



نقش شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی

با توجه به نقش میانجی دلبستگی شغلی

محمد ذاکری^۱

زینب اسماعیلی^۲

محمد رحیمیان^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۱۱/۱۳ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۸/۱۲/۰۵

چکیده

امروزه با توجه به چالش‌هایی که سازمان‌ها با آن مواجه هستند، ایجاد سازمان شاد یکی از نیازهای استراتژیک برای موفقیت در بلندمدت می‌باشد؛ هدف اصلی این تحقیق، نقش شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی با توجه به نقش میانجی دلبستگی شغلی شرکت بیمه آسیا می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را ۱۲۲۰ نفر از مدیران و کارکنان بیمه آسیا تشکیل می‌دهند که ۲۹۲ نفر بر اساس فرمول کوکران به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. روش تحقیق حاضر از نوع هدف کاربردی و از نظر روش تو صیفی-پیمایشی می‌باشد. پایایی سوال‌ها از طریق آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد تأیید قرار گرفت. فرضیه‌های پژوهش از طریق مدل معادلات ساختاری و به وسیله نرم افزار spss و smartpls3 مورد آزمون قرار گرفتند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که به جز تاثیر شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی دیگر فرضیات مورد تأیید قرار گرفت. متغیر میانجی دلبستگی شغلی نقش کامل و معناداری در تاثیر شادی در محیط کار بر جذابیت سازمانی دارد. به عبارت دیگر متغیر مستقل شادی و نشاط در محیط کار زمانی بر جذابیت سازمانی تأثیر دارد که متغیر میانجی دلبستگی شغلی وجود داشته باشد.

کلمات کلیدی

شادی و نشاط در محیط کار؛ جذابیت سازمانی؛ دلبستگی شغلی؛ مدل معادلات ساختاری.

۱- گروه مدیریت دولتی، مرکز مطالعات نظامها و فناوری های مدیریتی، سازمان اداری و استخدامی کشور، تهران، ایران.

mohamad4276@yahoo.com

۲- گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

ze.esmaely@gmail.com

۳- گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. m.rahimian09@yahoo.com

در عصر مدرن، سازمان‌ها با رقابت‌های بسیار شدید، بازارهای بی حد و حصر و سرعت فزاینده پیشرفت مواجه هستند. عوامل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فناوری باعث تغییر شرایط رقابتی کنونی شده‌اند که سازگاری با این شرایط را برای شرکت‌ها دشوار می‌سازند. بنابراین یک سازمان برای موفقیت به یک چارچوبی برای تغییر اوضاع نیاز دارد. چنین شرایطی باعث می‌شود که کارکنان به عنصر اساسی موفقیت یک سازمان تبدیل شوند. بنابراین استخدام کارمندان آگاه و ماهر، که دارای نگرش خوبی باشند و مسئولیت‌های مختلف سازمان را بر عهده بگیرند و به سرعت با تغییرات سازگار شوند و بتوانند با دیگران همکاری کنند و خوشحال باشند امری اجتناب ناپذیر است (سانتوسو، ۲۰۱۵). با توجه به اینکه افراد بیشترین وقت خود را در سازمان‌ها سپری می‌کنند و برای بسیاری، کار آنها بخش بزرگی از هویت خود را تشکیل می‌دهند در نتیجه چرا کارمندان باید در هنگام کار کردن برای سازمان خوشحال باشند؟ (آندره، ۲۰۱۸). از طرفی، تاکنون با گذشت سال‌های زیاد، موضوع خوشبختی در محل کار کمتر مورد کاوش قرار گرفته و تحقیقات بیشتر به جنبه‌های ناخوشایند کار، مانند افسردگی، اضطراب، استرس و سایر اختلالات عاطفی پرداخته‌اند (سانتوسو، ۲۰۱۵). در نتیجه گسترش فرهنگ سالم اندیشی، قدردانی و تقویت روحیه متقابل لازم است که در برنامه‌ریزی آموزشی سازمان‌ها در نظر قرار گیرد. از آنجایی که عملکرد و بهره‌وری کارکنان عامل اصلی حرکت سازمان‌هاست، عوامل متعددی می‌تواند عملکرد کارکنان را تحت تأثیر قرار دهد که از جمله این عوامل بسیار مهم، می‌توان از عوامل روانی و مقوله شاد بودن در کار را نام برد. شادی در کار شاخصی از احساس مثبت و تعهدات کاری و آثار مربوط به آن است. و انتظار می‌رود که افراد هم نسبت به محیط خود احساس تعلق و وابستگی نمایند (حجازی و همکاران، ۱۳۹۴). مفهوم دل‌بستگی به دلیل اهمیت آن برای ملاحظات مثبت در سازمان‌ها توسعه یافته است، کان^۱ (۱۹۹۰)، کارکنان دل‌بسته را بعنوان افرادی تعریف می‌کند که خود را بلحاظ فیزیکی، شناختی، احساسی، ذهنی، در طول ایفای نقش و با وقف کردن خود برای کار ابراز می‌کنند. مکی و اشنایدر^۲ (۲۰۰۸)، دل‌بستگی را بعنوان احساسات پایدار، اشتیاق، انرژی، تعهد، جذب، شور و شوق، هوشیاری و غرور تعریف کردند (آندره، ۲۰۱۸). در این راستا تحقیق حاضر در صدد است تا نقش شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی با توجه به نقش میانجی دل‌بستگی شغلی در شرکت بیمه آسیا را بررسی کند. بیمه آسیا به عنوان یکی از معتبرترین شرکت‌های بیمه با انجام عملیات بیمه‌ای همواره بر آن است تا با بکارگیری روش‌های نوین ارائه خدمات و با اتکا بر سرمایه انسانی متخصص در جهت تامین رضایت کلیه ذینفعان تلاش کرده و با بهبود مستمر ترکیب سبد

نقش شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی... / ذاکری، اسماعیلی و رحیمیان

خدمات ح ضروری موثر در بازارهای داخلی و خارجی داشته باشد در نتیجه امروزه بیمه آ سیا به عنوان بزرگترین بیمه خصوصی کشور با افتخار عنوان رتبه اول گروه موسسات بیمه‌ای یکصد شرکت برتر کشور برای چهار سال متوالی را در جای جای نگاه بیمه گذارانش جاودانه ساخته است. مدیران توانمند، کارکنان تلاشگر، نمایندگان وفادار و سهامداران فهیم، بازوان قدرتمندی هستند که با تدبیر و امید، مسیر روشن موفقیت‌های روزافزون بزرگ‌ترین بیمه خصوصی کشور را هموار خواهند ساخت. لذا شادی در محیط کار و تأثیر توأم آن بر دل‌بستگی شغلی و جذابیت سازمانی می‌تواند شرکت را در جهت تحقق چشم انداز و رسالت‌های خود به کمک نیروی انسانی توانمند کمک نماید. با توجه به توضیحات داده شده سوال اصلی پژوهش بدین ترتیب می‌باشد: شادی در محیط کار چه تأثیری بر جذابیت ادراک شده با توجه به نقش میانجی دل‌بستگی شغلی دارد؟

