

بررسی نقش رفتار شهروندی سازمانی بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی سازمانی با طرح یک مطالعه تجربی

حسین صمدی میارکلانی

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، باشگاه پژوهشگران و نخبگان جوان، واحد قائم‌شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائم‌شهر، ایران (نویسنده مسئول).

hossein_samadi_m@yahoo.com

حمزه صمدی میارکلانی

دکتری مدیریت دولتی، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: امروزه اهمیت کارآفرینی برای جامعه‌ای که به سمت بهبود بهره‌وری سازمانی و فردی حرکت می‌کند، بر هیچ‌کس پوشیده نیست. در پژوهش‌های روبه‌رشدی که در حوزه کارآفرینی صورت پذیرفته است، تأکید بیشتر بر ایجاد و توسعه فرهنگ کارآفرینی در زیرساخت‌های سازمان و تطابق سازمان با محیط کسب و کار می‌باشد. از طرفی رفتار شهروندی سازمانی به عنوان یک رفتاری که در سیستم رسمی پاداش‌دهی، هیچ پاداشی برای آن در نظر گرفته نمی‌شود، اما ترکیب آن با همین نوع رفتارها در گروه، منجر به اثربخشی و بهره‌وری می‌شود. هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش رفتار شهروندی سازمانی بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی سازمانی می‌باشد.

روش: روش پژوهش از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی و از نظر مقاصد پژوهش، کاربردی است. جامعه آماری تحقیق، ۲۳۸ نفر از کارکنان بنیاد مسکن استان مازندران می‌باشند، که ۴۷ نفر به عنوان نمونه انتخاب، برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شد، که روایی آن به روش روایی صوری و پایایی پرسش‌نامه با استفاده از آلفای کرونباخ تأیید و تجزیه و تحلیل داده‌ها به وسیله نرم‌افزارهای SPSS و لیزرل انجام شده است.

یافته‌ها: نتایج نشان داد، همه ابعاد رفتار شهروندی سازمانی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری دارند ($P < 0/001$). در رابطه با فرضیه اصلی پژوهش، آزمون مدل معادلات ساختاری نشان داد، رفتار شهروندی سازمانی بر فرهنگ کارآفرینی تأثیرگذار است ($\beta = 0/68$).

نتیجه‌گیری: نتایج حاکی از این است که بهبود رفتار شهروندی سازمانی می‌تواند بر توسعه فرهنگ کارآفرینی مؤثر باشد، و در نتیجه کارکنان بیشتر درگیر رفتارهای نوآور و مخاطره‌آمیز می‌شوند. از طرفی نتایج این پژوهش، مدیران سازمان را در بهره‌گیری از رفتار شهروندی سازمانی برای توسعه فرهنگ کارآفرینی جهت بهبود بهره‌وری مصمم‌تر خواهد نمود.

کلید واژه‌ها: فرهنگ کارآفرینی سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی، منابع انسانی، مدل معادلات ساختاری.

مقدمه

شرایط رقابتی بازار و تغییرات سریع محیطی، سازمان‌ها را ملزم به توسعه‌ی کارآفرینی به منظور شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌هایی که دیگر سازمان‌ها نسبت به آن بی‌اطلاع یا بی‌تفاوت هستند، می‌کند. در واقع کارآفرینی سازمانی به عنوان فعالیت‌های کارآفرینی در قالب محصول، فرآیند، و نوآوری‌های سازمانی تعریف شده است. کارآفرینی سازمانی نه تنها به ایجاد سرمایه‌گذاری‌های تجاری جدید اشاره دارد، بلکه به سایر فعالیت‌ها و جهت‌گیری‌های نوآورانه از قبیل توسعه‌ی محصولات، خدمات، فن‌آوری‌ها، فنون اجرایی و اداری، استراتژی‌ها و تفکرات و گرایش‌های رقابتی جدید نیز اشاره می‌کند (آنتونیچ و هسریچ^۱، ۲۰۰۱؛ آنتونیچ و زورن^۲، ۲۰۰۴؛ بهارداواج و همکاران^۳، ۲۰۰۵؛ صمدی میارکلائی و صمدی میارکلائی، ۱۳۹۴).

اگر سازمان‌های دولتی خواهان این هستند تا در بازارهایی که امکان موفقیت وجود دارد، حضور داشته باشند و واحدها و هم‌چنین بروکرات‌ها را به کارآفرینان مبدل سازند، توسعه کارآفرینی درون سازمانی امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است (مقیم، ۱۳۸۵). یکی از عوامل مهم و بی‌بدیل برای توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان‌ها، وجود نیروی انسانی کارآمد، متخصص و دل‌سوز است، در واقع عمده منابع هر سازمانی متوجه منابع انسانی، مالی و فنی آن است، که مسلماً سرمایه انسانی تعیین‌کننده سمت و سوی دیگر سرمایه‌هاست، زیرا نیروی انسانی است که با توانایی‌های خود و با برنامه‌ریزی، دیگر منابع را به خدمت گرفته است.

امروزه برای سازمان‌ها عملکرد و رفتارهایی فراتر از آنچه که رسماً در شرح شغل بیان شده، مورد انتظار است. رفتارهای فراتر از رفتار شهروندی سازمانی اخیراً جزء جدایی‌ناپذیر مدیریت عملکرد محسوب شده و موج نوینی را در دانش موجود از رفتارهای مزیت بخش سازمانی ایجاد کرده‌اند (دی‌پائولا و هوی^۴، ۲۰۰۵؛ مارکوزی و شین^۵، ۲۰۰۴). رفتار شهروندی سازمانی، رفتار مرتبط کاری است

و ماهیت دل‌خواهی (بصیرتی) دارد، که به طور مستقیم و آشکار در ارتباط با سیستم پاداش رسمی سازمانی شناخته نمی‌شود و در مجموع عملکرد اثربخش سازمان را ارتقاء می‌بخشد (فیلیپ و همکاران^۶، ۲۰۱۲؛ قلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴).

