

## ارزیابی مدل سازمان روایتگر در صنعت برق جمهوری اسلامی ایران

محمدعلی سرلک<sup>۱</sup>، \*محمدحسین مقدسان<sup>۲</sup>

۱. استاد گروه مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور

۲. دکترای تخصصی مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور تهران

(دریافت: ۱۳۹۳/۲/۱۴ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۲/۱۶)

## Evaluation of storytelling organization model in electricity industry of Islamic republic of Iran

Mohammad ali sarlak<sup>1</sup>, \*Mohammad hosein moghaddasan<sup>2</sup>

1. Professor of Public Administration, Payame Noor University

2. PhD in Public Administration, Payame Noor University

(Received: 4/May/2014 Accepted: 7/March/2015)

**Abstract:**

In present paper, storytelling organization model has been evaluated in electricity industry. The research is an applied research and 14 hypotheses have been studied in this respect. Managers and experts of Tavanir Company (specialized holding company responsible for management of generation, transmission and distribution of electric power in Iran) were selected as statistical universe; the universe has a total population of 183 and statistical sample included 150 people selected by random sampling method and using Morgan table. In present research, the tool for gathering data was questionnaire that was designed and credit scored by using determined factors in storytelling organization model. The questionnaire was in the form of five-likert spectrum and its reliability was calculated as 0.83 by Cronbach's Alpha. Testing hypotheses specified that among 14 available relationship, 13 of them are significant statistically and one remain relationship is not significant at 95% confidence level (the second hypothesis: relationship between structure and culture and organizational relationships). In this manner, the examined model for storytelling organization (operational model) is presented. The results emphasized that to implement storytelling organization model in electricity industry, structure and culture should be charged to fortify their relationship with organizational relationship and values. In the research, factor analysis test, path analysis test and structural equations test and regression test have been utilized by SPSS and Lisrel software. At the end, some recommendations are offered based on the results.

**Keywords:** storytelling organization, electricity industry, structure, organizational model.

**JEL:** O11, Q40, C30.

**چکیده:**

در این مقاله، مدل سازمان روایتگر در صنعت برق ارزیابی شده است. پژوهش از نوع کاربردی بوده و ۱۴ فرضیه برای این بررسی، مطالعه شده‌اند. مدیران و کارشناسان شرکت مادر تخصصی مدیریت تولید، انتقال و توزیع نیروی برق ایران (توانیر) به‌عنوان جامعه آماری انتخاب شد. تعداد جامعه مورد نظر ۱۸۳ نفر و نمونه آماری با استفاده از جدول مورگان و استفاده از نمونه‌گیری تصادفی، ۱۵۰ نفر است. در این پژوهش، ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بوده و با استفاده از عوامل تعیین‌شده در مدل سازمان روایتگر، طراحی و اعتبارسنجی شد. پرسشنامه به‌صورت طیف لیکرت پنج‌گانه بوده و به‌منظور محاسبه پایایی آن از روش آلفای کرونباخ (۰/۸۳) استفاده شد. با آزمون فرضیات مشخص شد که از بین ۱۴ رابطه موجود، ۱۳ رابطه از لحاظ آماری معنادار و یک رابطه باقیمانده در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست (فرضیه دوم؛ رابطه بین ساختار و فرهنگ با روابط سازمانی). به‌این ترتیب، مدل آزمون شده سازمان روایتگر (مدل عملیاتی) ارائه می‌شود. نتیجه پژوهش بر این مطلب تأکید می‌کند که برای پیاده‌سازی مدل سازمان روایتگر در صنعت برق باید در جهت تغییر ساختار و فرهنگ به نحوی اقدام شود که موجب تقویت رابطه آن‌ها با روابط سازمانی و ارزش‌ها شود. در پژوهش از آزمون‌های تحلیل عاملی، تحلیل مسیر و معادلات ساختاری و رگرسیون استفاده شده و نرم‌افزارهای SPSS و لیزرل به کار گرفته شدند. در خاتمه پس از بحث و نتیجه‌گیری، پیشنهادهای برآمده از نتیجه پژوهش، ارائه شده است.

**واژه‌های کلیدی:** سازمان روایتگر، صنعت برق، ساختار، مدل سازمان.

**طبقه‌بندی JEL:** O11, Q40, C30.

\* نویسنده مسئول: محمدحسین مقدسان

E-mail: h\_moghaddasan@yahoo.com

\*Corresponding Author: Mohammad hosein moghaddasan

## ۱- مقدمه

روایتگری پدیده‌ای است که برای تمامی ملت‌ها، جوامع و فرهنگ‌ها جزئی بنیادین بوده و از آغازین روزهای ثبت تاریخ بشر در روابط بین انسان‌ها جاری بوده است (دنینگ، ۲۰۰۵). تفسیر برخی از متقدمین از نظریه روایتگری، استفاده ساده از داستان بر مبنای مدل ارتباطات انسانی است؛ به طوری که در آن، مردم دانش‌های پیچیده را به داستان‌های خرد تفکیک کرده و بین گروه‌های مختلف به اشتراک می‌گذارند. استفاده از روایتگری به علت نزدیک کردن روحی و فیزیکی افراد به یکدیگر، جایگاه اجتماعی والایی دارد. داستان می‌تواند معانی مشترک را برای کسانی که داستان‌ها به آن‌ها ارائه می‌شود، ایجاد کند؛ این افراد داستان‌ها را در راستای تجارب خود تفسیر کرده، ادراک شخصی خود را در رابطه با مشکلات، راه‌حل‌ها و تفسیرهای مربوط ارتقا می‌بخشند (دنینگ، ۲۰۰۵؛ سیمونز، ۲۰۰۶). این نوع خصوصیات، روایتگران را قادر می‌سازد تا اطلاعات نمادین و معانی را در جهت ارتقای تعهد و تفکر منتقل سازند. (سینکلر، ۲۰۱۳)

در منابع مختلف بیان شده که فرهنگ سازمان‌ها از داستان‌های مختلف و روایت‌هایی درباره رقابت با دیگر شرکت‌ها شکل گرفته است (بویه، ۱۹۹۵). داستان‌هایی که در سازمان شکل می‌گیرند، به کارکنان و محققان اجازه می‌دهند تا تغییرات فرهنگی را به سازمان بیاورند (بویس، ۲۰۱۳). رهبران و کارکنان می‌توانند داستان‌های معنادار را به عنوان یک راهبرد ارزشمند در داخل سازمان به کارگیرند (سینکلر، ۲۰۱۳؛ بارکر و گوور، ۲۰۱۰). کاربردهای خاص از داستان‌سرایی که در بحث سازمانی به کرات به آن توجه شده است را می‌توان شامل تأیید تجارب مشترک، ایجاد تعهد، معنادار کردن اهداف، ایجاد چشم‌انداز مشترک سازمانی، هدایت تغییرات راهبردی، تسهیل معناسازی و ... دانست که در این میان، نقش رهبران سازمانی، نقشی پررنگ است (آدامسون<sup>۷</sup> و دیگران، ۲۰۱۴؛ بویس، ۲۰۱۳؛ فلمینگ، ۲۰۰۱<sup>۸</sup>؛ گابریل، ۲۰۰۴<sup>۹</sup>؛ مک‌کی، ۱۰