مبانی نظری تحقیق

شادی و نشاط در محیط کار

شادی یکی از موضوعات اصلی زندگی بیشتر مردم را تشکیل می‌دهد و برای بسیاری از سازمان‌ها حصول اطمینان از این امر که بدانند افرادی که برایشان کار می‌کنند خوشحال هستند بسیار مهم است. شادی یکی از حالات عاطفی ماست که حاصل تجربه احساسات مثبتی نظیر اشتیاق، عشق، خوش بینی و لذت می‌باشد. ما زمانی خوشحال خواهیم بود که احساسات مثبت بیشتری در مقایسه با احساسات منفی داشته باشیم و همچنین احساسات قبلی به همراه این احساس شادی بر وضعیت فعلی ما تأثیر گذاشته و باعث رضایت بیشتر ما می‌شوند و در طی یک دهه گذشته، مفاهیم مربوط به شادی و مثبت‌گرایی در محل کار از جمله مفاهیمی نظیر رضایت شغلی، تعامل با کار، لذت بردن از کار و داشتن احساسات مثبت در محل کار اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده‌اند (عبدالقدس، ۲۰۱۹). در نتیجه می‌توان شادی و نشاط در محیط کار را اینگونه تعریف کرد که منعکس کننده نگرش‌های مثبت، تجربه مثبت یا تجربه عاطفی مثبت در محل کار است و می‌تواند به کارکنان در دستیابی به موفقیت حرفه‌ای، بهبود رضایت شغلی، و تشویق آنها به کار سخت‌تر کمک کند و همزمان، نرخ ترک خدمت کارکنان شاد کم‌تر خواهد بود و شرکت‌ها به سودآوری بالاتری دست می‌یابند (هونگ و هونگی، ۲۰۱۶). از این سو، برای اغلب افراد اهمیت دارد و هدف بسیار باارزشی در جوامع بحساب می‌آید و این امر توجه فیلسوفان را از ابتدای تاریخ بخود جلب کرده است، اما اخیراً در تحقیقات روان‌شناسی مطرح شده است. ظهور روان‌شناسی مثبت در دهه گذشته منجر به این شده که به طور رسمی برخلاف روندهای گذشته که بیشتر تمرکز بر بیماری‌هایی مانند افسردگی، استرس و پیامدهای منفی مشابه بود، توجهات به شادی و دیگر وضعیت‌های

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

مثبت جلب شود (سینتیا، ۲۰۱۰). از طرفی، وار^۳ (۲۰۰۷) شادی در محل کار را مورد بررسی قرار داد، و یک لیست نه عاملی را که به شادی در محل کار مرتبط می‌باشند پیشنهاد نمود که عبارتند از فرصت کنترل شخصی، فرصت استفاده از مهارت‌ها، اهداف بیرونی توسعه یافته، تنوع، شفافیت محیطی، تماس با دیگران، پرداخت به موقع پول، امنیت جسمی و موقعیت اجتماعی ارزشمند (میشل، ۲۰۱۵).

جذابیت سازمانی:

تعریف جذابیت سازمانی را می‌توان مشابه تعریف "جذابیت کارفرما" بعنوان مجموعه مزایای تجربیات فردی در کار برای یک سازمان خاص دانست (آندره، ۲۰۱۷). از طرفی جذابیت سازمانی عبارت است از میزان کشش و جذابیتی که یک سازمان برای متقاضیان کار دارد تا آن را به عنوان سازمان محل کار انتخاب نموده و سعی کنند دوره کاری خود را به صورت فعالی در آن سازمان مانده و کار کنند (گلیپور و همکاران، ۱۳۹۳). جذابیت سازمانی از نگاه کارمندان می‌تواند توافق بین نگرش‌های فردی و نگرش‌های سازمانی هر کارمند تعریف کرد. هر سطحی از توافق یا عدم توافق می‌تواند بر روی ادراکات در مورد جذابیت سازمانی تاثیر بگذارد. این ادراکات را می‌توان از طریق چند بعد مورد سنجش قرار داد. جذابیت سازمانی یک سازه دو بعدی است که در آن، جذابیت داخلی بیان‌کننده ادراکات کارکنان موجود و جذابیت خارجی نشان‌دهنده ادراکات متقاضیان خارجی است (ایرنا، ۲۰۱۷). از جمله این ابعاد می‌توان به احساس مالکیت در سازمان تمایل به ماندن در سازمان اعتبار مثبت سازمان از نگاه فرد و ارزیابی سازمان به عنوان یک مکان مطلوب برای کار کردن اشاره کرد (شیخی و همکاران ۱۳۹۵). یا درجه‌ای که کارکنان بالقوه و کنونی، سازمان‌ها را مکان‌های خوبی برای کار می‌دانند. به اعتقاد آگینیس^۴ و همکاران، افراد کمی در هر صنعت وجود دارند که سرمایه انسانی برتر یا نایاب محسوب شوند. این افراد اغلب بعنوان کارگران دانشی شناخته می‌شوند. بنابراین یکی از مهمترین فعالیت‌ها برای سازمان‌ها، جذب کارگران دانشی با مهارت‌های کمیاب است (آنتون، ۲۰۱۶). کارگران دانشی برای موفقیت بلندمدت سازمان حیاتی بوده و جزء جدایی‌ناپذیر سرمایه معنوی (فکری) سازمان هستند، چندین عامل وجود دارد که بر جذابیت موقعیت شغلی تاثیر می‌گذارند. این عوامل شامل برندسازی کارفرما، انواع قرارداد روانشناختی، تناسب فرد-سازمان، ارزش پیشنهادی مشتری و مجموع پاداش‌ها است (آنجل، ۲۰۱۳). از سوی دیگر، جذابیت سازمانی همچنین اشاره به قدرت جلب توجه متقاضیان برای تمرکز بر برند یک کارفرما و تشویق کارکنان موجود برای ادامه همکاری دارد (ایرنا، ۲۰۱۷). برند سازی کارفرما متشکل از مزایای محسوس و نامحسوس یک سازمان برای جذب و حفظ کارکنان است یک ساختار پاداش رقابتی بطور سنتی سنگ بنای برند کارفرما است، تحقیقات ما نشان داده که

نقش شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی ... / ذاکری، اسماعیلی و رحیمیان

عوامل روانشناختی مانند تعادل کار-زندگی، جو کاری، و مقررات منعطف‌تر کاری، دارای اهمیت روز افزون برای کارکنان است (مارک، ۲۰۱۹). در نتیجه، امروزه به منظور جذب کارکنان در شرکت‌ها، سازمان‌ها و بنگاه‌ها در حال و آینده، نیاز به برند قوی نه تنها از طریق تصویر خارجی، بلکه تصویر داخلی است. آنچه کارکنان درباره شرکت می‌اندیشند، می‌گویند و به دیگران توصیه می‌کنند، در تعیین موفقیت آنها نقش اصلی دارد (واسکو، ۲۰۱۹).

