



## The Relationship between Organizational Culture, Self-Concept Clarity and Indigenous Groups with Organizational Identity Using Structural Equation Modeling Technique

Mahmoud Alipour<sup>1\*</sup> , Mohammad Naghi Ferahani<sup>2</sup> , Ayat Sadat Talab<sup>3</sup> 

1. Corresponding Author, Department of Psychology, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran. Email: [alipour\\_m@nicico.com](mailto:alipour_m@nicico.com)
2. Department of Psychology, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran. Email: [fara@khu.ac.ir](mailto:fara@khu.ac.ir)
3. Department of Educational Studies, Institute of Educational, Psychological and Social Research, Kharazmi University, Tehran, Iran. Email: [a.saadattalab@khu.ac.ir](mailto:a.saadattalab@khu.ac.ir)

### ARTICLE INFO

**Article type:**  
Research Article

**Article History:**  
Received: 17 Mar 2022  
Revised: 31 Jul 2022  
Accepted: 09 Aug 2022  
Published: 22 Sep 2024

**Keywords:**  
*Indigenous Groups, Organizational Culture, Self-Concept Clarity, Organizational Identity.*

### ABSTRACT

In the present study the relationship between self-concept clarity, organizational culture and indigenous groups with the organizational identity of Sarcheshmeh Rafsanjan copper complex personnel has been investigated. The present study was conducted in a descriptive manner and was correlational in nature. The Sarcheshmeh copper complex's official personnel who were employed there in 2020 comprise the statistical population of this study. Out of 5191 employed personnel, 420 were selected by stratified random sampling. The instruments used in this study are the Cheney's organizational identity questionnaire, Campbell's self-concept clarity questionnaire and Cameron-Quinn organizational culture assessment tool. The Amos-22 software was employed to conduct the path analysis technique for the analysis of research data. The results showed that, in addition to the direct relationship between self-concept clarity and organizational identity, self-concept clarity functions as a mediating variable between organizational culture and organizational identity. Additionally, the findings indicate a relationship between indigenous groups and organizational identity. Organizational culture is also linked to indigenous communities, in addition to organizational identity. The relationship between organizational identity and organizational culture, self-concept clarity, and indigenous groups can be verified based on the research results.

**Cite this article:** Alipour, M., Ferahani, M. N., & Sadat Talab, A. (2024). The Relationship between Organizational Culture, Self-Concept Clarity and Indigenous Groups with Organizational Identity Using Structural Equation Modeling Technique. *Journal of Applied Psychological Research*, 15(3), 113-137. doi: 10.22059/japr.2024.340480.644212.



**Publisher:** University of Tehran Press  
DOI: <https://doi.org/10.22059/japr.2024.340480.644212>

© The Author(s).



## فصل نامه پژوهش‌های کاربردی روانشناختی

## رابطه بین فرهنگ سازمانی، وضوح خودپنداره و گروه‌های بومی با هویت سازمانی با استفاده از تکنیک مدلسازی معادله ساختاری<sup>۱</sup>

محمود علیپور<sup>۱\*</sup>، محمد نقی فراهانی<sup>۲</sup>، آیت سعادت طلب<sup>۳</sup>

۱. نویسنده مسئول، دانشجوی دکتری، گروه روان‌شناسی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. رایانامه: [alipour\\_m@nicico.com](mailto:alipour_m@nicico.com)

۲. استاد، گروه روان‌شناسی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. رایانامه: [fara@khu.ac.ir](mailto:fara@khu.ac.ir)

۳. دانشیار، گروه مطالعات تربیتی، موسسه تحقیقات تربیتی، روان‌شناختی و اجتماعی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. رایانامه: [a.saadattalab@khu.ac.ir](mailto:a.saadattalab@khu.ac.ir)

## اطلاعات مقاله

## چکیده

## نوع مقاله:

پژوهشی

## تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۲۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۵/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۱۸

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۷/۰۱

## کلیدواژه‌ها:

فرهنگ سازمانی، گروه‌های بومی، وضوح خودپنداره، هویت سازمانی.

در پژوهش حاضر به بررسی رابطه فرهنگ سازمانی، وضوح خودپنداره و گروه‌های بومی با هویت سازمانی کارکنان مجتمع مس سرچشمه رفسنجان پرداخته شد. مطالعه حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث روش توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان رسمی مجتمع مس سرچشمه بود که در سال ۱۳۹۹ در آن مجتمع مشغول به کار بودند. از بین ۵۱۹۱ نفر پرسنل، ۴۲۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزارهای مورد استفاده این پژوهش عبارت بودند از: پرسشنامه هویت سازمانی چنی (COIQ)، پرسشنامه وضوح خودپنداره کمبل (CSS) و ابزار ارزیابی فرهنگ سازمانی کامرون-کویین (OCAI). تحلیل داده‌های پژوهش به روش تحلیل مسیر و با بهره‌گیری از نرم‌افزار Amos-22 صورت گرفت. نتایج نشان داد علاوه بر رابطه مستقیم بین وضوح خودپنداره و هویت سازمانی، وضوح خودپنداره به‌عنوان متغیر واسط بین فرهنگ سازمانی و هویت سازمانی نقش آفرینی می‌کند. همچنین براساس نتایج، بین گروه‌های بومی و هویت سازمانی نیز رابطه وجود دارد. گروه‌های بومی علاوه بر هویت سازمانی با فرهنگ سازمانی نیز در ارتباط هستند. براساس نتایج تحقیق می‌توان رابطه بین هویت سازمانی با فرهنگ سازمانی، وضوح خودپنداره و گروه‌های بومی را تأیید کرد.

**استناد:** علیپور، م.، فراهانی، م. ن.، و سعادت طلب، آ. (۱۴۰۳). رابطه بین فرهنگ سازمانی، وضوح خودپنداره و گروه‌های بومی با هویت سازمانی با استفاده از تکنیک مدلسازی معادله ساختاری. فصل‌نامه پژوهش‌های کاربردی روانشناختی، ۱۵(۳)، ۱۱۳-۱۳۷. doi: 10.22059/japr.2024.340480.644212

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران

DOI: <https://doi.org/10.22059/japr.2024.340480.644212>

© نویسنده‌گان.



۱. این پژوهش براساس موافقت‌نامه با مجتمع مس سرچشمه رفسنجان انجام گرفته است.

## ۱. مقدمه

سازمان‌ها ابداعی اجتماعی هستند که به منظور دستیابی به یک سری اهداف خاص طراحی شده‌اند (ساوا<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). با جهانی شدن فروش و محصولات، رقابت بین سازمان‌ها و شرکت‌ها رو به افزایش گذاشته است. در این رقابت، به منظور دستیابی به مزیت رقابتی و نیل به اهداف راهبردی مشارکتی، مدیریت منابع انسانی کمک شایانی به شرکت‌ها می‌کند. در دنیای اقتصادی گذشته، رفاه اجتماعی انسان از اولویت کمی برخوردار بود. در بیشتر تشکلهای اقتصادی، نیروی انسانی مانند سایر فاکتورها (تجهیزات و ماشین‌آلات)، به‌عنوان یک فاکتور تولیدی در نظر گرفته می‌شد (کیروی و سانگ<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰). از نظر سنتی، منابع انسانی معادل مواد خام و ماشین در نظر گرفته می‌شدند، اما در مدیریت جدید، مدیریت منابع انسانی مبتنی بر راهبرد است و هر راهبردی از یک نقشه و هدف برخوردار است (هاشم‌زهی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۱)؛ به طوری که در دنیای نوین، ارتباط بین سازمان و کارکنان بخش مهمی از مدیریت منابع انسانی به‌شمار می‌رود و انسان به‌عنوان یک سرمایه در نظر گرفته می‌شود. در محیط متغیر تجاری امروزی، چگونگی درک رابطه کارکنان-سازمان یک افق جدید در مقابل مدیران سازمان‌ها گشوده است. در این رابطه، هم حمایت سازمانی ادراک‌شده<sup>۴</sup> و هم هویت‌یابی سازمانی<sup>۵</sup> از ساختارهای فرعی مهم به‌شمار می‌روند و مطالعات زیادی نشان داده‌اند این دو ساختار به میزان زیادی با عملکرد شغلی کارکنان در رابطه هستند (لو<sup>۶</sup>، ۲۰۲۰).

از دید کاربردی، ارتباط قوی و قابل توجه هویت سازمانی با برخی متغیرها می‌تواند نشان‌دهنده این موضوع باشد که هویت سازمانی یک پیش‌بین مفید از چندین متغیر است که با عملکرد سازمانی در ارتباط هستند (ریکتا<sup>۷</sup>، ۲۰۰۵)؛ به طوری که می‌توان هویت سازمانی را به‌عنوان یک پیش‌بین مفید از عملکرد سازمانی در نظر گرفت. این موضوع سبب شده است تا بیشتر مقالات مربوط به هویت‌یابی سازمانی به نتایج مثبت ناشی از هم‌نوایی بین هویت سازمانی و خودپنداره بپردازند (بندار و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۲۰). اما برای مدیریت هویت سازمانی و بهبود آن لازم است تا عوامل تأثیرگذار بر هویت سازمانی نیز مطالعه شوند. براساس بررسی‌های صورت گرفته، درخصوص مطالعه متغیرهای اصلی که منجر به هویت سازمانی می‌شوند، نقصان مطالعاتی زیادی وجود دارد و پژوهش‌های دانشگاهی اندکی در این ارتباط صورت گرفته است (لی و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۲۰).

پژوهش‌های زیادی به اهمیت هویت‌یابی سازمانی در تعیین نگرش‌ها و رفتارهای فردی در سازمان اشاره دارند (کیم<sup>۱۰</sup>، ۲۰۲۰). هویت سازمانی به این معناست که اعضای سازمان در بسیاری از جنبه‌های رفتاری و عقیدتی با سازمانشان هم‌نوا هستند. همچنین طبق نظریه هویت اجتماعی، کارمندی که هویت سازمانی قوی دارند، به احتمال بیشتری دیدگاه‌ها و ارزش‌های سازمانی را درونی‌سازی می‌کنند، خودشان و سازمان را به نسبت زیادی استوار نگه می‌دارند و براساس علاقه‌مندی‌های سازمان عمل می‌کنند (بیاوبین و همکاران<sup>۱۱</sup>، ۲۰۲۱). مفهوم هویت سازمانی نه تنها سازمان را به‌عنوان یک کل توصیف می‌کند، بلکه نشان‌دهنده درک متقابل کارکنان از سازمانشان است (مشتاق و همکاران<sup>۱۲</sup>، ۲۰۲۱).

کرنلیسن<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۷) ادعا می‌کند هویت‌یابی کارمندان با سازمان به ندرت اتفاق می‌افتد، مگر اینکه هویت سازمانی و هویت فردی کارکنان با یکدیگر هم‌پوشانی پیدا کنند. این موضوع بر اهمیت توجه به هویت فردی، به‌عنوان یکی از پارامترهای تأثیرگذار بر هویت سازمانی تأکید دارد. در این میان، وضوح خودپنداره<sup>۱۴</sup> عنصری کلیدی برای هویت فردی به‌شمار می‌رود

1. Sava
2. Kirui & Sang
3. Hashemzahi et al.
4. perceived organizational support
5. organizational identification
6. Luo
7. Riketta
8. Bednar et al.
9. Li et al.
10. Kim
11. Biaobin et al.
12. Mushtaque et al.
13. Cornelissen
14. Self-Concept Clarity

(شوارتز و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱). وضوح خودپنداره به میزانی که افراد به خودشان اطمینان دارند و خودشان را به شیوه‌های مثبت و ثابت توصیف می‌کنند، اشاره دارد. از این دیدگاه، پیش‌بینی می‌شود هویت سازمانی تحت تأثیر وضوح خودپنداره کارکنان قرار گیرد.

مطالعات پیشین، شواهد روزافزونی درخصوص ارتباط نزدیک بین وضوح خودپنداره و سازگاری روان‌شناختی به‌دست داده‌اند (کمبل و همکاران<sup>۲</sup>، ۱۹۹۶؛ دکمر و سدی‌کیدز<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵؛ اسلاتر و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰). از طرف دیگر، آلساندری و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۲۰) با اشاره به مطالعات قبلی ادعا می‌کنند وضوح خودپنداره بر جنبه‌های مختلف روان‌شناختی از جمله عزت‌نفس، درک معنای زندگی، رضایت از روابط فردی، مشکلات بین فردی، احساس تنهایی، نارضایتی از بدن، اختلالات خوردن و... تأثیرگذار بوده و از همه مهم‌تر اینکه حجم زیادی از شواهد نشان می‌دهند وضوح خودپنداره برای سازگاری مهم است. اوه و روه<sup>۶</sup> (۲۰۱۹) با اشاره به وسعت عملکرد وضوح خودپنداره در برای سازگاری با مجموعه سازمانی ادعا می‌کنند وضوح خودپنداره ممکن است به کارمندان در تجربه معناداری در محل کار کمک کند که به نوبه خود می‌تواند به انگیزه کار منجر شود. نظریه رسته‌بندی اجتماعی<sup>۷</sup> (ترنر<sup>۸</sup>، ۱۹۷۸) بر پایه اصول نظریه هویت اجتماعی، توصیفی شناختی از تشکیل گروه‌های اجتماعی به‌دست می‌دهد، اما اکنون تعدادی از پژوهشگران در حوزه روان‌شناسی، با دنبال کردن وضوح خودپنداره، به دنبال دیدگاه وسیعی تری از انگیزه‌های خود رسته‌بندی<sup>۹</sup> هستند. براساس اصول نظریه خود رسته‌بندی<sup>۱۰</sup>، افراد به دنبال هویت‌یابی با مراجعه اجتماعی هستند که منابع بزرگ‌تری از وضوح خودپنداره را ارائه می‌دهند. با پذیرفتن اصلی به نام وضوح خودپنداره، خودپنداره قادر به ادغام و ترکیب تجارب چندگانه حاصل از توالی پیوسته هویت‌یابی می‌شود (مارتین<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۹). به این ترتیب، با توجه به اهمیت وضوح خودپنداره و ارتباط آن با جنبه‌های مختلف روان‌شناختی می‌توان انتظار داشت وضوح خودپنداره علاوه بر ارتباط مستقیم با هویت سازمانی، به‌عنوان یک متغیر میانجی، بین هویت سازمانی و سایر عوامل تأثیرگذار قرار گیرد.

