازمانی نمی‌پردازند و افراد بیرون سازمان نیز در ایجاد این هویت سازمانی دخیل‌اند. به زعم آلبرت و وتن (۱۹۸۵) هویت‌های چندگانه در میان اعضایی که ابعاد متضادی از هویت - که به طور هنجاری انتظار نمی‌رود که باهم جمع شوند - را یکپارچه می‌کنند، می‌تواند به وجود آید؛ که این ابعاد به طور جداگانه توسط قسمت‌های مختلف سازمان نگهداری می‌شوند و یک هویت را ایجاد می‌کنند و یا در سراسر سازمان پخش شود و یک هویت اصیل تولید نماید (Biddle & Rao, 1997, p. 594).

میزان درجه‌ای که افراد مایلند با سازمانشان مورد شناسایی قرار گیرند متغیر است. درجه‌ای که هویت سازمانی ادراک شده را تحت تأثیر قرار می‌دهد همانا سطح جذابیت از تصویر سازمانی برای فرد تشکیل می‌دهد، که نیاز به یک ارزیابی ذهنی دارد. هویت سازمانی ادراک شده جذاب باعث تقویت هویت سازمانی عضو است (Dutton et al., 1994, p. 244).

منبع کنترل: یکی از سؤالات اساسی که همواره ذهن بشر را به خود مشغول کرده، این است که آدمی چقدر بر زندگی و سرنوشت خود تسلط دارد و چقدر نیروهای خارج از وجودش در تعیین سرنوشت او دخیل هستند و کنترل زندگی او را در اختیار می‌گیرند؟ افراد طبعاً علاقه‌مند هستند بدانند آیا یک سرنوشت محتوم و مقطوعی که تخلف از آن امکان‌پذیر نیست مسیر زندگانی آن‌ها را تعیین می‌کند و او از خود در این راهی که می‌رود اختیاری ندارد و مانند پرکاهی است در کف تندبادی یا چنین سرنوشتی در کار نیست و او می‌تواند مسیر زندگانی خود را تعیین کند؟ (Motahari, 1982, p. 7).

منبع کنترل به عنوان یک مفهوم روان‌شناختی اساساً به این معناست که مردم عقیده دارند، کنترل رویدادها در زندگی آنان یا درونی است یا بیرونی؛ یعنی اینکه این خود افراد و یا رویدادهای دیگرند که بر اوضاع و احوال زندگی آنان تأثیر می‌گذارند و آن‌ها را کنترل می‌کنند. مفهوم منبع کنترل به عنوان یک ویژگی شخصیتی به شکل‌های مختلف در سراسر تاریخ بشر عنوان شده است. در مکاتب مختلف، خصوصاً مکاتب الهی همواره به این بحث دامن زده شده است. البته برخی مکاتب، افراد را مجبور مطلق و برخی آزاد مطلق، برخی دیگر امر بین‌الامرین را مطرح کرده‌اند که این دیدگاه آخری همان دیدگاه اسلام است که انسان را نه مجبور مطلق و نه مختار مطلق قلمداد می‌کند (Safarimoghadam, 2008, p. 26).

مفهومی از منبع کنترل (درونی و بیرونی) را جولیان راتر بر پایه نظریه یادگیری اجتماعی ارائه داد که در حال حاضر یکی از بیشترین مطالعات را در روان‌شناسی و دیگر علوم اجتماعی به خود اختصاص داده است. منبع کنترل به‌طور معمول در پیوستاری از منبع کنترل درونی تا منبع کنترل بیرونی اندازه‌گیری می‌شود. تا حدی که یک شخص دارای منبع کنترل بیرونی است تمایل به درک تقویت از شرایط تأثیرگذاری افراد دیگر، شانس و شرایط خارج از کنترل شخصی می‌باشد. از طرفی تا حدی که منبع کنترل یک فرد داخلی است او مدعی کنترل بر شرایط زندگی خود و نتایج حاصل از آن است و حتی فرد می‌تواند برخی از اتفاقات را رقم بزند و یا تغییر دهد (Siri; Nilay & Haydar, 2007, p. 52).

طبق دیدگاه سلیگمن با توجه به سبک اسنادی فرد و متغیر منبع کنترل می‌توان موفقیت یا عدم موفقیت افراد در مواجهه با یک شغل فشارزا و پرمخاطره را پیش‌بینی کرد و سالانه میلیون‌ها دلار برای مؤسسات اداری و صنعتی از این رهگذر صرفه‌جویی نمود (Safarimoghadam, 2008, p. 12).

منبع کنترل درونی - بیرونی: منبع کنترل، به عنوان یک مفهوم، توسط جولیان راتر در سال (۱۹۵۴) توسعه داده شد و از آن زمان این موضوع از مطالعات مربوط به شخصیت می‌باشد. منبع کنترل یک باور

و جهت‌گیری در مورد این است که آیا نتایج اعمال ما مشروط به کاری است که می‌کنیم و یا مربوط به حوادث خارج از کنترل شخصی ماست (Wen lee, 2013, p. 1047).

در نظریه راتر (۱۹۶۶) چنین فرض شده است که افراد از لحاظ اعتقاد به منابع کنترل به دو دسته زیر تقسیم می‌شوند:

الف - گروهی که موفقیت‌ها و شکست‌های خود را به شخص خود (کوشش یا توانایی شخصی) نسبت می‌دهند، افراد دارای منبع درونی کنترل نامیده شده‌اند.

ب - گروهی که موفقیت‌ها و شکست‌های خود را به عوامل محیطی بیرون از خود نسبت می‌دهند، مانند (بخت، اقبال یا سطح دشواری تکلیف) افراد دارای منبع کنترل بیرونی هستند.