دلبستگی شغلی

در این دنیای همراه با رقابت جهانی در حال رشد، دلبستگی کاری یک محرک مهم موفقیت سازمانی است (آنو و همکاران، ۲۰۱۸). و کارکنان با چالش‌های روزانه جدیدی مواجه هستند. در واقع، تغییر و آشفتگی در محیط کار بیشتر بنظر عادی می‌آید. اکثراً سازمان‌های موفق، بهتر از سازمان‌های ناموفق خود را با تغییر وفق می‌دهند. مهم اینکه، کلید مدیریت موفق تغییر با اعضای سازمان آغاز می‌شود. در واقع، نیروی کار دلبسته و مثبت می‌تواند یک سازمان را ساخته یا خراب کند. زمانی که کارمند در سازمان درگیر شده و دلبسته سازمان شود، هر دو طرف از آن سود می‌برند. کارکنان دلبسته، سازنده هستند. کارکنان از استعدادهای خود استفاده کرده، روابط بهره‌ورانه را توسعه داده و اثربخشی را از طریق آن روابط چند برابر می‌سازند (چین، ۲۰۱۸). طی چندین مطالعه دریافته‌اند که دلبستگی کارکنان، یک عامل مهم در پرورش عملکرد کارکنان است و دریافته‌اند که همبستگی مثبتی بین دلبستگی و عملکرد شغلی وجود دارد. به اعتقاد ساکس^۵ (۲۰۰۶)، دلبستگی کارکنان می‌تواند بر نتایج کسب و کار از طریق عملکرد فردی تاثیر بگذارد زیرا دلبستگی، یک سازه سطح فردی است (آکتار، ۲۰۱۷). و با بکارگیری شیوه‌های منابع انسانی مرتبط با دلبستگی مناسب، دلبستگی می‌تواند نه تنها منجر به عملکرد بهتر کارکنان، بلکه اشتیاق و تعهد نیروی کار به تسهیم و ایجاد دانش جدید شود (آنو و همکاران، ۲۰۱۸). دلبستگی شغلی به معنای حالت عاطفی-انگیزشی مثبت مرتبط با کار ذهن است. اشتیاق، فداکاری و جذب، اجزای اصلی دلبستگی شغلی است. اشتیاق به معنی انرژی دار بودن و تاب‌آوری ذهنی کارکنان در کار است؛ فداکاری اشاره به این دارد که کارکنان، عمیقاً و با شوق شغل خود را پذیرفته‌اند و جذب نشان‌دهنده تمرکز کارکنان بر کار است بگونه‌ای که شاد بوده و مجذوب کار شوند. کارکنانی با سطح بالای دلبستگی شغلی، تمایل به ارائه خدمت بیشتر، برآوردن نیازهای مشتری، و نشان دادن خلاقیت در کار خود دارند (چین، ۲۰۱۸). در ساده‌ترین شکل، دلبستگی شغلی، تمرکز عاطفی و شناختی روی اهداف مرتبط با کار است. دلبستگی احساسی، تعهد و رضایت از کار است. می‌توان آن را اشتیاق مشارکت در کار دانست. دلبستگی شغلی مستقل از منابع شغلی و نتایج سازمانی

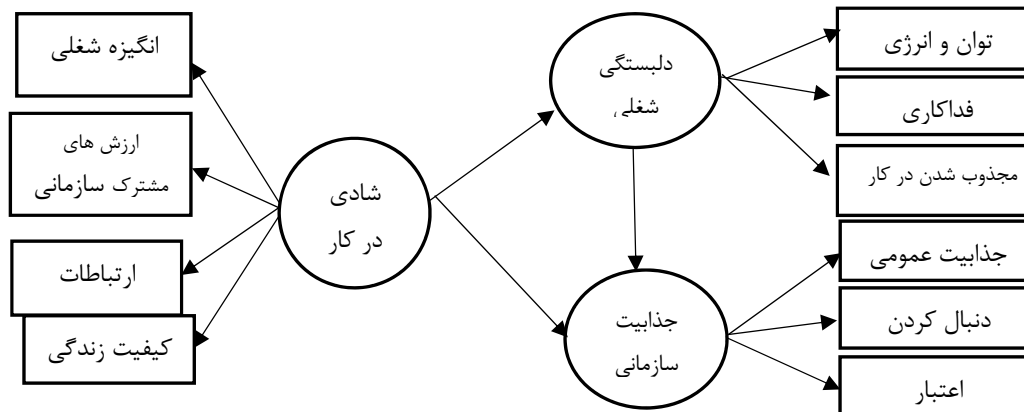
فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

مثبت بوده و بر وضعیت مثبت، اقلع کننده، و عاطفی-انگیزشی رفاه مرتبط با کار تمرکز دارد. برعکس، دلبستگی سازمانی، بعنوان مشارکت و رضایت فرد و اشتیاق او به محیط کار تعریف می شود. این یک نگرش منفی در کارکنان به سازمان و ارزش های آن است. یک کارمند دلبسته به سازمان، از محیط کسب و کار آگاه است و برای بهبود عملکرد در شغل و در جهت منافع سازمان عمل می کند. دلبستگی به سازمان را می توان با مجموعه ای از منابع انگیزاننده مانند حمایت و شناخت از سوی همکاران و سرپرستان، بازخورد عملکرد، فرصت های یادگیری و توسعه و فرصت های استفاده از مهارت ها ارتقا داد (جین، ۲۰۱۸). یک تقسیم بندی دیگر هم صورت گرفته و محققان شروع به کاربرد دلبستگی با استفاده از واژگان مختلف (مثلا دلبستگی کارکنان، دلبستگی شغلی و دلبستگی کاری) نموده اند. دلبستگی کارکنان اشاره به مشارکت و رضایت فرد و همچنین اشتیاقش برای کار دارند. عموماً دلبستگی کارمند متشکل از دو جزء دلبستگی شغلی و سازمانی است. دلبستگی شغلی بر "یک وضعیت روانشناختی برآوردن وظایف کاری فرد تمرکز دارد و دلبستگی سازمانی معطوف بر "مفهوم انگیزشی چندبعدی دارد که نشان دهنده سرمایه گذاری همزمان روی انرژی فیزیکی، شناختی، احساسی فرد در عملکرد کاری فعال و کامل است." دلبستگی شغلی (چنانچه در این مقاله استفاده شده)، بعنوان یک وضعیت مثبت اقلع کننده در ذهن تعریف می شود که دارای تعاریف اندکی متفاوت است که همگی دارای مفهوم مشترکی هستند: توصیف یک وضعیت ذهنی (ووچول و همکاران، ۲۰۱۹).

مدل مفهومی پژوهش

اکثر پژوهش هایی که در زمینه شادی و نشاط در محیط کار صورت پذیرفته است بیشتر به بررسی عوامل موثر بر شادی و نشاط در محیط کار پرداخته اند، و کمتر به موضوع نقش شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی با توجه به نقش میانجی دلبستگی شغلی پرداخته شده است. در نتیجه محقق برای این تحقیق هیچ پیشینه پژوهشی نمی تواند بیابد. در پایان لازم به ذکر است با توجه به آنچه بیان گردید و مطابق با اهداف پژوهش حاضر انتظار می رود روابط بین متغیرها را با مدلی که در زیر ارائه گردیده، تسهیل گرداند.

نقش شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی ... / ذاکری، اسماعیلی و رحیمیان



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

فرضیه اصلی

شادی در محیط کار تأثیر مثبت و معناداری بر جذابیت سازمانی با توجه به نقش میانجی دلبستگی شغلی دارد.

فرضیه‌های فرعی

شادی در محیط کار تأثیر مثبت و معناداری بر جذابیت سازمانی دارد.

شادی در محیط کار تأثیر مثبت و معناداری بر دلبستگی شغلی کارکنان دارد.

دلبستگی شغلی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری بر جذابیت سازمانی دارد.

روش‌شناسی تحقیق

با توجه به هدف پژوهش که تعیین روابط علی میان متغیرهای شادی در محیط کار، دلبستگی شغلی و جذابیت سازمانی می‌باشد، پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری اطلاعات توصیفی - پیمایشی و مبتنی بر مدل معادلات ساختاری می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را ۱۲۲۰ نفر از مدیران و کارکنان شرکت بیمه آسیا در شهر تهران تشکیل می‌دهند که از این تعداد ۲۹۲ نفر به وسیله فرمول کوکران به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. بمنظور اطمینان بیشتر ۳۵۰ پرسشنامه توزیع گردید که از این تعداد ۳۰۷ پرسشنامه برگشت داده شده و نهایتاً پس از حذف داده‌های پرت، با ۲۹۶ پرسشنامه داده‌های این پژوهش تجزیه و تحلیل گردید. داده‌های این پرسشنامه به وسیله پرسشنامه‌های استاندارد و به روش تصادفی ساده جمع‌آوری شده است. پرسشنامه پژوهش حاضر متشکل از سه سازه شادی در کار (۲۹ سوال)، دلبستگی شغلی (۱۷ سوال) و جذابیت سازمانی (۱۵ سوال)

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

می‌باشد. برای متغیر شادی در کار از پرسشنامه پنج گزینه‌ای استاندارد چیپار سیت و سنتاپهیرکو^۶، برای پرسشنامه دلبستگی شغلی از پرسشنامه پنج گزینه‌ای اسپاوفلی^۷ و همکاران (۲۰۰۲) و برای سنجش متغیر جذابیت سازمانی از پرسشنامه استاندارد هایهوس^۸ (۲۰۰۳) استفاده شده است. برای اطمینان از روایی پرسشنامه، علاوه بر به کارگیری پرسشنامه‌های استاندارد، از نظرات اساتید و خبرگان حوزه مدیریت جهت بررسی روایی محتوا و از تحلیل عامل تاییدی جهت بررسی روایی سازه نیز استفاده گردید. همچنین به منظور تعیین پایایی پرسشنامه نیز از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد. آلفای کرونباخ برای گویه‌های شادی در محیط کار ۰/۷۸، دلبستگی شغلی ۰/۸۳ و جذابیت سازمانی ۰/۸۶ بوده که نشان‌دهنده پایایی مناسب و قابل قبول پرسشنامه می‌باشد. برای انجام این تحلیل‌ها از نرم افزارهای آماری Smartpls3 و Spss22 استفاده شده است.