باتوجه به موارد مطروحه در این قسمت از تحقیق، این پژوهش سعی دارد، تا به بررسی نقش رفتار شهروندی سازمانی و مؤلفه‌های آن بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی سازمانی در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران بپردازد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش فرهنگ کارآفرینی سازمانی

از طرفی فرهنگ سازمانی برای موفقیت سازمان‌ها بسیار حیاتی است (بالتازارد و همکاران^۷، ۲۰۰۶). یک فرهنگ سازمانی قوی، می‌تواند سطح بالایی از انگیزه و تعهد را برای کارکنان به ارمغان آورد (شریدان^۸، هم‌چنین قصد حضور و باقی ماندن در سازمان، و انجام کار گروهی (گوفی و جونز^۹، ۱۹۹۶). علاوه بر این، فرهنگ سازمانی بر رضایت مشتری نیز موثر است و می‌تواند تعیین کند که آیا مشتری هم‌چنان به دنبال ادامه ارتباط با سازمان است و یا به دنبال تامین کنندگان دیگر (مکین تاش و دوهرتی^{۱۰}، ۲۰۰۵؛ صمدی میارکلائی و همکاران، ۱۳۹۵).

پورلی و سانگ (۲۰۱۲)، کارآفرینی را تلاش‌هایی که از طریق اقدامات یک فرد یا گروهی از افراد، موجب ایجاد محیط‌های اقتصادی، اجتماعی، نهادی، و فرهنگی جدید می‌شود، می‌دانند (پورلی و سانگ^{۱۱}، ۲۰۱۲). در واقع بسیاری از محققین کارآفرینی را یک پدیده چند وجهی می‌دانند (آدامانا و دوین^{۱۲}، ۲۰۰۲؛ نای‌کمپ^{۱۳}، ۲۰۰۳؛ آجاجانی و همکاران، ۱۳۹۲؛ آجاجانی و همکاران، ۱۳۹۲). کارآفرینی به عنوان یک محرک کلیدی جهت رشد اقتصادی، توسعه و نوآوری در نظر

گرفته می‌شود. یک جامعه کارآفرین، زمانی به تولید می‌پردازد که در آن اعضایش قادر به شناسایی و استفاده از فرصت‌های اقتصادی باشند و هم‌چنین دانشی را جهت ارتقاء پدیده جدید کارآفرینی دارا باشند که تا پیش از آن مشاهده نشده بود (صمدی میارکلائی و صمدی میارکلائی، ۱۳۹۷).

کارآفرینی سازمانی نیز عبارت است از فرآیندی که به وسیله آن افراد فرصت‌های درون سازمان‌ها را بدون توجه به منابعی که در اختیار دارند، شکار می‌کنند. کارآفرینی سازمانی مفهومی است که نوآوری‌ها را به عنوان ترکیبات اصلی می‌پذیرد: گسترش یا فرمول‌بندی جدید محصولات، مهندسی مجدد یا کاهش هزینه فرآیند، جستجوی بازارهای بکر و دست نخورده، کاربردهای جدید محصولات و خدمات جدید، سرمایه‌گذاری‌های جدید (اوبینوموکویا^{۱۰}، ۲۰۱۲؛ آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۴). زهرا (۲۰۰۰)، کارآفرینی سازمانی را به عنوان، مجموع جسارت و نوآوری‌های که در فعالیت‌های یک سازمان می‌تواند دخیل باشد و به سازمان در به دست آوردن قابلیت‌های جدید، بهبود عملکرد خود، وارد شدن به کسب و کار جدید و ایجاد جریان درآمد جدید در هر دو بازارهای داخلی و خارجی کمک می‌کند، می‌داند (زانگ و همکاران^{۱۱}، ۲۰۰۸).

فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، نظامی مشترک از باورها، ارزش‌ها و هنجارهای اعضای یک سازمان است، که شامل ارزش‌گذاری به خلاقیت و نیز تحمل افراد خلاق می‌شود. بر مبنای این نوع فرهنگ، در هنگام روبرویی سازمان با مشکلات بقاء، عدم قطعیت محیطی و تهدید رقبا، نوآوری و خطرپذیری برای بهره‌برداری از فرصت‌ها، امری ضروری است. در میان پژوهشگرانی که در زمینه ادبیات فرهنگ سازمانی کارآفرینانه به پژوهش پرداخته‌اند، می‌توان به افرادی چون: موریس، کورنوال و پرلمن، وینزلو، اکوال و ساته اشاره کرد (زاللی و همکاران، ۱۳۹۲).

هیسریچ و همکاران (۲۰۰۵)، دو فرهنگ سستی و کارآفرینانه را تفکیک کردند. آن‌ها معتقدند که این دو فرهنگ کاملاً متفاوت‌اند. مؤلفه‌های فرهنگ سستی عبارت‌اند از پایبندی به دستورها، اشتباه نکردن، عدم پذیرش شکست، نفی ابتکاری انجام کارها، منتظر دستورالعمل بودن و در محدوده کاری خود حرکت کردن. این محیط محدود کننده و مانع خلاقیت و انعطاف‌پذیری، استقلال و خطرپذیری و مغایر با اصول کارآفرینی است. در مقابل فرهنگ کارآفرینانه تسهیل کننده محیطی است که در آن ابتکار عمل، طرح پیشنهاد، آزمایش و تجربه، ایجاد و توسعه، مسئولیت و مالکیت تشویق می‌شود. فرهنگ کارآفرینانه بر خلاف فرهنگ سستی، که دارای ساختاری سلسله مراتبی، خط‌مشی از پیش تعیین شده، نظام گزارش‌دهی، ساز و کارهای نظارت و کنترل است، ساختاری مسطح با شبکه‌ای از تیم‌ها، حمایت‌کننده‌گان و مشاوران، رابطه کاری نزدیک، اعتماد و وظایف مورد علاقه است (زارعی‌متین و همکاران، ۱۳۹۲). وینزلو بیان می‌کند که یک فرهنگ کارآفرینانه شش ویژگی معین و مشخص دارد، که اساساً شامل موارد ذیل است (قناتی و همکاران، ۱۳۸۹):