از طرف دیگر، در سازمان‌ها، افراد در قالب گروه‌های مختلف فعالیت می‌کنند. اگرچه بسیاری از مطالعات بر هویت فردی و هویت‌یابی سازمانی تمرکز کرده‌اند، معمولاً به‌طور ضمنی یک ارتباط مستقیم بین این دو در نظر می‌گیرند و تمایل دارند تا نقش گروه‌ها را در این ارتباط نادیده بگیرند (سیلوا و سیاس<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۰). اما باید توجه داشت که انسان بدون ارتباط اجتماعی با سایرین قادر به زندگی نیست و این موضوع دلیلی بر چرایی تشکیل سازمان‌های غیررسمی پس از معرفی قوانین رسمی است (دنیل<sup>۱۳</sup>، ۲۰۱۸). به‌طور کلی براساس نظریات موجود، سازمان‌ها را می‌توان به دو صورت گروه‌های رسمی و غیررسمی تقسیم‌بندی کرد که هرکدام نقشی متمایز و ضروری را برعهده دارند. گروه‌های رسمی برای تکمیل آگاهانه وظایف سازمانی تشکیل می‌شوند؛ درحالی‌که گروه‌های غیررسمی (در این پژوهش گروه‌های بومی) بی‌واسطه شکل می‌گیرند و سپس با تغییر رفتار کارگران، رضایت شغلی و بهره‌وری، بر عملکرد سازمان تأثیر می‌گذارند (فو و همکاران<sup>۱۴</sup>، ۲۰۱۹).

افراد در سازمان‌ها اساساً به‌عنوان اعضای چنین گروه‌هایی با یکدیگر تعامل دارند و ارتباطات بین فردی در بیشتر موارد برخوردی بین گروهی هستند؛ به‌طوری‌که سازمان‌ها دارای زمینه‌های درون گروهی هستند و رفتار افراد را فقط می‌توان در چارچوب عضویت در گروه‌های مربوط، سیستمی که گروه‌ها در آن تعبیه شده‌اند، نفوذپذیری مرزهایی که عضویت در گروه‌ها را

1. Schwartz et al.
2. Campbell et al.
3. De Cremer & Sedikides
4. Slotter et al.
5. Alessandr et al.
6. Oh & Roh
7. Social categorization theory
8. Turner
9. self-categorization
10. self-categorization theory
11. Martin
12. Silva & Sias
13. Daniel
14. Fu et al.

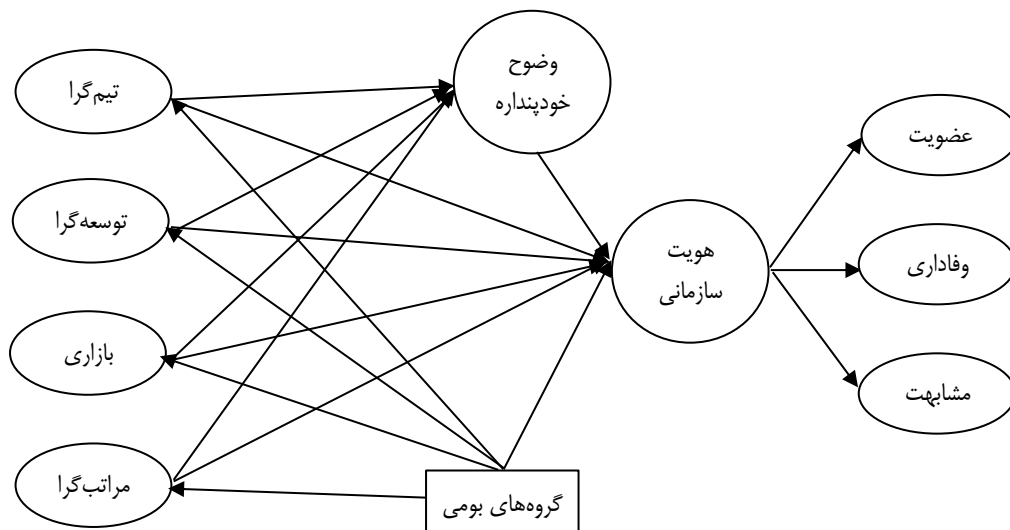
تعریف می‌کنند و روابط مبتنی بر قدرت در بین گروه‌ها درک کرد (پالسن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲). در واقع گروه‌ها کانونی برای ساخت واقعیت اجتماعی به همراه روش‌های تفکر، ارزیابی و عمل هستند. به عبارت دیگر کانونی برای مذاکره هویت هستند. برخی از محققان نه تنها گروه را منبع هویت در نظر می‌گیرند، بلکه آن را مکانیسمی برای همسویی هویت کارکنان با هویت سازمانی می‌دانند (سیلوا، ۲۰۱۰). بر این اساس، نقش گروه‌های غیررسمی در شکل‌گیری هویت سازمان نمایان خواهد شد و در پژوهش‌های مربوط به هویت سازمانی، توجه به نقش گروه‌های غیررسمی اساسی خواهد بود. در این پژوهش، رابطه بین گروه‌های بومی با هویت سازمانی بررسی می‌شود.

همان‌طور که گفته شد، بشر ذاتاً موجودی اجتماعی است؛ به طوری که با بهره‌گیری از قدرت گروه زنده می‌ماند. گروه‌ها به منظور برآورده کردن نیازهای زیست‌محیطی و انگیزه‌های اجتماعی، برای مسائلی که محیط پیش‌پای انسان می‌گذارد، راه‌حل ارائه می‌دهند. این راه‌حل‌ها که با محیط زندگی سازگار هستند، پایه فرهنگ را شکل می‌دهند. در حقیقت، در نتیجه تعامل بین ذات بشری با زمینه‌های زیست‌محیطی خاص، فرهنگ شکل می‌گیرد (ماتسوموتو<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷)؛ به طوری که نمی‌توان بدون در نظر گرفتن ارتباط بین فرهنگ و هویت در خصوص فرهنگ صحبت کرد (ایتولا-ابومره<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴) که این موضوع در خصوص رابطه بین فرهنگ سازمانی و هویت سازمانی هم می‌تواند صادق باشد. در واقع، فرهنگ سازمانی بافتی را فراهم می‌آورد که در آن، افراد و گروه‌های مختلف با یکدیگر در تعامل هستند و در نتیجه این تعامل، هویت سازمانی شکل می‌گیرد (بینگول و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳). در این ارتباط مطالعات انجام شده ادعا می‌کنند که برای تعیین فرایندهای روان‌شناختی شکل‌گیری هویت، ارزش‌های مهمی که توسط فرهنگ سازمانی ارائه می‌شوند، اساسی هستند؛ به طوری که به منظور درک تحولات هویت سازمانی در محیط‌های متغیر، توجه به فرهنگ سازمانی، به عنوان ساختار مرکزی ضروری است (راوایی و شولتز<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶) و این فرض را بیان می‌کند که هویت سازمانی می‌تواند تحت تأثیر فرهنگ سازمانی قرار گیرد. در مجموع می‌توان نتیجه گرفت فرهنگ سازمانی سیستمی است از اقدامات، ارزش‌ها و باورهای مشترک که زیربنای هویت سازمانی را شکل می‌دهد (هارهش و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۲۱) و هویت سازمانی بازتابی است از فرایند پویای فرهنگ سازمانی (هتچ<sup>۷</sup>، ۱۹۹۳). این موضوع، بر اهمیت رابطه بین فرهنگ سازمانی و هویت سازمانی اشاره دارد که در این پژوهش بررسی می‌شود.

در همین حال، هر سازمان از گروه‌های چندگانه تشکیل شده است که راه‌حل‌های هر گروه که خرده‌فرهنگ<sup>۸</sup> نامیده می‌شوند، با راه‌حل‌های گروه‌های دیگر تفاوت دارد. در واقع، یکی از عملکردهای گروه‌های غیررسمی، حفاظت و نگهداری از ارزش‌های فرهنگی است که گروه به رسمیت می‌شناسد. از این دیدگاه، به نظر می‌رسد گروه‌های غیررسمی علاوه بر هویت سازمانی، بر فرهنگ سازمانی نیز تأثیر گذارند؛ به طوری که در پژوهش‌های مربوط به هویت سازمانی، توجه به تأثیر گروه‌های غیررسمی بر فرهنگ سازمانی از اهمیت خاصی برخوردار خواهد بود.

در مجموع، با توجه به مطالب ارائه شده، برای بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی، وضوح خودپنداره و گروه‌های بومی با هویت سازمانی مدل زیر ارائه شد.

1. Paulsen
2. Matsumoto
3. Itulua-Abumere
4. Bingöl et al.
5. Ravasi & Schultz
6. Harhash et al.
7. Hatch
8. subculture

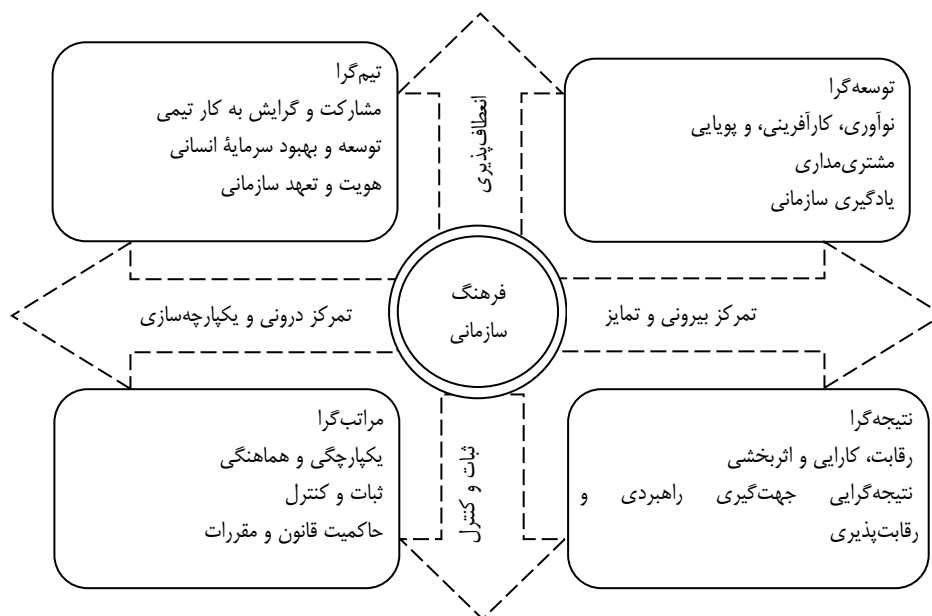


شکل ۱. مدل مفهومی ارائه شده بر پایه مفاهیم نظری

در این پژوهش به منظور توصیف فرهنگ سازمانی از چارچوب ارزش‌های متضاد کامرون و کوینین<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) استفاده شده است. چارچوب ارزش‌های متضاد ابتدا براساس پژوهش‌های انجام شده در خصوص مشخصه‌های اصلی سازمان‌های بهره‌ور<sup>۲</sup> فراهم شد. کمبل و همکاران<sup>۳</sup> (۱۹۷۴) فهرستی از ۳۹ مشخصه ایجاد کردند که به ادعای آن‌ها این فهرست، مجموعه‌ای جامع از تمامی نشانه‌های مربوط به بهره‌وری سازمان‌ها را دربرداشت. سپس این ۳۹ مشخصه براساس آنالیزهای آماری به دو بعد اصلی تقلیل یافت که چهار دسته اصلی از مشخصه‌های مربوط را سامان‌دهی می‌کردند. یکی از این ابعاد، معیارهای بهره‌وری را که بر انعطاف‌پذیری، بصیرت و پویایی تأکید داشتند، از معیارهایی که بر پایداری، نظم و کنترل متمرکز بودند، متمایز می‌کرد؛ به طوری که بعضی از سازمان‌ها در صورتی بهره‌ور در نظر گرفته می‌شوند که توانایی سازگاری، تغییر و پویایی را داشته باشند؛ در صورتی که سایر سازمان‌ها اگر پایدار، پیش‌بینی‌پذیر و براساس راهبردهای شناخته شده مدیریت شوند، بهره‌ور در نظر گرفته می‌شوند. بعد دوم، معیارهای بهره‌وری را که بر جهت‌داری، یکپارچگی و وحدانیت درونی تأکید می‌ورزیدند، از معیارهایی که بر جهت‌داری، افتراق، و رقابت‌های بیرونی متمرکز بودند، متمایز می‌کند. از این دیدگاه، برخی از سازمان‌ها در صورتی بهره‌ور در نظر گرفته می‌شوند که دارای مشخصه هم‌هنگی درونی باشند. سایر سازمان‌ها در صورتی بهره‌ور در نظر گرفته می‌شوند که با محیط پیرامون خود در تعامل باشند یا با آن‌ها به رقابت بپردازند (کامرون و کوینین، ۲۰۰۶).