جهت آزمون فرضیات از روش مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. در این مقاله شاخص‌های برازش مناسب مدل شامل کای اسکوئر (χ^2)، GFI (شاخص نکویی برازش)، AGFI (شاخص تعدیل شده نکویی برازش)، CFI (شاخص برازش مقایسه‌ای) SRMR (ریشه میانگین توان دوم باقیمانده استاندارد شده) می‌باشد. بدین صورت که مدلی از برازش مناسب برخوردار است که نسبت χ^2 به درجه آزادی (DF) آن کمتر از ۳، مقدار CFI بیشتر از ۰/۹، مقدار AGFI و GFI بیشتر از ۰/۸ و مقدار SRMR کمتر از ۰/۰۷ باشد. همچنین چنانچه عدد معناداری (مقدار T) بیشتر از ۱/۹۶ یا کمتر از ۱/۹۶- باشد، رابطه موجود در مدل پژوهش معنادار است. روش تخمین مورد استفاده، حداکثر راستنمایی (بیشینه احتمالات) می‌باشد. این روش شاخص‌های مناسب‌تری را نسبت به دیگر روش‌های تخمین گزارش می‌کند. البته در این روش بایستی پیش‌شرط‌هایی از جمله نرمال بودن چندمتغیره، داده‌های پرت و نمونه مناسب بررسی شود. داده‌های پرت (۳ مورد) حذف گردید، نرمال بودن چندمتغیره با استفاده از چولگی و کشیدگی متغیرها، تایید شد. در ارتباط با نمونه مناسب، نظرات متفاوتی ارائه شده است، ولی در مجموع، برخی محققان بر مبنای یک نظر سرانگشتی، حداقل نمونه ۱۰۰ نفره را اعلام کرده‌اند (رحیمیان و میرمحمدی، ۱۳۹۳) که در این تحقیق رعایت شده است.

نقش شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی... / ذاکری، اسماعیلی و رحیمیان

جدول ۱. یافته های جمعیت شناختی

تحصیلات				سابقه کار			جنسیت		
ارشد و دکترا	کارشناسی	فوق دیپلم	دیپلم	بیشتر از ۵	۱-۵	کمتر از ۱	زن	مرد	
۱۲۴	۱۳۰	۲۴	۱۸	۲۱۲	۸۰	۴	۱۲۸	۱۶۸	فراوانی
۴۲	۴۴	۸	۶	۷۲	۲۷	۱	۴۳	۵۷	درصد
سن				نوع قرارداد			وضعیت تاهل		
۵۱-۶۰	۴۱-۵۰	۳۱-۴۰	۲۰-۳۰	قراردادی	پیمانی	رسمی	متاهل	مجرد	
۱۶	۷۹	۱۵۹	۴۲	۲۱۸	۱۸	۶۰	۲۱۶	۸۰	فراوانی
۵	۲۷	۵۴	۱۴	۷۴	۶	۲۰	۷۳	۲۷	درصد

جدول ۱، یافته‌های جمعیت‌شناختی را نشان می‌دهد. طبق جدول، بیشترین گروه پاسخ‌دهندگان را مردان (۱۶۸ نفر)، بیشترین سطوح تحصیلات را افراد با مدرک لیسانس (۱۳۰ نفر)، بیشترین سابقه کار در بازه بیشتر از ۵ سال (۲۱۲ نفر)، سن اکثریت افراد در بازه ۳۱-۴۰ (۱۵۹ نفر) قرار دارد. همچنین نوع استخدام بیشتر کارکنان قراردادی (۲۱۸) می‌باشد.

مدل‌های اندازه‌گیری

برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری از سه مورد پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شده است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳)، که در بخش بعد هر کدام از این موارد شرح داده می‌شود.

پایایی

از آنجا که معیار آلفای کرونباخ یک معیار سنتی برای تعیین پایایی سازه‌ها می‌باشد، روش PLS معیار مدرن‌تری نسبت به آلفا به نام پایایی ترکیبی به کار می‌رود. در صورتی که مقدار برای هر سازه بالای ۰,۷ شود، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری دارد و مقدار کمتر از ۰,۶ عدم جود پایایی را نشان می‌دهد. نهایتاً ذکر این نکته ضروری است که پایایی ترکیبی در مدلسازی معادلات ساختاری معیار بهتری از آلفای کرونباخ به شمار می‌رود به دلیل اینکه در محاسبه ضریب آلفای کرونباخ در مورد هر سازه، تمامی شاخص‌ها، با اهمیت مساوی در محاسبات وارد می‌شوند در حالی که در محاسبه پایایی ترکیبی، شاخص‌ها با بار عاملی (loading) بیشتر، اهمیت زیادتری دارند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳).

جدول ۲: ضریب پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ

متغیرها و ابعاد	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
شادی در کار	۰,۸۹۶	۰,۹۰۹
ارتباطات	۰,۸۶۸	۰,۸۹۲
ارزشهای مشترک	۰,۸۵۶	۰,۸۹۷
اعتبار	۰,۸۳۵	۰,۸۸۲
انگیزه شغلی	۰,۹۳۷	۰,۹۴۷
توان و انرژی	۰,۷۹۳	۰,۸۵۳
جذابیت سازمانی	۰,۸۶۹	۰,۸۹۲
جذابیت عمومی	۰,۸۴۰	۰,۸۸۶
دلبستگی شغلی	۰,۸۷۹	۰,۸۹۸
دنبال کردن هدف	۰,۷۸۹	۰,۸۵۶
فداکاری	۰,۸۰۵	۰,۸۶۶
مجنوب شدن در کار	۰,۸۴۶	۰,۸۸۷
کیفیت زندگی	۰,۷۵۶	۰,۸۱۱

روایی همگرا

در مدل معادلات ساختاری علاوه بر روایی سازه که برای بررسی اهمیت گویه‌های انتخاب شده برای اندازه‌گیری متغیرها به کار می‌رود، روایی تشخیصی (همگرا) نیز مورد نظر است به این معنا که گویه‌های هر متغیر، در نهایت تفکیک مناسبی را به لحاظ اندازه‌گیری نسبت به متغیرهای دیگر مدل فراهم می‌آورند. به عبارت ساده تر هر گویه فقط متغیر خود را اندازه‌گیری کند و ترکیب آن‌ها به گونه ای باشد که تمام متغیرها به خوبی از یکدیگر تفکیک شوند. این فرایند با کمک شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) مشخص می‌شود. ضرایب AVE نشان می‌دهند که چه در صدی از واریانس ساختار یا متغیر مدل، به وسیله یک گویه مجزا تشریح شده است. ساختارها یا متغیرهای مدل، دارای میانگین واریانس استخراج شده (AVE) به عقیده مگنر و همکاران^۹ (۱۹۹۶) بالاتر از ۰,۴ معرفی شده، بزرگتر هستند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳). بنابراین نتیجه گرفته می‌شود که گویه‌ها می‌توانند به اندازه کافی واریانس متغیرهای مدل پژوهش را تشریح نمایند. همانطور که جدول ۳ نشان می‌دهد تمامی مدل‌های اندازه‌گیری متغیرها دارای روایی همگرا مناسبی هستند.