۱- احساس‌ها، هیجان و برانگیختگی، ۲- توجه و نگرانی نسبت به محصولات و مشتریان، بیش از تاکید بر سیاست‌ها و خط‌مشی‌های شخصی، مالی و موضوع‌های قانونی، ۳- تمرکز بر این که کار حتماً انجام شود، ۴- خودانگیختگی، تجربه کردن و روحیه‌ی اعتماد بنفس، ۵- اعتماد رهبران به شایستگی و قابلیت افراد و ۶- رفتار افراد به نحوی است که فردی که خود را وقف ایجاد و حل مشکلات می‌کند، جسور، مورد سؤال، طرفدار جدل، سنت‌شکن، گستاخ و تجربه طلب به نظر می‌رسد. هم‌چنین وینسلو اضافه می‌کند که در فرهنگ کارآفرینانه رفتار گستاخانه هم اتفاق می‌افتد و هم اجازه اتفاق افتادن به آن داده می‌شود.

از دیگر چارچوب‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، چارچوبی است که توسط مک‌گوایر (۲۰۰۳)، ارائه شده

است، او برای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه ده بُعد یا مؤلفه بیان کرده است، که این ده بُعد شامل موارد ذیل می‌باشد:

- ۱- بی باکی، ۲- تحمل انحرافات نوآوری، ۳- سلطه‌جویی، ۴- ارزشمندی کار، ۵- ریسک‌پذیری، ۶- ارتباط باز، ۷- تشریک مساعی، ۸- پیشگامی، ۹- آزادی بیان- و ۱۰- شادی در محیط کار (مک‌گوایر^{۱۶}، ۲۰۰۳).

رفتار شهروندی سازمانی

مفهوم رفتار شهروندی سازمانی نیز از ادراک رفتار فرانتش کاتز (۱۹۶۴) نشأت می‌گیرد که برای اولین بار توسط ارگان (۱۹۷۷) معرفی شد، وی رفتار شهروندی سازمانی را به عنوان رفتار اختیاری و داوطلبانه‌ای تعریف کرد که مستقیماً و به طور آشکار بوسیله سیستم رسمی پاداش شناسائی نمی‌شود، و در مجموع کارکرد و اثربخشی سازمان را ارتقاء می‌بخشد. بسیاری از محققین اثر قابل توجه رفتار شهروندی سازمانی را بر موفقیت سازمان تصدیق می‌کنند. به دلیل این که سازمان‌ها نمی‌توانند از طریق شرح شغل‌های رسمی طیف کاملی از رفتارهای مورد نیاز برای دستیابی به اهداف سازمانی را پیش‌بینی نمایند، برخی از محققین معتقدند که رفتارهای شهروندی سازمانی برای سازمان دارای اهمیت بسیاری هستند. عملکرد تعریف شده، هم‌چنان که بوسیله نقش‌های وظیفه‌ای تجویز شده، ضروری است اما برای پیش‌گویی اثربخشی کافی نیست (بوگلر و سومچ^{۱۷}، ۲۰۰۴؛ پودساکاف و همکاران^{۱۸}، ۲۰۰۰؛ آکفلت و کت^{۱۹}، ۲۰۰۵؛ ون‌دین و همکاران^{۲۰}، ۱۹۹۴).

بولینو و همکاران (۲۰۰۲) رفتار شهروندی سازمانی را به عنوان میل و انگیزه کارکنان در فراتر رفتن از الزامات رسمی شغل به منظور یاری کردن یکدیگر، همسو کردن منافع فردی با منافع سازمانی و داشتن علاقه‌ای واقعی نسبت به فعالیت‌ها و مأموریت‌های کلی سازمان تعریف کرده‌اند. آنان بر این عقیده هستند که رفتارهای شهروندی به طور کلی دارای دو خصیصه عمومی هستند: اولاً آن‌ها به طور مستقیم قابل تقویت نیستند (به عنوان مثال، نیازی

نیست که آن‌ها از جنبه فنی بخشی از شغل یک فرد باشند) و ثانیاً آن‌ها ناشی از تلاش‌های ویژه و فوق‌العاده‌ای هستند که سازمان به منظور دست‌یابی به موفقیت، از کارکنانش انتظار دارد (صمدی و همکاران، ۱۳۹۴؛ آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۲، الف). این مجموعه رفتارها از طریق ترغیب عملکرد سازمانی مؤثر و کارآمد باعث ارتقای سطح عملکرد سازمانی می‌شوند (آکفلت و کت، ۲۰۰۵). به دلیل این که رفتار در سازمان‌ها محدود به شرح شغل‌های رسمی یا انتظارات شغلی رسمی محدود نیست، شغل‌ها، نقش‌ها و رفتارها هم‌معنی نیستند. ون‌دین، کامینگز و مک‌لین پارکس (۱۹۹۵) «رفتار فرانتش (ERB) را به عنوان رفتاری تعریف کرده‌اند که به سازمان سود می‌رساند و یا قصد دارد که به سازمان سود برساند، رفتار فرانتش رفتاری است که دل‌بخواهی بوده و از انتظارات موجود نقش فراتر می‌رود (ون‌دین و همکاران^{۲۱}، ۱۹۹۵). رفتار شهروندی برای هر سازمانی مطلوب است، چرا که با متغیرهای سازمانی هم‌چون رضایت شغلی، نگهداری سیستم و بهره‌وری سازمانی ارتباط دارد. نتایج مطالعات نشان داده است که همه مدیران می‌توانند رفتار شهروندی سازمانی را با ایجاد یا بهبود محیط کاری مثبت پرورش دهند، بجای آن‌که متوسل به زور یا اجبار شوند، به فرآیند انتخاب، استخدام یا جامعه‌پذیری اتکا نمایند (مقیم، ۱۳۸۴).