این دو بعد چهار ربع را تشکیل می‌دهند که هر کدام از آن‌ها مجموعه‌ای جداگانه از مشخصه‌های سازمان‌های بهره‌ور را به نمایش می‌گذارند. شکل ۲ ارتباط این دو بعد را با یکدیگر نشان می‌دهد. این مشخصه‌ها نشان‌دهنده ارزشی هستند که افراد برای عملکرد یک سازمان قائل هستند. آن‌ها چیزی را که خوب، درست و شایسته است تعریف می‌کنند. به عبارت دیگر، این چهار دسته از معیارها، ارزش‌های مرکزی‌ای را که براساس آن در مورد سازمان‌ها قضاوت صورت می‌گیرد، مشخص می‌کنند.

1. Cameron & Quinn  
2. productive organizations  
3. Campbell, J.



شکل ۲. ابعاد مختلف مدل ارزش‌های متضاد  
منبع: قاسمی، ۱۳۹۶

براساس چارچوب ارزش‌های متضاد، چهار بعد تیم‌گرایی، توسعه‌گرایی، بازاری و مراتب‌گرایی برای فرهنگ سازمانی پیشنهاد شده است. با توجه به مدل مفهومی پیشنهادشده، ابعاد چهارگانه هویت سازمانی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم با هویت سازمانی در ارتباط هستند. همچنین گروه‌های بومی علاوه بر هویت سازمانی که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم با آن در ارتباط هستند، با ابعاد چهارگانه هویت سازمانی نیز در ارتباط هستند. وضوح خودپنداره علاوه بر ارتباط مستقیم با هویت سازمانی، به‌عنوان متغیر میانجی فرهنگ سازمانی را به هویت سازمانی مرتبط می‌کند.

## ۲. روش

### ۲-۱. جامعه، نمونه و روش اجرا

مطالعه حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث روش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه پژوهش شامل کلیه کارکنان رسمی مجتمع مس سرچشمه رفسنجان بود که در سال ۱۳۹۹ در آن مجتمع مشغول به کار بودند. در زمان انجام تحقیق، ۵۱۹۱ نفر به‌صورت رسمی در مجتمع مس سرچشمه اشتغال داشتند. عمده افرادی که در مجتمع مس رفسنجان مشغول به کار هستند، از شهرستان‌های رفسنجان (با ۲۰۲۳ نفر برابر با ۳۹ درصد)، شهر بابک (با ۱۱۵۱ نفر برابر با ۲۲ درصد)، و سیرجان (با ۸۹۰ نفر برابر با ۱۷ درصد) هستند. همچنین افرادی از سایر شهرستان‌های استان کرمان (با ۸۰۲ نفر برابر با ۱۵ درصد) و سایر مناطق کشور (۳۲۵ نفر برابر با ۶ درصد) در مجتمع مس سرچشمه رفسنجان نیز مشغول به کار بودند. با توجه به اهداف پژوهش، براساس اینکه کارکنان اهل کدام شهر بودند، پنج گروه بومی رفسنجان، شهر بابک، سیرجان، استان کرمان و سایر استان‌ها تعریف شد و به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نمونه آماری تعیین شد.

به‌منظور انتخاب نمونه آماری، با توجه به معیارهای تعیین نمونه (سطح دقت، سطح اعتماد یا ریسک و درجه تغییرپذیری) و همچنین اندازه جامعه، با استفاده از رابطه کوکران حجم نمونه بهینه در این پژوهش ۳۵۸ نفر برآورد شد. در همین حال، برای فرار از ریزش نمونه‌ها (کسانی که ممکن است به هر دلیل پرسشنامه‌ها را تکمیل نکنند)، ۲۰ درصد به حجم نمونه اضافه شد و ۴۲۸ نفر به‌عنوان جامعه آماری انتخاب شدند.

در این پژوهش، اعتبار مدل ارائه‌شده با استفاده از جمع‌آوری داده‌های مربوط به هویت سازمانی، فرهنگ سازمانی و وضوح خودپنداره آزمون شد. بدین‌منظور، از طریق کارگزینی مجتمع مس سرچشمه، اسامی و کد محل تولد کلیه کارکنان دریافت شد و براساس روش نمونه‌گیری، افراد مورد نظر انتخاب شدند. پس از مشخص شدن نمونه آماری، با تک‌تک افراد تماس گرفته شد و

برای پرکردن پرسشنامه‌ها که در قالب یک دفترچه واحد شامل پرسشنامه هویت سازمانی، وضوح خودپنداره و فرهنگ سازمان و اطلاعات جمعیت‌شناختی تهیه شده بود، هماهنگی لازم به عمل آمد. در این راستا، به تک‌تک افراد مراجعه شد و بعد از ارائه توضیحات لازم و کسب رضایت افراد، پرسشنامه‌ها توسط افراد منتخب پر شدند. پاسخ‌دهندگان در حضور پژوهشگر به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند و به سؤالات و ابهامات آن‌ها پاسخ داده شد. فرایند تکمیل پرسشنامه‌ها حدود ۳۰ دقیقه و کل فرایند جمع‌آوری داده‌ها حدود سه ماه زمان برد. همچنین به منظور حفظ محرمانگی اطلاعات، پرسشنامه‌ها به گونه‌ای تهیه شده بودند تا فاقد اطلاعات فردی مانند نام و نام خانوادگی باشند.

پس از تکمیل پرسشنامه‌ها توسط افراد، پرسشنامه‌های ارسالی جمع‌آوری شدند. پس از انتقال داده‌ها به نرم‌افزارهای کامپیوتری (Excel و SPSS-26) و بررسی‌های آماری داده‌ها، از قبیل حذف داده‌های تکراری، حذف داده‌های پرت و حذف پرسشنامه‌های ناقص، ۳۸۲ پرسشنامه از نظر دقت و صحت واجد شرایط آماری برای بررسی بیشتر شدند. بعد از مشخص شدن داده‌های آماری واجد شرایط، براساس مدل مفهومی، متغیرها و روابط بین آن‌ها در محیط گرافیکی نرم‌افزار Amos-22 تعریف شد و با فراخوانی داده‌های جمع‌آوری شده که در فرمت صفحات گسترده نرم‌افزار SPSS-26 آماده‌سازی شده بودند، مراحل برازش مدل دنبال شد.

## ۲-۲-۲. ابزار سنجش

### ۲-۲-۲-۱. پرسشنامه هویت سازمانی چنی<sup>۱</sup> (COIQ)

در این پژوهش، هویت سازمانی پارامتر کلیدی به‌شمار می‌رود. از نظر مفهومی به میزان باور فرد به این موضوع که دارای صفاتی است که سازمانش نیز توسط آن صفات تعریف می‌شود، هویت سازمانی گفته می‌شود (السیاخ<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹). در همین حال، ارائه یک تعریف عملیاتی و اندازه‌گیری هویت سازمانی در جامعه مورد نظر، اولین و اساسی‌ترین مرحله پژوهش به‌شمار می‌رود. به‌منظور اندازه‌گیری هویت سازمانی، ابزارهای مختلفی ارائه شده است. از جمله این ابزارها می‌توان به پرسشنامه آشفورث و مائل<sup>۳</sup> (۱۹۹۶)، پرسشنامه چنی<sup>۴</sup> (۱۹۸۳) و میلر و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۰۰) اشاره کرد. تعدادی از پژوهشگران ایرانی از پرسشنامه چنی (۱۹۸۳) استفاده کرده‌اند (آغاز و هاشمی، ۱۳۹۱؛ نصراصفهان‌ی و آقاباباپور دهکردی، ۱۳۹۲؛ نیازآذری و همکاران، ۱۳۹۴؛ قربانی و عبداللهی، ۱۳۹۵؛ محمدنژاد فردی و همکاران، ۱۳۹۵؛ ساغروانی و همکاران، ۱۳۹۵؛ عبداللهی و حسین‌زاده، ۱۳۹۷؛ خیراندیش و همکاران، ۱۳۹۸؛ مومنی و همکاران، ۱۳۹۹). علاوه بر استفاده پژوهشگران ایرانی از پرسشنامه چنی، نصراصفهان‌ی و آقاباباپور دهکردی (۱۳۹۲) با استفاده از نظرات استادان خبره و همچنین تحلیل عامل تأییدی، این پرسشنامه تأیید کرده‌اند و برای تأیید پایایی آن نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده کرده‌اند. پایایی آن ۰/۹۵ به‌دست آمده که بیانگر پایایی زیاد این پرسشنامه است. همچنین میلر و همکاران (۲۰۰۰) طی یک مطالعه به بررسی این پرسشنامه پرداختند و آن را تأیید کردند؛ بنابراین در این پژوهش، برای اندازه‌گیری هویت سازمانی کارکنان از پرسشنامه چنی استفاده شد. این پرسشنامه مشتمل بر ۱۸ مشخصه است که سه بعد عضویت، وفاداری و شباهت را می‌سنجد. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه هویت سازمانی ۰/۷۳ محاسبه شد.

### ۲-۲-۲-۲. وضوح خودپنداره<sup>۶</sup> (CSS)

همان‌طور که گفته شد، وضوح خودپنداره به میزانی که افراد به خودشان اطمینان دارند و خودشان را به شیوه‌های مثبت و ثابت توصیف می‌کنند، اشاره دارد. به‌منظور اندازه‌گیری وضوح خودپنداره ابزارهای مختلفی در دسترس است. کمبل و همکاران (۱۹۹۶) برای بررسی میزان وضوح خودپنداره، پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۱۲ آیتم تهیه کردند و روایی و پایایی آن را به تأیید رساندند. مقیاس تهیه‌شده از ثبات درونی بالایی برخوردار است. متوسط همبستگی کل آیتم‌ها ۰/۵۴ و متوسط ضریب آلفای کرونباخ برای

1. Cheney's Organizational Identity Questionnaire (COIQ)

2. Elsbach

3. Ashforth & Mael

4. Cheney

5. Miller et al.

6. Self-Concept Clarity (SCC)



نمونه‌های مختلف ۰/۸۶ است. پایداری موقت آن بسیار عالی و ضریب همبستگی آن برای آزمون-بازآزمون برای فواصل زمانی چهار و پنج ماه ۰/۷۹ و ۰/۷۰ است (کمبل و همکاران، ۱۹۹۶). این پرسشنامه را والیان و همکاران (۱۳۹۶) و رجیبی و علیمرادی (۱۳۹۷) در ایران به کار گرفتند. در پژوهش رجیبی و علیمرادی (۱۳۹۷) ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه ۰/۸۲ به دست آمد. در این پژوهش، به منظور اندازه‌گیری میزان وضوح خودپنداره از پرسشنامه کمبل و همکاران استفاده شد. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه وضوح خودپنداره ۰/۷۵ محاسبه شد.

### ۲-۲-۳. شاخص ارزیابی فرهنگ سازمانی<sup>۱</sup> (OCAI)

فرهنگ سازمانی پارامتر دیگری است که در این پژوهش بررسی شده است. در واقع همان ارزش‌های اساسی، باورها و اصول اخلاقی که نقش پایه‌ای را برای یک سیستم مدیریت سازمانی ایفا می‌کند، فرهنگ سازمانی را تشکیل می‌دهند (دنسون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰). مدل‌های مختلفی برای بررسی فرهنگ سازمانی در دست است. در این پژوهش از مدل کامرون-کوین (۲۰۰۶) یا مدل ارزش‌های متضاد که از چهار بعد مختلف تشکیل شده است، استفاده شد. به منظور بررسی این چهار بعد، کامرون و کوین (۲۰۰۶) ابزاری به نام شاخص ارزیابی فرهنگ سازمانی (OCAI) ارائه کردند. این ابزار در بیش از هزار شرکت جهان به کار گرفته شده و از ابزارهای مهم پیش‌بینی عملکرد سازمانی به‌شمار می‌رود (علامه و عسکری باجگرانی، ۱۳۹۶). پایایی و روایی این پرسشنامه توسط عباسی و همکاران (۱۳۹۰) در فدراسیون‌های ورزشی ایران بررسی شده است. آن‌ها در مطالعه اعتباریابی ابزار ارزیابی فرهنگ سازمانی (OCAI) به ارزیابی پایایی و روایی این پرسشنامه پرداخته‌اند. آن‌ها برای بررسی روایی سازه از روش تحلیل عاملی تأییدی و نرم‌افزار LISREL بهره برده‌اند. براساس نتایج این بررسی، آن‌ها استفاده از این ابزار را برای فدراسیون‌های ورزشی پیشنهاد می‌کنند. ضریب آلفای کرونباخ در این پژوهش برای مؤلفه‌های فرهنگ گروهی، فرهنگ توسعه‌گرا<sup>۳</sup>، فرهنگ بازار و فرهنگ سلسله‌مراتبی به ترتیب ۰/۹۲، ۰/۸۸، ۰/۷۸ و ۰/۸۷ و برای کل فرهنگ سازمانی ۰/۸۶ محاسبه شده است. علاوه بر این، این پرسشنامه توسط تعدادی از محققان کشور شامل فرهی بوزنجانی و سنجقی (۱۳۸۸)، طاهرپور کلانتری و همکاران (۱۳۸۹)، کوچکی سیاه‌خاله‌سر و همکاران (۱۳۹۰)، سلیمی و همکاران (۱۳۹۵)، کاشانی و اسدی طاهری (۱۳۹۶)، اسکندریان (۱۳۹۸) مورد استفاده قرار گرفته است. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ ابزار ۰/۸۰ محاسبه شد.