۲۰۱۳؛ پارکین، ۲۰۰۴<sup>۱۱</sup>). برخی محققان نیز به جنبه‌های دیگر داستان‌سرایی در محاورات روزمره و با جهت‌گیری اخلاقی اشاره کرده‌اند (فرل<sup>۱۲</sup> و دیگران، ۲۰۰۵). پژوهش‌های گذشته اذعان می‌دارند که روایت‌ها بازیگران سازمانی را به وسیله پشتیبانی از معانی مهمی که در خلال کار روزمره از آن بهره می‌جویند، یاری می‌کنند (وایک، ۲۰۰۱<sup>۱۳</sup>؛ فیشر، ۱۹۹۵). برای نمونه، روایت‌ها سازوکاری برای کارکنان فراهم آورده‌اند تا دانش‌های تخصصی را با یکدیگر به اشتراک گذاشته، مسائل را به صورت جمعی حل کنند. (ار، ۱۹۹۵<sup>۱۴</sup>؛ براون و داگید، ۲۰۰۱<sup>۱۵</sup>) به اعتقاد ویلکینز، ایجاد تعهد و اعتماد یکی از وظایف داستان‌های سازمانی است. به کمک داستان‌های سازمانی می‌توان اعتماد و تعهد کارکنان به سازمان و مدیران آن را افزایش داد (ویلکینز، ۲۰۰۴<sup>۱۶</sup>). یکی از فواید استفاده از داستان به عنوان یک استراتژی ارتباطی در خلال تغییرات سازمانی این است که مدیریت می‌تواند با استفاده از داستان‌های متناسب با ادراک کارکنان، بدون نیاز به تغییر در اهداف، ارتباطات لازم را برقرار کند. (هریسون، ۲۰۱۴<sup>۱۷</sup>)

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، کارکردهای داستان‌سرایی سازمانی جنبه‌های متعددی از سازمان را در برمی‌گیرد؛ اما متأسفانه با وجود این گستردگی، پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه در بین فعالان علمی کشور بسیار کم و حتی در حد صفر بوده؛ به طوری که تنها یک مقاله در این خصوص در بین مقالات فراوان مدیریت در ایران موجود است (دانایی‌فرد، ۱۳۸۹). لذا نیاز به پژوهش برای غنی‌سازی مفاهیم مربوط و بررسی ابعاد این مهم، بسیار ضروری به نظر می‌رسد. با توجه به مزایا و کارکردهای ذکر شده و همچنین به علت خلاء نظری مذکور در حوزه مفاهیم این نوع سازمان؛ محقق بر آن شد تا نسبت به ارائه و ارزیابی مدل سازمان روایتگر اقدام کند. اصولاً در راستای توسعه و راه‌اندازی یک مدل مناسب و اجرایی کردن آن در سازمان‌ها، ابتدا نیازمند بسط و گسترش مفاهیم نظری در حوزه آن مدل هستیم. لذا در این پژوهش نیز هدف نخست محقق، توسعه نظری و مفهومی مرتبط با سازمان روایتگر است.

1. Denning
2. Simmons
3. Sinclair
4. Boje
5. Boyce
6. Barker
7. Adamson
8. Fleming
9. Gabriel
10. McKee

11. Parkin
12. Ferrell
13. Weick
14. Orr
15. Brown & Duguid
16. Wilkins
17. Harrison

## ادبیات و پیشینه پژوهش

تا چند سال اخیر، روایتگری اثر چندانی روی تفکر مدیریت نداشت و سازمان، یک سیستم مکانیکی نظام‌مند و سلسله‌مراتبی تصور می‌شد. ولی اخیراً کتاب‌ها و مقالاتی در مورد کاربرد روایتگری در سازمان‌ها نوشته شده است. در این میان، با ظهور تفکر پست‌مدرن که مدعی است سازمان، مجموعه‌ای از داستان‌هاست که در هر لحظه یکی از آن‌ها بر سازمان حاکم است و بقیه در حال فریاد برای توجه‌اند، این رویکرد ارتقا یافته است. از دید پست‌مدرن‌ها، یک واقعیت منحصر به فرد وجود ندارد، بلکه آنچه وجود دارد چرخش داستان‌های رقیب در سازمان است. (براون و دیگران، ۲۰۰۵: ۱۷۴)

بر اساس این تفکر مدیریتی، دانشجویان مدیریت این داستان‌ها را شنیده و به کاربرد آن در سازمان روی آوردند و سرانجام آن را در حوزه مدیریت وارد کردند. حدود ۲۰ سال طول کشیده است تا داستان و روایتگری در مطالعات سازمان و مدیریت، مشروعیت و محبوبیت پیدا کند.

«با توجه به مطالعات می‌توان گفت: سازمان‌هایی که بتوانند با استفاده از داستان‌های گذشته و نیز تولید داستان‌های جدید، منابع سازمان را به سوی اهداف خود هدایت کنند، سازمان‌های روایتگر نامیده می‌شوند.» (بویس، ۲۰۱۳)

پژوهش‌های جالبی در روایتگری سازمانی به‌عنوان ابزاری برای ایجاد حس مشترک جمعی صورت گرفته است (بویس، ۲۰۱۳؛ بویه، ۱۹۹۱ و ۱۹۹۵). مک‌وینی<sup>۱</sup> کار خود را به‌عنوان بازسازی افسانه‌های سازمانی نام نهاد و چیزی که کار او را برجسته کرد، تأکید آن بر بازسازی سازمانی بود. این کار توانست حیاتی مجدد به فرهنگ سازمانی ببخشد. بازسازی افسانه‌های سازمانی کاری است که برای گزارش و درک سمبل‌های سازمان استفاده می‌شود، آن را به ذهن خودآگاه می‌آورد و سازمان را قادر به بازسازی مجدد خود می‌کند (مک‌وینی و همکاران، ۱۹۹۸). مک‌وینی به سمبل‌ها به‌عنوان عبارات ناخودآگاه توجه کرد که دارای معانی عمیق بوده و اعمال ما را هدایت می‌کنند. مک‌وینی و باتیستا سه مرحله برای این فرایند ارائه کردند. این راه‌حل شامل یافتن داستان‌های سازمانی، احیای داستان‌های پیداشده و تعهد مجدد به این داستان‌هاست. (همان)

پژوهش‌های بعدی در خصوص داستان‌های سازمانی،

توسط بویه، فدر<sup>۳</sup> و رولند (۲۰۰۳) ارائه شد. آن‌ها روایتگری را به‌عنوان یک فرایند انطباقی که در آن اعضای سازمان، منطقی را برای انتقال معانی به اعمال به کار می‌گیرند، در نظر گرفتند. آن‌ها داستان سازمانی را بدین صورت شرح دادند: «عباراتی که به‌وسیله آن به شخص اجازه داده می‌شود افق زندگی سازمان را احساس کند». کار آن‌ها مراحل لازم برای توسعه روایتگری را مشخص کرد که تقریباً شبیه کاری است که مک‌وینی و باتیستا ارائه کردند. این مراحل عبارت‌اند از: توسعه، خالص‌سازی، تفکیک و جابه‌جایی داستان‌ها.

تفاوت بین کار مک‌وینی، باتیستا و بویه، فدر، رولند این بود که: ۱. بویه، فدر و رولند آنچه به‌عنوان فرایند زندگی سازمانی دریافت کرده‌اند، شرح دادند؛ درحالی‌که مک‌وینی و باتیستا به بازسازی خلاقانه سازمان پرداختند.

۲. مک‌وینی و باتیستا به‌طور واضح به قدرت ناخودآگاه داستان‌ها متمرکز شدند؛ درحالی‌که به نظر می‌رسد بویه، فدر و رولند کمتر به جنبه ناخودآگاه تمرکز دارند.