طبق فرضیات راتر، افرادی که دارای کانون کنترل درونی هستند، این سبک منبع کنترل آن‌ها نتیجه‌ای از ادراک مثبت و یا منفی از رویدادهایی است که تحت کنترل فردی است. افرادی که در این بعد قرار می‌گیرند معتقد به خودمختاری بوده و خود را حاکم بر سرنوشت خود دانسته و کنترل‌زدگی را از درون خود می‌پندارند. راتر این افراد را معتقد به مهارت یا درونی فرض می‌کند. این افراد چون معتقدند که رویدادهای زندگی در نتیجه نقشه‌ریزی دقیق و کوشش بیشتر خود آن‌ها به دست می‌آید. برای اعمال و رفتار و پیامدهای ناشی از آن قبول مسئولیت می‌کنند (Seif, 1989, p. 365).

در بعد دیگر افرادی قرار می‌گیرند که دارای منبع کنترل بیرونی هستند. این افراد دارای ادراک مثبت یا منفی از حوادث و رویدادها می‌باشند، که ارتباطی با رفتار خود آن‌ها ندارد و ورای کنترل فردی است. به طور روشن‌تر وقوع تقویت یا تحقق امور مشروط به انجام عملی از طرف فرد نیست. بلکه رویدادها را در رابطه با شانس و تصادف، موقعیت و نیروهای پیچیده خارجی که او را احاطه کرده‌اند می‌پندارند. راتر این افراد را معتقد به شانس و یا بیرونی فرض می‌کند این افراد برای اعمال و پیامدهای ناشی از آن قبول مسئولیت نمی‌کنند (Wallston, 1995, p. 151).

**جامعه‌پذیری سازمانی:** فرآیند جامعه‌پذیری سازمانی نه تنها آموختن چگونگی انجام کار در سازمان را می‌آموزاند بلکه مناسب‌ترین راه را برای شرایط و رفتارهای خاص کاری، همگام با سازمان در دسترس کارکنان قرار می‌دهد؛ بنابراین اندازه‌گیری‌های درجه جامعه‌پذیری هر سازمانی باید بر مبنای ویژگی‌های مختلف و خاص همان سازمان در نظر گرفته شود. به این ترتیب می‌توان گفت جامعه‌پذیری سازمانی فرایندی طولانی‌مدت بوده و نه تنها تازه‌واردان به یک سازمان را مشمول آموزه‌های خود می‌کند بلکه با

تعویض نقش کارکنان یا ارتقاء اهداف سازمان در طول اشتغال فرد نیاز به جامعه‌پذیری سازمانی و اندازه‌گیری آن احساس می‌گردد (Taormina, 2004, p. 77).

در برخی از دیدگاه‌ها، آموزش توجیهی کارکنان با فرآیند جامعه‌پذیری، تنها به منظور انطباق دادن کارکنان تازه وارد با شغل و محیط کار، یکسان تلقی می‌شود، اما به این نکته باید توجه داشت که افراد و مشاغل به مرور زمان تغییر می‌کنند، کارکنان به سمت‌های جدید ارتقا و یا به واحد و یا سازمان دیگری انتقال می‌یابند؛ بنابراین در هر تغییر و تحولی، کارکنان با مساله تطبیق با شغل و محیط کار و وظایف جدید رو به رو هستند. جامعه‌پذیری باعث پدید آوردن نگرش‌ها، ارزش‌ها و شایستگی‌های تازه‌ای که موجب پدید آمدن انگاره ذهنی شخصی و رفتارهای تازه‌ای می‌شود که برای ایفای نقش‌های تازه فرد، سودمند هستند (Shaemi & Asghari, 2010, p. 111).

جامعه‌پذیری سازمانی به معنای یادگیری و خو گرفتن به ارزش‌ها و رفتارهای درون‌سازمانی است. فرایند جامعه‌پذیری زمانی رخ می‌دهد که کارمندی از مرزهای سازمان چه داخلی و چه خارجی عبور می‌کند. و شامل تغییر مهارت‌های نوین، دانش، توانایی‌ها، نگرش‌ها، ارزش روابط و درک صحیح و چارچوب‌های کاری می‌باشد. جامعه‌پذیری سازمانی فرایندی است که از طریق آن فرد به دانش و مهارت‌های اجتماعی دست یافته و ویژگی‌های فرهنگ را می‌آموزد (Fathi et al., 2013, p. 221).

در یک جمع‌بندی می‌توان گفت جامعه‌پذیری سازمانی فرایندی است که طی آن فرد، ارزش‌ها، هنجارها، الگوهای رفتاری و مقررات سازمان را برای ایفای نقش در سازمان فرا می‌گیرد و با پذیرش هنجارها و معیارهای سازمان با آن همسو می‌شود. آموزش توجیهی کارکنان و اجتماعی شدن آنان موجب کاهش ابهام برای آن‌ها می‌شود و کارکنان به خاطر آگاهی از انتظاری که سازمان از آنان دارد، احساس امنیت بیشتری می‌کنند. همچنین جامعه‌پذیری، تعارض‌ها، نیاز به سرپرستی مستقیم و مراقبت‌های مدیریتی را کاهش می‌دهد. (Shaemi & Asghari, 2010, p. 111).

### ارتباط میان متغیرهای تحقیق

ون لب (۲۰۱۳) و بوتجن و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که اگر افراد باور به کنترل سرنوشت خود باشند بهتر خود را با شرایط سازمان تطبیق می‌دهند و برنامه‌های جامعه‌پذیری سازمان را با استقبال دنبال و به آن تن می‌دهند. در واقع وجود رابطه بین منبع کنترل درونی و جامعه‌پذیری تأیید شده که نشان می‌دهد، کارکنانی که دارای منبع کنترل درونی هستند، یعنی موفقیت‌ها و شکست‌ها را حاصل عملکرد خود دانسته و همچنین به توانایی‌ها و قابلیت‌های خود اعتماد دارند، جامعه‌پذیرتر

هستند. به عبارتی آن‌ها که دارای منبع کنترل درونی هستند ارتباط بهتری با درک از آموزش‌های سازمانی، تفاهم با همکاران، درک از برخورداری بالاتر از حمایت همکاران و چشم‌انداز آینده سازمانی خود دارند، پر واضح است که کارکنانی که با آداب سازمان خو گرفته و فرهنگ سازمان را به صورت درونی پذیرفته درک والاتری از هویت سازمانی داشته و تطابق بیشتری بین اهداف و ارزش‌های خود و سازمان دارند.