نقش شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی ... / ذاکری، اسماعیلی و رحیمیان

جدول ۳: روایی همگرا

متغیرها و ابعاد	میانگین واریانس استخراج شده
شادی در کار	۰,۵۷۵
ارتباطات	۰,۴۵۴
ارزشهای مشترک	۰,۶۳۷
اعتبار	۰,۶۰۰
انگیزه شغلی	۰,۶۲۵
توان و انرژی	۰,۵۹۳
جذابیت سازمانی	۰,۶۵۹
جذابیت عمومی	۰,۶۰۹
دلبستگی شغلی	۰,۴۵۱
دنبال کردن هدف	۰,۵۴۵
فداکاری	۰,۵۶۸
مجنوب شدن در کار	۰,۵۷۰
کیفیت زندگی	۰,۶۰۲

روایی واگرا

روایی واگرا همبستگی یک متغیر را با یک متغیر غیر مرتبط با آن را می‌سنجد. روایی واگرا از دو طریق سنجیده می‌شود. یکی روش بارهای عاملی متقابل است که میزان همبستگی بین شاخص‌های یک سازه را با همبستگی آن‌ها با سازه‌های دیگر مقایسه می‌کند و روش دیگر معیار پیشنهادی فورنل و لارکر^{۱۰} (۱۹۸۱) است که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. در این روش میزان رابطه یک سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها است. به طوری که روایی واگرای قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارد تا با سازه‌های دیگر. روایی واگرا در سطحی قابل قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر (یعنی مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل باشد. در جدول ۴ ماتریس مربوط به سیزده سازه روایی واگرای پژوهش آورده شده است. در این ماتریس اگر اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین و سمت چپ خود بیشتر باشد مدل اندازه‌گیری دارای روایی واگرای قابل قبولی است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳). جدول ۴ روایی واگرای مدل‌های اندازه‌گیری را تایید می‌کند.

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

جدول ۴: روایی و اگرای مدل اندازه‌گیری

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
۱. شادی در کار	۰,۵۲۴												
۲. ارتباطات	۰,۶۰۱	۰,۶۷۴											
۳. ارزشهای مشترک	۰,۶۳۸	۰,۲۷۴	۰,۷۹۸										
۴. اعتبار	۰,۰۹۶	۰,۱۳۹	۰,۱۲۳	۰,۷۷۵									
۵. انگیزه شغلی	۰,۷۴۲	۰,۱۵۲	۰,۳۹۷	۰,۰۹۰	۰,۷۹۱								
۶. توان و انرژی	۰,۲۶۶	۰,۱۹۲	۰,۱۱۸	۰,۱۵۷	۰,۱۷۶	۰,۷۰۲							
۷. جذابیت سازمانی	۰,۱۸۶	۰,۱۵۷	۰,۰۸۳	۰,۴۲۶	۰,۱۲۸	۰,۲۲۱	۰,۵۹۹						
۸. جذابیت عمومی	۰,۲۴۸	۰,۱۳۶	۰,۰۶۳	۰,۳۴۷	۰,۲۳۷	۰,۲۱۷	۰,۸۸۳	۰,۷۸۰					
۹. دل‌بستگی شغلی	۰,۳۱۹	۰,۲۸۶	۰,۱۴۱	۰,۲۵۵	۰,۱۸۸	۰,۶۶۹	۰,۳۰۹	۰,۳۱۹	۰,۵۹۲				
۱۰. دنبال کردن هدف	۰,۰۸۱	۰,۰۹۴	۰,۰۱۴	۰,۴۲۱	۰,۰۵۱	۰,۱۴۲	۰,۴۲۴	۰,۵۳۸	۰,۱۴۷	۰,۷۳۸			
۱۱. فداکاری	۰,۲۹۱	۰,۲۴۷	۰,۱۳۰	۰,۲۳۴	۰,۱۸۷	۰,۴۷۰	۰,۲۲۲	۰,۱۹۴	۰,۶۸۹	۰,۰۹۷	۰,۷۵۴		
۱۲. مجذوب شدن در کار	۰,۲۲۱	۰,۲۴۵	۰,۰۹۶	۰,۲۱۶	۰,۱۰۲	۰,۲۸۱	۰,۲۹۴	۰,۳۴۱	۰,۴۴۲	۰,۱۲۳	۰,۶۴۸	۰,۷۵۵	
۱۳. کیفیت زندگی	۰,۳۹۵	۰,۴۴۳	۰,۰۰۵	۰,۱۲۲	۰,۱۶۵	۰,۳۸۶	۰,۱۶۱	۰,۱۹۲	۰,۳۹۷	۰,۰۵۹	۰,۳۱۵	۰,۲۷۹	۰,۷۷۶

مدل معادلات ساختاری

در بخش ساختاری مدل، روابط بین متغیرهای نهفته درونی و بیرونی مورد توجه قرار می‌گیرد. در اینجا هدف، تشخیص این موضوع است که آیا روابط تئوریکی که بین متغیرها در مرحله تدوین چارچوب مفهومی مدنظر محققان بوده است، به وسیله داده‌ها تأیید شده است یا خیر. همچنین برای اندازه‌گیری نقش متغیر میانجی و از دست‌ورالعمل بوت استرپ^{۱۱} در نرم افزار Smartpls3 استفاده شده‌است. بر این اساس ابتدا به بررسی اثرات مستقیم آزمون فرضیه‌های فرعی پژوهش به وسیله شکل های ۲ و ۳ مدل معادلات ساختاری پرداخته می‌شود خروجی نرم افزار مطابق جدول ۵ می‌باشد. فرضیه‌های فرعی در جدول به شکل پر رنگ مشخص گردیده است. بر اساس فرضیه فرعی اول، شادی در محیط کار بر جذابیت سازمانی به میزان (۰/۰۹۸) تاثیر دارد، همچنین آماره تی بدست آمده (۱,۱۷۵) کمتر از قدر مطلق ۱/۹۶ می‌باشد که نشان از عدم معناداری ضرایب و عدم تأیید فرضیه بدست آمده دارد. بر اساس فرضیه فرعی دوم، شادی در محیط کار بر دل‌بستگی شغلی به میزان (۰,۳۱۹) تاثیر دارد، همچنین آماره تی به دست آمده (۳,۴۹۶) کوچکتر از سطح خطا (۰/۰۵) می‌باشد که نشان از معناداری ضرایب دارد، بنابراین فرضیه دوم تأیید می‌شود. بر اساس فرضیه فرعی سوم،