بویس در پژوهش‌های خود بر تحلیل داستان‌هایی که در تاریخچه سازمان و استعاره‌های موجود در آن پنهان‌اند، تمرکز کرد. معانی مشترک (احساسات جمعی) سازمانی به‌صورت عمیقی توسط اعضای آن درک و نهادینه شده‌اند (مک‌وینی، ۱۹۹۸). در خلال این مطالعات، هیچ واقعیت جایگزینی برای داستان توسط مشارکت‌کنندگان به دست نیامد. پژوهشی در خصوص درک سازمانی توسط بویس (۲۰۱۳) انجام شد که در آن، ادراک جمعی افراد سازمان بررسی شد. سازمان به‌عنوان یک سیستم روایتگر، تمرکز مطالعات بویه (۱۹۹۱) در خصوص عملکرد داستان‌ها در یک سازمان، بود.

راویان ماهر؛ تعامل‌کنندگان مؤثر سازمانی و آشکارکنندگان فرهنگ و تاریخچه سازمانی‌اند و مهارت‌هایی را که مدیران در زمان تغییر بدان نیازمندند، در اختیار دارند (بویه، ۱۹۸۹، ۱۹۹۱). بویه به استفاده از روایتگری به‌وسیله ذی‌نفعان داخلی و خارجی پرداخت و پویایی‌هایی را که عملکرد داستان‌ها را متفاوت می‌کند، مشخص کرد.

مطالعات انجام‌شده، فرایند روایتگری سازمانی را به‌عنوان یک شیوه حل مسئله (میتروف و کیلمن، ۱۹۹۵)<sup>۴</sup>، بازسازی سازمانی (مک‌وینی و باتیستا، ۱۹۹۸)، اجتماعی‌سازی کارکنان (لوئیس، ۲۰۰۰<sup>۵</sup>؛ براون، ۲۰۰۲)، تمرکز جمعی (مک‌وینی

3. Feder

4. Mitroff & Kilmann

5. Louis

1. McVinney

2. Myth

H14: کارکنان بر روایتگری سازمانی تأثیر دارند.

### روش پژوهش

برای ساخت مدل نخست این پژوهش، ابتدا ادبیات سازمان روایتگر برای تعیین مدل و مؤلفه‌های مؤثر بر آن مرور و بررسی شد. پس از آن با نظر متخصصان، در خصوص تعیین مؤلفه‌های مؤثر بر سازمان روایتگر و ترتیب اهمیت آن‌ها اقدام شد. مؤلفه‌های ۲۳ گانه (که در جداول آتی در قسمت زیر مدل‌ها آمده است) در شش گروه ساختار و فرهنگ، رهبری، ارزش‌ها، ابزار روایتگری، روابط سازمانی و کارکنان تقسیم‌بندی شد. سپس پرسشنامه پژوهش به‌عنوان مهم‌ترین ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش، بر اساس مؤلفه‌های استخراجی مذکور، طراحی و اعتبارسنجی شد و پس از آن، از بین جامعه آماری پژوهش (مدیران و کارشناسان شرکت توانیر)، بر اساس جدول مورگان، حجم نمونه لازم انتخاب شد. در مرحله بعد، پیمایش لازم صورت گرفت و سپس عوامل پژوهش به کمک تحلیل عاملی تأیید شد. در ادامه، فرضیات پژوهش به کمک روش تحلیل مسیر و معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفتند و در خاتمه، پس از بحث و نتیجه‌گیری، پیشنهادهای برآمده از نتیجه پژوهش، ارائه شد.

قلمرو مکانی پژوهش عبارت است از صنعت برق کشور (مستقر در شرکت توانیر). داده‌ها و روش مورد استفاده در این پژوهش، در خلال سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ ملاک عمل است. مدیران و کارشناسان شرکت مادر تخصصی مدیریت تولید، انتقال و توزیع نیروی برق ایران (توانیر) به‌عنوان جامعه آماری انتخاب شدند. مهم‌ترین دلیل انتخاب این جامعه آماری، ارتباط مستقیم شرکت مذکور با صنعت برق است؛ زیرا تمامی شرکت‌های تولید، انتقال و توزیع که سه قسمت عمده صنعت برق را تشکیل می‌دهند، زیرمجموعه این شرکت بوده و کارکنان آن آشنایی کامل با ساختار و عملکرد اجزای اصلی صنعت برق دارند. از این رو، شرکت توانیر خلاصه و عصاره بهترین و زنده‌ترین کارشناسان و مدیران صنعت برق است. تعداد جامعه مورد نظر ۱۸۳ نفر و نمونه آماری با استفاده از جدول مورگان، تعداد ۱۵۰ نفر است که به‌صورت تصادفی انتخاب شدند. پرسشنامه پژوهش با ۲۳ گویه، به‌صورت طیف لیکرت پنج‌گانه از بسیار کم تا بسیار زیاد بود و برای محاسبه پایایی آن، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. پس از انجام پیش‌آزمون در یک نمونه ۲۵ تایی، آلفای کرونباخ محاسبه شده برای پرسشنامه برابر با ۰/۸۳ به دست آمد. بنابراین، نتایج نشان از پایایی بالای ابزار سنجش دارد.

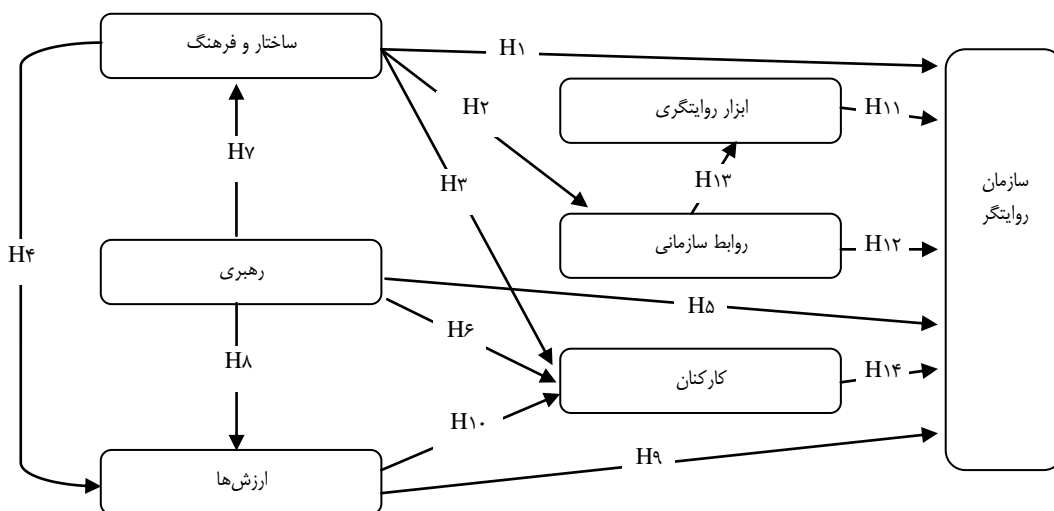
و باتیستا، ۱۹۹۸؛ بویس، ۲۰۱۳)، ایجاد ادراک (بویه، ۱۹۹۱، ۱۹۹۵)، یادگیری (هلمر، ۱۹۹۹) و ایجاد روش‌های خلاقانه (مک‌وینی، ۱۹۹۸) مطرح کرده‌اند. سیر تطور روایتگری به شرح ذیل است (آلن، ۲۰۰۲):  
 - ریزمن<sup>۳</sup> سال ۱۹۹۳ بحث تحلیل روایتی را در پژوهش‌های سازمانی مطرح کرد.  
 - دورانس<sup>۴</sup> سال ۱۹۹۷ از داستان‌ها برای درک مدیریت و سازمان بهره جست.  
 - بویه سال ۱۹۹۱ متدهای روایتی را مطرح کرد و روایتگری را به‌عنوان نوعی روش‌شناسی پژوهشی ارتقا داد.  
 - فلمینگ سال ۲۰۰۱ کتابی در زمینه روایتگری برای اثرگذاری روی افراد و نیروی انسانی به رشته تحریر درآورد.  
 - ولکر<sup>۵</sup> سال ۲۰۱۱ به کاربرد روایتگری در نگهداری کارکنان وفادار در طول تغییرات سازمانی پرداخت. وی در پژوهش خود به این نتیجه رسید که با روایتگری و روایتگری در سازمان می‌توان درک و آگاهی کارکنان را نسبت به وضعیت و اهداف سازمان بالا برد و این امر منجر به بالا رفتن و بهبود وفاداری کارکنان نسبت به سازمان می‌شود.

