

بررسی تأثیر ویژگی های شخصیتی و ارزش های کاری بر عملکرد فردی با نقش میانجی تصویر

سازمانی

سمانه صادقیان

استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

Email:ssadeghian@um.ac.ir

چکیده

در دنیای امروز، عملکرد فردی کارکنان به عنوان یکی از عوامل حیاتی در موفقیت و پیشرفت سازمان ها شناخته می شود. این عملکرد می تواند تحت تأثیر متغیرهای مختلفی قرار گیرد که از جمله مهم ترین آن ها، ویژگی های شخصیتی و ارزش های کاری افراد است. به علاوه، تصویر سازمانی نیز نقش قابل توجهی در این میان دارد و می تواند ارتباط بین ویژگی های شخصیتی، ارزش های کاری و عملکرد فردی را تقویت کند. در این مطالعه هدف، بررسی تأثیر ویژگی های شخصیتی و ارزش های کاری بر عملکرد فردی با نقش میانجی تصویر سازمانی در بین کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی بود. پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نوع پیمایشی-مقطعی بود. جامعه آماری در این تحقیق، کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی بودند و روش نمونه گیری به صورت غیر تصادفی در دسترس به تعداد ۲۶۰ نفر بود. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بود. روایی صوری پرسشنامه توسط اساتید خبره و روایی سازه پژوهش با استفاده تحلیل عاملی تأییدی مورد تأیید قرار گرفت؛ پایایی آن نیز با به وسیله آزمون آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از طریق روش معادلات ساختاری با نرم افزار Smart pls3 و Spss23 انجام گرفته است. نتایج نشان داد ویژگی های شخصیتی بر تصویر سازمانی و عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد؛ ارزش های کاری بر تصویر سازمانی و عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد؛ تصویر سازمانی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد؛ تصویر سازمانی تأثیر ویژگی های شخصیتی بر عملکرد فردی و تأثیر ارزش های کاری بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی را میانجیگری می کند.

کلمات کلیدی: ویژگی های شخصیتی، ارزش های کاری، عملکرد فردی، تصویر سازمانی و شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی

۱. مقدمه

در حوزه روانشناسی و مدیریت، شناخت و درک عواملی که به بهبود عملکرد فردی در محیط کاری کمک می کنند، بسیار مهم است. ویژگی های شخصیتی شامل صفات و خصوصیات داخلی فرد می باشند که به طور مستقل از شرایط خارجی و تجربیات، رفتار و واکنش های فرد را تحت تأثیر قرار می دهند. ارزش های کاری نیز مربوط به اصول و قوانینی است که هدایت کننده رفتار افراد در محیط کاری و زندگی روزمره شان می باشد. در این مطالعه، تأثیر ویژگی های شخصیتی و ارزش های کاری بر عملکرد فردی مورد بررسی قرار می گیرد. همچنین، نقش میانجی تصویر سازمانی در این ارتباط مورد ارزیابی و تحلیل قرار می گیرد. تصویر سازمانی به میزانی اشاره دارد که فرد به خود و سازمانی که در آن فعالیت می کند، هویت بخشیده و با آن ارتباط و ارتباط برقرار می کند. بررسی

این موضوع می‌تواند به مدیران و سازمان‌ها کمک کند تا بهترین شیوه‌ها را برای انتخاب و جذب افراد با ویژگی‌های شخصیتی و ارزش‌های کاری مطلوب و ارتقای عملکرد فردی در سازمان پیدا کنند. همچنین، می‌تواند برای فردان واقعیت‌پذیر، از روشن‌تر شدن درباره نقش و تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و ارزش‌های کاری خود در عملکرد شغلی و شخصیتی خود بهره‌برداری کنند. انسان‌ها نیروی پیش‌رانه هر فرآیند کاری درون سازمان هستند. مهم نیست چقدر ابزار یا ماشینی پیچیده در یک فرآیند کسب و کار مورد استفاده قرار گیرد، برای اجرای آن به درستی، نیاز است که انسان‌ها آن را عملی و کنترل کنند. بنابراین، منابع انسانی نمی‌توانند توسط منابع دیگر جایگزین شوند و یکی از عواملی است که موفقیت یا شکست یک سازمان یا سازمان در دستیابی به اهداف خود را تعیین می‌کند. (نوپانی^۱، ۲۰۱۴). بر اساس این، بسیاری از سازمان‌ها سعی می‌کنند عملکرد منابع انسانی را بهبود بخشند تا کارکنان بتوانند فعالیت‌های کاری خود را بهتر و بهینه‌تر انجام دهند. وجود انسان‌ها منابعی بسیار ویژه است، امتیازاتی که در انسان‌ها وجود دارد، منابع تنها در سازمان هستند که افرادی با افکار، احساسات و شخصیت‌های متفاوت هستند. شخصیت‌های متفاوت کارکنان باعث می‌شود که آنها ویژگی‌های خود را داشته باشند و به این ترتیب ویژگی‌های فردی کارکنان شکل می‌گیرد (حسین، ۲۰۱۲).

مزیت‌ها و معایب ویژگی‌های فردی کارمندان به نحوی است که به چه شکل از آنها استفاده می‌کنند. تفاوت در ویژگی‌های فردی می‌تواند علت عملکرد متفاوت کارکنان را از یکدیگر توضیح دهد. ویژگی‌ها، ویژگی‌ها، عادات یا خصیصه‌هایی هستند که یک شخص را از دیگران متمایز می‌کند و توانایی هدایت اقدامات یک فرد را داراست. بر اساس حسیبوان^۲ (۲۰۰۹)، ویژگی‌های فردی ویژگی‌های ذاتی یک فرد هستند که با محیط یا آموزش قابل تغییر است (نارتی^۳، ۲۰۲۱). رفتار کاری به وابسته بودن به صفات شخصیتی یا عواملی است که فرد را به رفتار کاری سوق می‌دهد. رفتار کاری به عملکرد برتر کمک می‌کند که سودمندی را نه فقط برای سازمان و محیط اطراف آن به همراه دارد، بلکه در موفقیت بلندمدت آن نیز مؤثر است (توفانوف و همکاران^۴، ۲۰۲۳).

اگرچه سازمان‌ها برای انجام کار به منابع مختلف وابسته هستند، منابع انسانی در بین سایر منابع حیاتی‌ترین آنها محسوب می‌شود. چنین منابعی فرصت‌های بیشتری را به سازمان‌ها می‌دهد تا به سمت اقتصاد بهتر حرکت کنند. سازمان‌ها عموماً آن دسته از کارکنانی را استخدام می‌کنند که فداکار باقی می‌مانند و اهداف را برای دستیابی به اهداف سازمانی مورد نظر برآورده می‌کنند. طبق نظر باومایستر و لیری (۱۹۹۵) کارمندان بر اساس تصویری که از ارتباط با سازمان دارند، اقدامات مختلفی انجام می‌دهند. به همین ترتیب، هاسلم و همکاران^۵ (۲۰۰۹) تأکید کرد که فردی با هویت اجتماعی قوی، مانند پیوند با سازمان، عملکرد موثری خواهد داشت و سلامت جسمی و عاطفی خوبی را حفظ خواهد کرد. در این رویکرد، هویت اجتماعی به عنوان سنگ بنای تصویر سازمانی شناخته شده است (بیزومیچ و همکاران^۶، ۲۰۲۲). تصویر سازمانی را به عنوان یک ویژگی که می‌تواند از طریق ارتباط روانی، ذهنی و عاطفی فرد با شرکت اندازه‌گیری شود، نشان داد (هونگوچ، ۲۰۱۵). امروزه، تحلیلگران و مدیران کسب و کار به طور کامل از تأثیری که شناسایی شخصی بر نتایج سازمان می‌گذارد آگاه هستند (کظمی و جاوید^۷، ۲۰۲۲).