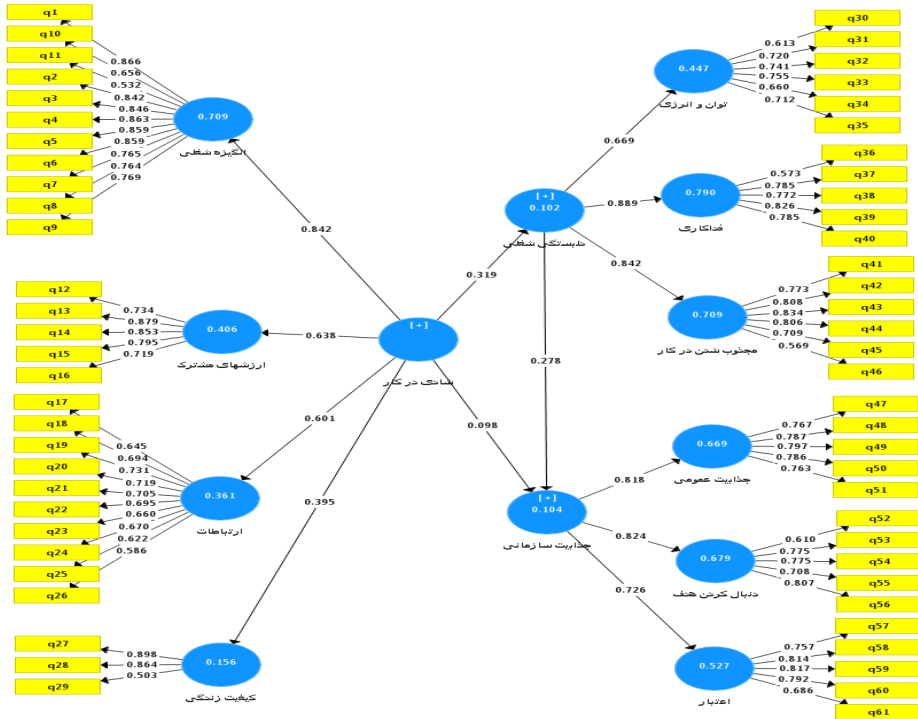
نقش شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی ... / ذاکری، اسماعیلی و رحیمیان

دلبستگی شغلی بر جذابیت سازمانی به میزان (۰,۲۷۸) تاثیر دارد، همچنین عدد معناداری به دست آمده (۳,۵۶۴) بزرگتر از قدر مطلق ۱,۹۶ می باشد که نشان از معناداری ضرایب و تایید فرضیه بدست آمده دارد. نتایج سطح معناداری بدست آمده نشان داد که سطح معناداری تمامی روابط کوچکتر از سطح خطا (۰,۰۵) می باشد.

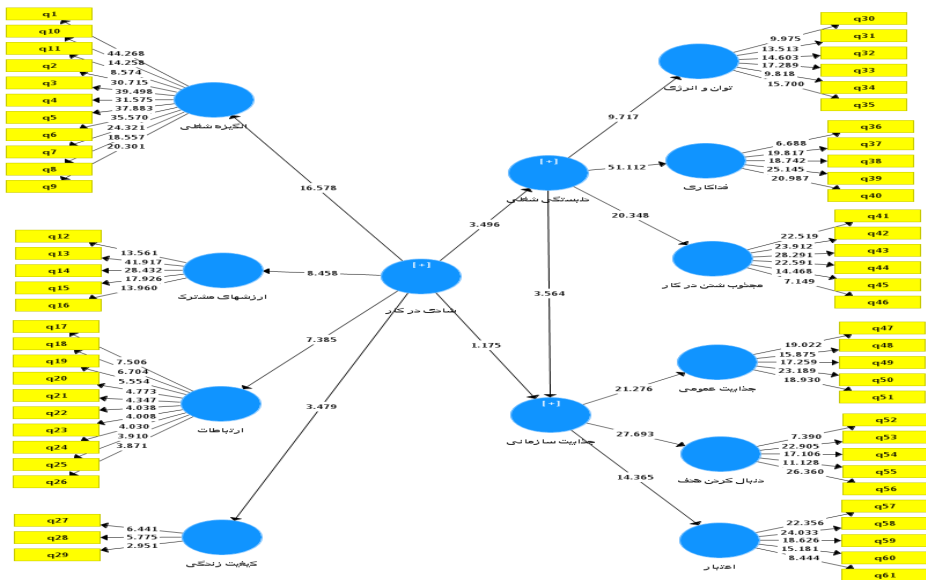
جدول ۵: ضرایب مسیر و معناداری فرضیه‌ها و متغیرهای اصلی پژوهش

روابط	ضریب تأثیر	میانگین	انحراف معیار	آماره تی	سطح معناداری
شادی در کار -> ارتباطات	۰,۶۰۱	۰,۶۱۴	۰,۸۰۱	۷,۳۸۵	۰,۰۰۰
شادی در کار -> ارزشهای مشترک	۰,۶۳۸	۰,۶۳۹	۰,۰۷۵	۸,۴۵۸	۰,۰۰۰
شادی در کار -> انگیزه شغلی	۰,۸۴۲	۰,۸۳۸	۰,۰۵۱	۱۶,۵۷۸	۰,۰۰۰
شادی در کار -> جذابیت سازمانی	۰,۰۹۸	۰,۰۹۵	۰,۰۸۳	۱,۱۷۵	۰,۲۴۱
شادی در کار -> دلبستگی شغلی	۰,۳۱۹	۰,۳۱۸	۰,۰۹۱	۳,۴۹۶	۰,۰۰۱
شادی در کار -> کیفیت زندگی	۰,۳۹۵	۰,۴۰۵	۰,۱۱۴	۳,۴۷۹	۰,۰۰۱
جذابیت سازمانی -> اعتبار	۰,۷۲۶	۰,۷۲۳	۰,۰۵۱	۱۴,۳۶۵	۰,۰۰۰
جذابیت سازمانی -> جذابیت عمومی	۰,۸۱۸	۰,۸۱۹	۰,۰۳۸	۲۱,۲۷۶	۰,۰۰۰
جذابیت سازمانی -> دنبال کردن هدف	۰,۸۲۴	۰,۸۲۶	۰,۰۳۰	۲۷,۶۹۳	۰,۰۰۰
دلبستگی شغلی -> توان و انرژی	۰,۶۶۹	۰,۶۶۶	۰,۰۶۹	۹,۷۱۷	۰,۰۰۰
دلبستگی شغلی -> جذابیت سازمانی	۰,۲۷۸	۰,۲۷۴	۰,۰۷۸	۳,۵۶۴	۰,۰۰۰
دلبستگی شغلی -> فداکاری	۰,۸۸۹	۰,۸۹۱	۰,۰۱۷	۵۱,۱۱۲	۰,۰۰۰
دلبستگی شغلی -> مجذوب شدن در کار	۰,۸۴۲	۰,۸۴۳	۰,۰۴۱	۲۰,۳۴۸	۰,۰۰۰

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹



شکل ۲: مدل معادلات ساختاری پژوهش (تخمین استاندارد)



شکل ۳: مدل معادلات ساختاری پژوهش (معناداری ضرایب)

نقش شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی ... / ذاکری، اسماعیلی و رحیمیان