### فرضیات پژوهش

با تمرکز و تأکید بر مدل مفهومی سازمان روایتگر، فرضیات زیر تدوین شده است:

H1: ساختار و فرهنگ بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.  
 H2: ساختار و فرهنگ بر روابط سازمانی تأثیر دارد.  
 H3: ساختار و فرهنگ بر کارکنان تأثیر دارد.  
 H4: ساختار و فرهنگ بر ارزش‌ها تأثیر دارد.  
 H5: رهبری بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.  
 H6: رهبری بر کارکنان تأثیر دارد.  
 H7: رهبری بر ساختار و فرهنگ تأثیر دارد.  
 H8: رهبری بر ارزش‌ها تأثیر دارد.  
 H9: ارزش‌ها بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.  
 H10: ارزش‌ها بر کارکنان تأثیر دارد.  
 H11: ابزار روایتگری بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.  
 H12: روابط سازمانی بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.  
 H13: روابط سازمانی بر ابزار روایتگری تأثیر دارد.

1. Helmer
2. Allen
3. Riesman
4. Durrance
5. Volker



نمودار ۱: مدل مفهومی سازمان روایتگر و فرضیه‌های پژوهش

بودن برازش مدل، RMSEA و  $\chi^2/df$  است. مقدار شاخص  $\chi^2/df$  هر چه کوچک‌تر از ۳ باشد؛ مدل یا زیرمدل، دارای برازش بهتری است. شاخص RMSEA، میانگین مجذور خطاهای مدل یا زیرمدل است. این شاخص بر اساس خطاهای مدل یا زیرمدل ساخته می‌شود. حد مجاز آن، ۰/۰۸ است؛ یعنی مقادیر زیر ۰/۰۸ قابل قبول است. البته مقادیر کمتر از ۰/۰۵ خیلی خوب است. در مورد مقدار مناسب و قابل قبول شاخص P-Value اجماع مشخصی وجود ندارد؛ برخی از متخصصان آمار، مقادیر بالای ۰/۰۵ و گروه دیگر مقادیر زیر ۰/۰۱ را قبول دارند. مقدار قابل قبول شاخص T-Value نیز اعداد بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است.

#### • زیرمدل ساختار و فرهنگ

در میان عوامل پنج‌گانه این مؤلفه، تغییر فرهنگ، بهترین عامل است؛ زیرا ضریب استاندارد و عدد معناداری بیشتری نسبت به بقیه عوامل دارد. به بیان دیگر؛ این عامل به بهترین شکل، ساختار و فرهنگ سازمان را تعریف و آن را تبیین می‌کند. همچنین عامل بازسازی مجدد ساختار سازمانی به دلیل داشتن کمترین ضریب استاندارد و عدد معناداری، پایین‌ترین میزان همبستگی را با مؤلفه ساختار و فرهنگ دارد. در این زیرمدل، شاخص نیکویی برازش ۰/۹۵ و شاخص نیکویی برازش تنظیم‌شده ۰/۹۱ محاسبه شده است. شاخص RMSEA برابر ۰/۰۷۹ و مقدار  $\chi^2/df$  هم برابر ۲/۶۲۶ است. تمامی اعداد معناداری مربوط به عوامل سازنده زیرمدل، معنادار می‌باشند؛ زیرا مقدار T-Value آن‌ها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است.

#### تجزیه و تحلیل داده‌ها و فرضیه‌های پژوهش

در این قسمت ابتدا با استفاده از نرم‌افزار لیزرل به تحلیل عاملی تأییدی زیرمدل‌های اندازه‌گیری مؤلفه‌های اصلی پژوهش در مورد مطالعه پرداخته‌ایم. سپس با بهره‌گیری از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس و آزمون‌های رگرسیون، رابطه علی میان مؤلفه‌ها یا همان گزاره‌های پژوهش (فرضیه‌های چهارده‌گانه) بررسی شده و با عنایت به وجود روابط علی و تأثیرات معنادار، تحلیل مسیر و برازش مدل به منظور دستیابی به مدل عملیاتی پژوهش نیز به انجام رسیده است. البته به دلیل رعایت اختصار، صرفاً دستگاه معادلات ساختاری متغیرها و نمودار آن‌ها در دو حالت تخمین استاندارد و عدد معناداری در قسمت تحلیل عاملی و نتایج مربوط به آزمون بی و مقدار استاندارد شده آن (بتا) به طور جداگانه برای هر فرضیه در قسمت تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها ارائه شده است.

#### الف) تحلیل عاملی تأییدی

در این قسمت، از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی برای اطمینان یافتن از صحت زیرمدل‌های شش‌گانه اندازه‌گیری در مورد مطالعه استفاده شده است. در زیرمدل‌های اندازه‌گیری، ضرایب استاندارد هر یک از عوامل شش‌گانه یا گویه‌های ۲۳گانه آن‌ها حسب نیاز آورده شده است. در هر یک از زیرمدل‌های شش‌گانه، شاخص‌های برازش، شاخص نیکویی برازش<sup>۱</sup> و شاخص نیکویی برازش تنظیم‌شده<sup>۲</sup> نیز ارائه شده است (مقدار قابل قبول، بزرگ‌تر از ۹۰ درصد). شاخص‌های بد

1. Goodness of Fit Index (GFI)
2. Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)

روایت‌های سازمانی، بهترین عامل در تبیین ابزار روایتگری است؛ زیرا ضریب استاندارد و عدد معناداری بیشتری نسبت به بقیه عوامل دارد. در این زیرمدل، شاخص نیکویی برازش  $0/98$  و شاخص نیکویی برازش تنظیم‌شده  $0/95$  محاسبه شده است. شاخص  $RMSEA$  برابر  $0/058$  و مقدار  $\chi^2/df$  هم برابر  $2/035$  است. تمامی اعداد معناداری مربوط به عوامل سازنده زیرمدل، معنادار می‌باشند؛ زیرا مقدار  $T$ -Value آن‌ها بزرگ‌تر از  $1/96$  است.

#### جدول ۴: ضرایب استاندارد زیرمدل ابزار روایتگری

ضریب استاندارد	مؤلفه
۰.۷۶	رسانه‌ها در بیان روایت‌های سازمانی
۰.۷۵	تنوع ابزار ساخت روایات
۰.۶۴	استفاده از روش‌های مؤثر روایتگری

#### • زیرمدل روابط سازمانی:

در میان عوامل سه‌گانه این مؤلفه، ارتباطات عاطفی، بهترین عامل در تبیین مؤلفه روابط سازمانی است. در این زیرمدل، شاخص نیکویی برازش،  $0/94$  و شاخص نیکویی برازش تنظیم‌شده  $0/91$  محاسبه شده است. شاخص  $RMSEA$  برابر  $0/078$  و مقدار  $\chi^2/df$  هم برابر  $2/626$  است. تمامی اعداد معناداری مربوط به عوامل سازنده زیرمدل، معنادار می‌باشند؛ زیرا مقدار  $T$ -Value آن‌ها بزرگ‌تر از  $1/96$  است.