بر طبق دیدگاه رابینز و بنت (۱۹۹۵) در این حالت تعارض میان فرد و سازمان کاهش پیدا نموده و فرد سازمان را متعلق به خود می‌داند. همچنین ووتن و همکاران (۱۹۸۵) در تحقیقات گسترده خود به این نکته اشاره نمودند که در سازمان‌ها و جوامعی که اعتقاد به تقدیر محتوم دارند یعنی افراد باور دارند که تغییرات محیطی و زندگی از کنترل آن‌ها خارج است معمولاً رضایت ناچیزی از برنامه‌های سازمانی دارند و معمولاً این نارضایتی منجر به جدایی روانی فرد از سازمان می‌شود. به عبارتی این افراد برنامه‌ای مثل جامعه‌پذیری را نادیده می‌گیرند و آن را به عنوان یک برنامه روتین تلقی می‌کنند و چون تفاوت در باورها و ارزش‌های خود و ارزش‌های سازمان را می‌بینند تعلقشان به سازمان کاهش می‌یابد و هیچ تلاشی برای تطبیق خود با آن نمی‌کنند.

از طرفی ساکس و گرومن (۲۰۱۴) در پژوهشی با هدف بهبود تعهد و عملکرد سازمان اقدام به شناسایی متغیرهای مهم و کلیدی مؤثر بر تعهد و عملکرد نمودند و نتایج آن‌ها نشان داد که ساخت سازمانی مؤثرتر از طریق جامعه‌پذیری سازمانی اتفاق می‌افتد و با توجه به پشتوانه تحقیقات نشان دادند جامعه‌پذیری سازمانی می‌تواند با متأثر کردن سرمایه‌های انسانی و اجتماعی، انگیزه و سرمایه‌های روانی، نتایج عملکردهای مالی و عملیاتی سازمان را بهبود بخشیده و باعث رضایت شغلی و تعهد سازمانی شود. تعهد خود را در قالب احساس تعلق سازمانی و عملکرد بهتر نشان می‌دهد.

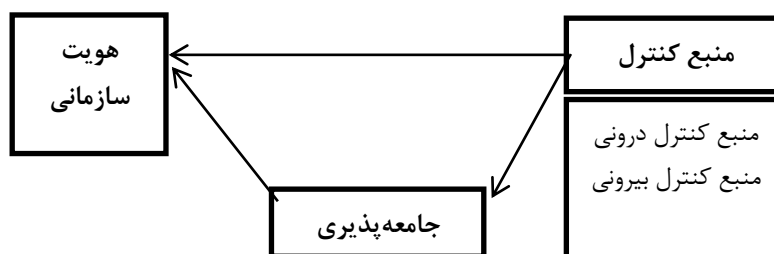
همچنین ون لی (۲۰۰۸) نشان داد که کارکنانی که دارای منبع کنترل درونی هستند یعنی به مهارت‌های خود ایمان دارند و با طرح و نقشه‌ریزی‌های دقیق خود را با قواعد، اصول، ارزش‌ها و مقررات و هنجارهای سازمان تطبیق داده یا ارزش‌ها و اصول سازمانی را با باورهای خود تطبیق می‌دهند. یعنی حتی می‌توانند تحول در سازمان و ارزش‌های آن ایجاد نمایند. وون لی علت را در سخت‌کوشی افراد می‌داند که قادرند هویت خود را با هویت سازمان خود درهم آمیزند. این افراد درک از خودشان را از طریق تعلق یا ارتباطشان با سازمان خود توسعه می‌دهند (Carmeli; Gilat & Waldman, 2007, p. 974).



در مقابل بوتجن و همکاران (۲۰۱۲) به این مهم رسیدند کارکنانی که دارای منبع کنترل بیرونی هستند، موفقیت‌ها و شکست‌ها را حاصل عملکرد خود ندانسته و شانس و یا دیگران (افراد قدرتمند) را در بروز آن‌ها دخیل می‌دانند، از جامعه‌پذیری سازمانی فاصله زیادی دارند، در نتیجه به تسلط بر زندگی خود اعتقادی ندارند قادر به ارتباط‌گیری مناسب با هویت سازمان خود نبوده و احساس تعلق کمتری با سازمان خود دارند. می‌توان براساس تئوری ارزشیابی شناختی استدلال کرد، افرادی که دارای منبع کنترل بیرونی هستند به‌منظور موفقیت در انجام وظایف نیازمند دریافت مشوق‌ها، پاداش، بازخورد، تنبیه و حمایت‌های سازمانی هستند، زیرا آن‌ها معتقدند که کنترل کمی بر موفقیت و شکست خود دارند. همچنین ژو و سو و جه (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی میان ۵۰۰ کارمند از ۷ شرکت دولتی از شهرستان‌های بزرگ جنوب چین به این نتیجه رسیدند که هویت سازمانی رابطه جامعه‌پذیری و رفتار شهروندی را میانجی‌گری کرده و بین کلیه متغیرهای پژوهش رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

### مدل مفهومی تحقیق

لذا بر اساس مبانی نظری حامی ارتباط میان متغیرها تحقیق با ارائه مدل مفهومی زیر جهت سنجش روابط میان متغیرها در دانشگاه فردوسی مشهد صورت پذیرفته است. در مدل پژوهش برگرفته از تحقیق (Wen Lee, 2013) متغیر مستقل منبع کنترل از پژوهش راتر (۱۹۶۶) اخذ شده است که دارای دو بعد منبع کنترل درونی و منبع کنترل بیرونی است. متغیر میانجی جامعه‌پذیری سازمانی از پژوهش تائورمینا (۲۰۰۴) و همچنین متغیر وابسته هویت سازمانی از تحقیقات ادواردز و پکی (۲۰۰۷) است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

با توجه به ادبیات تحقیق و مدل مفهومی فوق، فرضیات تحقیق عبارتند از:

### فرضیات اصلی تحقیق

فرضیه اول: جامعه‌پذیری سازمانی رابطه بین منبع کنترل درونی و هویت سازمانی را میانجی‌گری می‌کند.  
فرضیه دوم: جامعه‌پذیری سازمانی رابطه بین منبع کنترل بیرونی و هویت سازمانی را میانجی‌گری می‌کند.