سازمان‌ها سیستم‌های اجتماعی هستند که در آن‌ها مهم‌ترین عامل شایستگی، سرمایه انسانی است. نمی‌تواند پیشرفت کند مگر اینکه کارکنانش تلاش، تعهد، مسئولیت، تعلق و اخلاص را به کار گیرند. آقاز و هاشمی (۲۰۱۴) پیشنهاد کردند که نشان داده شده است که شخصیت تأثیر قابل توجهی بر زندگی سازمانی و همچنین بر زندگی شخصی افراد دارد. بنابراین، درک مفاهیم آن بر جنبه

¹ Nopiani

² Hasibuan

³ Narti

⁴ Tufanov et al.

⁵ Haslam et al.

⁶ Bizumic et al.

⁷ Kazmi & Javaid

های سطح سازمانی بسیار مهم است. هویت فردی و رفتار شخصی به یک پارادایم حیاتی برای تحول و موفقیت در محیط کار تبدیل می شود. امروزه، محققان و مدیران به خوبی از اثرات تصویر سازمانی بر نتایج شغلی آگاه هستند (کظمی و جاوید، ۲۰۲۲). سازمان های هدف گرا معمولاً بر توسعه عملکرد کارکنان خود نظارت می کنند. مونگکونگرا^۸ (۲۰۰۷) می گوید که عملکرد کارکنان نتیجه کار از نظر کمی و کیفی است که توسط یک کارمند در انجام وظایفش مطابق با مسئولیت هایی که به او محول شده است، به دست می آید. سیاگیان^۹ (۲۰۰۲) بیان می کند که عملکرد کارکنان تحت تأثیر عوامل متعددی قرار می گیرد که عبارتند از: حقوق، محیط کار، فرهنگ سازمانی، رهبری و انگیزه کاری، نظم کاری، رضایت شغلی، ارتباطات و عوامل دیگر.

در زمینه بهبود عملکرد افراد، معمولاً سازمان های دولتی با محدودیت در منابع مالی و زیرساختی مواجه هستند. شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی نیز از این قاعده مستثنی نیست. این سازمان به عنوان یکی از مراکز مهم در حوزه آموزش و فرهنگ در استان خراسان رضوی، همواره مورد توجه محققان و مدیران کشور قرار دارد. در این راستا، با بهبود مفاهیمی مانند ویژگی های شخصیتی، ارزش های کاری و تصویر سازمانی، می توان تأثیر مهمی در بهبود عملکرد فردی افراد در این سازمان داشت. به همین دلیل، این پژوهش به بررسی تأثیر ویژگی های شخصیتی و ارزش های کاری بر عملکرد فردی، با نقش میانجی گری تصویر سازمانی در بین کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی می پردازد.

۲. ادبیات تحقیق

ویژگی های شخصیتی^{۱۰}

شخصیت که یکی از حوزه های مهم علم روان شناسی است و مفهومی است که توسط محققان متعدد در زمینه های مختلف از جمله فلسفه، جامعه شناسی و حقوق تعریف شده است (آتاک^{۱۱}، ۲۰۱۳). از این نظر، از نظر مک کری و کاستا^{۱۲} (۱۹۸۹)، شخصیت شیوه رفتاری است که در افراد در موقعیت های مختلف، سبک های دائمی عاطفی، اجتماعی، تجربی، نگرشی و انگیزشی رخ می دهد. مطابق با فاندرا^{۱۳} (۲۰۰۱)، الگوهای تفکر منحصر به فرد فرد، احساسات، نگرش ها و شرایط روانی آشکار یا پنهان عوامل پشت آن هستند. شخصیت و ویژگی های آن سیستمی است که رفتار فرد، ساختار روانشناختی او، کیست و سبک های رفتاری و شناختی عاطفی او را نشان می دهد (مونت و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۵).

ارزش های کاری^{۱۵}

ارزش های کاری شخصی به معیارهایی اشاره دارد که افراد بر اساس آن ها قضاوت می کنند که آیا رفتار از نظر کاری درست یا نادرست در تعامل با افراد دیگر است. اسکات (۲۰۰۰) چهار اصل از ارزش های کاری را بیان کرد: (الف) ارتباط صادقانه. (ب) استفاده درست از حقوق خود و عدم تداخل با حقوق دیگران؛ (ج) احترام به زندگی؛ و (د) رعایت قواعد و اصول عدالت. مفهوم ارزش های کاری توسعه یافته توسط شوارتز (۱۹۹۴) به طور گسترده توسط محققان مورد استفاده قرار گرفته است. شوارتز (۲۰۰۵) تحقیقات قبلی در مورد قوانین کاری در سازمان ها را مرور کرد و دریافت که مهمترین این قوانین شامل اعتماد، احترام، مسئولیت، انصاف، مراقبت و شهروندی است. هر دو اسکات (۲۰۰۰) و شوارتز (۲۰۰۵) در مورد ارزش های کاری شخصی مورد تایید کلی بحث کردند. با این حال،

⁸ Mangkunegara

⁹ Siagian

¹⁰ personality traits

¹¹ Atak

¹² McCrae & Costa

¹³ Funder

¹⁴ Mount et al.

¹⁵ moral values



January 19, 2025 ۳۰ دی ماه ۱۴۰۳



psyeducon.com



برای مدیریت بهتر سازمان‌ها، آگاهی بیشتر از ارزش‌های کاری خاص کسب‌وکار برای درک تأثیر ارزش‌های کاری بر فعالیت‌های تجاری سازمان‌ها ضروری است (جیانگ و همکاران^{۱۶}، ۲۰۱۱).

تصویر سازمانی^{۱۷}

تصویر سازمانی، که به عنوان "ادراک یگانگی یا تعلق به یک سازمان" تعریف می‌شود، یک متغیر تاریخی مهم در تحقیقات مدیریت است. مطالعه تصویر سازمانی و شناسایی به طور کلی، اولین بار در تحقیقات مدیریت سه دهه پیش مورد توجه قرار گرفت. از آن زمان با بسیاری از نتایج مثبت کارکنان همراه بوده است. به عنوان مثال، کارکنانی که تصویر سازمانی قوی‌تری دارند، تمایل دارند در رفتارهای شهروندی سازمانی بیشتری شرکت کنند (وو و همکاران^{۱۸}، ۲۰۱۶)، رفتارهای کاری معکوس کمتری از خود نشان می‌دهند و عملکرد شغلی و تلاش کاری قوی‌تری را نشان می‌دهند (الاتوی و باکر، ۲۰۱۴).

عملکرد فردی^{۱۹}

عملکرد، توصیفی از سطح دستیابی به اجرای برنامه فعالیت یا سیاست در دستیابی به اهداف، هدف‌ها، تأمین و مأموریت سازمان است که در برنامه‌ریزی استراتژیک سازمان تعیین می‌شود. عملکرد قابل شناخت و اندازه‌گیری است اگر یک فرد یا گروهی از کارکنان ملاک‌ها یا بنچمارک‌های موفقیت توسط سازمان را برآورده کرده باشند. بنابراین، اگر هدف‌ها و اهداف در اندازه‌گیری تعیین نشده باشند، غیرممکن است عملکرد یک فرد یا عملکرد سازمانی شناخته شود مگر اینکه معیار موفقیت وجود داشته باشد (مویرانو^{۲۰}، ۲۰۱۳). عملکرد یک عامل بسیار مهم است که بر سود سازمان‌ها تأثیر می‌گذارد (برناردین و همکاران^{۲۱}، ۲۰۱۲). محدوده عملکرد را به عنوان "سابقه‌های نتایجی که به تفصیلی از وظایف کاری یا فعالیت‌ها در طول یک دوره زمانی منجر می‌شوند" تعریف می‌کنند. شاخص‌های عملکرد بر اساس رایینز^{۲۲} (۲۰۱۷) شامل رضایتمندی از حقوق و دستمزد، رضایتمندی از رهبران، تعداد نتایج، کیفیت نتایج، دانش و نیت کاری هستند.