سنجش اثر متغیر میانجی

به منظور بررسی نقش معنادار متغیر میانجی از روش بوت استرپ از نرم افزار SMARTPLS3 استفاده شده است. اگرچه روش بارن و کنی^{۱۲} (۱۹۸۶) به دلیل سادگی به طور وسیعی در تحقیقات مورد استفاده قرار می‌گیرد اما انتقاد جدی به این روش وارد است در این روش به جای آزمودن کل مسیر به آزمودن روابط دو به دو به شکل مجزا می‌پردازد. برای اینکه نشان دهیم متغیر میانجی در مدل تأثیر دارد باید سه آزمون مجزا انجام دهیم و سه فرضیه یوچ را رد کنیم. هر کدام از این آزمون‌ها خطای نوع یک و نوع دو خود را دارند و عملاً با اجرای این آزمون‌ها خطا را برای آزمون میانجی‌گیری افزایش می‌دهیم. آزمون سوبل^{۱۳} یکی دیگر از ضعیف‌ترین آزمون‌ها برای سنجش متغیر میانجی می‌باشد فرض آن بر توزیع نرمال داده‌های غیر مستقیم است که اغلب برقرار نیست و بازه اطمینان بدست آمده در این روش اطمینان کمتری نسبت به روش‌های بوت استرپ دارد (پهلوان شریف و مهدویان، ۱۳۹۵). با توجه به توضیحات داده شده در این پژوهش از روش بوت استرپ استفاده شده است. نتایج و خروجی جدول بوت استرپ برای فرضیه اصلی پژوهش شامل اثر کل و اثر غیر مستقیم می‌شود. ضریب تأثیر کل تأثیر متغیر مستقل بر وابسته با توجه به حضور میانجی (۰,۱۸۶) و عدد معناداری (۲,۰۲۸) می‌باشد. در جدول ۶ خروجی اثر غیر مستقیم برای تمامی سازه‌های پژوهش آورده شده است. سطر مربوط به آزمون فرضیه اصلی پر رنگ شده است. دل‌بستگی شغلی به عنوان متغیر میانجی تأثیر معناداری بین متغیرهای شادی در محیط کار و جذابیت سازمانی ایفا می‌کند. میزان تأثیر متغیر دل‌بستگی شغلی (۰,۰۸۹) و عدد معناداری یا همان آماره تی (۲,۲۸۶) می‌باشد. دل‌بستگی شغلی به عنوان متغیر میانجی، نقش کاملی در تأثیر شادی در محیط کار بر جذابیت سازمانی دارد. زیرا با توجه به مدل‌های ساختاری و خروجی PLS تنها با وجود متغیر میانجی نیز شادی در محیط کار بر جذابیت سازمانی نیز تأثیر معناداری دارد.

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

جدول ۶: اثرات غیر مستقیم سازه های پژوهش

سطح معناداری	آماره تی	انحراف معیار	میانگین	ضریب تأثیر	
۰,۲۴۷	۱,۱۶۰	۰,۰۶۱	۰,۰۶۹	۰,۰۷۱	شادی در کار -> جذابیت سازمانی -> اعتبار
۰,۰۰۱	۳,۳۷۲	۰,۰۶۰	۰,۱۹۹	۰,۲۰۲	دلبستگی شغلی -> جذابیت سازمانی -> اعتبار
۰,۰۳۰	۲,۱۷۰	۰,۰۳۰	۰,۰۶۵	۰,۰۶۴	شادی در کار -> دلبستگی شغلی -> جذابیت سازمانی -> اعتبار
۰,۰۰۲	۳,۰۵۵	۰,۰۷۰	۰,۲۱۳	۰,۲۱۳	شادی در کار -> دلبستگی شغلی -> توان و انرژی
۰,۰۲۳	۲,۲۸۶	۰,۰۳۹	۰,۰۸۹	۰,۰۸۹	شادی در کار -> دلبستگی شغلی -> جذابیت سازمانی
۰,۲۴۶	۱,۱۶۰	۰,۰۶۹	۰,۰۷۸	۰,۰۸۰	شادی در کار -> جذابیت سازمانی -> جذابیت عمومی
۰,۰۰۱	۳,۴۲۹	۰,۰۶۶	۰,۲۲۵	۰,۲۲۷	دلبستگی شغلی -> جذابیت سازمانی -> جذابیت عمومی
۰,۰۲۶	۲,۲۲۹	۰,۰۳۳	۰,۰۷۳	۰,۰۷۲	شادی در کار -> دلبستگی شغلی -> جذابیت سازمانی -> جذابیت عمومی
۰,۲۴۵	۱,۱۶۵	۰,۰۶۹	۰,۰۷۸	۰,۰۸۰	شادی در کار -> جذابیت سازمانی -> دنبال کردن هدف
۰,۰۰۰	۳,۶۶۰	۰,۰۶۳	۰,۲۲۶	۰,۲۲۹	دلبستگی شغلی -> جذابیت سازمانی -> دنبال کردن هدف
۰,۰۲۱	۲,۳۱۱	۰,۰۳۲	۰,۰۷۳	۰,۰۷۳	شادی در کار -> دلبستگی شغلی -> جذابیت سازمانی -> دنبال کردن هدف
۰,۰۰۱	۳,۴۳۳	۰,۰۸۳	۰,۲۸۳	۰,۲۸۳	شادی در کار -> دلبستگی شغلی -> فداکاری
۰,۰۰۱	۳,۴۶۰	۰,۰۷۸	۰,۲۶۷	۰,۲۶۹	شادی در کار -> دلبستگی شغلی -> مجذوب شدن در کار

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر به بررسی تأثیر شادی در محیط کار بر جذابیت سازمانی با توجه به نقش میانجی دلبستگی شغلی پرداخته است. داده‌های این تحقیق از مدیران و کارکنان بیمه آسیا گردآوری گردید و با استفاده از مدل معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از مدل معادلات ساختاری نشان داد که به جز تأثیر شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی دیگر فرضیات مورد تأیید قرار گرفت. متغیر میانجی دلبستگی شغلی نقش کامل و معناداری در تأثیر شادی در محیط کار بر جذابیت سازمانی دارد. به نتایج و یافته‌های پژوهش حاضر مطابق با یافته‌های وال^{۱۴} (۲۰۱۸) می‌باشد. وی در پژوهش خود تحت عنوان افزایش جذابیت سازمانی از طریق شادی و نشاط در محیط کار به این نتیجه دست یافت که متغیر میانجی دلبستگی شغلی نقش معناداری بر تأثیر شادی و نشاط

نقش شادی و نشاط در محیط کار بر جذابیت سازمانی ... / ذاکری، اسماعیلی و رحیمیان

در کار با جذابیت سازمانی دارد. تنها تفاوت نتایج پژوهش حاضر با یافته های وال (۲۰۱۸) در آن است که نقش میانجی در پژوهش وال (۲۰۱۸) نسبی می باشد و در پژوهش حاضر کامل و مطلق. از جمله دلایل تفاوت می توان به تفاوت های فرهنگی و جوامع مختلف آماری اشاره کرد. با توجه به یافته های پژوهش پیشنهاد می گردد، مدیران با محول کردن وظایف چالش برانگیز به کارکنان خود و کمک به آن ها در انجام موفقیت آمیز آن، انگیزه لازم در کارکنان ایجاد کنند که بتوانند با تلاش بیشتر وظایف سخت و دشوار را با موفقیت به انجام رسانند. در این حالت مدیران می توانند به صورت گام به گام، در ابتدا با محول کردن کارهای آسان و سپس دشوار کردن تدریجی آن و یا تقسیم کارهای بزرگ و مهارت های پیچیده به مجموعه ای از فعالیت های قابل انجام که نتیجه آن قابل مشاهده باشد و سپس واگذاری بخشی از آن ها در هر زمان به کارکنان باعث می شود آن ها مطمئن شوند می توانند تسلط کامل بر تمامی پیچیدگی های کاری خود داشته باشند. این فرآیند موجب بهبود دلبستگی شغلی و جذابیت سازمانی می شود. مشارکت دادن تمامی سطوح سازمانی در تصمیم گیری و استفاده از نظرات مفید و کاربردی آنان (باید در نظر داشت انجام اقدامات نمایشی برای اهمیت دادن به نظرات دیگران و اعمال نکردن آن در تصمیم گیری، عمر کوتاهی دارد) تاثیر به سزایی در بهبود دلبستگی شغلی کارکنان دارد. هر پژوهشی با یک سری محدودیت هایی روبه روست. این پژوهش نیز از این اصل مستثنی نبوده است. داده های این تحقیق به روش خود گزارشی جمع آوری شده است. استفاده از این روش، خطاهایی را تحت عنوان واریانس روش مشترک ایجاد می کند. این امر به دلیل مسائلی مثل مطلوبیت اجتماعی (حساسیت به یک سری سوالات خاص) تورش هایی از جمله بزرگ نمایی همبستگی را به دنبال دارد. البته برخی محققان از جمله کرمپتون و واگنر^{۱۵} تاثیر آن را اندک ارزیابی کرده اند (مید و همکاران، ۲۰۰۷). نو و تازه بودن موضوع تحقیق بخصوص رابطه شادی در محیط کار و جذابیت سازمانی به دلیل آنکه اکثر پژوهش ها به جذابیت سازمانی از منظر متقاضیان شغلی پرداخته اند از بزرگترین محدودیت های پژوهش بوده است. از آن جایی که داده های پژوهش از یک بخش خدماتی گرفته شده، لذا ممکن است نتایج تحت تاثیر محیط خاص آن قرار گرفته باشد و در نتیجه، یافته های تحقیق به آسانی به دیگر بخش ها قابل تعمیم نباشد. اگرچه مدل تحقیق بر مبنای روابط علی طرح ریزی شده است، اما برای سنجش این مدل، داده ها با استفاده از رویکرد میان بخشی گردآوری و تحلیل شده است. در این رویکرد علت و معلول در یک زمان معین سنجیده می شود و لذا نتیجه گیری های علی قطعی، محدود می باشد. برای درک بهتر این روابط علی، لازم است از رویکرد تکوینی یا طولی استفاده شود (میرمحمدی و رحیمیان، ۱۳۹۳).