### روش تحقیق

پژوهش حاضر به از نظر ماهیت توصیفی و از نظر هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی است، به شیوه پیمایشی با استفاده از الگوی مدل‌یابی معادلات ساختاری اجرا شده است و از نظر قلمرو موضوعی در حیطه مدیریت منابع انسانی است. از جامعه آماری ۶۳۷ نفری کارکنان رسمی و پیمانی دانشگاه فردوسی مشهد با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای ۲۴۲ نفر بر اساس جدول کرجسی مورگان انتخاب شده است. جهت جمع‌آوری اطلاعات از سه پرسشنامه استاندارد هویت سازمانی ادوارد و پکی (۲۰۰۷) با ۶ گویه، پرسشنامه منبع کنترل راتر (۱۹۹۶) متشکل از ۱۰ گویه و پرسشنامه جامعه‌پذیری تاورمینا (۲۰۰۴) با ۲۰ سؤال بهره گرفته شده که البته در مطالعات پیشین استفاده شده است؛ همچنین مقیاس اندازه‌گیری این پرسشنامه‌ها بر اساس طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای (۱ هرگز تا ۵ همیشه) طراحی شده‌اند.

### بررسی روایی و پایایی پرسشنامه‌ها

ابتدا از روا سازی محتوا که اطمینان می‌دهد ابزار مورد نظر به تعداد کافی پرسش‌های مناسب برای اندازه‌گیری مفهوم مورد سنجش در بردارد، استفاده نموده و از نظر اساتید در این زمینه بهره گرفته شده و سپس جهت بررسی روایی سازه از تحلیل عاملی تاییدی کمک گرفته شده است. این مدل مبتنی بر اطلاعات پیش تجربی درباره ساختار داده‌هاست و قبل از انجام تحلیل مسیر (مدل ساختاری)، ابتدا باید تحلیل عاملی تاییدی (مدل اندازه‌گیری) انجام شود و در واقع به بررسی این موضوع پرداخته شده است که آیا سؤالات انتخاب شده ساختارهای عاملی مناسبی را جهت اندازه‌گیری ابعاد مورد مطالعه در مدل تحقیق فراهم می‌آورند. در تحلیل عاملی تاییدی هر چه میزان بار عاملی به عدد ۱ نزدیک‌تر باشد در واقع گویای این مسئله است که سؤالات پرسشنامه ارتباط قویتری با متغیرهای مکنون دارند و اگر میزان بار عاملی صفر باشد، به معنای عدم ارتباط بین سؤال پرسشنامه با متغیر مکنون است. بار عاملی منفی به معنای معکوس بودن جهت اثرگذاری سؤال پرسشنامه بر متغیر مکنون است. همچنین در انجام تحلیل عاملی، ابتدا باید از این مسئله اطمینان حاصل شود که آیا می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرار داد؟ بنابراین از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده می‌شود. شاخص KMO شاخصی از کفایت نمونه‌گیری است. این شاخص، در دامنه صفر تا یک قرار دارد. اگر مقدار شاخص نزدیک به یک باشد، داده‌های مورد

نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند و در غیر این صورت (معمولاً کمتر از ۰/۵)، نتایج تحلیل عاملی برای داده‌های موردنظر چندان مناسب نیستند. اگر سطح معنی‌داری در آزمون بارتلت، کوچک‌تر از ۰/۵ باشد، تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مناسب است نتایج تحلیل عاملی تأییدی در جدول (۱) نشان داده شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود بار عاملی سؤالات و آزمون بارتلت از ۰/۵ بیشتر و روایی سازه سؤالات مورد تأیید است.

جدول (۱): نتایج مربوط به بار عاملی سؤالات

KMO	مقدار تقریبی $\chi^2$	درجه آزادی	معناداری آزمون بارتلت	بار عاملی	گویه‌ها	نام متغیر
۰/۷۰۰	۲۷۲/۸۵۴	۱۰	۰/۰۰۰	۰/۳۸۷	ILC1	منبع کنترل درونی
				۰/۴۷۸	ILC2	
				۰/۴۰۲	ILC3	
				۰/۴۶۷	ILC4	
				۰/۵۰۱	ILC5	
۰/۷۳۴	۳۷۵/۴۳۹	۱۰	۰/۰۰۰	۰/۴۸۰	ELC1	منبع کنترل بیرونی
				۰/۴۸۳	ELC2	
				۰/۳۶۸	ELC3	
				۰/۵۶۱	ELC4	
				۰/۵۷۱	ELC5	
۰/۸۲۵	۸۱۲/۲۰۷	۱۰	۰/۰۰۰	۰/۶۵۶	TOS1	دریافت آموزش
				۰/۷۲۴	TOS2	
				۰/۴۶۶	TOS3	
				۰/۷۱۸	TOS4	
				۰/۶۷۲	TOS5	
۰/۷۲۰	۳۹۷/۶۳۲	۱۰	۰/۰۰۰	۰/۴۲۹	UOS1	تفاهم
				۰/۴۱۵	UOS2	
				۰/۶۶۹	UOS3	
				۰/۵۸۳	UOS4	
				۰/۳۴۳	UOS5	

ادامه جدول (۱) از صفحه قبل

۰/۶۶۴	۳۱۸/۶۷۶	۳	۰/۰۰۰	۰/۷۶۵	SOS1	حمایت همکاران
				۰/۷۵۶	SOS2	
				۰/۵۲۱	SOS3	
				۰/۵۳۱	SOS4	
				۰/۶۲۸	SOS5	
۰/۷۶۷	۵۸۵/۷۹۹	۶	۰/۰۰۰	۰/۵۴۰	FOS1	چشم‌انداز آینده
				۰/۵۷۴	FOS2	
				۰/۷۶۴	FOS3	
				۰/۷۴۴	FOS4	
				۰/۶۰۷	FOS5	
۰/۵۱۲	۲۲۸/۱۴۰	۱	۰/۰۰۰	۰/۸۴۹	SOI1	خود طبقه‌بندی و برچسب زنی
				۰/۸۴۹	SOI2	
۰/۶۰۸	۳۰۸/۱۳۲	۱	۰/۰۰۰	۰/۸۸۵	VOI1	اهداف و ارزش‌ها
				۰/۸۸۵	VOI2	
۰/۷۲۳	۲۷۶/۳۲۲	۱	۰/۰۰۰	۰/۸۷۲	BOI1	تعلق و عضویت
				۰/۸۷۲	BOI2	