### ۲-۲-۴. گروه‌های بومی<sup>۴</sup>

مجتمع مس سرچشمه رفسنجان در مرز بین شهرستان‌های رفسنجان، سیرجان و شهربابک واقع شده است. علاوه بر معدن مس سرچشمه، دو معدن مس دره‌زار (واقع در شهرستان سیرجان) و معدن مس میدوک (واقع در شهرستان شهربابک) نیز بخشی از ماده معدنی مس را تأمین می‌کنند. در همین حال، بخش قابل توجهی از آب مصرفی مجتمع مس سرچشمه از دشت خاتون‌آباد که در شهرستان شهربابک واقع شده تأمین می‌شود. این موضوع سبب شده است تا این سه شهرستان به‌طور دائم با همدیگر در تعامل باشند؛ به طوری که بخش قابل توجهی از کارکنان مجتمع مس سرچشمه متعلق به این سه شهرستان هستند. حضور گسترده کارکنان از این سه شهرستان موجب شده است تا گروه‌های بومی مختلفی در مجتمع شکل گیرند که این موضوع، تقابل بین گروهی را به دنبال داشته است؛ به طوری که تقابل بین گروهی یکی از دغدغه‌های مدیریت این مجتمع به‌شمار می‌رود. احساس صمیمیت با گروه و داشتن چندین خصوصیت مشترک در خصوص باورهای فردی، دلیل واقعی افراد برای عضویت در یک گروه هستند (شین، ۲۰۰۴) و گروه‌ها می‌توانند در غیاب تماس اجتماعی و وابستگی متقابل بین اعضا شکل گیرند. این موضوع از این فرضیه که رفتار گروهی وابسته به جذابیت بین فردی نیست پشتیبانی می‌کند و ممکن است در شکل‌دهی رفتار گروهی، یک فرایند هویت‌یابی به‌عنوان میانجی عمل کند (هوگ و ترنر<sup>۵</sup>، ۱۹۸۵). به نظر می‌رسد فرایند هویت‌یابی و نگاه

1. Organizational Culture Assessment instrument (OCAI)  
 2. Denison  
 3. adhocracy  
 4. indigenous groups  
 5. Hogg & Turner

بومی‌گرایی سبب شده است تا افراد شهرهای مختلف خود را به‌عنوان عضوی از گروه بومی آن شهر ادراک و به‌نوعی با آن گروه‌ها هویت‌یابی کند. براین اساس، با توجه به محل تولد کارکنان، پنج گروه رفسنجان، شهر بابک، سیرجان، سایر شهرهای استان کرمان و گروه سایر استان‌ها تعریف شد.

به‌منظور مدلسازی رابطه بین گروه‌های بومی با هویت سازمانی، گروه‌ها به‌ترتیب از ۱ تا ۵ شماره‌گذاری شدند؛ به‌طوری‌که شماره ۵ به کم‌جمعیت‌ترین گروه و شماره ۱ به پرجمعیت‌ترین گروه اختصاص داده شد. تعریف عملیاتی متغیر گروه‌های بومی به شکلی که گفته شد، به مقیاس اسمی منجر می‌شود که می‌تواند روند مدلسازی را با مشکل روبه‌رو کند. براساس بررسی صورت‌گرفته، در چندین پژوهش دیگر نیز از متغیرهای با مقیاس اسمی مانند جنسیت، موقعیت شغلی و... در مدلسازی معادله ساختاری استفاده شده است. از جمله این مطالعات می‌توان به ویلک و ویلکاس<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) اشاره کرد. در این تحقیق، متغیرهای محل سکونت، میزان تحصیلات، جنسیت و موقعیت شغلی به‌صورت مقیاس اسمی تعریف و به‌عنوان یک متغیر وارد مدل شده است. در این ارتباط اسکروندال و راب-هسکتج<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) با اشاره به این موضوع که در علوم رفتاری اغلب متغیرها از نوع متغیرهای دوگانه، ترتیبی یا اسمی هستند، بیان می‌کنند که مدل‌های معادله ساختاری به‌منظور تطبیق با این نوع از متغیرها تعمیم داده شده‌اند.

### ۲-۳. روش تجزیه و تحلیل

در این پژوهش، داده‌های جمع‌آوری شده با نرم‌افزار Amos-22 و بهره‌گیری از تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شده است. همچنین برای بررسی سایر پارامترهای آماری از قبیل شناسایی داده‌های پرت، برآورد شاخص‌هایی مانند میانگین، انحراف از استاندارد، چولگی و کشیدگی از نرم‌افزار SPSS-26 استفاده شده است.

### ۳. یافته‌ها

#### ۳-۱. توصیف جمعیت‌شناختی نمونه

از بین مشارکت‌کنندگان در پژوهش، ۸۷ درصد مرد و ۱۳ درصد زن بودند. از این میان، ۲۷ درصد بیش از ۲۰ سال سابقه کار داشتند، ۳۹ درصد ۱۵ تا ۲۰ سال و ۳۳/۸ درصد کمتر از ۱۵ سال سابقه داشتند. همچنین ۸/۶ درصد از آن‌ها فوق‌لیسانس و بالاتر، ۳۷/۷ درصد لیسانس، ۱۷ درصد فوق‌دیپلم و ۳۶/۶ درصد تحصیلات دیپلم یا کمتر از دیپلم داشتند. از نظر سنی، ۱۵/۴ درصد بیشتر از ۴۹ سال، ۶۶/۵ درصد ۳۷ تا ۴۹ سال و ۱۸/۱ درصد هم کمتر از ۳۷ سال داشتند.

#### ۳-۲. توصیف شاخص‌های پژوهش

آمار توصیفی مربوط به شاخص‌های پژوهش شامل میانگین، انحراف استاندارد، کشیدگی و چولگی در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. ویژگی توصیفی متغیرهای پژوهش

	متوسط	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی	
مراتب گرا	۲۶/۴	۲/۸۴	۰/۵۸	۰/۷۴	فرهنگ سازمانی
بازاری	۲۴/۵۲	۳/۰۲	-۰/۴۳	۱/۱	
توسعه‌گرا	۲۴/۶۸	۲/۵۷	-۰/۴۱	۱/۵	
تیم‌گرا	۲۴/۴۳	۲/۸۲	۰/۲۵	۱/۵	هویت سازمانی
وفاداری	۲۰/۸۱	۳/۱۵	۰/۱	۰/۰۷	
مشابَهت	۲۰/۶۳	۳/۱۶	-۰/۲۱	۰/۴۶	
عضویت	۲۱/۴۸	۴/۱۲	-۰/۴۳	-۰/۰۴	
مجموع	۶۲/۹۲	۸/۴۴	-۰/۲۳	-۰/۱۲	
وضوح خودپنداره	۴۱/۹۷	۵/۳۵	-۰/۱۸	۰/۱۴۸	

با توجه به مقادیر چولگی و کشیدگی داده‌ها که بین  $+2$  و  $-2$  قرار می‌گیرند، می‌توان گفت داده‌ها در سطح  $0.05$  از توزیع بهنجار برخوردار هستند.

### ۳-۳. آزمون نرمال بودن داده‌ها

با توجه به اینکه بیشتر روش‌های آماری با فرض نرمال بودن داده‌ها بنا شده‌اند، نرمال بودن داده‌ها اهمیت زیادی دارد که باید به آن توجه ویژه داشت. از آنجا که در این پژوهش ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها مبتنی بر مقیاس لیکرت هستند، داده‌ها به‌عنوان داده‌های مقیاس‌بندی شده یا در بهترین حالت، بین داده‌های ترتیبی و مقیاس فاصله‌ای قرار می‌گیرند. این نوع از داده‌ها فقط تحت شرایط پژوهشی به‌خصوصی (برای مثال، با طیف وسیعی از پاسخ مقوله‌ها) داده‌هایی با توزیع شبه‌نرمال ارائه می‌دهند؛ بنابراین، داده‌ها در این پژوهش نمی‌توانند نرمال باشند. با توجه به اهمیت این موضوع، مراحل برازش مدل باید به‌گونه‌ای صورت گیرد که اثرات غیرنرمال بودن داده‌ها به حداقل برسد.

هنگام برازش مدل‌های معادلات ساختاری، وقتی نتایج پیوسته باشند، روش حداکثر احتمال، رایج‌ترین برآوردگر مورد استفاده است (میدیو-اولیوارس<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). اما با توجه به روش جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش (استفاده از مقیاس لیکرت)، دستیابی به داده‌های پیوسته و نرمال دور از دسترس است. تحت این شرایط، معمولاً برآوردگرهای مبتنی بر حداقل مربعات، مانند حداقل مربعات بدون وزن<sup>۲</sup> و حداقل مربعات وزن داده‌شده<sup>۳</sup> برای برازش مدل توصیه می‌شوند (تارکا<sup>۴</sup>، ۲۰۱۷). در نتیجه در این پژوهش به‌منظور دوری‌جستن از اثرات مرتبط با عدم نرمال بودن داده‌ها، از روش حداقل مربعات بدون وزن استفاده شد.

### ۳-۴. ارزیابی برازش مدل

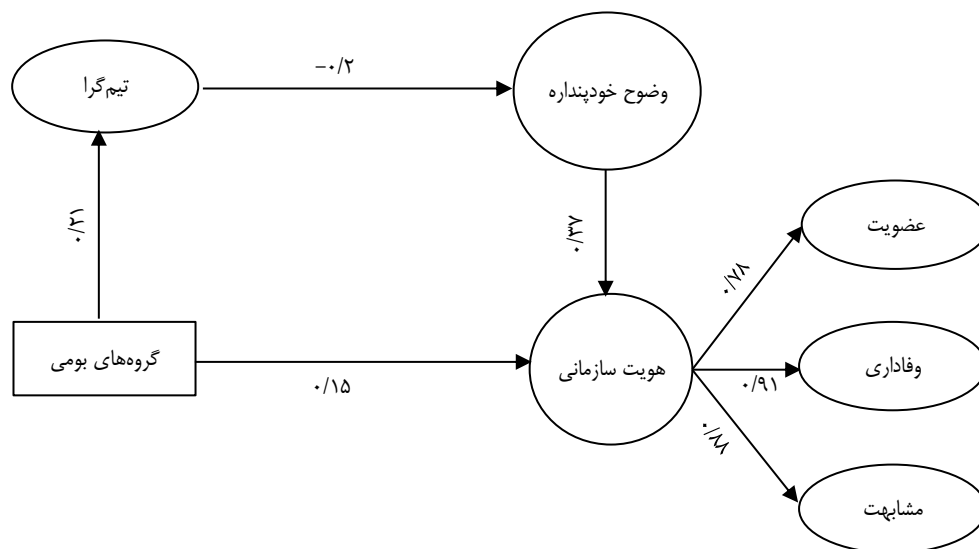
شاخص‌های برازش مدل در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. ویژگی توصیفی متغیرهای پژوهش

شاخص	RMR	GFI	AGFI	PGFI	NFI	RFI	$\chi^2/df$
مدل	۰/۰۶۰	۰/۹۳	۰/۹۲	۰/۸۱	۰/۸۳	۰/۸۱	۱/۶۱

در این پژوهش از سناریوی خلق مدل بهره گرفته شد. در این سناریو، مدل نظری مورد آزمون و در صورتی که پارامترهایی از مدل فاقد معیارهای برازش باشند، از مدل نظری حذف خواهند شد. هرچه فاکتورهای بیشتری از مدل حذف شوند، مدل با داده‌ها متناسب‌تر خواهد شد. با این حال، استخراج بیش از حد عوامل می‌تواند سبب برازش بیش از حد<sup>۵</sup> شود. برازش بیش از حد مدل، میزان انطباق آن را با داده‌های مشاهده‌شده افزایش می‌دهد، اما در تخمین داده‌های جدید با مشکل روبه‌رو خواهد شد (ساواسکی و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۵). معمولاً تصمیم‌گیری در خصوص تناسب یا عدم تناسب مدل برازش‌شده بسیار دشوار است؛ به‌ویژه اگر معیارهای مختلف برازش مدل نتایج متناقضی در مورد میزان انطباق مدل با داده‌های مشاهده‌شده ارائه دهند. در خصوص اینکه چه شرایط حداقلی‌ای تناسب کافی را فراهم می‌کند، هیچ دستورالعمل تأییدشده‌ای وجود ندارد، اما چند قانون سرانگشتی وجود دارد. با این حال باید کاملاً روشن شود که این شاخص‌ها کاملاً دلخواهی هستند و نباید خیلی جدی گرفته شوند. شاخص‌های برازش ممکن است تحت تأثیر تعریف نادرست مدل، سوگیری نمونه‌های کوچک، اثرات نقض نرمال و استقلال، و اثرات روش تخمین قرار گیرند (شرمله-انجل و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۰۳). به این ترتیب با توجه به موارد ذکر شده و همچنین برای دوری از برازش بیش از حد مدل، شاخص‌های برازش جدول ۲ پذیرفته شد و مدل به‌منظور بررسی روابط مختلف مورد استفاده قرار گرفت. مدل برازش‌شده نهایی در شکل ۳ الف و ب آمده است.

1. Maydeu-Olivares
2. unweighted least squares
3. diagonally weighted least squares
4. Tarka
5. over-fitting
6. Sawatsky
7. Schermelleh-Engel



شکل ۳. مدل نظری نهایی برای بررسی رابطه بین هویت سازمانی با وضوح خودپنداره، گروه‌های بومی و فرهنگ سازمانی

براساس نتایج برازش مدل، به جز بعد تیم‌گرا، رابطه معناداری بین هویت سازمانی و وضوح خودپنداره با هیچ کدام از ابعاد فرهنگ سازمانی مشاهده نشد و این متغیرها از مدل حذف شدند. ضرایب مسیرها در جدول ۳ مشاهده می‌شود.