۴. فرضیات تحقیق

- ۱- ویژگی‌های شخصیتی بر تصویر سازمانی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.
- ۲- ارزش‌های کاری بر تصویر سازمانی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.
- ۳- ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.
- ۴- ارزش‌های کاری بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.
- ۵- تصویر سازمانی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.
- ۶- تصویر سازمانی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی را میانجیگری می‌کند.

- ۷- تصویر سازمانی تأثیر ارزش‌های کاری بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی را میانجیگری می‌کند.

۵. پیشینه تحقیق

¹⁶ Jiang et al.

¹⁷ organizational image

¹⁸ Wu et al.

¹⁹ individual performance

²⁰ Moehariono

²¹ Bernardin et al.

²² Robbins



January 19, 2025 ۳۰ دی ماه ۱۴۰۳

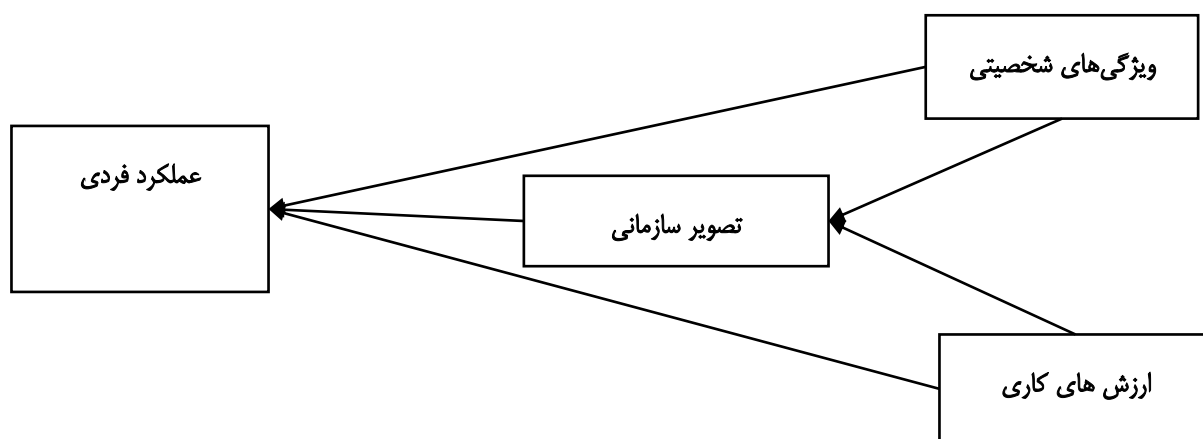


psyeducon.com

گادفری و همکاران^{۲۳} (۲۰۲۴)، در پژوهشی تحت عنوان: "تفاوت در صفات شخصیتی و عملکرد تحصیلی دانشجویان در سازمان ایالت آکوا ایبوم، نیجریه"، به بررسی تفاوت‌های موجود در صفات شخصیتی و عملکرد تحصیلی دانشجویان در این سازمان پرداختند. از روش تحقیق توصیفی-همبستگی در این پژوهش استفاده شده و اطلاعات از طریق پرسشنامه‌های صفات شخصیتی و داده‌های عملکرد تحصیلی جمع‌آوری شد. جامعه تحقیق شامل دانشجویان سازمان ایالت آکوا ایبوم در نیجریه بود و داده‌ها با استفاده از آزمون‌های آماری مانند آزمون t و تحلیل رگرسیون مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که بین صفات شخصیتی و عملکرد تحصیلی دانشجویان رابطه وجود دارد.

لی^{۲۴} (۲۰۲۳)، در پژوهشی تحت عنوان: "تأثیر صفات شخصیتی بر عملکرد کاری" به بررسی تأثیر صفات شخصیتی بر عملکرد کاری افراد در محیط کاری می‌پردازد. برای این منظور، از روش تحقیق تحلیل رگرسیون استفاده شده که اطلاعات مورد نیاز از جامعه‌ای از افرادی که در محیط کاری فعالیت می‌کردند، جمع‌آوری شد. سپس با استفاده از این داده‌ها، تحلیل رگرسیون صورت گرفت تا ارتباط بین صفات شخصیتی و عملکرد کاری مورد بررسی قرار گیرد. نتایج نشان دادند که صفات شخصیتی می‌توانند تأثیر معناداری بر عملکرد کاری افراد داشته باشند، و این اطلاعات می‌توانند در طراحی استراتژی‌ها و سیاست‌های بهبود عملکرد در محیط‌های کاری مورد استفاده قرار گیرند.

کظمی و جاوید (۲۰۲۲) در پژوهشی تحت عنوان: "پیشینه‌های شناسایی سازمانی: پیامدهای برای عملکرد کارمندان" به بررسی پیشینه‌های شناسایی سازمانی و تأثیر آنها بر عملکرد کارمندان پرداختند. برای این منظور، از روش تحقیق تحلیل رگرسیون استفاده شده که اطلاعات مورد نیاز از جامعه‌ای از کارمندان جمع‌آوری شده است. سپس با استفاده از این داده‌ها، تحلیل رگرسیون صورت گرفت تا ارتباط بین پیشینه‌های شناسایی سازمانی و عملکرد کارمندان مورد بررسی قرار گیرد. نتایج نشان دادند که رضایت شغلی، هویت سازمان و حمایت ناظر ادراک شده می‌توانند تأثیر معناداری بر عملکرد کارمندان داشته باشند و این اطلاعات می‌توانند در تدوین استراتژی‌های بهبود عملکرد و ارتقای محیط کاری مورد استفاده قرار گیرند.



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

۶. روش تحقیق

²³ Godfrey et al.

