

## תוכן עניינים

2.....	תקציר
3.....	מבוא
5.....	סקירת ספרות
7.....	הון פסיכולוגי- (Psychological Capital)
10.....	מעורבות עובדים
12.....	קשר בין מעורבות עובדים ותקשורת ארגונית
14.....	קשר בין הון פסיכולוגי למעורבות
15.....	מטרת המחקר והשערות המחקר
17.....	שיטה
17.....	אוכלוסייה
19.....	כלים
20.....	שאלון מעורבות מכבדת
20.....	שאלון תקשורת
20.....	הון פסיגולוגי
21.....	הליך
22.....	ממצאים
23.....	בחינת השערות
25.....	<b>דיון</b>
25.....	הקשר בין הון פסיכולוגי למעורבות עובד בעבודה
26.....	חוללות עצמית כחלק מהון הפסיכולוגי וקשר עם מעורבות העובד (נמצא כקשור)
26.....	תקווה כחלק מהון הפסיכולוגי וקשר עם מעורבות העובד (נמצא כקשור)
27.....	חוסן כחלק מהון הפסיכולוגי וקשר עם מעורבות העובד (נמצא כלא קשור)
27.....	אופטימיות כחלק מהון הפסיכולוגי וקשר עם מעורבות העובד (נמצא כלא קשור)
27.....	הקשר בין תקשורת ארגונית למעורבות עובד בעבודה
28.....	מגבלות העבודה
28.....	לסיכום
29.....	הצעות למחקר המשך
30.....	מקורות
33.....	נספחים

## מבוא

הצלחתו של כל ארגון תלויה ראשית כל בעובדים שלו. היום, ארגונים רבים, מבינים כי ללא תרומתם של העובדים, הם לא ישיגו את מטרותם. חשיבות של שיתוף פעולה מצד העובדים, הינה גבוהה מאוד, כאשר ללא עזרתם, לא יתמודד ארגון עם אתגרי הסביבה. אם כן, מיהו העובד התורם שמשתף פעולה עם הארגון ומה מאפיין אותו? שאלה זו מעסיקה חוקרים רבים העוסקים בהתנהגות ארגונית, אשר מחפשים כיצד לגרום לעובד לעשות את עבודתו בצורה הטובה ביותר. מדובר בשאלה מורכבת מאוד, היות והיא כוללת בתוכה סוגיות רבות. גישות רבות בהתנהגות ארגונית, עוסקות במניעים הגורמים לעובד לעבוד ביעילות ובאפקטיביות למען הארגון המעסיק אותו, כאשר מעט מאוד מחקר עוסק בסוגיה של סיבה ותכלית להתנהגות זו. למה שעובד ירצה להשיג תוצאות לארגון ולא יפעל למען עצמו?

ארגונים מצפים מעובד לפעולות התומכות במטרות הארגון, כאשר מטרות הארגון ומטרות העובד, לא חייבות להיות זהות. לעיתים, האינטרס האישי של העובד, תואם לאינטרס של הארגון ובכך גורם לו לציית לחוקים ונורמות של מקום עבודתו ובהתאם לציפיות הארגון. עם זאת, יתכן מצב, בו עובד יפעל למען האינטרס האישי ובניגוד לאינטרס הארגון. כך או אחרת, מצב התחלתי של עובד שמתחיל לעבוד במקום עבודה חדש, הוא לספק את האינטרס האישי, כאשר האינטרס הזה לא חייב להיות תואם למטרות הארגון. אם כן, מהו המניע הגורם לעובד לוותר על מטרות משלו ולאמץ את מטרות הארגון, לעיתים אפילו על חשבון מטרותיו האישיות?

מדובר בשאלה, אשר עוסקת במוטיבציה של העובד, להיות מעורב בעבודתו ולהועיל לארגון בו הוא עובד. האם מדובר ביכולת של העובד להיות מעורב בעבודתו, או ביכולת של הארגון לגרום לעובד להיות מעורב בעבודתו להביא לארגון את התוצאות הרצויות?