جدول ۳. رابطه بین پارامترهای مختلف در مدل برازش شده

مسیر	کل	مستقیم	غیرمستقیم
گروه‌های بومی به هویت سازمانی	-۰/۱۶۱	-۰/۱۴۶	-۰/۰۱۵
گروه‌های بومی به فرهنگ سازمانی تیم‌گرا	۰/۲۰۶	۰/۲۰۶	۰
فرهنگ سازمانی تیم‌گرا به وضوح خودپنداره	-۰/۱۹۷	-۰/۱۹۷	۰
فرهنگ سازمانی تیم‌گرا به هویت سازمانی	-۰/۰۷۳	۰	-۰/۰۷۳
وضوح خودپنداره به هویت سازمانی	۰/۳۷	۰/۳۷	۰

براساس جدول ۳، فرهنگ سازمانی تیم‌گرا با وضوح خودپنداره ( $\beta = -0.197$  و  $P < 0.037$ )، گروه‌های بومی با فرهنگ سازمانی تیم‌گرا ( $\beta = -0.23$  و  $P < 0.11$ )، بین فرهنگ سازمانی تیم‌گرا و هویت سازمانی ( $\beta = -0.073$  و  $P < 0.033$ )، بین گروه‌های بومی با هویت سازمانی ( $\beta = -0.161$  و  $P < 0.1$ )، و بین وضوح خودپنداره و هویت سازمانی ( $\beta = 0.37$  و  $P < 0.004$ ) رابطه آماری وجود دارد که در سطح  $0.05$  معنادار است.

براساس نتایج مدل، وضوح خودپنداره و گروه‌های بومی به طور مستقیم و فرهنگ سازمانی تیم‌گرا به طور غیرمستقیم بر هویت سازمانی اثر می‌گذارند. نتایج نشان می‌دهد وضوح خودپنداره زیاد موجب شکل‌گیری هویت سازمانی قوی می‌شود. بدین معنا که با افزایش یک واحد وضوح خودپنداره، هویت سازمانی به اندازه  $0.58$  واحد افزایش می‌یابد و این افزایش از نظر آماری معنادار است ( $P < 0.004$ ). همچنین با توجه به نتایج، گروه‌های بومی بر هویت سازمانی تأثیرگذارند. با توجه به تعریف عملیاتی گروه‌های بومی، رابطه بین گروه‌های بومی و هویت سازمانی نشان‌دهنده این است که با افزایش جمعیت گروه‌ها هویت سازمانی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد و این رابطه از نظر آماری معنادار است ( $P < 0.1$ ).

فرهنگ سازمانی تیم‌گرا به طور منفی بر هویت سازمانی نیز اثر می‌گذارد. وقتی این متغیر به اندازه  $1$  انحراف استاندارد افزایش می‌یابد ( $2/82$ )، هویت سازمانی نیز به اندازه  $0.73$  انحراف استاندارد ( $0/44$ ) کاهش پیدا می‌کند. این بدین معناست که وقتی نمره اختصاص یافته به فرهنگ سازمانی تیم‌گرا  $1$  واحد افزایش می‌یابد، هویت سازمانی به اندازه  $0.21$  واحد تغییر می‌کند و به احتمال  $97$  درصد این تغییر مربوط به تغییرات فرهنگ سازمانی تیم‌گرا است. بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با هویت سازمانی نشان می‌دهد وضوح خودپنداره به عنوان یک متغیر میانجی، اثرات مربوط به فرهنگ سازمانی تیم‌گرا را تعدیل می‌کند؛

به طوری که فرهنگ تیم‌گرا از طریق وضوح خودپنداره بر هویت سازمانی تأثیرگذار است. با توجه به رابطه مستقیم و مثبت بین وضوح خودپنداره و هویت سازمانی می‌توان ادعا کرد که وضوح خودپنداره از اثرات منفی فرهنگ سازمانی تیم‌گرا بر هویت سازمانی می‌کاهد.

#### ۴. بحث و نتیجه‌گیری

هدف این مطالعه بررسی رابطه بین وضوح خودپنداره، فرهنگ سازمانی و گروه‌های بومی با هویت سازمانی بود. بدین منظور، بر پایه داده‌های نظری یک مدل مفهومی ارائه و با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده مدل مفهومی برازش شد. براساس نتایج، مدل برازش شده، با این تفاوت که رابطه بین گروه‌های بومی و وضوح خودپنداره در مدل برازش شده حذف شده است، با یکدیگر همخوان هستند. همچنین از بین چهار بعد فرهنگ سازمانی، سه بعد فرهنگ سازمانی توسعه‌گرا، مراتب‌گرا و بازاری نه با وضوح خودپنداره و نه با هویت سازمانی رابطه معناداری نداشتند که از مدل نهایی حذف شدند.

با توجه به مدل برازش شده، رابطه‌ای غیرمستقیم بین هویت سازمانی و فرهنگ سازمانی تیم‌گرا تعریف شده است. نتایج این پژوهش با نتایج مطالعه خانباشی و همکاران (۱۳۹۷) همخوانی دارد. آن‌ها دریافتند بین فرهنگ سازمانی و هویت سازمانی همبستگی مثبت وجود دارد. در واقع، فرهنگ سازمانی همان ارزش‌های اساسی، باورها و اصول اخلاقی هستند که نقشی پایه‌ای برای یک سیستم مدیریت سازمانی ایفا می‌کنند (دنيسون، ۲۰۰۰). به ادعای برخی از محققان، ممکن است ارزش‌ها، باورها، آیین‌ها و مصنوعات منحصربه‌فرد به اعضای سازمان کمک کنند تا ادعاهای هویتی خود را به تأیید برسانند (راوایی و شولتز، ۲۰۰۶) و از این طریق هویت سازمانی کارکنان را تحت تأثیر قرار دهند. موک‌مینین و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) به نقش فرهنگ سازمانی در شکل‌گیری هویت سازمانی تأکید دارند. در مجموع در مقالات، فرض بر این است که هویت سازمانی توسط فرهنگ سازمانی تحت تأثیر قرار می‌گیرد (سیان و سروای<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴) که این موضوع در این پژوهش نیز به تأیید رسید.

از نظر اشفورث و مائل (۱۹۹۶) فرهنگ سازمانی بر اعضا تأثیرگذار است؛ به طوری که افراد دستاوردهای سازمان را از آن خود می‌دانند. همچنین آن‌ها نشان دادند افرادی که با سازمان هویت‌یابی می‌کنند، احساس رابطه متقابل با سازمان در وجود آن‌ها شکل می‌گیرد. با توجه به تعریف فرهنگ سازمانی تیم‌گرا که بر همبستگی، مشارکت و یک محیط کار حمایت‌گرا تأکید دارد، این فرهنگ سازمانی می‌تواند تا حد زیادی این احساس را تقویت کند (پرانی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹). این فرهنگ با ایجاد ارتباط بین کارکنان و سازمان، افراد را تشویق می‌کند تا در سطح شخصی با سازمان هویت‌یابی کنند. همچنین تسیرینگ و سیزوا<sup>۴</sup> (۲۰۱۸) با اشاره به یافته‌های تحقیقشان ادعا می‌کنند در فضای فرهنگ سازمانی تیم‌گرا، هویت‌یابی با سازمان افزایش می‌یابد. اما یافت فرهنگی و سازمانی در مجتمع مس سرچشمه به گونه‌ای است که فرهنگ سازمانی تیم‌گرا نه تنها رابطه مثبتی با هویت سازمانی برقرار نمی‌کند، بلکه رابطه آن منفی است. در این پژوهش، بین فرهنگ سازمانی تیم‌گرا و هویت سازمانی رابطه غیرمستقیم منفی وجود دارد. در واقع، کارکنانی که فرهنگ سازمانی را از نوع تیم‌گرا ادراک می‌کنند، از هویت سازمانی ضعیف‌تری برخوردار هستند.

ویجایاکومار و پادما<sup>۵</sup> (۲۰۱۴) به بررسی تأثیر ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی بر هویت سازمانی پرداختند. آن‌ها دریافتند بین فرهنگ سازمانی تیم‌گرا، مراتب‌گرا و توسعه‌گرا رابطه مثبت وجود دارد و سبب افزایش هویت‌یابی در کارکنان شده است؛ در حالی که فرهنگ سازمانی بازاری تأثیر چندانی بر هویت‌یابی کارکنان ندارد. در مجموع آن‌ها ادعا می‌کنند «انتظار می‌رود تأثیر فرهنگ بر هویت‌یابی تحت تأثیر چگونگی پردازش، تفسیر و پاسخ به تجارب سازمانی قرار گیرد». در این ارتباط، شروت<sup>۶</sup> (۲۰۰۲) با بررسی تأثیر ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی بر هویت‌یابی ادعا می‌کند در شرکت مورد مطالعه، وقتی کارمندان فضای سازمان را

1. Mukminin et al.
2. Cian & Cervai
3. Prati et al.
4. Tsiring & Sizova
5. Vijayakumar & Padma
6. Schrodt

توأم با اعتماد و احترام درک می‌کنند، هویت‌یابی با سازمان افزایش می‌یابد. همچنین آن‌ها گزارش می‌دهند وقتی سازمان به‌عنوان یک منبع انگیزشی عمل می‌کند، کارکنان هویت‌یابی قوی‌تری را نشان می‌دهند. درمجموع فرهنگ، زمینه‌ای برای شکل‌گیری هویت سازمانی فراهم می‌آورد (هتچ و شولتز، ۲۰۱۵؛ راواسی و شولتز، ۲۰۰۶). از این منظر، در مجتمع مس سرچشمه، فرهنگ سازمانی تیم‌گرا نه‌تنها توان بهبود هویت سازمانی را ندارد، بلکه زمینه را در جهت تضعیف هویت سازمانی مهیا کرده است. احتمالاً دلیل این موضوع می‌تواند بافت فرهنگ ملی و همچنین ساختار فنی مجتمع مس باشد. در سازمان‌هایی مانند مجتمع مس سرچشمه که یک سازمان کاملاً فنی است، احتمالاً ابعاد مرتبط با فرهنگ سازمانی مراتب‌گرا کارآمدترند؛ زیرا فرهنگ مراتب‌گرا که به‌عنوان فرهنگ «رویه عملیات استاندارد» نیز شناخته می‌شود، بر قوانین و رویه‌هایی که معمولاً در هر سازمان فنی (مانند مهندسی، ساخت‌وساز و کارخانه) اعمال می‌شود، تأکید دارد (اسماعیل و همکاران، ۲۰۱۶). درمجموع می‌توان ادعا کرد که تأثیر فرهنگ سازمانی بر هویت سازمانی به پارامترهای دیگر، از جمله فرهنگ ملی، ساختار سازمانی و نوع خدماتی که سازمان ارائه می‌دهد، بستگی دارد.

همچنین مطابق مدل مفهوم اولیه، وضوح خودپنداره به‌عنوان یک میانجی، فرهنگ سازمانی را به هویت سازمانی مرتبط می‌کند. این موضوع نیز با مطالعات پیشین هم‌راستا است؛ برای مثال در مطالعه هاس و اومورا<sup>۲</sup> (۲۰۲۱) مشخص شد وضوح خودپنداره به‌عنوان یک متغیر میانجی، فرهنگ را به پیش‌بینی افراد از آینده مرتبط می‌کند. ظرفیت زیاد وضوح خودپنداره و ارتباط چندجانبه آن با ابعاد مختلف روان‌شناختی، این ظرفیت را برای وضوح خودپنداره فراهم می‌آورد تا به‌عنوان یک متغیر بین هویت سازمانی و فرهنگ سازمانی نقش‌آفرینی کند. در این تحقیق، وضوح خودپنداره به‌عنوان متغیر میانجی نقش مثبت دارد و اثرات فرهنگ سازمانی را به‌نوعی تعدیل می‌کند.

از طرفی با مدل مفهومی ارائه‌شده، نتایج نشان می‌دهد بین وضوح خودپنداره و هویت سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. به این معنا که هرچه وضوح خودپنداره کارکنان بیشتر باشد، کارکنان از هویت سازمانی قوی‌تری برخوردار هستند. جستجوی صورت‌گرفته در خصوص رابطه بین وضوح خودپنداره و هویت سازمانی نتایج چندانی دربرداشت. فقط برخی از مقالات به ارتباط بین وضوح خودپنداره با برخی از پارامترهای سازمانی مانند مشارکت در کار یا تنهایی‌گزینی اشاره دارند (بای<sup>۳</sup>، ۲۰۲۱). همچنین براساس یافته‌های آمیوت و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۵) حس هویت‌یابی با یک سازمان جدید، با ادغام هویت جدید با سایر هویت‌های قبلی فرد مرتبط است. درواقع محققان روان‌شناسی اجتماعی که نظریه هویت اجتماعی را در سازمان‌ها به‌کار می‌برند، هویت اجتماعی را یکی از چندین هویت می‌دانند که افراد صاحب آن هستند و آن را در درون خودپنداره‌شان مفهوم‌سازی می‌کنند (کورنلیسن و همکاران، ۲۰۰۷؛ هاسلم<sup>۵</sup>، ۲۰۰۴). از این دیدگاه، وضوح خودپنداره به‌عنوان خمیرمایه هویت فردی و عزت‌نفس می‌تواند به این مفهوم‌سازی منجر شود و ادغام هویت جدید را با هویت‌های قبل تسهیل کند که این موضوع توضیحی بر رابطه بین وضوح خودپنداره و هویت سازمانی است.

هم‌راستا با دیدگاه هویت چندگانه، روان‌شناسان اجتماعی متوجه وجود گروه‌های اجتماعی مختلف در محیط کار شدند که ممکن است افراد با آن‌ها هم‌هویت شوند (آمیوت و همکاران، ۲۰۱۵). نتایج مدل برازش‌شده، منطبق با این دیدگاه و مدل مفهومی برازش‌شده نشان‌دهنده ارتباط بین هویت سازمانی و گروه‌های بومی است. با توجه به تعریف متغیر گروه‌های بومی در مدل نهایی، رابطه منفی بین هویت سازمانی و گروه‌های بومی به معنای آن است که با افزایش جمعیت گروه‌ها، هویت سازمانی کارکنان افزایش می‌یابد. احتمالاً این موضوع به دلیل قدرت گروهی است. به‌نظر می‌رسد وجود گروه‌های بومی در مجتمع مس سرچشمه رفسنجان بر هویت سازمانی تأثیر مثبت دارد و این تأثیر با جمعیت گروه (یا درواقع با قدرت گروهی) رابطه مستقیم دارد. با افزایش جمعیت گروه، هویت سازمانی پرسنلی که متعلق به آن گروه هستند، افزایش می‌یابد.