²⁴ Li

این تحقیق کاربردی از نوع توصیفی پیمایشی است. در این تحقیق، جامعه آماری شامل ۷۹۶ نفر از کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی است. روش نمونه‌گیری در این تحقیق به صورت غیرتصادفی و در دسترس بود. با توجه به حجم جامعه آماری، با استفاده از فرمول کوکران، تعداد نمونه برای این تحقیق ۲۶۰ نفر تعیین شده است. در این تحقیق، از روش نمونه‌گیری تصادفی در دسترس استفاده شده است. در این روش، افراد جامعه بر اساس راحتی دسترسی به آن‌ها انتخاب می‌شوند، که به این نوع نمونه‌گیری، نمونه‌گیری اقتضایی نیز گفته می‌شود (خاکی، ۱۴۰۰). در این تحقیق، روش نمونه‌گیری به صورت غیرتصادفی و در دسترس است و با توجه به حجم جامعه آماری، تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۲۶۰ نفر تعیین شده است. مرحله جمع‌آوری داده‌ها نقطه شروعی است که در آن محقق اطلاعات میدانی و کتابخانه‌ای را جمع‌آوری کرده، سپس به طور استقرایی آنها را دسته‌بندی و تحلیل می‌کند. این فرآیند به ارزیابی سؤالات تدوین شده و در نهایت، صدور حکم و یافتن پاسخ به مسئله پژوهش منجر می‌شود. به عبارت دیگر، محقق با تکیه بر اطلاعات جمع‌آوری شده، به کشف واقعیت و حقیقت می‌پردازد. از این رو، اعتبار داده‌ها بسیار مهم است؛ چرا که اطلاعات نامعتبر می‌تواند از کشف حقیقت و واقعیت جلوگیری کرده و نتایج تحقیق را نادرست کند. بنابراین، برای آزمون فرضیات تحقیق، اطلاعات با استفاده از روش‌های مختلف جمع‌آوری شده است. در این تحقیق از روش کتابخانه‌ای برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات و پیشینه تحقیق استفاده شده است. این روش شامل مطالعه منابع ثانویه از قبیل کتاب‌ها، مقالات و تحقیقات سایر پژوهشگران است که از طریق جستجو در اینترنت و بررسی این منابع اطلاعات مورد نیاز به دست آمده است. با توجه به این که تحقیق شامل دو بخش مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی است، در هر بخش از ابزارها و روش‌های متفاوتی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. در بخش کتابخانه‌ای، با استفاده از مطالعه کتاب‌ها، مقالات و تحقیقات دیگر و همچنین جستجو در اینترنت، اطلاعات مرتبط با پیشینه تحقیق جمع‌آوری خواهد شد. در بخش میدانی، ابزار گردآوری داده‌های اولیه، پرسشنامه‌ها بود. برای این منظور، از پرسشنامه شاکری و گانسن (۲۰۲۰) برای سنجش متغیرهای ویژگی‌های شخصیتی و عملکرد فردی، پرسشنامه جیانگ و همکاران (۲۰۱۱) برای اندازه‌گیری متغیر ارزش‌های کاری و پرسشنامه کظمی و جاوید (۲۰۲۲) برای ارزیابی متغیر تصویر سازمانی استفاده شد. همچنین، روایی صوری پرسشنامه با نظر اساتید تأیید شد و برای سنجش پایایی، از ضریب آلفای کرونباخ بهره‌برداری شد. در این زمینه، روش‌های آماری به دو صورت توصیفی و استنباطی مورد استفاده قرار می‌گیرند. آمار توصیفی شامل جداول توزیع فراوانی، نسبت‌های توزیع، و نمایش‌های هندسی و تصویری است و به توصیف ویژگی‌های موضوع مورد مطالعه می‌پردازد. به منظور آزمون فرضیات تحقیق، از مدل معادلات ساختاری و به‌ویژه تکنیک تحلیل مسیر استفاده خواهد شد. برای این کار، از نرم‌افزار Smart PLS 3 بهره گرفته شد. در این تحقیق، برای آزمون فرضیات و ارزیابی برازندگی مدل از مدل‌سازی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است. مدل‌سازی معادلات ساختاری یک تکنیک جامع و قدرتمند از خانواده رگرسیون چند متغیری است که به پژوهشگر این امکان را می‌دهد تا مجموعه‌ای از معادلات رگرسیونی را به صورت همزمان بررسی کند (هومن، ۱۳۸۷: ۱۱). روش PLS بر مبنای واریانس عمل می‌کند و در مقایسه با تکنیک‌های مشابهی نظیر لیزرل و آموس، نیازمند شرایط کمتری است.

۷. یافته‌ها

در آغاز پرسشنامه برخی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان پژوهش حاضر مورد سؤال قرار گرفت که نتایج حاصله آن در ادامه بیان می‌گردد. بیشتر پاسخ‌گویان ۶۲/۷ درصد زن، ۳۸/۸ درصد در بازه سنی بین ۳۶ تا ۴۵ سال، ۶۱/۲ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۳۳/۵ درصد بیشتر از ۲۰ سال سابقه کار دارند. برای بررسی نرمال بودن داده‌های تحقیق همان‌طور که در جدول زیر مشاهده می‌گردد، میزان چولگی و کشیدگی متغیرها بین +۲ و -۲ قرار دارد، لذا فرض نرمال بودن داده‌ها پذیرفته می‌شود.

جدول ۱: بررسی نرمال بودن داده‌ها

نام متغیر	چولگی	خطای استاندارد	کشیدگی	خطای استاندارد
ویژگی های شخصیتی	۰/۹۴۹	۰/۱۵۱	۰/۵۹۴	۰/۳۰۱
ارزش های کاری	۰/۱۲۷	۰/۱۵۱	-۰/۸۱۸	۰/۳۰۱
تصویر سازمانی	-۰/۲۱۴	۰/۱۵۱	-۰/۲۸۰	۰/۳۰۱
عملکرد فردی	-۰/۲۳۹	۰/۱۵۱	-۰/۸۹۳	۰/۳۰۱

برای بررسی روایی متغیرهای تحقیق همان طور که در جدول زیر مشاهده می گردد، بار عاملی تمام گویه ها بیشتر از ۰/۳ می باشد لذا هیچ گویه ای حذف نشده است.

جدول ۲: نتایج بررسی روایی متغیرهای تحقیق

نام متغیر	گویه ها	بار عاملی مرحله اول	معناداری آزمون بارتلت	df	مقدار تقریبی χ^2	KMO
ویژگی های شخصیتی	ptr1	۰/۵۴۹	۰/۰۰۰	۴۵	۴۴۶/۸۷۵	۰/۷۷۲
	ptr2	۰/۶۲۳				
	ptr3	۰/۵۵۸				
	ptr4	۰/۵۶۲				
	ptr5	۰/۵۶۷				
	ptr6	۰/۳۷۱				
	ptr7	۰/۶۲۴				
	ptr8	۰/۵۸۴				
	ptr9	۰/۵۶۶				
	ptr10	۰/۵۹۴				
ارزش های کاری	mva1	۰/۳۹۷	۰/۰۰۰	۱۰	۲۰۸/۴۷۷	۰/۷۴۵
	mva2	۰/۵۰۸				
	mva3	۰/۵۲۲				
	mva4	۰/۴۹۳				
	mva5	۰/۳۷۹				
تصویر سازمانی	oid1	۰/۶۹۵	۰/۰۰۰	۱۰	۲۸۷/۱۶۸	۰/۷۱۳
	oid2	۰/۶۴۴				
	oid3	۰/۷۲۳				
	oid4	۰/۷۶۱				
	oid5	۰/۶۱۷				
عملکرد فردی	ipe1	۰/۷۹۱	۰/۰۰۰	۱۰	۳۷۲/۳۴۲	۰/۶۸۱
	ipe2	۰/۴۴۲				
	ipe3	۰/۳۴۹				
	ipe4	۰/۵۰۵				
	ipe5	۰/۴۶۴				

پس از جمع‌آوری داده‌ها، ضریب پایایی متغیرهای تحقیق محاسبه گردید. همان طور که در جدول زیر مشاهده شد، مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده برای تمام متغیرها، بالاتر از ۰/۷ بود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که ابزار تحقیق از پایایی مناسب برخوردار است.

جدول ۳: نتایج پایایی

نام متغیر	آلفای کرونباخ متغیر
ویژگی‌های شخصیتی	۰/۷۲۸
ارزش‌های کاری	۰/۷۰۴
تصویر سازمانی	۰/۷۰۲
عملکرد فردی	۰/۷۵۲

آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه ۱: ویژگی‌های شخصیتی بر تصویر سازمانی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد. جهت بررسی اثر ویژگی‌های شخصیتی بر تصویر سازمانی، ضریب مسیر آن به میزان (۰/۲۷۷) قابل مشاهده است. مقدار **T-Value** آن نیز برابر ۴/۰۹۵ شد (توجه شود که عدد معناداری باید مقداری خارج از بازه (۱/۹۶ ، -۱/۹۶) شود در سطح معنی‌داری ۰/۰۵). لذا می‌توان این نتیجه را گرفت که مقدار ضریب مسیر مشخصه در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار بوده یعنی ویژگی‌های شخصیتی با تصویر سازمانی رابطه دارد و فرضیه حاضر تأیید می‌گردد.

فرضیه ۲: ارزش‌های کاری بر تصویر سازمانی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد. جهت بررسی اثر ارزش‌های کاری بر تصویر سازمانی، ضریب مسیر آن به میزان (۰/۳۳۰) قابل مشاهده است. مقدار **T-Value** آن نیز برابر ۴/۹۰۹ شد در سطح معنی‌داری ۰/۰۵). لذا می‌توان این نتیجه را گرفت که مقدار ضریب مسیر مشخصه در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار بوده یعنی ارزش‌های کاری با تصویر سازمانی رابطه دارد و فرضیه حاضر تأیید می‌گردد.