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

منابع

- ۱) -پهلوان شریف، سعید و مهدویان، وحید(۱۳۹۵). مدل سازی معادلات ساختاری با Amos. تهران. انتشارات بیشه.
- ۲) -حجازی مسعود و تقی پور فرشی فریبا(۱۳۹۴)، بررسی تاثیر شادی در کار بر بهره وری نیروی انسانی، مدیریت بهره وری، سال نهم، شماره ۳۳، تابستان ۱۳۹۴، صص ۹۲-۷۷.
- ۳) -داوری، علی و رضازاده، آرش(۱۳۹۳). مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار smartpls3. تهران. انتشارات جهاددانشگاهی.
- ۴) شیخی، ایوب، اسمعیل پور زنجانی، سعید و اوکاتی حمید (۱۳۹۵)، نقش انعطاف پذیری منابع انسانی بر جذابیت سازمانی ادراک شده کارکنان، فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت، شماره ۲۴، بهار ۱۳۹۵، صص ۱۷۰-۱۴۷.
- ۵) -گل پرور، محسن، مدنی فر صدیقه الزهرا و مهداد علی(۱۳۹۳)، رابطه سریشدگی کار و خانواده و جذابیت سازمانی با توجه به نقش پنج عامل بزرگ شخصیت در کارکنان کارخانه برنا باطری، فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، دوره ششم، شماره ۱۹ صص ۵۷-۳۹.
- ۶) -میرمحمدی، سید محمد و رحیمیان محمد(۱۳۹۳). بررسی تأثیر رهبری اصیل بر خلاقیت فردی کارکنان با توجه به نقش میانجی سرمایه روانشناختی. پژوهش های مدیریت در ایران، جلد ۱۸، شماره ۳. ۲۰۴-۱۸۱.
- 7) -AbdulQuddus ,M (2019), "Workplace Happiness and Positivity: Measurement, Causes and Consequences ",International Journal for Research in Engineering Application & Management (IJREAM),ISSN:2454-9150 Vol-05,Issue-02,May 2019.
- 8) -Aktar,A, Pangil,F (2017), "Antecedents and Consequences of Employee Engagement: A Conceptual Study"IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 19, Issue 6. Ver. VI (June 2017), PP 54-67 www.iosrjournals.org,
- 9) -André,D,W, (2018) "Increasing organisational attractiveness: The role of the HPO and happiness at work frameworks", Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance, [https:// doi.org/10.1108/JOEPP-10-2017-0080](https://doi.org/10.1108/JOEPP-10-2017-0080)
- 10) -Andres ,S-Vallina, Alegre,J, Fernandez,R. (2017) "Happiness at work and organisational citizenship behaviour: Is organisational learning a missing link?", International Journal of Manpower, Vol. 38 Issue: 3, pp.470-488, <https://doi.org/10.1108/IJM-10-2015-0163>
- 11) -Angel ,H, (2013) "Understanding talent attraction: Perceived attractiveness of financial reward elements"A dissertation submitted in partial fulfilment of the

requirements for the award of the degree of Master of Commerce in Organisational Psychology in University of Cape Town.

12) -Bussin, M. & Mouton, H., (2019), 'Effectiveness of employer branding on staff retention and compensation expectations', South African Journal of Economic and Management Sciences 22(1), a2412. <https://doi.org/10.4102/sajems.v22i1.2412>.

13) -Chaiprasit, K., & Santidhiraku, O. (2011). Happiness at work of employees in small and medium-sized enterprises, Thailand. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 25, 189-200.

14) -Chien, Y (2018), Does work engagement mediate the influence of job resourcefulness on job crafting?, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2018-0365>.

15) -Cynthia D. Fisher(2010), Happiness at Work, *International Journal of Management Reviews*, Vol. 12, 384-412.

16) -Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63(6), 986-1001.

17) -Hongyi.H (2016), Workplace Happiness: Organizational Role And The Reliability Of Self-Reporting,

18) -Irena ,B, Rita ,B & Laima ,B (2017). Organizational attractiveness: an empirical study on employees attitudes in lithuanian business sector. *Problems and Perspectives in Management*, 15(2), 418. doi:10.21511/ppm.15(2).2017.01

19) -Irena .B, Rita ,B & Indre ,B (2016), Employers Attractiveness: Genertion Y Employment Expectations In Lithuania, *Human Resources Management & Ergonomics*.

20) -Jane D. Parent, Kathi J. Lovelace, (2018) "Employee engagement, positive organizational culture and individual adaptability", *On the Horizon*, <https://doi.org/10.1108/OTH-01-2018-0003>

21) -Kim W, Jeoung Han S ., Park J, (2019). "Is the Role of Work Engagement Essential to Employee Performance or 'Nice to Have'", *Journal of Sustainability* 2019, 11, 1050;

22) -Michele,SH ,H. (2015), Happiness, Work Engagement and Perception of Organizational Support of Student Affairs Professionals, A dissertation presented to the faculty of The Patton College of Education of Ohio University

23) -ArunKumar,K,Renugadevi,R.(2013), Antecedents and Consequences of Employee Engagement- A Hypothetical Approach , *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 9, Issue 3 (Mar. - Apr. 2013), PP 52-57 www.iosrjournals.org

24) Santoso, J. (2015). "Analytical of Factors Determinants of Happiness at Work Case Study on PT. PLN (Persero) Region Suluttenggo, Sulawesi, Indonesia

- "European Journal of Business and Management, www.iiste.org ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.7, No.8, 2015
- 25) -Santos, V., Monteiro, B., Martinho, F., Reis, I., Sousa, M. (2019) " Employer Branding: The Power of Attraction in the EB Group" Journal of Reviews on Global Economics, 2019, 8, 118-129.
- 26) -Schlechter, A., Hung, A., & Bussin, M. (2014). Understanding talent attraction: The influence of financial rewards elements on perceived job attractiveness. SA Journal of Human Resource Management/SA Tydskrif vir Menslikehulpbronbestuur, 12(1), Art. #647, 13 pages. <http://dx.doi.org/10.4102/sajhrm.v12i1.647>
- 27) -Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. Journal of Happiness studies, 3(1), 71-92.
- 28) -Suomaki A, Kianto A, Vanhala M (2019). work engagement across different generations in Finland, Knowl process Mang.

یادداشت ها:

- 1.Kahn
2. Macey andschneider
3. warr
- 4.Aguinis
5. Saks
6. Chaiprasit, Orapin Santidhiraku
7. Schaufeli
8. Highhouse
- 9.Magner
- 10.Fornell & Larcker
- 11.Bootstrap
- 12.Baron & Kenny
- 13.Sobel
- 14.Waal
15. Crampton & Wagner