معمولاً ایجاد یک پیوند قوی با یک جامعه بزرگ و انتزاعی دشوار است. گروه‌ها با ایجاد پیوند بین اعضا و سازمان و

1. Smai et al.
2. Haas & Omura
3. Bai
4. Amiot et al.
5. Haslam

فراهم آوردن تعاملات گروهی، فرصتی را فراهم می‌آورند تا هویت‌یابی با سازمان تولید و بازتولید شود (سیلوا، ۲۰۱۰). از این دیدگاه، به نظر می‌رسد وجود گروه‌های مختلف در سازمان برای ایجاد حس هویت‌یابی ضروری است که با نتایج مدل نهایی نیز همخوان است. با توجه به نتایج این پژوهش، به نظر می‌رسد هرچه گروه بزرگ‌تر و منسجم‌تر باشد، در ایجاد حس هویت‌یابی موفق‌تر است. همان‌طور که گفته شد، تمامی افرادی که در استان کرمان زندگی می‌کردند و جزو سه شهرستان رفسنجان، شهربابک و سیرجان نبودند، در گروه کرمان قرار داده شدند. از آنجا که این افراد از شهرهای مختلف استان کرمان هستند و تعداد آن‌ها در مقایسه با سه گروه دیگر بسیار کمتر است، در مقایسه با سه گروه دیگر، احتمال جمع‌شدن آن‌ها در قالب یک گروه منسجم و قدرتمند نیز کمتر است؛ به طوری که عدم انسجام و جمعیت کم موجب شده است تا قدرت این گروه در مقایسه با سه گروه دیگر کاهش یابد. در نتیجه، این گروه در تشکیل پیوند بین افراد گروه و سازمان تا حدود زیادی ناکام مانده است. شدت این مسئله در خصوص گروه سایر استان‌ها بیشتر است؛ بنابراین ضعیف‌بودن هویت سازمانی این دو گروه نسبت به سه گروه رفسنجان، شهربابک و سیرجان را می‌توان به نبود یک گروه منسجم و به اندازه کافی بزرگ ربط داد.

از طرف دیگر، تضاد بین گروهی یکی از دغدغه‌های مدیران سازمان‌ها به‌شمار می‌رود. تضاد بین گروهی همه جا وجود دارد و می‌تواند بین گروه‌های مختلف مانند ملت‌ها، گروه‌های قومی، مذهبی یا سیاسی شکل گیرد. از این رو تقابل بین گروهی بخشی از تعاملات انسانی است که می‌تواند تأثیر مهمی بر رفاه روانی، فیزیکی و اقتصادی داشته باشد (بوم و همکاران، ۲۰۲۱). با وجود این، تضاد بین گروهی با تعریف افرادی که خارج از گروه هستند، هویت گروهی را تقویت می‌کند (کوهن، ۲، ۲۰۱۴) که این موضوع در نتایج این پژوهش نیز منعکس شده است. علاوه بر این، تقابل بین گروهی اثرات مثبتی شامل ایجاد انگیزش از طریق رقابت، بهبود پایداری در سیستم، و صلبیت و رسمیت در رویه‌های تصمیم‌گیری می‌شود (ریچتر و همکاران، ۳، ۲۰۰۵). با توجه به موارد ذکر شده و نتایج این پژوهش، می‌توان بیان کرد که وجود گروه‌های محلی مختلف در سازمان می‌تواند نتایج مثبتی برای سازمان در برداشته باشد؛ به طوری که ریچتر و همکاران (۲۰۰۵) ادعا می‌کنند که تقابل بین گروهی نباید برای سازمان مضر باشد، بلکه نبود یا کمبود تقابل حتی ممکن است به رکود، تصمیم‌گیری‌های ضعیف و کاهش بهره‌وری بینجامد.

با وجود منافعی که برای تقابل بین گروهی برشمرده شد، این موضوع می‌تواند معایبی نیز داشته باشد؛ به طوری که بسیاری از افراد نبود تقابل بین گروهی را مشخصه بهره‌وری ارتباطات بین گروهی می‌دانند. براساس مطالعات انجام‌شده در حوزه مدیریت تقابل، کارکنانی که به گروه‌های رسمی تعلق دارند، بیشتر از کارکنانی که به گروه‌های غیررسمی تعلق دارند از سبک تقابل غلبه<sup>۴</sup> استفاده می‌کنند (الشامیری، ۵، ۲۰۲۱). این دوگانگی سبب شده است تا توجه برخی از محققان به ارتباط مؤثر بین گروهی با تأکید بر مدیریت موفقیت‌آمیز رسته‌بندی اجتماعی معطوف شود (ریچتر و همکاران، ۲۰۰۵)؛ بنابراین، با توجه به این دوگانگی، به نظر می‌رسد مدیریت رسته‌بندی‌های اجتماعی نکته‌ای کلیدی در مدیریت گروه‌های مختلف است و به‌منظور بهبود موفقیت‌ها لازم است تا اهداف سازمانی با اهداف گروهی تجمیع شود (چوهان و یاداو، ۶، ۲۰۱۹). با توجه به اینکه فرهنگ سازمانی تیلور اهداف گروهی و اهداف سازمانی است، به نظر می‌رسد تنظیم این هدف با توجه به نتایج مربوط به فرهنگ سازمانی امکان‌پذیر باشد.

نتایج این پژوهش نشان‌دهنده رابطه بین گروه‌های مختلف و فرهنگ سازمانی است که با نتایج یافته‌های اسی و همکاران<sup>۷</sup> (۲۰۱۵) همخوانی دارد. آن‌ها براساس یافته‌هایشان ادعا می‌کنند یکی از عملکردهای گروه‌های غیررسمی، حفاظت و نگهداری از ارزش‌های فرهنگی است که گروه‌ها به رسمیت می‌شناسد؛ بنابراین به نظر می‌رسد برای تقویت هویت سازمانی از یک سو و مدیریت تبعات تقابل بین گروهی از دیگر سو، لازم است فرهنگ سازمانی به گونه‌ای تنظیم شود تا علاوه بر تأمین اهداف، ارزش‌ها و نگرش‌های سازمانی، تا حدود زیادی اهداف، ارزش‌ها و نگرش‌های گروه‌های غیررسمی نیز تأمین شود؛ به طوری که

1. Böhm et al.
2. Cohen
3. Richter et al.
4. dominating style
5. Alshammri
6. Chauhan & Yadav
7. Asci et al.

فرهنگ سازمانی تبلور اهداف، ارزش‌ها و نگرش‌های سازمانی و گروهی باشد. به‌منظور ارائه پیشنهادی مدیریتی دقیق‌تر، پیشنهاد می‌شود با استفاده از روش آنالیز واریانس یک‌طرفه، گویه‌هایی از فرهنگ سازمانی که به بهبود هویت سازمانی منجر می‌شود شناسایی، و براساس آن و نتایج این پژوهش، فرهنگ سازمانی بازبینی شود.

با توجه به روابطی که آزمون شد، پیشنهاد می‌شود: ۱. ترکیب جمعیتی سه گروه بزرگ و مؤثر رفسنجان، شهربابک و سیرجان به همین شکل حفظ شود یا حتی اختلاف جمعیتی آن‌ها تا حدودی کاهش یابد؛ ۲. به‌منظور نزدیک کردن اهداف گروهی به اهداف سازمانی، فرهنگ سازمانی با توجه به اهداف، ارزش‌ها و نگرش‌های سازمانی و گروه‌های غیررسمی موجود تنظیم شود؛ و ۳. در بدو استخدام، وضوح خودپنداره به‌عنوان یکی از شروط استخدامی در سیاست‌های جذب نیروی انسانی گنجانده شود. همچنین پیشنهاد می‌شود در خصوص رابطه بین وضوح خودپنداره و عملکرد سازمانی پژوهش‌های بیشتری صورت گیرد.

همان‌طور که گفته شد، برای آزمون مدل مفهومی، از داده‌های جمع‌آوری شده در مجتمع مس سرچشمه استفاده شده است. در واقع در این مرحله از پژوهش، در بهترین حالت می‌توان گفت برآزش مدل مفهومی ارائه شده در مجتمع مس سرچشمه موفقیت‌آمیز بوده است، اما اقدامی در خصوص تصدیق مدل صورت نگرفته است. در این راستا لازم است تا با استفاده از داده‌های سایر سازمان‌ها، از جمله سایر مجتمع‌های مس که در شهرهای شهربابک و سونگون واقع شده‌اند، مدل مفهومی مورد تصدیق قرار گیرد.

## ۵. ملاحظات اخلاقی

در این پژوهش، کلیه موازین اخلاقی شامل رضایت آگاهانه شرکت‌کنندگان، اطمینان از محرمانه بودن اطلاعات افراد و ورود یا خروج داوطلبانه شرکت‌کنندگان رعایت شد. همچنین ملاحظات اخلاقی مطابق اصول اخلاق در پژوهش مورد توجه قرار گرفت.

## ۶. سپاسگزاری و حمایت مالی

نویسندگان این مقاله بر خود لازم می‌دانند تا مراتب تشکر و قدردانی خود را از شرکت ملی صنایع مس ایران که منابع مالی پژوهش را فراهم آورده است و نیز کلیه کارکنان در تمامی سطوح که زمینه انجام این پژوهش را برای محققان فراهم آورده‌اند، اعلام دارند.

## ۷. تعارض منافع

نویسندگان این مقاله اعلام می‌دارند که این مقاله قبلاً در جای دیگری منتشر نشده و هم‌زمان به نشریه دیگری ارائه نشده است. در نوشتن و انتشار این مقاله اخلاق نشر به‌طور کامل رعایت شده است. هیچ منافع تجاری‌ای در راستای انتشار آن دنبال نمی‌شود و تمامی نویسندگان از انتشار آن رضایت دارند.

## منابع

- آغاز، ع.، و هاشمی، ا. (۱۳۹۱). بررسی تجربی مدل بسط یافته هویت سازمانی با توجه به ویژگی‌های شخصیتی کارکنان. *چشم‌انداز مدیریت دولتی*. ۳(۴)، ۱۰۶-۸۷. [https://jpap.sbu.ac.ir/article\\_94761.html?lang=fa](https://jpap.sbu.ac.ir/article_94761.html?lang=fa)
- اسکندریان، غ. (۱۳۹۸). راهبردهای توسعه فرهنگ سازمانی با تأکید بر الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت. *فصلنامه مطالعات راهبردی ناجا*. ۴(۱۴)، ۳۱-۵۹. [http://ssj.jrl.police.ir/article\\_93887.html](http://ssj.jrl.police.ir/article_93887.html)
- خانباشی، م.، صدیقی، ر.، و کریم‌زاده، ش. (۱۳۹۷). رابطه فرهنگ سازمانی با هوش سازمانی و هویت سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان اداره کل امور مالیاتی استان آذربایجان شرقی). *مدیریت فرهنگی*. ۴۰(۱۲)، ۶۴-۴۷. <https://sanad.iau.ir/Journal/jcm/Article/817679>
- خیراندیش، م.، ساری اصلانی، ه.، مهدبی، م.، و عبدالله‌پور، س. (۱۳۹۸). نقش رهبری تحول‌آفرین در ارتقای هویت سازمانی با مطالعه نقش میانجی مسئولیت اجتماعی. *فصلنامه مدیریت منابع انسانی در نیروی انتظامی*. ۷(۱)، ۱۳۴-۱۱۳. [http://rmpjmd.jrl.police.ir/article\\_91234.html](http://rmpjmd.jrl.police.ir/article_91234.html)