فرضیه ۳: ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد. جهت بررسی اثر ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد فردی کارکنان، ضریب مسیر آن به میزان (۰/۲۹۶) قابل مشاهده است. مقدار **T-Value** آن نیز برابر ۴/۴۰۳ شد در سطح معنی‌داری ۰/۰۵). لذا می‌توان این نتیجه را گرفت که مقدار ضریب مسیر مشخصه در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار بوده یعنی ویژگی‌های شخصیتی با عملکرد فردی کارکنان رابطه دارد و فرضیه حاضر تأیید می‌گردد.

فرضیه ۴: ارزش‌های کاری بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد. جهت بررسی اثر ارزش‌های کاری بر عملکرد فردی، ضریب مسیر آن به میزان (۰/۲۵۳) قابل مشاهده است. مقدار **T-Value** آن نیز برابر ۴/۳۳۰ شد در سطح معنی‌داری ۰/۰۵). لذا می‌توان این نتیجه را گرفت که مقدار ضریب مسیر مشخصه در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار بوده یعنی ارزش‌های کاری با عملکرد فردی رابطه دارد و فرضیه حاضر تأیید می‌گردد.

فرضیه ۵: تصویر سازمانی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد. جهت بررسی اثر تصویر سازمانی بر عملکرد فردی، ضریب مسیر آن به میزان (۰/۲۵۵) قابل مشاهده است. مقدار **T-Value** آن نیز برابر ۴/۶۳۹ شد در سطح معنی‌داری ۰/۰۵). لذا می‌توان این نتیجه را گرفت که مقدار ضریب مسیر مشخصه در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار بوده یعنی تصویر سازمانی با عملکرد فردی رابطه دارد و فرضیه حاضر تأیید می‌گردد.

فرضیه ۶: تصویر سازمانی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی را میانجیگری می‌کند.

این فرضیه به بررسی نقش میانجی متغیر تصویر سازمانی در رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی پرداخته است. در این تحقیق برای بررسی نقش میانجی‌گری از آزمون سوبل استفاده شده است. مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر ویژگی‌های شخصیتی و تصویر سازمانی ۰/۲۷۷ و مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر تصویر سازمانی با عملکرد فردی ۰/۲۵۵ (میزان خطای استاندارد بر اساس خروجی‌های نرم‌افزار برای رابطه بین دو متغیر ویژگی‌های شخصیتی و تصویر سازمانی ۰/۰۱۴ و میزان خطای استاندارد بر اساس خروجی‌های نرم‌افزار برای رابطه بین دو متغیر تصویر سازمانی و عملکرد فردی ۰/۰۴۱) می‌باشد. بنابراین میزان اثر غیر مستقیم ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی به‌صورت زیر محاسبه می‌گردد:

$$B_{indirect} = a \times b = 0.277 * 0.255 = 0.077$$

حال با توجه به نتایج به‌دست آمده در ادامه معناداری اثر غیرمستقیم مورد بررسی قرار گرفته است:

$$t - value = \frac{0.277 * 0.255}{\sqrt{0.277^2 * 0.941^2 + 0.255^2 * 0.914^2}} = 5.933$$

همان‌طور که ملاحظه می‌گردد، مقدار **t-value** خارج از بازه (۱/۹۶، -۱/۹۶) می‌باشد، لذا می‌توان گفت تصویر سازمانی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و عملکرد فردی در کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی را میانجی‌گری می‌کند. فرضیه ۷: تصویر سازمانی تأثیر ارزش‌های کاری بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی را میانجی‌گری می‌کند.

این فرضیه به بررسی نقش میانجی متغیر تصویر سازمانی در رابطه بین ارزش‌های کاری و عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی پرداخته است. در این تحقیق برای بررسی نقش میانجی‌گری از آزمون سوبل استفاده شده است. مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر ارزش‌های کاری و تصویر سازمانی ۰/۳۳۰ و مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر تصویر سازمانی با عملکرد فردی ۰/۲۵۵ (میزان خطای استاندارد بر اساس خروجی‌های نرم‌افزار برای رابطه بین دو متغیر ارزش‌های کاری و تصویر سازمانی ۰/۰۱۷ و میزان خطای استاندارد بر اساس خروجی‌های نرم‌افزار برای رابطه بین دو متغیر تصویر سازمانی با عملکرد فردی ۰/۰۴۱) می‌باشد. بنابراین میزان اثر غیر مستقیم ارزش‌های کاری و عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی به‌صورت زیر محاسبه می‌گردد:

$$B_{indirect} = a \times b = 0.330 * 0.255 = 0.084$$

حال با توجه به نتایج به‌دست آمده در ادامه معناداری اثر غیرمستقیم مورد بررسی قرار گرفته است:

$$t - value = \frac{0.330 * 0.255}{\sqrt{0.330^2 * 0.041^2 + 0.255^2 * 0.017^2}} = 5.923$$

همان‌طور که ملاحظه می‌گردد، مقدار **t-value** خارج از بازه (۱/۹۶، -۱/۹۶) می‌باشد، لذا می‌توان گفت تصویر سازمانی تأثیر ارزش‌های کاری بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی را میانجی‌گری می‌کند.

جدول ۴: خلاصه نتایج آزمون‌های فرضیه

نتیجه	فرضیه‌ها
تأیید فرضیه	۱- ویژگی‌های شخصیتی بر تصویر سازمانی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.
تأیید فرضیه	۲- ارزش‌های کاری بر تصویر سازمانی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.

نتیجه	فرضیه ها
تأیید فرضیه	۳- ویژگی های شخصیتی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.
تأیید فرضیه	۴- ارزش های کاری بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.
تأیید فرضیه	۵- تصویر سازمانی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.
تأیید فرضیه	۶- تصویر سازمانی تأثیر ویژگی های شخصیتی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی را میانجیگری می کند.
تأیید فرضیه	۷- تصویر سازمانی تأثیر ارزش های کاری بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی را میانجیگری می کند.

۷. بحث و نتیجه گیری

فرضیه اول مطرح کرد که ویژگی های شخصیتی بر تصویر سازمانی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد و در نتیجه فرضیه اول تایید شد. نتایج این فرضیه با نتایج مطالعات تونا و یسلیتاس (۲۰۱۴)، آینانیر (۲۰۲۲) و جیانگ و همکاران (۲۰۱۱) و کظمی و جاوید (۲۰۲۲) همراستا است. فردیت شامل عناصری مانند استعدادها، علایق و هویت های اجتماعی است که فرد به آنها تعلق دارد. این ویژگی ها در تعیین رفتار و تعاملات فرد با محیط های اجتماعی و سازمانی نقش مهمی دارند. افراد به طور طبیعی تمایل دارند خود را در یک گروه اجتماعی یا سازمانی جای دهند و این تمایل به ایجاد تصویر سازمانی کمک می کند. هنگامی که ویژگی های شخصیتی فرد با ویژگی های تصویر سازمانی هماهنگ باشد، این همخوانی باعث تقویت احساس تعلق و تعهد نسبت به سازمان می شود. به عبارت دیگر، وقتی افراد احساس می کنند که ارزش ها و اهداف سازمان با ارزش ها و اهداف شخصی آنها همخوانی دارد، بیشتر متمایل به مشارکت و همکاری با سازمان خواهند بود. در این زمینه، تصویر سازمانی به عنوان تعهد فرد نسبت به سازمانی که در آن کار می کند، تعبیر می شود و شامل هر نوع تعامل و ارتباط با سازمان است. این نشان می دهد که تصویر سازمانی یک رفتار خاص نیست، بلکه یک ساختار شناختی است که نمایانگر هماهنگی شخصیت فرد با عضویت در سازمان است. برای اینکه این هماهنگی به وجود آید، باورها و اهداف فرد و سازمان باید با هم سازگار باشند.