گراهام (۱۹۹۱)، با به کار بردن دیدگاه تئوریک خود که مبتنی بر فلسفه سیاسی و تئوری مدرن علوم سیاسی بود، وی مطرح می‌کند که ما سه نوع رفتار شهروندی داریم:

- «اطاعت»؛ این واژه میل کارکنان به پذیرش و پیروی کردن از قوانین، مقررات و رویه‌های سازمانی را توصیف می‌کند.

- «وفاداری»؛ میل کارکنان به فداکاری و قربانی کردن منافع شخصی در راه منافع سازمانی و حمایت و دفاع از سازمان را توضیح می‌دهد.

- «مشارکت»؛ میل کارکنان به درگیر شدن فعال در همه ابعاد زندگی سازمانی را توصیف می‌کند. ون‌دین و همکاران

(۱۹۹۴) در کار پژوهش نشان دادند که مشارکت به طور واقعی سه شکل دارد:

۱- مشارکت اجتماعی: این بعد از مشارکت درگیر بودن فعال کارکنان در امور شرکت و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی در سازمان را توصیف می‌کند (مثل حضور در جلسات غیر اجباری و محترم شمردن مسائل سازمانی و پا به پای آن حرکت کردن).

۲- مشارکت حمایتی: این بعد از مشارکت به میل کارکنان برای حضوری مؤثر و پررنگ در مباحث و جلسات سازمانی به منظور بهبود سازمان از طریق پیشنهاد دادن، ابداع و هم‌چنین تشویق کارکنان به بیان آزادانه عقائدها می‌پردازد.

۳- مشارکت عملی (وظیفه‌ای): این بعد، مشارکت کارکنان را که فراتر از استانداردهای مورد نیاز کاری است، توصیف می‌کند (به عنوان مثال قبول کردن داوطلبانه تکالیف اضافی، کار کردن تا دیر وقت برای اتمام طرح‌های مهم و ... (یعقوبی و همکاران، ۱۳۸۹).

بر این اساس می‌توان دریافت که رفتار شهروندی سازمانی موجب می‌شود کارکنان منافع گروهی و سازمانی را بر منافع فردی ترجیح دهند. به منظور تضمین کارآئی سازمانی، سازمان‌ها به مشارکت، سخاوتمندی، فداکاری و از خودگذشتگی، و گاه‌گاهی به تلاش‌های اضافی کارکنان نیاز دارند. از این رو کارهای ارادی کارکنان برای سازمان‌ها بسیار مهم است (ایلماز و تاشدان، ۲۰۰۹).

با وجود علاقه رو به رشد در زمینه تحقیقات رفتارهای شهروندی، بررسی‌ها از ادبیات در این زمینه، نشان از عدم اجماع در مورد ابعاد رفتار شهروندی سازمانی را می‌دهد. در واقع، بررسی‌ها از ادبیات رفتار شهروندی نشان می‌دهد که تقریباً ۳۰ شکل بالقوه مختلف از رفتار شهروندی شناسایی و تعریف شده است. با این حال، مقدار زیادی از هم‌پوشانی مفهومی بین این ابعاد ارائه شده، وجود دارد. با این حال می‌توان در تحقیقات محققان به هفت موضوع یا بُعد مشترک رسید:

۱- رفتارهای کمکی، ۲- رفتارهای جوانمردی (ورزش کاری)، ۳- وفاداری سازمانی، ۴- پذیرش (تعهد) سازمانی، ۵- ابتکار

(نوآوری) فردی، ۶- رفتار مدنی و ۷- توسعه فردی (بودساکاف و همکاران، ۲۰۰۰).

همان‌گونه که بیان شد، رفتار شهروندی سازمانی متناسب به ابعاد متعددی است، اما ارگان پنج بُعد یا مولفه برای آن ذکر کرده است: نوع‌دوستی، وظیفه‌شناسی (که به اطاعت و اجابت تعمیم یافته" نیز مصطلح است)، جوانمردی، تواضع، و عفت (ادب) اجتماعی (اورگان، ۲۰۰۳، ۱۹۸۸، ۱۹۹۰؛ اورگان و کونوسکی، ۲۰۰۴، ۱۹۸۹)؛ اطاعت و فرمانبرداری، وفاداری، و انواع متعدد مشارکت (ون‌دین و همکاران، ۱۹۹۴)؛ و کمک کردن و ادا کردن (لی‌پین و ون‌دین، ۲۰۰۳، ۱۹۹۸؛ استمپر و ون‌دین، ۲۰۰۳). اسمیت و همکاران (۱۹۸۳) مقیاسی دو بُعدی از رفتار شهروندی را بیان کردند (نوع‌دوستی و اجابت) که از طریق ارائه نوع‌دوستی به عنوان رفتار شهروندی فردی، و ارائه اجابت به عنوان رفتار شهروندی سازمانی، به وضوح رفتار شهروندی مورد هدف در سازمان و شهروندی مورد هدف در فرد را از هم متمایز ساخته‌اند (اسمیت و همکاران، ۱۹۸۳).

پیشینه تجربی پژوهش

در مورد پیشینه تجربی پژوهش، باید اشاره کرد که ارتباط میان این دو متغیر مهم سازمانی در تحقیقات انجام شده در بستر اقتصاد و رفتار سازمانی، مورد کم توجهی قرار گرفته است، با این حال در این مجال به ارائه نتایج برخی از این تحقیقات پرداخته می‌شود:

قناتی و همکاران (۱۳۸۹)، به بررسی وضعیت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در دانشگاه تهران پرداختند و نتایج حاصل نشان داد که تنها دو بُعد تفریح و سرگرمی و ارزشمندی کار از ده بُعد مورد بررسی، در وضعیت مطلوبی قرار داشتند، اما سایر ابعاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه شامل: جسارت، تحمل انحراف خلاق، آینده‌نگری جسورانه، خطرپذیری، ارتباط باز، همکاری و تشریک مساعی، نوآوری پیش گام، تحمل شنیدن اظهارنظرهای مخالف در وضعیتی نامطلوب قرار داشتند. کردنائیج و همکاران (۱۳۸۸)، در مقاله‌ای با عنوان بررسی رابطه بین

عناصر ساختار سازمانی و فرهنگ کارآفرینانه در دانشگاه تهران، دریافتند که میان تمام عناصر ساختار سازمانی و فرهنگ کارآفرینانه ارتباط معنی داری وجود دارد.