Govender & Parumasur (2012), טוענים כי רמת המעורבות העובד בעבודה, הינה תוצר של שילוב בין מאפיינים אישיים של העובד ומאפייני מקום עבודה של העובד. מחקר זה מציג כי מצד אחד ישנה חשיבות של יכולת העובד להיות מעורב בעבודתו ולהוביל לתוצאות, אך מצד שני, ישנה חשיבות של שיתוף פעולה בין העובד לבין הארגון שבו הוא עובד. אם כן, תשובה זו, מעלה שאלות נוספות, אשר עוסקות במאפייני אישיות של העובד ובמאפייני שיתוף הפעולה. או במלים אחרות, עולות שתי שאלות נוספות שהן: מה הם מאפייני העובד, אשר קשורים במעורבותו בעבודה ומה מאפיין שיתוף פעולה בין עובד לארגון, אשר קשור במעורבות העובד בעבודה.

## סקירת ספרות

**תקשורת ארגונית (Organization communication)** מוגדרת כמערכת ממוסדת וקבועה, המזרימה מידע תכליתי בין רכיבים שונים בארגון, באמצעות החברים בו, ובניהם לבין סביבתו (סומך, 2001). בדומה למחקרו של סמואל (1996) אשר גם כן מגדיר את התקשורת הארגונית כמערכת המזרימה מידע תכליתי בין הרכיבים השונים של הארגון, באמצעות המשתתפים בו, ובניהם לבין סביבתו. זוהי מערכת רשמית, ממוסדת וקבועה המקשרת בין כל מרכיבי הארגון ומטפלת בעיקר בהזרמת המידע הדרוש לארגון כדי לבצע משימות. איכותו, זמינותו וכמותו של המידע, מותנים בטיב מערכת התקשורת הארגונית.

התקשורת הארגונית בנויה מרשתות שונות, כל רשת מקשרת בין מספר מוגדר וקבוע של ממלאי תפקידים בארגון, המזינים אחד את השני במידה כגון מידע טכני, כספי, עסקי וכו'. הגדרה מקיפה יותר לתקשורת ארגונית היא "החלפת רעיונות, עובדות ורגשות, על ידי שני אנשים או יותר, באמצעות שימוש במילים אותיות וסימנים. תקשורת יעילה מתרחשת רק כאשר המשתתפים מגיעים להבנה משותפת המעוררת אחרים לנקוט בפעולות ומעודדת אנשים לחשוב בדרכים חדשות. כמו כן לפי הגדרתו של בר חיים (1994), אינטראקציה אנושית מתרחשת בכל מצב ולא דווקא במצבים של התנהגות ארגונית אלא גם ברמה בין אישית בין שני אנשים המעבירים ביניהם מסרים. בספרו בר חיים מונה שלושה ערוצי תקשורת: בתקשורת מילולית בעל-פה המסר מועבר פנים אל פנים ובאמצעות טלפון, הערוץ הנוסף היא תקשורת מילולית כתובה- המתבצעת באמצעות מכתבים, מיילים, דוא"ר וכל תיעוד אחר המעביר מידע לגורמים רבים בעת ובעונה אחת, והערוץ השלישי היא תקשורת לא מילולית שהינה מסרים המועברים בשפת גוף, תנוחה, הבעת פנים, קשר עין המשפיעים על הנמען מעבר לתוכן המילולי ומעשירים את המסר ומוסיפים משמעויות שאינן באות לידי ביטוי בתקשורת המילולית. התקשורת הפנים ארגונית כוללת תקשורת ממנהל אחד למשנהו, מממונה לעובד ומעובד לעובד. התקשורת באה לידי ביטוי בתזכירים, אתרי אינטרנט ודואר אלקטרוני (Kalla,2005).

תקשורת פורמאלית (תקשורת ברמת הארגון) עוסקת ביחסי הגומלין בין יחידות ארגוניות ובין תפקידים. מאפייני התקשורת הפורמאלית נקבעת על ידי הארגון להשגת מטרותיו. (בר-חיים, 1994). בדומה למאמר של בר-חיים תקשורת פורמאלית מבוססת על יחסים חברתיים בין אנשים והיא משרתת גם את "מטרותיו של התאגיד", באמצעות התקשורת הפורמאלית עובדים יכולים לדבר על הבעיות שלהם, על עמדותיהם בנושאי העבודה, על צרכיהם מה שיוביל בסופו של דבר לשביעות רצון אצל עובדים. בנוסף, תקשורת פורמאלית מסייעת למנהלים להוביל את העובדים להשגת יעדים ארגוניים (Kandlousi, Al Eslami, & Anees 2010).