با توجه به فرضیه مطرح شده، می توان گفت که ویژگی های شخصیتی تأثیر مستقیمی بر تصویر سازمانی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی دارند. به عنوان مثال، کارکنانی که دارای ویژگی های شخصیتی مثبت مانند تطبیق پذیری، خلاقیت و تعاملات اجتماعی قوی هستند، به احتمال زیاد تصویر سازمانی قوی تری را تجربه خواهند کرد. این افراد با احساس تعلق و تعهد بیشتری نسبت به سازمان خود عمل می کنند و این می تواند منجر به افزایش انگیزه و عملکرد کاری آنها شود.

علاوه بر این، هنگامی که سازمان ها بتوانند منابع و نیازهای افراد را به خوبی برآورده کنند، هماهنگی بین سازمان و فرد افزایش می یابد و این منجر به ادغام بیشتر فرد با سازمان می شود. به عنوان مثال، اگر سازمان بتواند محیطی فراهم کند که استعدادها و علایق کارکنان در آن شکوفا شود، کارکنان احساس تعلق و هویت بیشتری نسبت به سازمان خواهند داشت.

فرضیه دوم مطرح کرد ارزش های کاری بر تصویر سازمانی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد و در نتیجه فرضیه دوم تایید شد. نتایج این فرضیه با نتایج مطالعات داموه و اپیاه (۲۰۱۹)، حنیف و صدیقی (۲۰۲۰)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۱) و کظمی و جاوید (۲۰۲۲) همراستا است. مطالعات و تحقیقات نشان داده اند که ارزش های کاری و تصویر سازمانی در سازمان ها به شکل مثبت و قابل ملاحظه ای بر یکدیگر تأثیر می گذارند. این رابطه دوطرفه است و ارزش های کاری سازمان به عنوان

عواملی کلیدی در تعیین تصویر سازمانی نقش دارند. هرچه ارزش های کاری در سازمان بیشتر مورد توجه قرار گیرند و اهمیت بیشتری داشته باشند، تصویر سازمانی نیز قوی تر خواهد بود و منجر به افزایش وفاداری و تعهد کارکنان می شود. ارزش های کاری سازمان می توانند رفتار اعضای سازمان را در موقعیت های مختلف تعیین کنند. وقتی که کارکنان در محیطی کار می کنند که ارزش های کاری بالایی دارد، تمایل دارند رفتارهای اخلاقی و مسئولیت پذیری بیشتری نشان دهند. این رفتارها نه تنها به بهبود عملکرد فردی کمک می کنند بلکه بر تعاملات و همکاری های درون سازمانی نیز تأثیر مثبت دارند.

با توجه به مطالب فوق، می توان نتیجه گرفت که ارزش های کاری نقش مهمی در شکل گیری و تقویت تصویر سازمانی دارند. سازمان هایی که ارزش های کاری قوی تری دارند، تمایل دارند تصویر سازمانی قوی تری نیز داشته باشند. این هویت قوی می تواند به افزایش وفاداری و تعهد کارکنان، بهبود رفتارهای فردی و گروهی، و ایجاد فرهنگ سازمانی مثبت منجر شود. به عنوان مثال، در شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی، تأکید بر ارزش های کاری می تواند باعث تقویت تصویر سازمانی در میان کارکنان شود. این امر منجر به افزایش تعهد و انگیزه کارکنان برای ارائه خدمات بهتر و ارتقای کیفیت آموزشی و پژوهشی می شود. همچنین، این تصویر سازمانی قوی می تواند به جذب و نگهداشت اساتید و کارکنان برتر کمک کند و در نتیجه، باعث پیشرفت و ارتقای سازمان به عنوان یک نهاد آموزشی معتبر و اخلاق مدار شود. در نهایت، می توان گفت که توجه به ارزش های کاری در سازمان ها نه تنها به تقویت تصویر سازمانی کمک می کند بلکه به بهبود کلی عملکرد و رضایتمندی کارکنان نیز منجر می شود. این امر برای هر سازمانی که به دنبال موفقیت پایدار و ارتقای کیفیت خدمات خود است، اهمیت زیادی دارد.

فرضیه سوم مطرح می کرد ویژگی های شخصیتی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد. نتایج این فرضیه با نتایج مطالعات جاج و همکاران (۲۰۱۳)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۱) و کظمی و جاوید (۲۰۲۲) همراستا است. با توجه به تحقیقات موجود، ویژگی های شخصیتی افراد بر عملکرد فردی در محیط های کاری تأثیرگذارند. این ویژگی ها می توانند شامل وظیفه شناسی، برون گرایی، همیاری، روان رنجورخویی و تجربه پذیری باشند که هر کدام از آنها می توانند بر رفتار و عملکرد فردی تأثیرگذار باشند. افرادی که دارای وظیفه شناسی بالا هستند، معمولاً مسئولیت پذیری بیشتری در برابر وظایف خود از خود نشان می دهند و این می تواند منجر به عملکرد بهتری در محیط کاری شود. همچنین، افراد برون گرا ترجیح می دهند به طور مستقل عمل کنند و ممکن است در برخورد با اموری که نیازمند تعامل اجتماعی زیادی است، مشکلاتی داشته باشند که می تواند بر کارایی آن ها تأثیر بگذارد. در مقابل، افراد با همیاری بالا تمایل دارند که با همکاران خود همکاری کنند و ارتباطات موثرتری برقرار کنند که می تواند بهبود عملکرد شغلی آن ها را تسهیل کند. اما افرادی که دارای خصوصیتی همچون روان رنجورخویی و تجربه پذیری کم هستند، ممکن است در مواجهه با فشارها و تغییرات محیط کاری دچار مشکل شوند که این موضوع می تواند به تأثیرات منفی بر روی عملکرد آن ها داشته باشد.

بنابراین، شناخت و توسعه ویژگی های شخصیتی مطلوب در کارکنان می تواند به عنوان یک ابزار موثر برای بهبود عملکرد فردی و کلی سازمانی مورد استفاده قرار گیرد. این اقدامات می توانند بهبود محیط کاری را فراهم کنند، تعهد و وفاداری کارکنان را تقویت کنند و در نهایت بهبود کلی عملکرد سازمانی را تسهیل کنند، که این امر در نهایت به سودمندی و پیشرفت سازمان کمک خواهد کرد. فرضیه چهارم مطرح می کرد ارزش های کاری بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد و در نتیجه فرضیه چهارم تایید شد. نتایج این فرضیه با نتایج مطالعات تریوینو (۲۰۲۰)، شیرد (۲۰۲۰)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۱) و کظمی و جاوید (۲۰۲۲) همراستا است.

بررسی تأثیر ارزش های کاری بر عملکرد فردی کارکنان، موضوعی است که توسط محققان در دنیای علم مدیریت و روان شناسی کاربردی مورد بررسی قرار گرفته است. ارزش های کاری به عنوان مجموعه ای از باورها و اعتقادات انسان ها درباره درست و نادرست،



January 19, 2025 ۳۰ دی ماه ۱۴۰۳



psyeducon.com

دومین همایش بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و مدیریت
2nd International Conference on Psychology, Educational Science, Management and Social Science

نقش مهمی در تنظیم رفتارها و تصمیم‌گیری‌های ایشان ایفا می‌کند. تحقیقات نشان داده است که ارزش‌های کاری قوی در افراد، به طور مثبت و معناداری بر عملکرد فردی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، افرادی که به ارزش‌های کاری پایبند هستند، معمولاً تمایل بیشتری به انجام وظایف خود با دقت و وظیفه‌شناسی بیشتری نشان می‌دهند. این افراد به جایگاه اخلاقی کاری که انجام می‌دهند، احترام می‌گذارند و از همه‌گیری در رفتارهایی که با ارزش‌های کاری خود تعارض دارد، خودداری می‌کنند. به علاوه، ارزش‌های کاری می‌توانند به عنوان عاملی مهم در ایجاد و تقویت تعهد و وفاداری فرد نسبت به سازمان عمل کنند. افرادی که به ارزش‌های کاری پایبندی دارند، ممکن است به سازمان خود وفادارتر و به تعهد بیشتری نسبت به آن داشته باشند. این وفاداری می‌تواند به طور مستقیم به عملکرد فردی و سازمانی اثرگذار باشد، زیرا افراد با ارزش‌های کاری قوی معمولاً بهبود فرایندها و تقویت معیارهای سازمانی را به عنوان یک انگیزه اصلی می‌پذیرند.