مقیم (۱۳۸۵)، در مقاله‌ای با عنوان «بررسی ارتباط رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌های دولتی»، با قرار دادن نمونه‌ای ۱۱۰ نفره از مدیران ستاد مرکزی وزارت نیرو، دریافت که میان رفتار شهروندی و مؤلفه‌های آن با فرهنگ کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی دار وجود دارد.

زی‌هیری و همکاران^{۲۸} (۲۰۱۲)، در مقاله‌ای به بررسی ارتباط میان کارآفرینی سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی، در شرکت‌های کوچک و متوسط کشور ترکیه و با قرار دادن نمونه‌ای ۳۷۵ نفره، بیان کردند که میان این متغیرها ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد. دیزگاه و همکاران^{۲۹} (۲۰۱۱)، نیز در پژوهشی که با عنوان «عملکرد بالای منابع انسانی و کارآفرینی سازمانی: نقش واسطه‌ای رفتار شهروندی سازمانی و عدالت رویه‌ای» به انجام رساندند، دریافتند که شیوه‌های منابع انسانی با عملکرد بالا رابطه مثبتی با کارآفرینی سازمانی شرکت‌ها دارد و این رابطه توسط رفتار شهروندی سازمانی و عدالت رویه‌ای تعدیل می‌شود (نقش واسطه‌ای دارند).

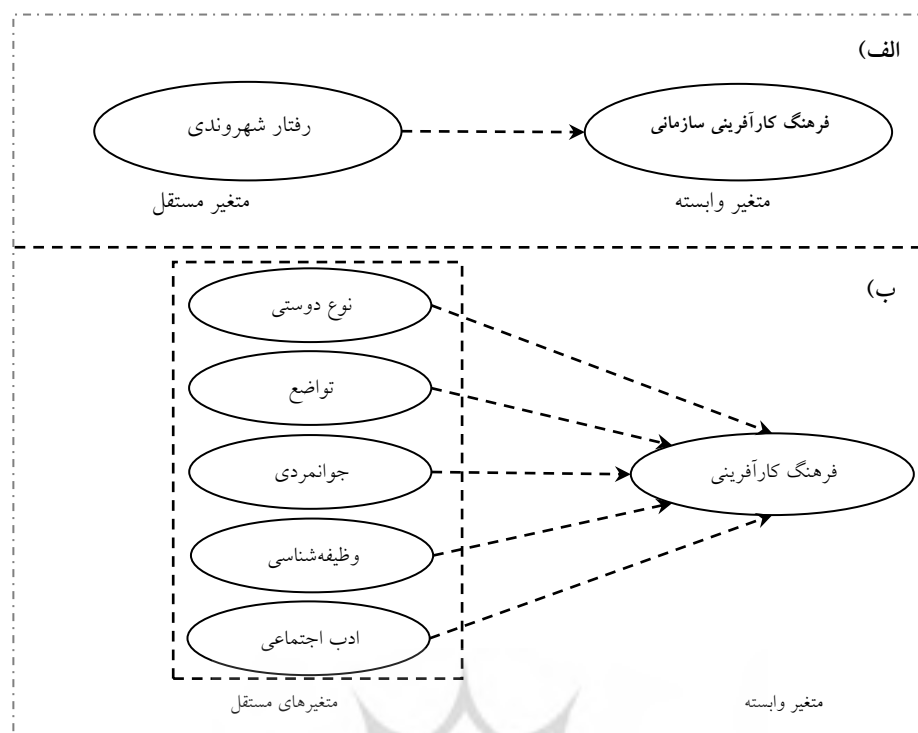
ژانگ و همکاران^{۳۰} (۲۰۰۸)، در پژوهشی با تمرکز بر نقش واسطه‌ای رفتار شهروندی سازمانی به بررسی نقش اقدامات منابع انسانی با عملکرد خوب بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های کوچک و متوسط، پرداختند، آن‌ها با مطالعه در یک نمونه از ۱۳۹ شرکت بیوتکنولوژی کوچک تا متوسط در صنعت داروسازی، دریافتند که روش‌های منابع انسانی با عملکرد بالا به طور مثبت با کارآفرینی سازمانی در ارتباط است، هم‌چنین رفتار شهروندی کارکنان نیز دارای رابطه‌ای واسطه‌ای و مثبت با کارآفرینی سازمانی است.

بوگلر و سامیچ (۲۰۰۴) به بررسی رابطه میان توانمندسازی، تعهد سازمانی، تعهد حرفه‌ای و رفتار

شهروندی سازمانی معلمان در مدارس پرداخته و در گزارش خود بیان کردند که میان توانمندسازی، تعهد سازمانی، تعهد حرفه‌ای و رفتار شهروندی سازمانی معلمان رابطه‌ای مثبت و معنی داری وجود دارد. مورمن و همکاران^{۳۱} (۱۹۹۸) تحقیق را با عنوان «آیا حمایت سازمانی ادراک شده در ارتباط میان عدالت رویه‌ای و رفتار شهروندی سازمانی میانجی‌گری می‌کند؟» به انجام رساندند. هدف مؤلفین از تحقیق، بیان چگونگی تأثیر عدالت رویه‌ای بر رفتار شهروندی سازمانی بود. یافته‌های تحقیق مزبور حاکی از آن بود که عدالت سازمانی با حمایت سازمانی ادراک شده و کمک‌های بین فردی ارتباط مثبت و معنی داری داشته است.