#### جدول ۵: ضرایب استاندارد زیرمدل روابط سازمانی

ضریب استاندارد	مؤلفه
۰.۹۱	ارتباطات عاطفی
۰.۸۷	ارتباطات باز سازمانی
۰.۸۳	تعاملات درون سازمانی

#### • زیرمدل کارکنان:

در میان عوامل شش‌گانه این مؤلفه، عامل یا ویژگی استقلال در انجام کارها، بهترین عامل در تبیین مؤلفه کارکنان است. در مقابل، شکل‌دهی به رفتار نامناسب، کمترین میزان تبیین را در بین سایر عوامل شش‌گانه داشته است. در این زیرمدل، شاخص نیکویی برازش  $0/93$  و شاخص نیکویی برازش تنظیم‌شده  $0/90$  محاسبه شده است. شاخص  $RMSEA$  برابر  $0/072$  و مقدار  $\chi^2/df$  هم برابر  $2/082$  است. تمامی اعداد معناداری مربوط به عوامل سازنده زیرمدل، معنادار می‌باشند؛ زیرا مقدار  $T$ -Value آن‌ها بزرگ‌تر از  $1/96$  است.

#### جدول ۱: ضرایب استاندارد زیرمدل ساختار و فرهنگ

مؤلفه	ضریب استاندارد
تغییر در فرهنگ	۰.۹۶
انعطاف‌پذیری سازمانی	۰.۹۰
ساخت فرهنگ جدید	۰.۸۵
نیاز به بهبود مستمر سازمان	۰.۸۴
بازسازی مجدد ساختار سازمانی	۰.۷۰

#### • زیرمدل رهبری:

در میان عوامل سه‌گانه این مؤلفه، عامل یا ویژگی میزان استفاده روایتگری برای تصمیم‌سازی، بهترین عامل است؛ زیرا ضریب استاندارد و عدد معناداری بیشتری نسبت به بقیه عوامل دارد. در این زیرمدل، شاخص نیکویی برازش  $0/92$  و شاخص نیکویی برازش تنظیم‌شده  $0/88$  محاسبه شده است. شاخص  $RMSEA$  برابر  $0/071$  و مقدار  $\chi^2/df$  هم برابر  $2/092$  است. تمامی اعداد معناداری مربوط به عوامل سازنده زیرمدل، معنادار می‌باشند؛ زیرا مقدار  $T$ -Value آن‌ها بزرگ‌تر از  $1/96$  است.

#### جدول ۲: ضرایب استاندارد زیرمدل رهبری

مؤلفه	ضریب استاندارد
میزان استفاده روایتگری برای تصمیم‌سازی	۰.۷۹
سبک رهبری رابطه‌مدار	۰.۷۳
اعتقاد مدیریت به روایتگری	۰.۶۸

#### • زیرمدل ارزش‌ها:

در میان دو عامل این مؤلفه، عامل ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی ساختار نامناسب، مهم‌ترین عامل است؛ زیرا ضریب استاندارد و عدد معناداری بیشتری نسبت به عامل بها دادن به ارزش‌ها دارد. در این زیرمدل، شاخص نیکویی برازش  $0/91$  و شاخص نیکویی برازش تنظیم‌شده  $0/89$  محاسبه شده است. شاخص  $RMSEA$  برابر  $0/061$  و مقدار  $\chi^2/df$  هم برابر  $2/447$  است. تمامی اعداد معناداری مربوط به عوامل سازنده زیرمدل، معنادار می‌باشند؛ زیرا مقدار  $T$ -Value آن‌ها بزرگ‌تر از  $1/96$  است.

#### جدول ۳: ضرایب استاندارد زیرمدل ارزش‌ها

مؤلفه	ضریب استاندارد
ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی	۰.۹۰
ارزش‌های بنیادی سازمان	۰.۸۴

#### • زیرمدل ابزار روایتگری:

در میان عوامل سه‌گانه این مؤلفه، ویژگی رسانه‌ها در بیان

فرضیه سوم: ساختار و فرهنگ بر کارکنان اثر دارد.  
فرض  $H_0$ : ساختار و فرهنگ بر کارکنان اثر ندارد.  
فرض  $H_1$ : ساختار و فرهنگ بر کارکنان اثر دارد.

**جدول ۹: آزمون فرضیه سوم**

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد شده		ضریب بتای استاندارد	p-value
	B	انحراف استاندارد		
مقدار ثابت	۱/۴۰۲	-۰/۳۱۴	-	۰/۰۰۰
ساختار و فرهنگ	۰/۲۵۳	-۰/۱۰۲	۰/۵۰۳	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۵۰۳ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰،۰۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

- آزمون فرض چهارم
- فرضیه چهارم: ساختار و فرهنگ بر ارزش‌ها اثر دارد.  
فرض  $H_0$ : ساختار و فرهنگ بر ارزش‌ها اثر ندارد.  
فرض  $H_1$ : ساختار و فرهنگ بر ارزش‌ها اثر دارد.

**جدول ۱۰: آزمون فرضیه چهارم**

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد شده		ضریب بتای استاندارد	p-value
	B	انحراف استاندارد		
مقدار ثابت	۱/۸۴۵	-۰/۳۶۶	-	۰/۰۰۰
ساختار و فرهنگ	-۰/۰۹۹	-۰/۱۱۹	-۰/۰۳۹	۰/۰۰۴

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده -۰/۰۳۹ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰،۰۰۰۴، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

- آزمون فرض پنجم
- فرضیه پنجم: رهبری بر روایتگری سازمانی اثر دارد.  
فرض  $H_0$ : رهبری بر روایتگری سازمانی اثر ندارد.  
فرض  $H_1$ : رهبری بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

**جدول ۱۱: آزمون فرضیه پنجم**

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد شده		ضریب بتای استاندارد	p-value
	B	انحراف استاندارد		
مقدار ثابت	۱/۵۳۵	۰/۰۸۴	-	۰/۰۰۰
رهبری	۰/۴۶۶	۰/۰۲۸	۰/۸۲۲	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۸۲۲ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰،۰۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

**جدول ۶: ضرایب استاندارد زیرمدل کارکنان**

مؤلفه	ضریب استاندارد
اجتماعی سازی کارکنان	۰/۶۹
آزادی در تصمیم‌گیری (توانمندسازی)	۰/۷۹
استقلال در انجام کارها (توانمندسازی)	۰/۸۳
قبول مسئولیت (توانمندسازی)	۰/۷۶
شکل‌دهی رفتار کارکنان	۰/۶۷
اعتقاد به روایتگری کارکنان	۰/۷۳
آرمان مشترک	۰/۷۹

**ب) آزمون فرضیات**

- آزمون فرض اول
- فرضیه اول: ساختار و فرهنگ بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.  
فرض  $H_0$ : ساختار و فرهنگ بر روایتگری سازمانی تأثیر ندارد.  
فرض  $H_1$ : ساختار و فرهنگ بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد.

**جدول ۷: آزمون فرضیه اول**

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضریب بتای استاندارد	p-value
	B	انحراف استاندارد		
مقدار ثابت	۱/۳۸۲	-۰/۱۶۵	-	۰/۰۰۰
ساختار و فرهنگ	۰/۴۹۸	-۰/۰۵۳	-۰/۶۲۴	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده -۰/۶۲۴ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰،۰۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

- آزمون فرض دوم
- فرضیه دوم: ساختار و فرهنگ بر روابط سازمانی اثر دارد.  
فرض  $H_0$ : ساختار و فرهنگ بر روابط سازمانی اثر ندارد.  
فرض  $H_1$ : ساختار و فرهنگ بر روابط سازمانی اثر دارد.