- رجبی، س.، و علیمردی، خ. (۱۳۹۷). بررسی اثربخشی درمان شناختی-رفتاری بر وضوح خودپنداره، افسردگی، اضطراب و استرس و عزت‌نفس در دانشجویان دارای نشانگان ضربه عشق. *مطالعات روان‌شناختی*. ۱۴(۳)، ۱۴۶-۱۳۱.  
<https://doi.org/10.22051/psy.2018.16644.1462>
- ساغروانی، س.، احمدی مقدم، ح.، و رحمان سرشت، ح. (۱۳۹۵). نقش فرهنگ سازمانی در ارتقای هویت سازمانی کارکنان. *فصلنامه مطالعات منابع انسانی*. ۵(۲۰)، ۲۲-۱.  
[https://www.jhrs.ir/article\\_65333.html](https://www.jhrs.ir/article_65333.html)
- سلیمی، ا.، مرادی، ج.، و وفایی، ر. (۱۳۹۵). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش در سازمان آموزش و پرورش شهر خدابنده (قیدار). *نوآوری‌های مدیریت آموزشی*. ۱۱(۳)، ۶۴-۴۹.  
<https://sanad.iau.ir/Journal/jmte/Article/1110491>
- ظاهرپور کلانتری، ح. ا.، زاهدی، س. م.، و دیناروند، ح. (۱۳۸۹). بررسی تأثیر شایستگی مدیران مدارس شهرستان دورود بر عملکرد آنان. *پژوهش در نظام‌های آموزشی*. ۴(۱۱)، ۱۱۵-۱۳۶.  
<https://dori.net/dor/20.1001.1.23831324.1389.4.11.6.9>
- عباسی، ه.، سجادی، س. ن.، تندنویس، ف.، و کاظم‌نژاد، ا. (۱۳۹۰). اعتباریابی ابزار ارزیابی فرهنگ سازمانی (OCAI) فدراسیون‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران. *ششمین همایش ملی دانشجویان تربیت‌بدنی و علوم ورزشی ایران*، ۲۴ آذر ۱۳۹۰، دانشکده تربیت‌بدنی دانشگاه تهران، تهران، ایران.  
<https://civilica.com/doc/194432>
- عبداللهی، م.، و حسین‌زاده، ع. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر معماری دانش بر هویت سازمانی با تأکید بر نقش میانجی توانمندسازی روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان شهرداری مشهد). *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*.  
<https://doi.org/10.22067/jss.v15i2.65240>
- علامه، س. م.، و عسکری باجگرانی، م. (۱۳۹۶). آسیب‌شناسی فرهنگ سازمانی و شناسایی الزامات تغییر آن در شرکت برق منطقه‌ای اصفهان. *مدیریت فرهنگ سازمانی*. ۱۵(۳)، ۶۰۳-۵۷۵.  
<https://doi.org/10.22059/jomc.2017.40847.1005770>
- فرهی بوزنجانی، ب.، و سنجقی، م. ا. (۱۳۸۸). ارزیابی و تحلیل روش‌های شناخت و سنجش فرهنگ سازمانی. *راهبرد فرهنگ*. ۵(۲)، ۵۴-۲۹.  
<https://www.magiran.com/paper/766934>
- قاسمی، م. (۱۳۹۶). رهبری مبتنی بر فرهنگ سازمانی توسعه‌گرا. *نشریه دوماهنامه مدیریت (ویژه‌نامه کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی)*، ۱۹۰، ۶-۱۶.  
<https://elmnet.ir/doc/1729969-25211>
- قربانی، م.، و عبداللهی، م. ع. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه روان‌شناختی و هویت سازمانی. *نوآوری‌های مدیریت آموزشی*. ۱۲(۱)، ۷-۲۰.  
<https://sanad.iau.ir/Journal/jmte/Article/1110351>
- کاشانی، غ.، و اسدی طاهری، م. (۱۳۹۶). چارچوب ارزش‌های رقابتی: ابزاری مفید برای شناسایی فرهنگ سازمانی در سازمان‌ها. *مجله مدیریت توسعه و تحول*. ۹، ۱۷۰-۱۵۹.  
<https://sanad.iau.ir/Journal/jdem/Article/950021>
- کوچکی سیاه‌خاه سر، م.، قیومی، ع.، و حسن‌مرادی، ن. (۱۳۹۰). بررسی فرهنگ سازمانی (مدل کوپین) با امکان‌پذیری استقرار مدیریت دانش در شرکت انتقال گاز ایران. *فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی*. ۴(۱۲)، ۱۲۴-۱۰۱.  
<https://www.sid.ir/paper/149562/fa>
- محمدنژاد فردی، م.، حمیدی‌زاده، ع.، و باباشاهی، ج. (۱۳۹۵). تأثیر نشان کارفرما بر نگهداشت کارکنان: هویت سازمانی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی در نقش میانجی. *فرایند مدیریت توسعه*. ۲۹(۲)، ۶۹-۴۷.  
<http://dori.net/dor/20.1001.1.17350719.1395.29.2.3.2>
- مؤمنی، س.، شعبانی بهار، غ.، و عرفانی، ن. (۱۳۹۹). تدوین مدل ساختاری هویت سازمانی براساس هوش سازمانی به‌واسطه توسعه سازمانی در بین کارکنان فدراسیون‌های ورزشی کشور. *مدیریت ورزشی*. ۱۲(۴)، ۱۱۸۵-۱۱۶۵.  
<https://doi.org/10.22059/jsm.2021.248425.1991>
- نصراصفهانی، ع.، و آقاباباپور دهکردی، ط. (۱۳۹۲). بررسی رابطه هویت سازمانی با سکوت سازمانی کارکنان (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه اصفهان). *جامعه‌شناسی کاربردی*. ۲۴(۴)، ۱۶۲-۱۳۹.  
<https://dori.net/dor/20.1001.1.20085745.1392.24.4.8.4>
- نیازآذری، ک.، یزدی تقوایی، م.، و محمدی البرزی، ا. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر هویت سازمانی و فرهنگ سازمانی در بروز رفتار شهروندی سازمانی با ارائه مدل مناسب. *مدیریت بهره‌وری*. ۹(۳۶)، ۲۲۱-۱۹۹.  
<https://sanad.iau.ir/journal/jpm/Article/523203?jid=523203>
- ولیان، ج.، کوشکی جهرمی، ع.، و نیلوفری، پ. (۱۳۹۶). بررسی شدت میانگین تفکیک خودپنداره بر شناخت احساس هویت کارکنان با توجه به نقش تعدیل‌کننده وضوح خودپنداره در سازمان‌های دولتی. *مجله پیشرفت نوین در علوم رفتاری*. ۲(۱۲)، ۳۶-۱۴.  
[https://ijndibs.com/files/site1/user\\_files\\_5e9305/598900-A-10-36-2-3917bb3.pdf](https://ijndibs.com/files/site1/user_files_5e9305/598900-A-10-36-2-3917bb3.pdf)

## References

- Abbasi, H., Sajjadi, S., N., Tondneis, F., & Kazemnejad, A. (2012). Validation of organizational culture assessment tool (OCAI) of sports federations of the Islamic Republic of Iran. *The 6th National Conference of Physical Education and Sports Science Students of Iran*, 24 December 2011, School of Physical Education, University of Tehran, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/194432> (In Persian)
- Abdollahi, M., & Hosseinzadeh, A. (2018). Examining the impact of knowledge management on organizational identity with focus on the mediator role of psychological empowerment and social capital (Case study: Mashhad's municipality staff). *Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Sciences*, 15(1), 113-142. <https://doi.org/10.22067/jss.v15i2.65240> (In Persian)
- Alessandri, G., De Longis, E., Golfieri, F., & Crocetti, E. (2020). Can self-concept clarity protect against a pandemic? A daily study on self-concept clarity and negative affect during the COVID-19 outbreak. *Identity*, 21(1), 6–19. <https://doi.org/10.1080/15283488.2020.1846538>
- Allameh, S. M., & Askari Bajgerani, M. (2017). Pathology of organizational culture and identifying its' change requirements at isfahan regional electric company. *Organizational Culture Management*, 15(3), 575-603. <https://doi.org/10.22059/jomc.2017.40847.1005770> (In Persian)
- Alshammri, S. N. (2021). Do informal groups threaten organizations? Comparing group conflict management styles with supervisors. *Independent Journal of Management & Production*, 12(4), 997-1018. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v12i4.1342>
- Amiot, C. E., de la Sablonniere, R., Smith, L. G., & Smith, J. R. (2015). Capturing changes in social identities over time and how they become part of the self-concept. *Social and Personality Psychology Compass*, 9(4), 171-187. <https://doi.org/10.1111/spc3.12169>
- Aqhaz, A., & Hashemi, A. (2011). Experimental investigation of the expanded model of organizational identity according to the personality traits of employees. *Public Administration Perspective*, 3(4), 87-106. [https://jpap.sbu.ac.ir/article\\_94761.html?lang=en](https://jpap.sbu.ac.ir/article_94761.html?lang=en) (In Persian)
- Asci, M. S., Cemberci, M., Civelek, M. E., & Gunel, D. (2015). Group and their effects in organizations. *European Scientific Journal*, 11(32), 13-34. <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/6562>
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1996). 'Organizational identity and strategy as a context for the individual', in Baum, J. A. C., and Dutton, J. E. (eds.), *Advances in Strategic Management*, vol. XIII, The Embeddedness of Strategy: 19–64. Bingley, UK: Emerald.
- Bai, X. (2021). A review of recent studies on workplace loneliness. *Academic Journal of Business & Management*, 3(4), 12-34. <https://doi.org/10.25236/AJBM.2021.030416>
- Bednar, J. S., Galvin, B. M., Ashforth, B. E., & Hafermalz, E. (2020). Putting identification in motion: A dynamic view of organizational identification. *Organization Science*, 31(1), 200-222. <https://doi.org/10.1287/orsc.2018.1276>
- Biaobin, Y., Lin, Q., Yi, L., Qian, L., Dan, H., & Yiwei, C. (2021). The effect of overqualification on employees' turnover intention: The role of organization identity and goal orientation. *Journal of Advanced Management Science*, 9(1), 17-21. <http://dx.doi.org/10.18178/joams.9.1.17-21>
- Bingöl, D., Şener, İ., & Çevik, E. (2013). The effect of organizational culture on organizational image and identity: Evidence from a pharmaceutical company. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, 222-229. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.489>
- Böhm, R., Fleiß, J., & Rybnicek, R. (2021). On the stability of social preferences in inter-group conflict: a lab-in-the-field panel study. *Journal of Conflict Resolution*, 65(6), 1215-1248. <https://doi.org/10.1177/0022002721994080>

- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2006). *Diagnosing and Changing Organizational Culture Based on the Competing Values Framework*. San Francisco: The Jossey-Bass Business & Management Series.
- Campbell, J. D., Trapnell, P. D., Heine, S. J., Katz, I. M., Lavalley, L. F., & Lehman, D. R. (1996). Self-concept clarity: Measurement, personality correlates, and cultural boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(1), 141-156. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.1.141>
- Campbell, J., Brownas, E., Peterson, N., & Dunnette, M. (1974) *The Measurement of Organizational Effectiveness: A Review of Relevant Research and Opinion*. Navy Personnel Research and Development Center, Personnel Decisions, Minneapolis.
- Chauhan, R., R., & Yadav, S. B. (2019). Need & Prospects of Informal Groups in an organisation –A Proposed Model based on the Case Study of Selected Healthcare Units of Delhi State (India). *Infokara Research*, 8(10), 681-688.
- Cheney, G. (1983). The Rhetoric of Identification and Study of Organizational Communication. *Quarterly Journal of Speech*, 69(2), 143-158. <https://doi.org/10.1080/00335638309383643>
- Cian, L., & Cervai, S. (2014). Under the reputation umbrella. *Corporate Communications: An International Journal*, 19(2), 182-199. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-10-2011-0055>
- Cohen, N. (2014). *Ian McEwan: A Novel Approach to Political Communication* (Doctoral thesis, University of Calgary, Calgary, Canada). Retrieved from <https://prism.ucalgary.ca>.
- Cornelissen, J. (2017). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. Sage, Thousand Oaks, CA.
- Daniel, C. O. (2018). Impact of informal groups on organisational performance. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 6(9), 686-694. <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v6i9.em04>
- De Cremer, D., & Sedikides, C. (2005). Self-uncertainty and responsiveness to procedural justice. *Journal of Experimental Social Psychology*, 41, 157-173. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2004.06.010>
- Denison D. (2000). "Organisational Culture: Can It Be a Key Lever for Driving Organisational Change?" in Cartwright S., Cooper C. (Eds.), *The Handbook of Organisational Culture* (PP 347-372), London: John Wiley and Sons.
- Elsbach, K. (1999). An expanded model of organizational identification. *Research in Organizational Behavior*, 21, 163-199. [https://www.researchgate.net/publication/313009278\\_An\\_expanded\\_model\\_of\\_organizational\\_identification](https://www.researchgate.net/publication/313009278_An_expanded_model_of_organizational_identification)
- Eskandarian, G. (2020). Strategies for developing organizational culture: An Iranian-Islamic model. *Naja Strategic Studies Journal*, 4(14), 31-59. [http://ssj.jrl.police.ir/article\\_93887.html?lang=en](http://ssj.jrl.police.ir/article_93887.html?lang=en) (In Persian)
- Farahi Bouzanjani, B. F., & Sanjagi, M. E. (2009). Understanding and measuring organizational culture evaluation and analysis of methods. *Strategy for Culture*, 2(5), 29-54. <https://www.magiran.com/paper/766934> (In Persian)
- Fu, Y., Ye, G., Tang, X., & Liu, Q. (2019). Theoretical framework for informal groups of construction workers: A Grounded Theory Study. *Sustainability*, 11(23), 6769. <https://doi.org/10.3390/su11236769>
- Ghorbani, M., & Abdollahi, M. A. (2017). Study the relationship between Dimensions of psychological capital and organizational identity. *The Journal of Modern Thoughts in Education*, 12(1), 7-20. <https://sanad.iau.ir/en/Journal/jmte/Article/1110351> (In Persian)
- Haas, B. W., & Omura, K. (2021). Cultural differences in susceptibility to the end of history illusion. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 48(9), 1331-1348),