مدل مفهومی و سؤالات پژوهش

همان‌گونه که در ادبیات نظری و تجربی تحقیق بیان شد، با توجه به انجام پژوهش‌های فراوان در حوزه رفتار شهروندی سازمانی (پودساکاف و همکاران، ۲۰۰۰؛ اکفلت و کت، ۲۰۰۵؛ ون‌دین و همکاران، ۱۹۹۴؛ ترنسیسید^{۳۲}، ۲۰۰۱؛ گراهام، ۱۹۹۱؛ انشر و همکاران^{۳۳}، ۲۰۰۱؛ احمدی و همکاران، ۱۳۹۱)، و کارآفرینی سازمانی (آنتونیچ و هسریچ، ۲۰۰۱؛ آنتونیچ و زورن، ۲۰۰۴؛ بهاردواج و همکاران، ۲۰۰۵؛ پوستیگو^{۳۴}، ۲۰۰۲)، تاکنون پژوهش‌های بسیار اندکی به بررسی ارتباط میان رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی پرداخته‌اند (زی‌هیری و همکاران، ۲۰۱۲؛ دیزگاه و همکاران، ۲۰۱۱؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۰۸؛ مقیم، ۱۳۸۵). ولی این پژوهش در نظر دارد تا به بررسی اثرات رفتار شهروندی سازمانی و مؤلفه‌های آن به عنوان متغیر مستقل بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی به عنوان متغیر اصلی و وابسته در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران بپردازد. بنابراین، مدل مفهومی تحقیق به شکل ذیل ارائه شده، و در واقع این مدل بیان‌گر روابط میان متغیرها در این پژوهش می‌باشد.



شکل ۱- ترسیم چارچوب مفهومی تحقیق

تحقیق ۲۳۸ نفر بوده‌اند. براساس فرمول نمونه‌گیری کوکران، نمونه آماری تحقیق حاضر برابر با ۱۴۷ نفر از کارکنان بوده که با روش‌های نمونه‌گیری تصادفی ساده بعنوان نمونه آماری انتخاب شدند، که پرسشنامه‌ها در میان آن‌ها توزیع شده و در نهایت تعداد ۱۲۶ پرسشنامه مناسب تجزیه و تحلیل آماری جمع‌آوری شده است.

در این تحقیق ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده است، هم‌چنین در طراحی سوال‌های پرسشنامه دقت لازم بعمل آمده است تا سؤالات از سادگی و وضوح کافی برخوردار و متناسب با محیط کاری کارکنان باشند. پرسشنامه تحقیق در مجموع شامل ۴۱ سوال با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت است. برای سنجش رفتار شهروندی سازمانی از پرسشنامه استاندارد نیهوف و مورمن (۱۹۹۳)، استفاده گردیده که ۲۰ سوال از پرسشنامه را به خود اختصاص داده (نوع دوستی، تواضع، جوانمردی، وظیفه‌شناسی و ادب اجتماعی)، هم‌چنین برای سنجش فرهنگ کارآفرینی سازمانی از پرسشنامه محقق ساخته، که در آن ۲۱ گویه قرار دارد، استفاده شده است.

حال در این مجال، پس از ارائه پیشینه تجربی، نظری و مدل مفهومی پژوهش، سوالات تحقیق که شامل یک سوال اصلی و پنج سوال فرعی است، ارائه می‌شوند:

سوال اصلی: آیا میان رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد؟

سوالات فرعی: آیا میان مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد؟

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی-تحلیلی می‌باشد. روش تحقیق پیمایشی است که برای گردآوری اطلاعات در زمینه ادبیات نظری و تجربی موضوع، از منابع کتابخانه‌ای و مقالات، هم‌چنین به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق کارکنان بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران را شامل می‌شود که در زمان

در این پژوهش از روش‌های مختلف آماری برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. برای تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات تحقیق از روش‌های آمار استنباطی، بخصوص مدل معادلات ساختاری و تکنیک تحلیل مسیر استفاده شده است. نرم‌افزارهای مورد استفاده در پژوهش SPSSwin16 و LISREL8.50 بوده است.

یافته‌های پژوهش

همبستگی میان متغیرها

در آزمون همبستگی و ارتباط متغیرها مشخص شد، که تمام سوالات تحقیق تأیید می‌شود. این بدان معنی است که بین رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی ($P=0.00 < \alpha=0.05$)، نوع دوستی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی، بین تواضع و فرهنگ کارآفرینی سازمانی، بین جوانمردی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی، بین وظیفه‌شناسی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی و بین آداب اجتماعی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ($P=0.00 < \alpha=0.05$). جدول (۱) نتایج مربوط به این بررسی‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱- ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱ رفتار شهروندی سازمانی	۱					
۲ نوع دوستی	۰,۵۵۲**	۱				
۳ تواضع	۰,۶۸۳**	۰,۲۸۱**	۱			
۴ جوانمردی	۰,۷۰۱**	۰,۴۹۷**	۰,۴۱۵**	۱		
۵ وظیفه‌شناسی	۰,۷۱۰**	۰,۳۶۷**	۰,۵۵۸**	۰,۴۳۹**	۱	
۶ ادب اجتماعی	۰,۶۶۴**	۰,۲۹۷**	۰,۴۴۰**	۰,۶۹۱**	۰,۳۵۱**	۱
۷ فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰,۳۵۲**	۰,۴۱۲**	۰,۲۷۱**	۰,۳۴۰**	۰,۳۱۷**	۰,۳۳۸**

**Correlation is significant at the 0.01. *Correlation is significant at the 0.05.

تجزیه و تحلیل چند متغیره به یک سری روش‌های تجزیه و تحلیلی اطلاق می‌گردند که ویژگی اصلی آن‌ها، تجزیه و تحلیل هم‌زمان k متغیر مستقل و n متغیر وابسته است. این روش، یک ترکیبی پیچیده از ریاضی و آمار است که می‌خواهد از روش‌هایی هم‌چون: تجزیه و تحلیل عاملی