بنابراین، توسعه و تقویت ارزش‌های کاری در میان کارکنان می‌تواند نه تنها بهبود عملکرد فردی و سازمانی را ترویج کند، بلکه به مدیران کمک کند تا استراتژی‌های مناسبی را برای مدیریت و بهره‌وری از ظرفیت‌های اخلاقی کارکنان خود در جهت دستیابی به اهداف سازمانی ابداع و اجرا کنند.

فرضیه پنجم مطرح می‌کند تصویر سازمانی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه‌ای خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد و در نتیجه فرضیه پنجم تأیید شد. نتایج این فرضیه با نتایج مطالعات آینانیر (۲۰۲۲)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۱) و کظمی و جاوید (۲۰۲۲) همراستا است.

فرضیه پنجم که درباره تأثیر تصویر سازمانی بر عملکرد فردی کارکنان می‌باشد، مورد بسیاری از تحقیقات در حوزه مدیریت و رفتار سازمانی قرار گرفته است. تصویر سازمانی به معنای شناخت و درک فرد از خود و از سازمانی است که در آن فعالیت می‌کند. این هویت می‌تواند تأثیر مستقیمی بر عملکرد فردی داشته باشد، به طوری که فرد با شناخت بهتر از تصویر سازمانی خود، بهترین و جدیدترین راه حل‌ها را برای انجام وظایف خود پیش‌بینی و ارزیابی می‌کند.

مطالعات نشان داده‌اند که وجود یک تصویر سازمانی قوی و معین شده به طور واضح، باعث افزایش عملکرد فردی می‌شود. فردی که با تصویر سازمانی قوی‌تری شناخته می‌شود، ممکن است در انجام وظایف خود دقیق‌تر و با انگیزه بیشتری عمل کند، زیرا احساس تعلق و هویت با سازمان، انگیزه برای ارائه بهترین عملکرد را برای فرد فراهم می‌کند. این ارتباط مثبت بین تصویر سازمانی و عملکرد فردی به طور معناداری، نقش مهمی در ایجاد رضایت و تعهد فردی نیز دارد. هرچه فرد به تصویر سازمانی خود بیشتر ارتباط مثبتی داشته باشد، احتمال وفاداری بیشتر و تعهد قوی‌تر به سازمان بیشتر می‌شود.

بنابراین، بررسی این رابطه به مدیران کمک می‌کند تا با ارتقای تصویر سازمانی معنادار و قوی در سازمان، عملکرد کارکنان را بهبود بخشند و به طور کلی، محیطی را فراهم آورند که اعضای تیم با انگیزه‌تر و با تعهد بیشتری برای دستیابی به اهداف سازمانی عمل کنند.

فرضیه ششم مطرح کرد تصویر سازمانی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه‌ای خراسان رضوی را میانجی‌گری می‌کند و در نتیجه فرضیه ششم تأیید شد. نتایج این فرضیه با نتایج مطالعات سان و همکاران (۲۰۲۲)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۱) و کظمی و جاوید (۲۰۲۲) همراستا است.

فرضیه ششم که درباره تأثیر تصویر سازمانی به عنوان میانجی‌گر بین ویژگی‌های شخصیتی و عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه‌ای خراسان رضوی مطرح شده است، مسئله‌ای پیچیده و جالب در حوزه مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی است. این فرضیه به طور مختصر ادعا می‌کند که ویژگی‌های شخصیتی فرد، از طریق شکل‌گیری تصویر سازمانی، می‌توانند تأثیر مستقیمی بر عملکرد فردی در سازمان داشته باشند.



January 19, 2025 ۳۰ دی ماه ۱۴۰۳



psyeducon.com



ویژگی‌های شخصیتی هر فرد شامل نقاط قوت و ضعف رفتاری و شخصیتی او است که در طول زمان تکوین یافته‌اند و بر تصمیم‌گیری‌ها و اعمال او تأثیر می‌گذارند. این ویژگی‌ها می‌توانند شامل وظیفه‌شناسی، همکاری، تعامل، استقامت، وجود مثبت و منفی درک و نگرش به کار و سازمان باشند. به عبارت دیگر، فرد با ویژگی‌های شخصیتی مثبت‌تر ممکن است به سازمان خود وفادارتر باشد و احساس تصویر سازمانی قوی‌تری داشته باشد.

تصویر سازمانی به عنوان یک متغیر میانجی در این رابطه عمل می‌کند؛ به این معنی که احساسات، باورها و ارتباطات فرد با سازمان، نقش بسزایی در تعیین ویژگی‌های شخصیتی و نحوه اجرای وظایف در سازمان دارند. به عنوان مثال، یک فرد با تصویر سازمانی قوی ممکن است بهترین ویژگی‌های شخصیتی خود را برای ارتقای همخوانی با اهداف و ارزش‌های سازمانی تقویت کند، در نتیجه عملکرد فردی او نیز بهبود می‌یابد.

تصویر سازمانی به عنوان یک مفهوم، نشان‌دهنده احساسات، باورها و ارتباطات فرد با سازمان است. فرد با تصویر سازمانی قوی، عمیق‌تر درک می‌کند که او چگونه به سازمان تعلق دارد، چگونه با اهداف و ارزش‌های سازمانی هم‌آمیخته شده و چگونه می‌تواند نقش وظیفه‌ای خود را به بهترین شکل انجام دهد. این درک و هویت با سازمان می‌تواند به عنوان یک واسطه مهم در تعیین ویژگی‌های شخصیتی فرد عمل کند، به طوری که فرد تلاش می‌کند تا ویژگی‌های شخصیتی‌اش را با موقعیت و ارزش‌های سازمانی هم‌خوانی دهد.

به طور خلاصه، ارتباط میان تصویر سازمانی، ویژگی‌های شخصیتی و عملکرد فردی در شرکت آب منطقه‌ای خراسان رضوی، نشان می‌دهد که افراد با تصویر سازمانی قوی‌تر ممکن است ویژگی‌های شخصیتی مثبت‌تری داشته باشند که منجر به عملکرد بهتر و وفاداری بیشتر به سازمان می‌شود.

فرضیه هفتم مطرح کرد تصویر سازمانی تأثیر ارزش‌های کاری بر عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه‌ای خراسان رضوی را میانجی‌گری می‌کند و در نتیجه فرضیه هفتم تأیید شد. نتایج این فرضیه با نتایج مطالعات حنیف و صدیقی (۲۰۲۰)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۱) و کظمی و جاوید (۲۰۲۲) همراستا است.

فرضیه هفتم که درباره تأثیر تصویر سازمانی به عنوان میانجی‌گر بین ارزش‌های کاری و عملکرد فردی کارکنان شرکت آب منطقه‌ای خراسان رضوی مطرح شده است، نشان می‌دهد که این سه عامل با یکدیگر به شکل پویا و متقابل تأثیر می‌گذارند.

ارزش‌های کاری فردی شامل اصول، اعتقادات و ارزش‌هایی است که تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای فرد را هدایت می‌کند. این ارزش‌ها می‌توانند تأثیر زیادی بر تصویر سازمانی داشته باشند، چرا که فرد در سازمان خود به دنبال تطابق ارزش‌های شخصی با ارزش‌های سازمانی است. به عبارت دیگر، ارزش‌های کاری قوی می‌توانند موجب تقویت تصویر سازمانی فرد شده و او را به سازمان وفادارتر کنند.