**جدول ۸: آزمون فرضیه دوم**

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد شده		ضریب بتای استاندارد	p-value
	B	انحراف استاندارد		
مقدار ثابت	۳/۱۰۵	۰/۱۵۴	-	۰/۰۰۰
ساختار و فرهنگ	-۰/۰۸۸	۰/۰۵۷	-۰/۱۳۱	۰/۱۲۶

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده -۰/۰۳۱ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰،۰۱۲۶، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید نمی‌شود.

- آزمون فرض سوم

## • آزمون فرض ششم

فرضیه ششم: رهبری بر کارکنان اثر دارد.

فرض  $H_0$ : رهبری بر کارکنان اثر ندارد.

فرض  $H_1$ : رهبری بر کارکنان اثر دارد.

## جدول ۱۲: آزمون فرضیه ششم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۵۱۱	۰/۱۲۳	-	۰/۰۰۰
رهبری	۰/۴۵۱	۰/۰۴۰	۰/۶۹۱	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۶۹۱ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰/۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

## • آزمون فرض هفتم

فرضیه هفتم: رهبری بر ساختار و فرهنگ اثر دارد.

فرض  $H_0$ : رهبری بر ساختار و فرهنگ اثر ندارد.

فرض  $H_1$ : رهبری بر ساختار و فرهنگ اثر دارد.

## جدول ۱۳: آزمون فرضیه هفتم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۳/۳۵۹	۰/۲۰۸	-	۰/۰۰۰
رهبری	-۰/۲۷۴	۰/۰۶۸	-۰/۳۲۵	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده -۰/۳۲۵ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰/۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

## • آزمون فرض هشتم

فرضیه هشتم: رهبری بر ارزش‌ها اثر دارد.

فرض  $H_0$ : رهبری بر ارزش‌ها اثر ندارد.

فرض  $H_1$ : رهبری بر ارزش‌ها اثر دارد.

## جدول ۱۴: آزمون فرضیه هشتم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۳۹۳	۰/۲۰۸	-	۰/۰۰۰
رهبری	۰/۶۷۷	۰/۰۶۸	۰/۶۴۸	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۶۴۸ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰/۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

## • آزمون فرض نهم

فرضیه نهم: ارزش‌ها بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

فرض  $H_0$ : ارزش‌ها بر روایتگری سازمانی اثر ندارد.

فرض  $H_1$ : ارزش‌ها بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

## جدول ۱۵: آزمون فرضیه نهم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۴۶۸	۰/۱۰۲	-	۰/۰۰۰
ارزش‌ها	۰/۴۲۲	۰/۰۲۹	۰/۷۷۸	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۷۷۸ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰/۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

## • آزمون فرض دهم

فرضیه دهم: ارزش‌ها بر کارکنان اثر دارد.

فرض  $H_0$ : ارزش‌ها بر کارکنان اثر ندارد.

فرض  $H_1$ : ارزش‌ها بر کارکنان اثر دارد.

## جدول ۱۶: آزمون فرضیه دهم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۵۹۸	۰/۱۱۲	-	۰/۰۰۰
ارزش‌ها	۰/۴۱۵	۰/۰۴۴	۰/۶۹۹	۰/۰۰۱

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۶۹۹ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰/۰۰۱، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

## • آزمون فرض یازدهم

فرضیه یازدهم: ابزار روایتگری بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

فرض  $H_0$ : ابزار روایتگری بر روایتگری سازمانی اثر ندارد.

فرض  $H_1$ : ابزار روایتگری بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

## جدول ۱۷: آزمون فرضیه یازدهم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۴۸۰	۰/۱۰۷	-	۰/۰۰۰
ابزار روایتگری	۰/۵۱۵	۰/۰۳۸	۰/۷۶۰	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۷۶۰ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰/۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.



### تحلیل مسیر

در این قسمت، نمودار تحلیل مسیر رسم شده و اعتبار آن تحلیل می‌شود. گفتنی است که نمودار تحلیل مسیر در واقع نمایانگر مدل عملیاتی پژوهش و تبیین‌کننده مدل مفهومی آزمون شده است. همان‌گونه که نمودار ۲ و ۳ نیز نشان می‌دهد؛ خروجی نرم‌افزار لیزرل، مؤید نتایج به‌دست‌آمده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس در مورد آزمون فرضیه‌های ۱۴ گانه است. اگر شاخص نیکویی برازش و شاخص نیکویی برازش تنظیم‌شده بزرگ‌تر از ۹۰ درصد، مقدار  $\chi^2/df$  شاخص  $\chi^2/df$  کوچک‌تر از ۳ و مقدار شاخص RMSEA زیر ۰/۰۸ باشد؛ می‌توان نتیجه گرفت که مدل اجراشده برازش مناسبی داشته است. در این مدل، شاخص نیکویی برازش ۰/۹۶ و شاخص نیکویی برازش تنظیم‌شده ۰/۹۲ محاسبه شده است. شاخص RMSEA برابر ۰/۰۵۵ و مقدار  $\chi^2/df$  هم برابر ۲/۷۱۰ است. روابط علی میان مؤلفه‌های شش‌گانه مدل پژوهش در حالت تخمین استاندارد در نمودار ۲ آمده است.

با توجه مطالب عنوان‌شده، مشخص شد که از بین ۱۴ رابطه موجود، ۱۳ رابطه از لحاظ آماری معنادار و یک رابطه باقیمانده در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست (فرضیه دوم؛ رابطه بین ساختار و فرهنگ با روابط سازمانی). به‌این ترتیب، مدل آزمون شده سازمان روایتگر (مدل عملیاتی) به شرح نمودار ۳ ارائه می‌شود.

### بحث و نتیجه‌گیری

با جمع‌بندی مطالب ارائه‌شده، می‌توان نتیجه گرفت که پژوهشگر در راستای رسیدن به نتایج پژوهش با کامیابی همراه بوده است. در این پژوهش، پس از بررسی ادبیات موضوع و دسته‌بندی عوامل استخراجی مؤثر در طراحی مدل سازمان روایتگر، محقق به‌صورت هدفمند به ارزیابی مدل مفهومی سازمان روایتگر بر اساس مؤلفه‌های هفت‌گانه و بررسی رابطه بین آن‌ها در مورد مطالعه؛ یعنی صنعت برق ایران پرداخت.

با توجه به نتایج بررسی فرضیات چهارده‌گانه پژوهش با استفاده از مدل رگرسیون برازش شده به آن‌ها مشاهده شد که از مجموع ۱۴ فرضیه، تنها یک فرضیه (ساختار و فرهنگ بر روابط سازمانی) در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد شد و ۱۳ فرضیه باقیمانده از لحاظ آماری و در سطح اطمینان ۹۵ درصد موردپذیرش قرار گرفتند که ۱۱ مورد از آن‌ها رابطه مثبت (مستقیم) و یکی از آن‌ها رابطه منفی (معکوس) داشت.

### • آزمون فرض دوازدهم

فرضیه دوازدهم: روابط سازمانی بر روایتگری سازمانی اثر دارد.  
فرض  $H_0$ : روابط سازمانی بر روایتگری سازمانی اثر ندارد.  
فرض  $H_1$ : روابط سازمانی بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

#### جدول ۱۸: آزمون فرضیه دوازدهم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۳۳۰	۰/۱۰۸	-	۰/۰۰۰
روابط سازمانی	۰/۵۲۰	۰/۰۳۵	۰/۷۸۸	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۷۸۸ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰/۰۰۰، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

### • آزمون فرض سیزدهم

فرضیه سیزدهم: روابط سازمانی بر ابزار روایتگری اثر دارد.  
فرض  $H_0$ : روابط سازمانی بر ابزار روایتگری سازمانی اثر ندارد.  
فرض  $H_1$ : روابط سازمانی بر ابزار روایتگری سازمانی اثر دارد.