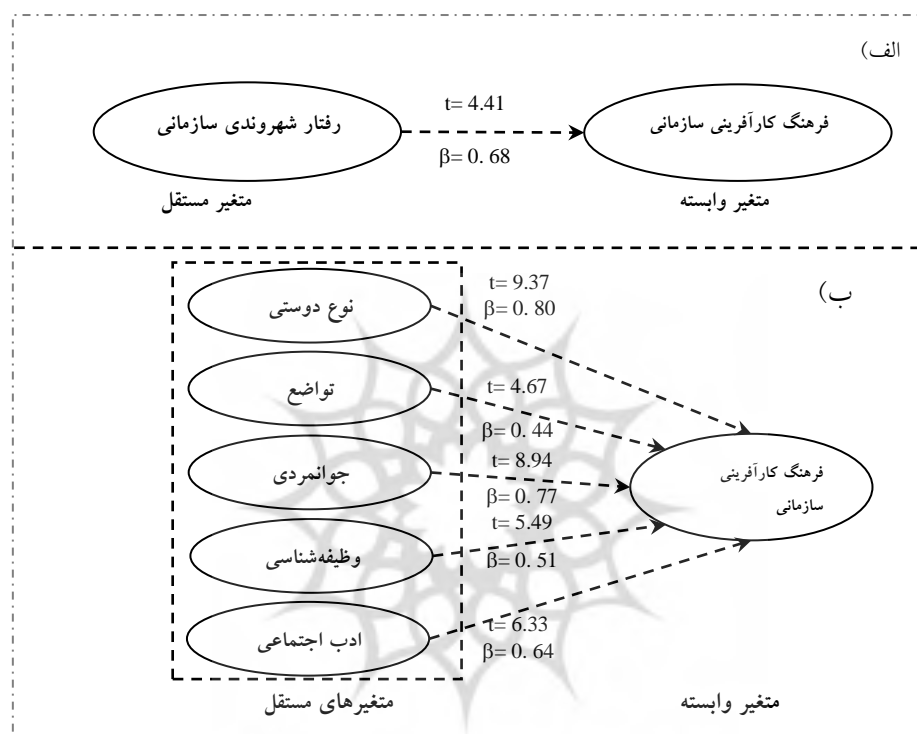
باید اشاره کرد که برای تعیین روایی؛ این پرسشنامه‌ها مورد سنجش سازه و تحلیل عاملی تأییدی قرار گرفته است، یعنی شاخص GFI که بعنوان یکی از معیارهای سنجش روایی است (هایر و همکاران^{۳۵}، ۱۹۹۸)، در این تحقیق بیشتر از ۰,۹۰ بدست آمده است. هم‌چنین پرسشنامه‌ها ابتدا در اختیار اساتید، خبرگان کارآفرینی و رفتار سازمانی قرار گرفت و نظرات اصلاحی آن‌ها نیز اخذ و از مرتبط بودن سؤالات با توجه به جامعه آماری مورد مطالعه اطمینان حاصل شد. آنگاه پرسشنامه نهایی برای جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. برای تعیین میزان اعتماد و یا پایایی این پرسشنامه‌ها از نرم‌افزار SPSS و آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است (پترسون و همکاران^{۳۶}، ۱۹۹۴؛ ون‌دون و فری^{۳۷}، ۱۹۷۹). ولی با این حال میزان آلفای محاسبه شده برای کل پرسشنامه‌ها ۰,۹۱ و برای پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی عدد ۰,۸۸ و پرسشنامه فرهنگ کارآفرینی سازمانی عدد ۰,۸۵ بدست آمد. این اعداد مؤید آن است که پرسشنامه از قابلیت اعتماد بالایی برخوردار بوده و این طرح از لحاظ علمی پذیرفته است.

مدل معادلات ساختاری

یکی از مناسب‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل در مطالعات علوم رفتاری و اجتماعی، تجزیه و تحلیل چند متغیره است، زیرا ماهیت این گونه مطالعات چند متغیره بوده و نمی‌توان آن‌ها را با شیوه دو متغیره حل نمود.

تأیید الگوی ساختاری در یک نمونه تأییدی و برای تجزیه و تحلیل الگوهای جایگزین/رقیب مورد استفاده قرار می‌گیرد (ویرا^{۳۸}، ۲۰۱۱). در این قسمت نیز اقدام به آزمون فرضیات تحقیق در رابطه با تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی گردید. در ذیل مدل در حالت تخمین استاندارد (ضرایب استاندارد) و ضرایب معناداری (عدد معناداری) ارائه شده است.

(روش‌های برای تلخیص داده‌ها)، رگرسیون چند متغیره، و تحلیل مسیر برای تجزیه و تحلیل یک پدیده پیچیده‌ای که در قالب یک سیستم پیچیده نیز هستند، استفاده کند. بعد از ارزیابی و اطمینان از صحت مدل‌های اندازه‌گیری، آزمون الگوی ساختاری نیز به همراه SEM، که به عنوان یک ارزیابی تأییدی از اعتبار قانونی به کار می‌رود، در این پژوهش استفاده شده است. SEM برای



شکل ۲- معادلات ساختاری روابط بین متغیرهای اصلی تحقیق

شاخص‌های برازندگی ذیل برای این تجزیه و تحلیل انتخاب شده‌اند (بامگارثر و هامبورگ^{۳۹}، ۱۹۹۶؛ پینگ^{۴۰}، ۲۰۰۴). چهار تا از این شاخص‌ها کاملاً شاخص‌های برازندگی هستند که برازش کلی الگو به داده‌ها را برای الگوهای ساختاری و سنجشی با یکدیگر مورد ارزیابی قرار می‌دهند (ژورسکوگ و سوربوم^{۴۱}، ۱۹۹۳). آزمون نیکویی برازش آماره مجذور کای (χ^2)، از دیگر شاخص مناسب در نرم‌افزار لیزرل، نسبت مجذور کای به درجه‌های آزادی (χ^2/df)، که هرچه کوچک‌تر از ۳ باشد مدل دارای برازش (تناسب) بهتری است، ریشه میانگین مجذور خطای تقریبی (RMSEA)، شاخص

نیکویی برازش (GFI)، و شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده (AGFI)؛ (ویرا، ۲۰۱۱). در حقیقت دو شاخص باقیمانده شاخص‌های برازندگی تدریجی هستند و به این معنی است که آن‌ها الگوی هدف و مورد نظر را با برازندگی یک الگوی خط صفر یا خط مبدأ مقایسه می‌کنند، به طور معمول با الگویی که در آن همه متغیرهای مشاهده شده که به منظور ناهمبسته بودن مفروض هستند، مقایسه می‌کنند (بامگارثر و هامبورگ، ۱۹۹۶): شاخص برازندگی مقایسه‌ای (CFI)، و شاخص برازش غیرنرمال (NNFI).