جهت بررسی پایایی، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده است. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه هویت سازمانی ۰,۸۹۶، پرسشنامه منبع کنترل درونی ۰,۶۸۹ و منبع کنترل بیرونی ۰,۷۹۷، و پرسشنامه جامعه‌پذیری ۰,۷۱۹ به دست آمد، ضرایب در سطح بالایی بودند. که این ضرایب بالا نشان از قابلیت بالای پرسشنامه‌ها و مناسب بودن سؤالات پرسشنامه‌ها برای سنجش متغیرهای تحقیق و کاربرد آنان در فرضیه‌ها دارد.

### نتایج پژوهش:

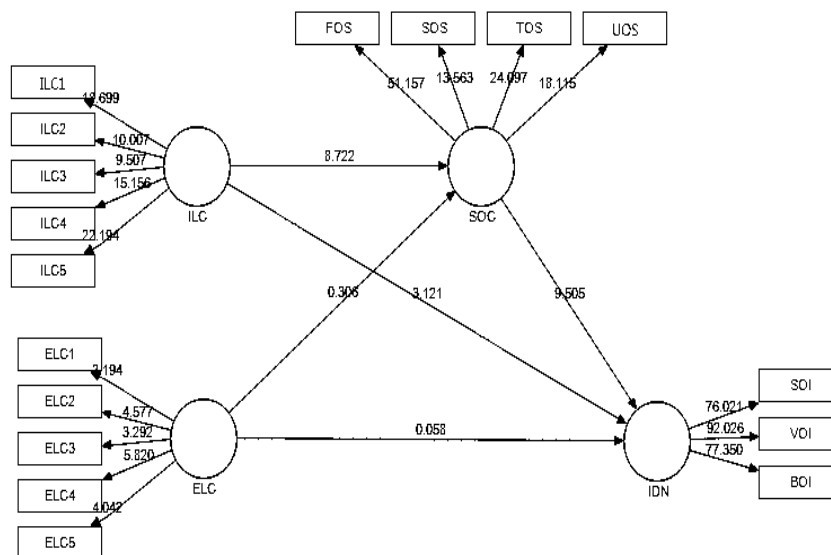
**آمار توصیفی:** بنابر یافته‌های توصیفی از کل نمونه مورد بررسی نتایج نشان داد که از بین ۲۴۲ آزمودنی مورد بررسی به دست آمد: جنسیت مرد با ۵۷ درصد سن ۳۱ تا ۴۰ سال با ۴۵ درصد و سابقه کاری ۱۱ تا ۲۰ سال با ۴۰ درصد و تحصیلات کارشناسی با ۴۴ درصد بیشترین فراوانی را دارند.

**آزمون فرض نرمال بودن متغیرها:** پیش‌نیاز انجام تمامی آزمون‌های پارامتری، نرمال بودن توزیع آماری متغیرهاست. برای تعیین نرمال بودن متغیرها باید سطح معنی داری بررسی شود، در این راستا از آزمون کولوموگروف اسمیرنوف استفاده شد. چنانچه سطح معنی داری از عدد باشد، ۰/۵ کمتر باشد، متغیر نرمال نیست و چنانچه بیشتر از ۰/۵ بیشتر باشد متغیر نرمال است.

جدول (۲): نتایج بررسی نرمال بودن داده‌ها

متغیر	هویت سازمانی	منبع کنترل	جامعه پذیری
آزمون کلموگروف اسمیرنوف	۰,۵۳۸	۰,۶۲۲	۰,۵۷۶
سطح معناداری	۰,۹۳۴	۰,۸۳۲	۰,۸۹۴

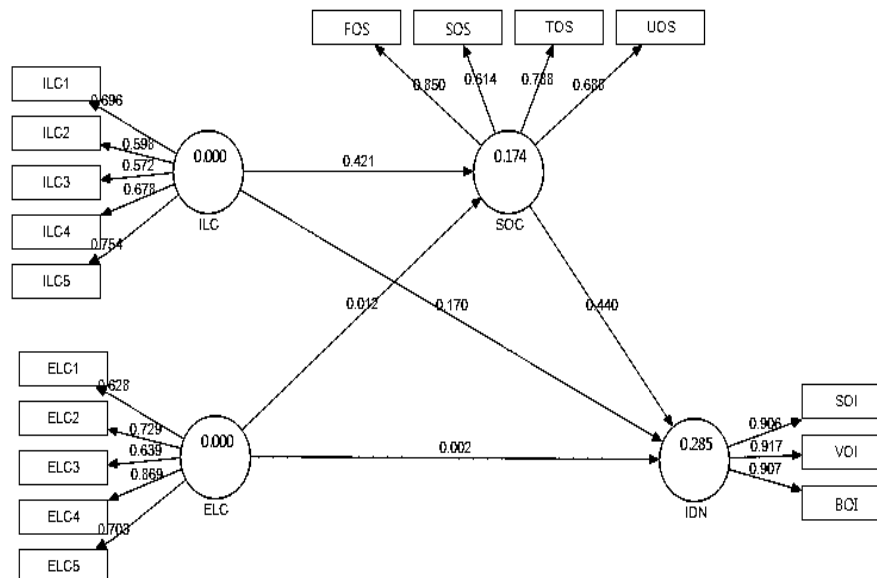
آزمون فرضیه‌های پژوهش: در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از نمونه و بررسی وجود یا نبود رابطه‌ی هم‌زمان بین متغیرهای تحقیق، از الگوی معادلات ساختاری استفاده شده است. به منظور بررسی فرضیه‌ها، یک مدل معادلات ساختاری که از روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده که باید در دو مرحله تحلیل و تفسیر شود. ابتدا ضرایب مسیر محاسبه شده و سپس معناداری این ضرایب تی مورد بررسی قرار می‌گیرد و در صورتی که مقدار آماره آزمون بزرگ‌تر از  $1/96$  و یا کوچکتر از  $1/96$  - (مقدار بحرانی در سطح  $0/5$ ) باشد، آنگاه در سطح اطمینان  $95\%$ ، مسیر و ضریب مسیر مورد نظر معنادار می‌باشد و گرنه معنادار نخواهد بود. همچنین اندازه ضریب مسیر نشان‌دهنده میزان تأثیر بین متغیرهاست و علامت آن نشان دهنده نوع رابطه (مستقیم یا معکوس) باشد.