<https://doi.org/10.1177/01461672211036873>

- Hagger, M. S., Anderson, M., Kyriakaki, M., & Darkings, S. (2007). Aspects of identity and their influence on intentional behavior: Comparing effects for three health behaviors. *Personality and Individual Differences*, 42, 355–367.
- Harhash, D. E., El Shrief, H. A., & Ahmed, M. Z. (2021). The Relationship between Healthcare Organizational Culture and Nurses' Empowerment. *International Journal of Studies in Nursing*, 6(4), 87-99. <https://doi.org/10.20849/ijns.v6i4.975>
- Hashemzahi, E., Beheshtifar, M., & Nikpour, M. R. (2021). Designing a model for the strategic development of human resources in nationwide judiciaries using fuzzy TOPSIS approach. *The Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(2), 751-761. <https://cibgp.com/au/index.php/1323-6903/article/view/984>
- Haslam, S. A. (2004). *Psychology in Organizations. The Social Identity Approach*. London: SAGE Publications Ltd.
- Hatch, M. J. (1993). The dynamics of organizational culture. *Academy of Management Review*, 18(4), 657–693. <https://doi.org/10.2307/258594>
- Hatch, M. J., Schultz, M., & Skov, A. M. (2015). Organizational identity and culture in the context of managed change: Transformation in the Carlsberg Group, 2009–2013. *Academy of Management Discoveries*, 1(1), 58-90. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amd.2013.0020>
- Hogg, M. A., & Turner, J. C. (1985). Interpersonal attraction, social identification and psychological group formation. *European Journal of Social Psychology*, 15(1), 51-66. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420150105>
- Ismail, M., Baki, N. U., Omar, Z., & Bebenroth, R. (2016). Organizational identification as perceived by merger and acquisition employees. *Global Business and Management Research*, 8(3), 29. <http://www.gbmrjournal.com/pdf/vol.%208%20no.%203/V8N3-3.pdf>
- Itulua-Abumere, (2014). *Sociological concepts of culture and identity*. Published by uPublish.info. Link
- Kashani, G., & Asadi Taheri, M. (2018). Identification of organizational culture with the framework of competitive value framework in organizations. *Journal of Development & Evolution Mngement*, 9(0), 159-170. <https://sanad.iau.ir/en/Journal/jdem/Article/950021> (In Persian)
- Khanbashi, M., Sadeighi, R., & Karimzadeh, S. (2018). Relationship between organizational culture with organizational intelligence and organizational identity (Case Study: employees the Eastern Azarbaijan Province Tax Administration). *Journal of Cultural Management*, 12(40), 47-64. <https://sanad.iau.ir/en/Journal/jcm/Article/817679> (In Persian)
- Kheirandish, M., Sari Aslani, H., Mohazabi, M., & Abdollahpour, S. (2019). The role of transformational leadership in promoting organizational identity by studying the mediating role of social responsibility. *Resource Management in Police*, 7(1), 113-134. [http://rmpjmd.jrl.police.ir/article\\_91234.html](http://rmpjmd.jrl.police.ir/article_91234.html) (In Persian)
- Kim, N. Y. (2020). Linking individuation and organizational identification: Mediation through psychological safety. *The Journal of Social Psychology*, 160(2), 216-235. <https://doi.org/10.1080/00224545.2019.1644279>
- Kirui, C. V., & Sang, K. P. (2020). The quest for socioeconomic development in Kenya: A review of the impact of public infrastructure on the voyage. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 4(11), 145-158. <https://www.rsisinternational.org/journals/ijriss/Digital-Library/volume-4-issue-11/145-158.pdf>
- Kouchaki, M., Ali Ghaumi, A., & Hasan Moradi, N. (2012). The determine of the relationship

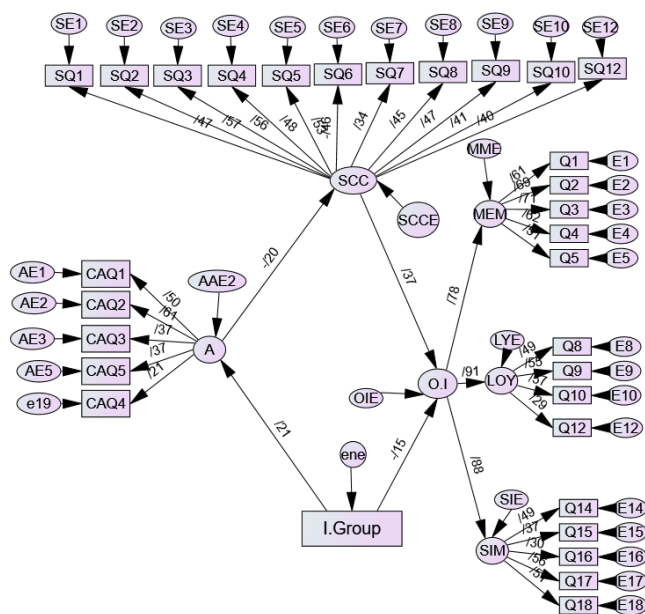
- organizational culture (quinn model) and feasibility of implementation of knowledge management in iranian gas transmission corporation. *Journal of Career & Organizational Counseling*, 4(12), 101-124. <https://www.sid.ir/paper/149562/en> (In Persian)
- Li, H., Ye, L., Yang, Z., & Guo, M. (2020). The Influence of Personality Traits on Organizational Identity. In: Zhang, J., Dresner, M., Zhang, R., Hua, G., Shang, X. (eds) LISS2019. Springer, Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-15-5682-1\\_38](https://doi.org/10.1007/978-981-15-5682-1_38)
- Luo, H. (2020). Review of research progress on perceived organizational support and organizational identity. *Open Journal of Business and Management*, 8(2), 809-819. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2020.82050>
- Martin, F. (2009). *The organization moral identity and organizational effectiveness*. 10th International Conference on Human Resource Development Research and Practice across Europe, 10<sup>th</sup>-12<sup>th</sup> June 2009. Retrive from: Link
- Matsumoto, D. (2007). Culture, context, and behavior. *Journal of Personality*, 75(6), 1285-1320. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2007.00476.x>
- Maydeu-Olivares, A. (2017). Maximum likelihood estimation of structural equation models for continuous data: Standard errors and goodness of fit. *Structural Equation Modeling*, 24(3), 383-394. <https://doi.org/10.1080/10705511.2016.1269606>
- Miller, V. D., Allen, M., Casey, M. K., & Johnson, J. R. (2000). Reconsidering the organizational identification questionnaire. *Management Communication Quarterly*, 13(4), 626-658. <https://doi.org/10.1177/0893318900134003>
- Moemeni Piri, S., Shabanibahar, G., & Erfani, N. (2021). Developing an organizational identification model based on the organizational intelligence through organizational development among the staff of selected sport federations of Iran. *Sport Management Journal*, 12(4), 1165-1185. <https://doi.org/10.22059/jsm.2021.248425.1991> (In Persian)
- Mohamadnezhad Fadardi, M., Hamidizadeh, A., & Babashahi, J. (2016). The impact of employer brand on employee retention: organizational identity, job satisfaction and organizational commitment as mediators. *Journal of Management and Development Process*, 29(2), 47-70. <http://jmdp.ir/article-1-2261-en.html> (In Persian)
- Mukminin, A. A., Semmaila, B., & Ramlawati, R. (2020). Effect of Education and Training, work discipline and Organizational Culture on Employee Performance. *Point of View Research Management*, 1(3), 19-29. <https://www.journal.accountingpointofview.id/index.php/POVREMA/article/view/33>
- Mushtaque, T., Tunio, M. N., Akbar, Z., & Jariko, M. (2021). Green Organizational Identity: Antecedents And Consequences: An Empirical Study. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(3), 2056-2069. <https://cibgp.com/au/index.php/1323-6903/article/view/1812>
- Nasr Isfahani, A., & Aghababapoor Dehkordi, T. (2013). A study of the relationship between organizational identity and organizational silence among employees of the University of Isfahan. *Journal of Applied Sociology*, 24(4), 139-162. [https://jas.ui.ac.ir/article\\_18331.html?lang=en](https://jas.ui.ac.ir/article_18331.html?lang=en) (In Persian)
- Niazazari, K., Taghvae Yazdi, M., & Mohammadi Alborzi, A. (2016). Evaluating the impact of organizational identity and organizational culture on organizational citizenship behavior through Presenting an Appropriate Model. *The Journal of Productivity Management*, 9(36), 199-221. <https://sanad.iau.ir/en/Journal/jpm/Article/523203?jid=523203> (In Persian)
- Oh, S., & Roh, S. C. (2019). A moderated mediation model of self-concept clarity, transformational leadership, perceived work meaningfulness, and work motivation. *Frontiers in Psychology*, 10, 1756. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01756>

- Paulsen, N. (2002). Identity in organizations and organizational effectiveness. In B. Pattanayak & V. Gupta (eds.), *Creating performing organizations: Perspectives for Indian managers*, (pp, 151-177), New Delhi: Response Books (Sage Publication).
- Prati, L. M., McMillan-Capehart, A., & Karriker, J. H. (2009). Affecting organizational identity: A manager's influence. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 15(4), 404-415.  
<https://doi.org/10.1177/1548051809331502>
- Rajabi, S., & Alimoradi, K. (2018). Effectiveness of cognitive-behavioral therapy on self-concept clarity, depression, anxiety and stress, and self-esteem in students with Love trauma syndrome. *Journal of Psychological Studies*, 14(3), 131-146.  
<https://doi.org/10.22051/psy.2018.16644.1462> (In Persian)
- Ravasi, D., & Schultz, M. (2006). Responding to organizational identity threats: Exploring the role of organizational culture. *Academy of Management Journal*, 49(3), 433-458.  
<https://doi.org/10.5465/amj.2006.21794663>
- Richter, A. W., Scully, J., & West, A. M. (2005). Intergroup conflict and intergroup effectiveness in organizations: Theory and scale development. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 14(2), 177-203. <https://doi.org/10.1080/13594320444000263>
- Ricketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358-384. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2004.05.005>
- Sagharwani, S., Ahmadi Moghadam, H., and Rahmansarsht, H. (2016). The role of organizational culture in promoting the organizational identity of employees. *Journal of Human Resource Management*, 6(2), 1-22. [https://www.jhrs.ir/article\\_65333.html?lang=fa](https://www.jhrs.ir/article_65333.html?lang=fa) (In Persian)
- Salimi, A., Moradi, J., & Vafaei, R. (2016). The study of relationship between organizational culture and knowledge management in education Gheidar. *The Journal of Modern Thoughts in Education*, 11(3), 49-64. <https://sanad.iau.ir/en/Journal/jmte/Article/1110491> (In Persian)
- Sava, L. (2020). Change management and organization culture. Gap to be Bridged in Bureaucratic Organization. *Journal of Defense Resources Management*, 11(2), 40-59.  
[http://www.jodrm.eu/issues/Volume11\\_issue2/04\\_Ilie%20SAVA.pdf](http://www.jodrm.eu/issues/Volume11_issue2/04_Ilie%20SAVA.pdf)
- Sawatsky, M. L., Clyde, M., & Meek, F. (2015). Partial least squares regression in the social sciences. *The Quantitative Methods for Psychology*, 11(2), 52-62.  
<https://doi.org/10.20982/tqmp.11.2.p052>
- Schein, E. H. (2004). *Organizational culture and leadership* (3<sup>rd</sup> Ed.). San Francisco: Jossey-Bass.  
<https://www.amazon.com/Organizational-Culture-Leadership-Edgar-Schein/dp/0470190604>
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74. <https://psycnet.apa.org/record/2003-08119-003>
- Schrodt, P. (2002). The relationship between organizational identification and organizational culture: Employee perceptions of culture and identification in a retail sales organization. *Communication Studies*, 53(2), 189-202. <https://doi.org/10.1080/10510970209388584>
- Schwartz, S. J., Klimstra, T. A., Luyckx, K., Hale, W. W., Frijns, T., Oosterwegel, A., & Meeus, W. H. J. (2011). Daily dynamics of personal identity and self-concept clarity. *European journal of Personality*, 25(5) 373-385. <https://doi.org/10.1002/per.798>
- Silva, D., & Sias, P. M. (2010). Connection, restructuring, and buffering: How groups link individuals and organizations. *Journal of Applied Communication Research*, 38(2), 145-166.  
<https://doi.org/10.1080/00909881003639510>
- Skrondal, A., & Rabe-Hesketh, S. (2005). Structural equation modeling: categorical variables. *Encyclopedia of statistics in behavioral science*.

<https://doi.org/10.1002/0470013192.bsa596>

- Slotter, E. B., Gardner, W. L., & Finkel, E. J. (2010). Who am I without you? The Influence of Romantic Breakup on the Self-Concept. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(2), 147-160.
- Slotter, E. B., Gardner, W. L., & Finkel, E. J. (2010). Who am i without you? The influence of romantic breakup on the self-concept. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(2), 147-160. <https://doi.org/10.1177/0146167209352250>
- Tahirpur Kalantri, H. A., Zahedi, S. M., & Dinarvand, H. (2011). Investigating the effect of the competence of school admins in Durood city on their performance. *Journal of Research in Educational Systems*, 4(11), 115-136. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.23831324.1389.4.11.6.9> (In Persian)
- Tarka, P. (2017). The comparison of estimation methods on the parameter estimates and fit indices in SEM model under 7-point Likert scale. *Archives of Data Science*, 2(1), 1-16. <http://dx.doi.org/10.5445/KSP/1000058749/10>
- Tsiring, D., & Sizova, Y. (2018). The peculiarities of the adherence and identification as components of the organizational culture of modern university. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 238, 665-669. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2018.04.048>
- Turner, J. C. (1978). Social categorization and social discrimination in the minimal group paradigm. In H. Tajfel (Ed.), *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations* (pp. 101-140). London: Academic Press.
- Valian, H., Kooshki Jahromi, A., & Niloufari, P. (2017). The study average intensity self-concept differentiation on sense of personal identity recognition due to the mediating role self-concept clarity in government organization. *The Journal of New Advances in Behavioral Sciences*, 2(12), 14-36. [https://ijndibs.com/files/site1/user\\_files\\_5e9305/598900-A-10-36-2-3917bb3.pdf](https://ijndibs.com/files/site1/user_files_5e9305/598900-A-10-36-2-3917bb3.pdf) (In Persian)
- Vijayakumar, V. S. R., & Padma, R. N. (2014). Impact of perceived organizational culture and learning on organizational identification. *International Journal of Commerce and Management*, 24(1), 40-62. <https://doi.org/10.1108/IJCoMA-01-2012-0003>
- Vilke, J. B., & Vilkas, M. (2018). Discussing municipal performance alternatives: Public perceptions of municipal services delivery in Lithuania. *International Journal of Public Sector Management*, 31(4), 525-542. <https://doi.org/10.1108/IJPSM-01-2017-0011>

پیوست ۱



شکل ۱. نتیجه نهایی برازش مدل در نرم‌افزار Amos22