#### جدول ۱۹: آزمون فرضیه سیزدهم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۳۲۵	۰/۲۰۱	-	۰/۰۰۰
روابط سازمانی	۰/۳۲۰	۰/۱۰۲	۰/۴۹۰	۰/۰۰۷

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۴۹۰ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰/۰۰۷، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

### • آزمون فرض چهاردهم

فرضیه چهاردهم: کارکنان بر روایتگری سازمانی اثر دارد.  
فرض  $H_0$ : کارکنان بر روایتگری سازمانی اثر ندارد.  
فرض  $H_1$ : کارکنان بر روایتگری سازمانی اثر دارد.

#### جدول ۲۰: آزمون فرضیه چهاردهم

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	ضریب بتای استاندارد	p-value
مقدار ثابت	۱/۲۹۴	۰/۱۱۲	-	۰/۰۰۰
کارکنان	۰/۳۴۲	۰/۰۵۱	۰/۵۹۳	۰/۰۰۴

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود؛ این فرضیه با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۵۹۳ و مقدار احتمال معناداری (p-value) ۰/۰۰۴، در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

۶. تقویت آرمانهای مشترک با استفاده از تدوین چشم‌انداز مشترک و همچنین یادآوری موفقیت‌های گذشته و تأکید بر ادامه آن در آینده.

۷. نهادینه‌سازی منطق سرمایه‌گذاری بر نیروهای انسانی کارآمد.

۸. تأکید بر ارتباطات شبکه‌ای درون و برون‌سازمانی و عنایت خاص مدیران ارشد به عوامل مرتبط مانند تفکیک افقی واحدها بر اساس تخصص و آموزش‌های حرفه‌ای، شبکه‌سازی غیررسمی و تسهیلگر و ایجاد کانال‌های ارتباطی باز.

۹. نهادینه‌سازی مؤلفه سازمان روایتگر به معنای واقعی کلمه در این صنعت.

۱۰. ایجاد جسارت برای پذیرش مسئولیت‌های کلیدی و حساس در میان کارکنان.

### جدول ۲۱: نتایج آزمون معناداری رگرسیون (F) و ضرایب آن (فرضیات چهارده‌گانه)

ردیف	عنوان فرضیه	P-value	نتیجه فرضیه (با اطمینان ۹۵ درصد)
۱	ساختار و فرهنگ بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد	۰/۰۰۰	تأیید
۲	ساختار و فرهنگ بر روابط سازمانی تأثیر دارد	۰/۱۲۶	رد
۳	ساختار و فرهنگ بر کارکنان تأثیر دارد	۰/۰۰۰	تأیید
۴	ساختار و فرهنگ بر ارزش‌ها تأثیر دارد	۰/۰۰۴	تأیید
۵	رهبری بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد	۰/۰۰۰	تأیید
۶	رهبری بر کارکنان تأثیر دارد	۰/۰۰۰	تأیید
۷	رهبری بر ساختار و فرهنگ تأثیر دارد	۰/۰۰۰	تأیید
۸	رهبری بر ارزش‌ها تأثیر دارد	۰/۰۰۰	تأیید
۹	ارزش‌ها بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد	۰/۰۰۰	تأیید
۱۰	ارزش‌ها بر کارکنان تأثیر دارد	۰/۰۰۱	تأیید
۱۱	ابزار روایتگری بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد	۰/۰۰۰	تأیید
۱۲	روابط سازمانی بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد	۰/۰۰۰	تأیید
۱۳	روابط سازمانی بر ابزار روایتگری تأثیر دارد	۰/۰۰۷	تأیید
۱۴	کارکنان بر روایتگری سازمانی تأثیر دارد	۰/۰۰۴	تأیید

از آنجاکه صنعت برق صنعتی نسبتاً قدیمی و با ویژگی‌های خاص خود است، لذا مقتضی است سازمان‌ها و شرکت‌های دیگر، اعم از دولتی و خصوصی، پیش از استفاده و به‌کارگیری مدل اشاره‌شده، به بررسی دوباره فرضیه‌ها بپردازند.

در ادامه، نکاتی برجسته در خصوص تحلیل نتایج به‌دست‌آمده، ارائه می‌شود:

الف) بر اساس تحلیل مسیر انجام‌شده، قوی‌ترین رابطه علی میان مؤلفه‌های هفت‌گانه مدل، تأثیر مستقیم و معنادار سازمان روایتگر و روابط سازمانی در مورد مطالعه است (ضریب استاندارد: ۱/۰۴). با عنایت به جایگاه روابط سازمانی در روایتگری در مدل پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که روابط سازمانی شامل ارتباطات عاطفی، ارتباطات باز سازمانی و تعاملات درون سازمانی در میان کارکنان می‌تواند با شدت فراوانی، ایجاد سازمان روایتگری را افزایش داده، آن را نهادینه سازد.

ب) مشخص شد که از بین ۱۴ رابطه موجود، رابطه بین ساختار و فرهنگ با روابط سازمانی، معنادار نیست. برای توجیه این نتیجه می‌توان به این نکته اشاره کرد که باوجود خصوصی شدن صنعت برق، به‌خصوص در قسمت تولید و توزیع برق، همچنان ساختار این سازمان‌ها از مقررات دستوری و سنتی قدیمی پیروی می‌کنند. لذا لازم است در خصوص تقویت عوامل مذکور اقدام صورت گیرد.

همان‌طور که اشاره شد، پیشنهادهای ارائه‌شده در این بخش مبتنی بر نتایج پژوهش بوده و به‌منظور ارتقای کارآمدی مدل عملیاتی سازمان روایتگر در صنعت برق مطرح می‌شود.

ج) لازم است سازمان‌های به‌کارگیرنده روایتگری سازمانی، به‌خصوص صنعت برق ایران که جامعه موردبررسی در این پژوهش بوده است، نکات ذیل را به‌صورت آکید مدنظر قرار دهند:

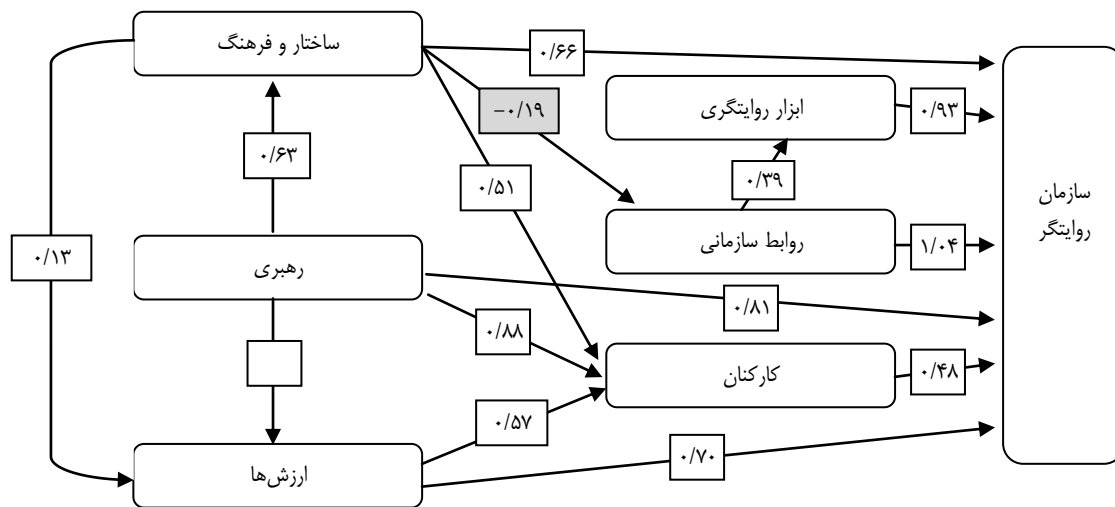
۱. استفاده از روایتگری در تغییر فرهنگ با توجه به تأثیر بالای آن و همچنین نیاز به تغییرات زیاد در این صنعت با عنایت به روند خصوصی‌سازی فزاینده.