نمودار ۱: مدل مفهومی پژوهش در حالت معناداری

فرضیه اول و دوم طبق در نمودارهای (۱) و (۲) بررسی می‌شود و شاخص نیکویی برازش (Gof) برای مدل  $0/712$  به دست آمد که از  $0/5$  بیشتر است و بیان‌گر مناسب بودن مدل می‌باشد. فرضیه اول: جامعه‌پذیری سازمانی رابطه بین منبع کنترل درونی و هویت سازمانی را میانجی‌گری می‌کند.

برای بررسی نقش میانجی جامعه‌پذیری در رابطه منبع کنترل درونی و هویت سازمانی معناداری روابط در نمودار (۱) ملاحظه می‌شود، جهت نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی باید دو مسیر منبع کنترل درونی و جامعه‌پذیری همچنین جامعه‌پذیری و هویت سازمانی معنادار باشد که طبق نمودار آماره  $t$  در مسیر منبع کنترل درونی و جامعه‌پذیری ۸/۷۲۲ است، همچنین آماره  $t$  در مسیر جامعه‌پذیری و هویت سازمانی ۹/۵۰۵ است که در دو مسیر از ۱/۹۶ بزرگ‌تر است، فرضیه اول تأیید می‌شود و جامعه‌پذیری رابطه منبع کنترل درونی و هویت سازمانی را میانجی‌گری می‌کند. در نمودار (۲) میزان تاثیرها مشخص شده است.



نمودار ۲: ضرایب تأثیر در مدل مفهومی پژوهش

فرضیه دوم: جامعه‌پذیری سازمانی رابطه بین منبع کنترل بیرونی و هویت سازمانی را میانجی‌گری می‌کند. جهت بررسی نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی در رابطه منبع کنترل بیرونی و هویت سازمانی معناداری روابط در نمودار (۱) ملاحظه می‌شود، جهت نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی باید دو مسیر منبع کنترل بیرونی و جامعه‌پذیری همچنین جامعه‌پذیری و هویت سازمانی معنادار باشد که طبق نمودار آماره  $t$  در مسیر منبع کنترل بیرونی و جامعه‌پذیری ۰/۳۰۵ است، که از ۱/۹۶ کمتر است بنابراین معنادار نیست یعنی بین منبع کنترل بیرونی و جامعه‌پذیری کارکنان دانشگاه فردوسی رابطه معناداری وجود ندارد و بین منبع

کنترل بیرونی و هویت سازمانی از طریق جامعه‌پذیری سازمانی رابطه معنی‌داری وجود ندارد، در نتیجه فرضیه دوم پژوهش رد می‌شود.

### بحث و نتیجه‌گیری

در محیط‌های متلاطم و در حال دگرگونی، سازمان‌ها نه تنها به منظور بقا و حفظ خویش در شرایط موجود، بلکه برای کسب مزیت‌های رقابتی پایدار، نیازمند توسعه و ارتقاء سطح هویت سازمانی در وجود کارکنان خود هستند. تا زمانی که کارکنان، احساس هم‌هویتی و وفاداری با سازمان خود نداشته باشند توقع مدیران از رسیدن به اهداف والای سازمانی توسط کارکنان میسر نخواهد شد. این پژوهش به بهبود شرایط هویت سازمانی از طریق شناخت منبع کنترل فرد و سنجش متغیر جامعه‌پذیری سازمانی کارکنان و مسئولیتی که فرد و سازمان در قبال هویت آن دارند کمک می‌کند.

نتایج بررسی فرضیه اول نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی رابطه بین منبع کنترل درونی و هویت سازمانی را میانجی‌گری می‌کند. در یافته‌های محققانی همانند ون لی (۲۰۱۳) بوتجن و همکاران (۲۰۱۲) رابطه منبع کنترل درونی و جامعه‌پذیری تأیید شده که نشان می‌دهد، کارکنانی که دارای منبع کنترل درونی هستند، یعنی موفقیت و شکست را حاصل عملکرد خود دانسته و همچنین به توانایی‌ها و قابلیت‌های خود اعتماد و اعتقاد دارند، جامعه‌پذیرترند. به عبارتی آن‌ها که دارای منبع کنترل درونی هستند ارتباط بهتری با درک از آموزش‌های سازمانی، تفاهم با همکاران، درک از برخورداری بالاتر از حمایت همکاران و چشم‌انداز آینده سازمانی خود دارند، همچنین رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی معنی‌دار می‌باشد که با یافته‌های، جیان هوا جی (۲۰۱۰) و داتون و همکاران (۱۹۹۴) و آلبرت و وتن (۱۹۹۵) و هج و شولتز (۲۰۰۲) ریکیتا (۲۰۰۵) ون لی (۲۰۱۳) و هایاشی (۲۰۱۳) مطابقت دارد، یعنی کارکنانی که با آداب و رسوم سازمان خو گرفته و فرهنگ سازمان را به صورت درونی پذیرفته درک والاتری از هویت سازمانی داشته و تطابق بیشتری بین اهداف و ارزش‌های خود و سازمان دارند.