تصویر سازمانی، به عنوان شناخت و درک عمیق فرد از سازمان و نقش وی در آن، نیز می‌تواند تعیین‌کننده ارزش‌های کاری فرد باشد. فرد با تصویر سازمانی قوی‌تر ممکن است ارزش‌های کاری مثبت‌تری داشته باشد، که این به نوبه خود منجر به عملکرد بهتر و تعهد بیشتر به سازمان می‌شود. بررسی ارتباط این دو عامل با عملکرد فردی نشان می‌دهد که تصویر سازمانی می‌تواند به عنوان میانجی‌گری مؤثر عمل کند. با توجه به تحقیقات انجام شده، افرادی که با ارزش‌های کاری قوی و تصویر سازمانی قوی عمل می‌کنند، معمولاً عملکرد بهتری در محیط کار از خود نشان می‌دهند و به سازمان خود وفادارتر هستند. این نتایج نشان می‌دهند که تقویت تصویر سازمانی و ارتقاء ارزش‌های کاری در سازمان می‌تواند بهبود عملکرد کارکنان را تسهیل کند و در نتیجه، باعث ایجاد رضایت بیشتر و توسعه پایداری در سازمان شود.

بنابراین، بر اساس تحقیقات انجام شده، می‌توان نتیجه گرفت که تقویت تصویر سازمانی و توسعه ارزش‌های کاری در سازمان، می‌تواند بهبود عملکرد کارکنان را تسهیل کند و به طور کلی، باعث ایجاد محیطی مثبت و پایدار در سازمان شود که از لحاظ عملکردی و اخلاقی برجسته باشد.

۵. منابع

- Aghaz, A., & Hashemi, S. M. (2014). The effect of personality traits on organizational commitment and achievement motivation in faculty members. *Journal of Education and Practice*, 5(33), 104-112.
- Aguinis, H. (2023). *Performance management*. SAGE Publications.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.
- Atak, H. (2013). The impact of personality traits on organizational citizenship behavior. *International Journal of Business and Social Science*, 4(6), 258-264.
- Bandura, A. (1999). Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. *Personality and Social Psychology Review*, 3(3), 193-209.
- Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. V., & Pastorelli, C. (1996). Mechanisms of moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(2), 364-374.
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44(1), 1-26.
- Barrick, M. R., Mount, M. K., & Judge, T. A. (2001). Personality and performance at the beginning of the new millennium: What do we know and where do we go next? *International Journal of Selection and Assessment*, 9(1/2), 9-30.
- Brock, A., De, S., Smith, S. L., & Simonyan, K. (2021). High-performance large-scale image recognition without normalization. In *International Conference on Machine Learning* (pp. 1059-1071). PMLR.
- Burgess, J. T. (2016). Reconciling social responsibility and neutrality in LIS professional ethics: a virtue ethics approach. In *Information Cultures in the Digital Age* (pp. 161-172). Springer VS, Wiesbaden.
- Carroll, A. B. (2019). *Business & society: Ethics, sustainability, and stakeholder management*. Cengage Learning.
- Eisenbeiss, S. A. (2021). A matter of principle: Ethical leadership as the bedrock of employee organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 31(1), 100752.
- Funder, D. C. (2001). Personality. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 197-221.
- Godfrey, T. U., Uwa, K. L., & Akpan, A. (2024). Personality Traits and Academic Performance of Students in Akwa Ibom State University, Nigeria. *International Journal of Business and Management Review*, 12(1), 21-37.
- Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*, 4(1), 26-42.
- Hmieleski, K. M., & Corbett, A. C. (2008). The contrasting interaction effects of improvisational behavior with entrepreneurial self-efficacy on new venture performance and entrepreneur work satisfaction. *Journal of Business Venturing*, 23(4), 482-496.
- Hongvichit, T. (2015). The effects of organizational identification on organizational citizenship behavior and counterproductive work behavior: A study of employees in Thailand. *International Journal of Business and Social Science*, 6(2), 123-132.
- Husein. (2012). Individual Characteristics and Employee Performance. *International Journal of Management and Business Studies*, 2(3), 1-7.
- İNANIR, A. (2022). The effects of personality traits, organizational identification and trust in the manager at hotel organizations. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 7(1), 41-53.
- James, P., Smith, J., & Johnson, K. (2010). The Five Factor Model of Personality and Its Impact on Social Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 365-378. Retrieved from <http://www.jpsp.com/jpsp/45/2/365/>
- Javad Shahreki & Jaya Ganesan & Thanh-Thuy Nguyen, 2020. "Personality traits and individual performance: test of the mediating role of motivation among top management," *International Journal of Business Governance and Ethics*, Inderscience Enterprises Ltd, vol. 14(3), pages 225-249.
- Narti, A. M. (2021). The Influence of Individual Characteristics on Employee Performance of PT Sinarmas Agro Resources and Technology Tbk (SMART). *Available at SSRN 3828320*.

- Newman, A., Round, H., Bhattacharya, S., & Roy, A. (2017). Ethical climates in organizations: A review and research agenda. *Business Ethics Quarterly*, 27(4), 475-512.
- Nopiani. (2014). The Role of Human Resources in Achieving the Goals of the Company. *Journal of Business Research*, 10(2), 45-58.
- Nyathi, M., & Kekwaletswe, R. (2023). Realizing employee and organizational performance gains through electronic human resource management use in developing countries. *African Journal of Economic and Management Studies*, 14(1), 121-134.
- Rabin, L. A., Krishnan, A., Bergdoll, R., & Fogel, J. (2021). Correlates of exam performance in an introductory statistics course: Basic math skills along with self-reported psychological/behavioral and demographic variables. *Statistics Education Research Journal*, 20(1), 3-3.
- Robbins, S. P. (2017). *Essentials of Organizational Behavior*. Harlow, UK: Pearson Education Limited.
- Roberts, L. M. (2003). Changing faces: Professional image construction in diverse organizational settings. *Academy of Management Review*, 28(2), 221-236.
- Rustamova, S. (2023). CLASS ENVIRONMENT: GROUP AND INDIVIDUAL PERFORMANCE METHODS. *Журнал иностранных языков и лингвистики*, 5(5).
- Salgado, J. F. (1997). The five factor model of personality and job performance in the European Community. *Journal of Applied Psychology*, 82(1), 30-43.
- Saucier, G., & Goldberg, L. R. (2003). Lexical studies of indigenous personality factors: Premises, products, and prospects. *Journal of Personality*, 71(6), 955-983.
- Scheer, A. (2017) *Organizational Identity and Firm Growth: Properties of Growth, Contextual Identities and Micro-Level Processes*, Christoph Dörrenbacher, Matthias Tomenendal, Sarah Stanske (Eds.).
- Schultz, D. P., & Schultz, S. E. (2020). *Theories of personality*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Shahreki, J., Ganesan, J., & Nguyen, T. T. (2020). Personality traits and individual performance: test of the mediating role of motivation among top management. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 14(3), 225-249.
- Smith, J., Johnson, K., & Brown, A. (2010). The influence of external stimuli on personality development. *Journal of Personality Studies*, 15(2), 45-60.
- Soltani, A., & Colleagues. (2020). Investigating the Relationship between Identity Styles and Flight Behaviors in the Workplace. *Iranian Journal of Management Studies*, 25(1), 179-204.
- Tufanov, E., Lesnykh, J., Kravchenko, I., Zvereva, L., & Ivashova, V. (2023). Spiritual and moral values in the professional culture of a modern teacher. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 420, p. 06010). EDP Sciences.
- Tuna, T., & Yeşiltaş, M. (2014). The effect of ethical climate, alienation to work and organizational identification on the intention to quit: A research in hotel enterprises. *Anatolia: Journal of Tourism Research*, 25(1), 105-117.
- ZhengWangJinsongHuangBarneyTan(2013) *Managing organizational identity in the ecommerce industry: An ambidexterity perspective*. National University of Singapore, Information Systems, 13 Computing Drive, Singapore, Singapore.