۲. ایجاد انعطاف بیشتر سازمان‌های مرتبط با بررسی و پیش‌بینی شرایط محیطی حاکم بر این صنعت.

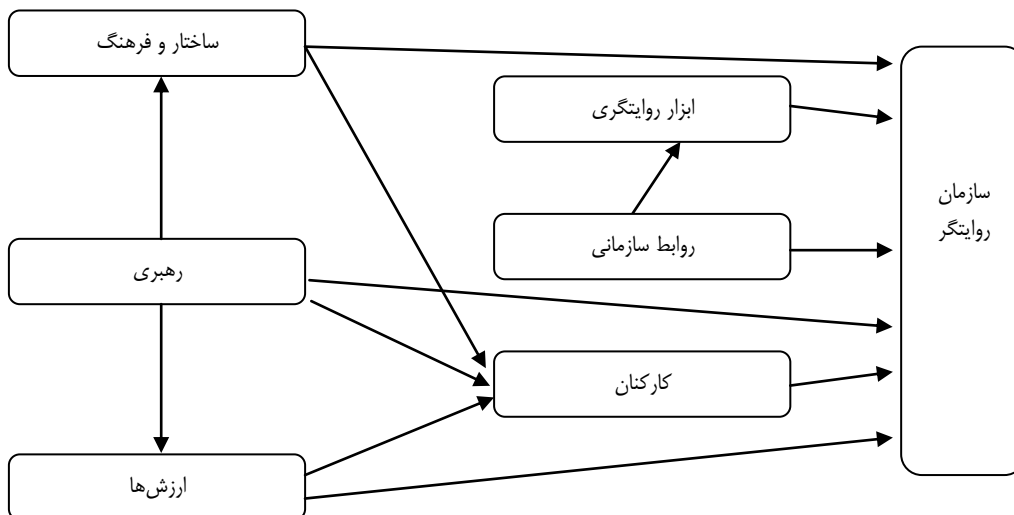
۳. تأکید بر مدیریت دانش، جمع‌آوری و ساماندهی تجارب و استفاده از این تجارب در تصمیم‌سازی.

۴. تقویت سبک رهبری رابطه‌مدار در سازمان‌ها و پرهیز از سیستم حاکمیتی کنونی.

۵. توانمند کردن کارکنان، شامل جسارت و آزادی در تصمیم‌گیری، استقلال در انجام کارها و قبول مسئولیت.



نمودار ۲: روابط علی میان مؤلفه‌های شش‌گانه مدل پژوهش در حالت تخمین استاندارد



نمودار ۳: مدل عملیاتی پژوهش

منابع

سازمانی"، مدیریت فرهنگ سازمانی شماره ۲۱.

دانیایی‌فرد، حسن، فریده شکاری (۱۳۸۹). "ارتقای پارادایم تفسیری در نظریه سازمان: تأملی بر رویکرد داستان‌سرایی"

Adamson, G. , Pine, J. , Van Steenhoven, T. , and Kroupa, J. (2014). "How Storytelling can Drive Strategic Change. Strategy and Leadership", 34 (1), 36.

Allen, K. (2002). "Organizational storytelling". Franchising World, 37, (11), 63-64 .

Barker, R. T. ,& Gower, K. (2010). "Strategic application of storytelling in organizations ". Journal of Business Communication, 47 (3) , 295-312.

Boje, D. M. (1991). "The Storytelling

Organization: A Study of Story Performance in an Office-Supply Firm. "Administrative Science Quarterly 36: 106-126.

Boje, D. M. (1995). "Stories of the Storytelling Organization: A Postmodern Analysis of Disney as 'Tamara-Land'". Academy of Management Journal 38 (4) : 997-1035.

Boyce, M. (Winter, 2013). 'Collective centering and collective sense-making in the stories and storytelling of one

- organization". *Organizational Studies*, 16, (1), 107-138 .
- Boyce, M. E. (2006). "Organisational story and storytelling: a critical review". *Journal of Organisational Change Management*, 9 (5) , 5-26.
- Brown, J. S. , Denning, S. , Groh, K. , Prusak, L. (2005) 'Storytelling in organizations: How narratives and storytelling are transforming 21st century management", UK. -117
- Brown, J. S. , P. Duguid. (2001). "Organizational learning & communities of practice: Toward a unified view of working", learning, & innovation. *Organ. Sci.* 2 40-57.
- Brown, M. H. (2002) "That Reminds Me of a Story: Speech Action on Organizational Socialization". Unpublished PhD Thesis, University of Texas at Austin.
- Denning, S. (2005). "The Leaders Guide to Storytelling", San Francisco: Jossey-Bass.
- Durrance, B. (February, 1997). " Stories at work". *Training and Development* 51, (2), 25-30 .
- Feder, T., Roland, G., Yiannis. (2003). "On organizational stories and myths: Why it is easier to slay a dragon than to kill a myth." *International Sociology* 6:427-442.
- Ferrell, O. C., J. Fraedrich and L. Ferrell: 2005, "Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases 6" (Houghton Mifflin Co., Boston).
- Fisher, D. H. and S. B. Fowler: 1995, "Reimagining Moral Leadership in Business: Image, Identity and Difference", *Business Ethics Quarterly* 5(1), 29.
- Fleming, D. (2001) 'Narrative leadership: Using the power of stories". *Strategy and Leadership*, 29 (4) , 34.
- Gabriel, Y. (2004). "Narratives, stories, and texts", in D. Grant, C. Hardy, C. Oswick and L. Putnam (eds.). *Handbook of Organizational Discourse*, 61-77.
- Harrison, K. (2014). " Strategic Public Relations, a practical guide to success (4th Ed.)". Perth: Century Consulting.
- Helmer, J. E. (1999). " Between horses: An ethnographic study of communication and organizational culture at a harness track". Unpublished dissertation. University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Louis, M. R. (2000). "Surprise and sense-making: What newcomers experience when entering unfamiliar organizational settings. " *Administrative Science Quarterly*, 23, 225-251.
- McKee, R. (2013). "Storytelling that moves people". *Harvard Business Review*, June 2003, 5-8.
- McViney, D., Batista, j(). "Storytelling in Organizations: Facts, fictions, and fantasies". London: Oxford University Press.
- Mitroff, I. , Kilmann, R. H. (1995). "Stories Managers Tell: A New Tool for Organizational Problem Solving. " *Management Review*, July, 18-28
- Orr, J. (1995). " Talking About Machines: Ethnography of a Modern Job ". ILR Press, Ithaca, NY.
- Parkin, M. (2004). "Tales for change: Using storytelling to develop people and organizations ", London: Kogan Page.
- Riesman, David. (1993). "Becoming an Academic Man," in Bennett Berger (ed), *Authors of Their*
- Simmons, A. (2006). *The Story Factor*. New York: Basic Books.
- Sinclair, J. (2013). "The impact of stories". *The Electronic Journal of Knowledge Management*, 3 (1) , 53-64.
- Volker John X., Phillips Michael D., Anderson Steven J., (2011) "Storytelling: A Portal to Understanding Entrepreneurial Organizations" Vol. 5, Iss. 3, pp. 104 - 109
- Weick, K. E. , K. M. Sutcliffe. (2001). "Managing the Unexpected: Assuring High Performance in an Age of Complexity". Jossey-Bass, San Francisco.
- Wilkins, A. (2004). "The Creation of Company Cultures: The Role of Stories and Human Resource Systems. " *Human Resource Management* 23 (1) : 41-60.