ساکس و گرومن (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان (ساخت سازمانی مؤثرتر از طریق جامعه‌پذیری سازمانی) نشان دادند جامعه‌پذیری سازمانی می‌تواند با تحت تأثیر قراردادن سرمایه‌های انسانی و انگیزه و سرمایه‌های اجتماعی و روانی، نتایج عملکردهای مالی و عملیاتی سازمان را بهبود بخشیده و باعث رضایت شغلی و تعهد سازمانی شود.

ون لی (۲۰۰۸) نشان داد که کارکنانی که دارای منبع کنترل درونی هستند یعنی معتقد به مهارت‌های خود بوده و برنامه‌ریزی‌های دقیق و سخت‌کوشی بالایی از خود نشان می‌دهند قادرند هویت خود را با

هویت سازمان خود در هم آمیزند. این افراد درک از خودشان را از طریق تعلق یا ارتباطشان با سازمان خود توسعه می‌دهند (Carmeli; Gilat & Waldman, 2007, p. 974).

منبع کنترل بر موفقیت افراد در به اتمام رساندن وظایف محوله به آن‌ها و احساس شایستگی در آنها نقش مهمی دارد، هنگامی که افراد دارای انگیزش درونی هستند احساس شایستگی آن‌ها از درونشان سرچشمه می‌گیرد. بنابراین مهم مصاحبه در هنگام ورود افراد به دانشگاه برای مشخص نمودن سمت و سوی منبع کنترل فرد مهم است و می‌توان از طریق انجام مصاحبه‌های حضوری و پرسش‌های غیر چهارگزینه‌ای توسط مرکز مشاوره دانشگاه که دارای مشاورین روانشناسی عضو هیات علمی خبره و دارای مدرک دکتری در رشته روانشناسی هستند، برای تشخیص منبع کنترل متقاضیان استخدام اقدام نمود. همچنین برگزاری دوره‌های منظم و پیوسته آموزشی عمومی سازمانی و هم جهت برای کارکنان بنا به نیازهای سازمانی برای تازه واردان و کارکنان فعلی از طریق تورهای آموزشی - تفریحی چند روزه خارج از محیط کاری می‌تواند به منظور حرکت در مسیر جامعه‌پذیری سازمانی مفید واقع شود. همچنین ایجاد امنیت و فرصت کافی برای رشد کارکنان در زمینه‌های تخصصی شغل خود به منظور جامعه‌پذیر ساختن آنان در راستای ایفای نقش، تا پس از ایجاد توانایی‌های خاص شغلی بتوانند بیش از گذشته احساس مفید بودن نمایند که این امر از طریق پتانسیل علمی بالای اعضای محترم هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد امکان‌پذیر است.

بنابر رد فرضیه دوم بین منبع کنترل بیرونی و هویت سازمانی از طریق جامعه‌پذیری سازمانی رابطه معنی‌داری وجود ندارد که دلیل رد شدن این فرضیه معنادار نبودن رابطه منبع کنترل بیرونی و جامعه‌پذیری بود. ون لی (۲۰۱۳) و بوتجن و همکاران (۲۰۱۲) و آدامز و شیا (۱۹۷۸) نیز به نتایج مشابه رسیدند یعنی کارکنانی که دارای منبع کنترل بیرونی هستند، موفقیت‌ها و شکست‌ها را حاصل عملکرد خود ندانسته و شانس و یا دیگران (افراد قدرتمند) را در بروز آن‌ها دخیل می‌دانند، از جامعه‌پذیری سازمانی فاصله زیادی دارند، در نتیجه به تسلط بر زندگی خود اعتقادی ندارند قادر به ارتباط گیری مناسب با هویت سازمان خود نبوده و احساس تعلق کمتری با سازمان خود دارند. لیل اول، کورگر و مارتین یوزن (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان بررسی وضعیت هویت و منبع کنترل نشان دادند بین دستاوردهای هویت و منبع کنترل درونی و بین عدم هویت و منبع کنترل بیرونی رابطه وجود دارد.

می‌توان براساس تئوری ارزشیابی شناختی استدلال کرد، افرادی که دارای منبع کنترل بیرونی هستند به منظور موفقیت در انجام وظایف نیازمند دریافت مشوق‌ها، پاداش، بازخورد، تنبیه و حمایت‌های سازمانی



هستند، زیرا آن‌ها معتقدند که کنترل کمی بر موفقیت و شکست خود دارند. به دانشگاه فردوسی پیشنهاد می‌شود با مشارکت دادن کارکنان در نظرخواهی‌های شغلی و استفاده از روش‌های مناسب علمی به صورت جلسات رسمی و غیررسمی ملاقات با کارکنان در جهت تقویت ارتقاء هویت کارکنان و تقویت روح خودباوری و اعتماد به نفس در راستای افزایش منبع کنترل درونی و تغییر در نگرش افراد دارای منبع کنترل بیرونی گام بردارد.

پیشنهاد می‌شود از طریق ایجاد جو مشارکت بیشتر کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها، اعطای آزادی عمل مناسب برای انجام وظایف شغلی، اجازه و تشویق به کارگیری خلاقیت و نوآوری در وظایف شغلی و اعطای پست‌های مدیریتی غیر آموزشی به کارکنان غیر هیات علمی صورت پذیرد که تا حدودی نگرش کارکنان به چشم‌انداز از آینده محیط شغلی‌شان تغییرات مثبتی صورت پذیرد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد درک چشم‌انداز از آینده شغلی در نزد کارکنان دانشگاه فردوسی از سطح پایینی برخوردار است، یعنی کارکنان در شغل خود آینده مطلوبی نمی‌بینند، لذا نگاهی دوباره به طرح‌های طبقه‌بندی مشاغل و مسیرهای شغلی بسیار ضروری به نظر می‌رسد، زیرا وضعیت آینده سازمان یکی از عناصر مهم در افراد با منبع کنترل بیرونی است. دانشگاه فردوسی می‌تواند از طریق آموزش‌های مدون به دانش و مهارت آنان افزوده و با مشاوره صاحب‌نظران علوم رفتاری و روانشناختی، شخصیت اساتید دانشگاه در مسیر تغییر منبع کنترل کارکنان حرکت نموده و با درخواست از صاحب‌نظران برای ارائه راه کارهای علمی موجود در راستای تقویت مهارت‌های مثبت اندیشی به شیوه گروهی و روش‌های مشارکت بیشتر کارکنان در جهت تغییر دادن منبع کنترل بیرونی به درونی کارکنان گام بردارد.

از پیشنهادات محقق برای تحقیقات آتی بررسی نقش میانجی جامعه‌پذیری در رابطه شخصیت افراد و هویت سازمانی و سابقه کاری است زیرا جامعه‌پذیری در طول زمان تغییر می‌کند. همچنین بررسی میزان تأثیر هم‌سویی ارزش‌ها و اهداف سازمانی با ارزش‌ها و اهداف فردی است که حرکت در مسیر همسو سازی این دو باعث معنی‌داری شغل و احساس همبستگی بیشتر بین کارکنان و سازمان می‌گردد و بررسی آن می‌تواند موضوع مفیدی باشد.

## References

- Adams, G. R., & J. H. Shea. (1978). The relationship between identity status, locus of control, and ego development. *Journal of Youth and Adolescence*, 8, pp. 81-89.
- Alan, S., & Jamie A. G. (2014). Making organizations more effective through organizational socialization, *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 1(3), 261-280.

Biddle, K. G., & Hayagreeva Rao, (1997). Breaches in the Boardroom: Organizational Identity and Conflicts of Commitment in a Nonprofit Organization. *Organization Science Journal* 8(6), 593-611.

Buttgen, M.; Schumann, J. H., & Atus, Z. (2012). Service locus of control and customer coproduction: the role of prior service experience and organizational socialization, *Journal of Service Research*, 15(2), 166-181.

Carmeli, A.; Gershon, G., & David A. Waldman (2007). The Role of perceived organizational performance in organizational identification, *Adjustment and Job Performance Journal of Management Studies* 44(6), 972

Dutton, Jane E.; Duckerich, Janet M., & Harquail, Celia V. (1994). Organizational images and member identification", *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.

Edwards, M. R., & Peccei, R. (2007). Organizational identification: development and testing of a conceptually grounded measure, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16. 1, 25-57.

Fani, A., & Hoseinnezhad, H. (2002). Organizational culture, a comparative study of jahad and agriculture organization *Journal tadbir* 130. 38-42. (in Persian)

Fathi, F.; Moharamzadeh, M., & Seyedameri, M. (2013). *Determining the relationship between organizational socialization and professional conscience of staff of General Office for Sports and Youths of North-Western Iran*, 5(21), 219 (in Persian)

Hayashi, S. (2013). Organizational socialization & collective self-esteem as drivers of organizational identification. *International Business Research*, 6(12).

Hatch, M. J., & Schultz, M. (2002). *The Dynamics of Organizational Identity*. *Human Relations*, 55(8) 989-1018.

Jianhua, Ge.; Xuemei, Su., & Yan, Z. (2010). Organizational socialization, organizational identification and organizational citizenship behavior. *Nankai Business Review International*, 1(2), 166-179.

Kord Naiich, A.; Zali, M. R.; Homan, H. A., & Shams, S. (2007). *An instrument for the measurement of the Iranian Entrepreneurs' personality traits*. second edition. (in Persian)

Khorshid, S. (2009). A study on the relationship between organizational identity and organizational commitment among state banks of Kerman *Management Research Journal*, 6, 125-158. (in Persian)

Lillevoll, K. R. et al (2013). Identity status and locus of control: a meta-analysis. *An International Journal of Theory and Research*, 13, 253-265.

Lick, D. W. (2002). *Leadership and change, in field guide to academic leadership*, San Francisco: Josses Bass.

Mael, F., & Ashforth, B. (1992). Alumni and their alma maters: a partial test of the reformulated model of organizational identification, *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123.

Motahari, M. (1982). *Humans and destiny*, Sixth edition .published sadra. (in Persian)

Mooghali, A. R.; Hassanpour, A., & Hassanpour, M. (2002). Surveying of the relationship between employee empowerment and organizational commitment in the 19 District of Tehran education organization. *Journal Public Administration*, 1(1), 119-132. (in Persian).

Navvabi, A. (2011). *An analysis of the relationship between methods of organizational socialization and organizational identity in the Municipality of Isfahan*. 3-4. (in Persian)

Riketta, M. (2005). Organizational identification: a meta-analysis, *Journal of Vocational Behavior*, 66, 358-84.

Rotter, J. (1966). *Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcements*, *Psychological Monographs*, 80(609), 1-28.

Safarimoghadam, M. (2008). *Locus of control and reduction in occupational and personal stress*. First Edition. (in Persian)

Seif, A. (1989). *Educational Psychology*, Tehran, Agah published.

Shaemi, A., & Asghari, Z. (2010). The relationship between organizational socialization and organizational commitment in Gas Co. of Kurdistan Province. *Journal of Change Management*. Second year. (in Persian)

Siri, U.; Nilay, G., & Haydar, S. (2007). A Comparative analysis of internal-external locus of control among hospital personnel in Turkey and its managerial implications on health sector", *Humanity & Social Sciences Journal* 2(1), 51-64.

Taormina, R. J. (1994). The organizational socialization inventory, *International Journal of Selection and Assessment*, 2(2), 133-145.

Taormina, R. J. (2004). Convergent validation of two measures of organizational socialization, *International Journal of Human Resource Management*, 15(1), 76-94.

Wallston, K. (1995). *Perceived control and health behavior, psychological aspects of health and illness*. 151-154.

Wen Lee, H. (2013). *Locus of control, socialization, and organizational identification* *Management Decision*, 51(5), 1047-1055.

Witting, M. (2006). *Relations between organizational identity, identification and organizational objectives: An empirical study in municipalities*.

Whetten, D. A., & Albert, S. (1985). *Organizational identity*. in Cummings, L. L. & Staw, B. M. (Eds), *Research in Organizational Behavior*. Greenwich, CT: JAI Press, 7, 263-295.