نیکویی برازش (GFI)، و شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده (AGFI)؛ (ویرا، ۲۰۱۱). در حقیقت دو شاخص باقیمانده شاخص‌های برازندگی تدریجی هستند و به این معنی است که آن‌ها الگوی هدف و مورد نظر را با برازندگی یک الگوی خط صفر یا خط مبدأ مقایسه می‌کنند، به طور معمول با الگویی که در آن همه متغیرهای مشاهده شده که به منظور ناهمبسته بودن مفروض هستند، مقایسه می‌کنند (بامگارثر و هامبورگ، ۱۹۹۶): شاخص برازندگی مقایسه‌ای (CFI)، و شاخص برازش غیرنرمال (NNFI).

جدول ۲- شاخص‌های برازش مدل ساختاری

شاخص‌ها	نام کامل	مقدار قابل اتکاء
χ^2/df	ChiSquare Divided to Degrees of Freedom	$\chi^2/df < 3$
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation	$RMSEA \leq 0.10$
NNFI	Non-Normed Fit Index	$NNFI > 0.9$
NFI	Normed Fit Index	$NFI > 0.9$
AGFI	Adjusted Goodness of Fit Index	$AGFI > 0.9$
GFI	Goodness of Fit Index	$GFI > 0.9$
CFI	Comparative Fit Index	$CFI > 0.9$
IFI	Incremental Fit Index	$IFI > 0.9$

نتایج بدست آمده از تحلیل مسیر در قالب مدل معادلات ساختاری در نمودار ۲ نمایش داده شده است. ضرایب مسیر استاندارد شده نشان داده شده در شکل، بیانگر قوت روابط بین متغیر مستقل و وابسته در مدل می‌باشند. براساس نتایج تحقیق، مقدار ضریب مسیر برای دو متغیر مکنون رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی مقدار بالایی را نشان می‌دهد، هم‌چنین دارای مقدار t از ۱٫۹۶؛ (۴٫۴۱)، بوده است. از این رو، می‌توان بیان داشت که رفتار شهروندی سازمانی بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی اثر معنی‌داری دارد. هم‌چنین از آنجایی که مقدار این ضریب مثبت می‌باشد، بنابراین تاثیر رفتار شهروندی سازمانی به گونه‌ای است که سبب تقویت و توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی می‌شود.

در تحقیق حاضر برای مدل رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی $RMSEA = 0.085$ ، $GFI = 0.93$ ، $AGFI = 0.86$ ، $NFI = 0.93$ و $NNFI = 0.95$ بوده است، لذا مدل تحقیق دارای برازندگی لازم و کلیت آن مورد تأیید است، چرا که $RMSEA$ کمتر از ۰٫۱۰ و GFI ، CFI ، IFI نیز بیشتر از ۰٫۹۰ بوده. مقادیر به‌دست آمده نشان می‌دهد، که مدل مفهومی تحقیق از برازش خوبی برخوردار است. با توجه به این که میانگین مجذورخطاهای مدل (۰٫۰۸۵) کوچک‌تر از ۰٫۱۰ است و هم‌چنین χ^2/df (۱٫۸۹) نیز کوچک‌تر از ۳ است، در نتیجه مدل دارای برازش بالایی می‌باشد و نشان دهنده آن است که روابط تنظیم شده متغیرها براساس چارچوب نظری تحقیق منطقی بوده است.

جدول ۳- ضرائب استاندارد و معنی‌داری مرتبط با مدل نهایی پژوهش

مسیر ارتباط	ضریب استاندارد	اعداد معناداری	نتیجه
رفتار شهروندی سازمانی ← فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰/۶۸	۴/۴۱	تایید فرضیه
نوع دوستی ← فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰/۸۰	۹/۳۷	تایید فرضیه
وظیفه‌شناسی ← فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰/۴۴	۴/۶۷	تایید فرضیه
جوانمردی ← فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰/۷۷	۸/۹۴	تایید فرضیه
تواضع ← فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰/۵۱	۵/۴۹	تایید فرضیه
عفت اجتماعی ← فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰/۶۴	۶/۳۳	تایید فرضیه

وظیفه‌شناسی و ادب اجتماعی)، از آزمون تی استیودنت برای آزمون میانگین یک‌طرفه استفاده شد ($\alpha = 0.05$)، و عدد ۳ به خاطر پنج گزینه‌ای بودن پرسشنامه حد وسط در نظر گرفته شده، که نتایج حاصله در غالب جدول ذیل قابل مشاهده است.

بررسی وضعیت فرهنگ کارآفرینی سازمانی

برای بررسی وضعیت فرهنگ کارآفرینی سازمانی، یا به عبارتی ارزیابی متغیرها (رفتار شهروندی سازمانی و مؤلفه‌های آن، شامل: نوع دوستی، تواضع، جوانمردی،

جدول ۴- بررسی وضعیت متغیرهای پژوهش

مقدار آزمون (test value =3)						
فاصله اطمینان ۹۵ درصد			Sig	df	آماره T	متغیرها
مطلوبیت	حد پایین	حد بالا				
تائید	۰/۳۳	۰/۴۹	۰/۰۰۰	۱۲۵	۹/۸۲	نوع دوستی
تائید	۰/۳۱	۰/۵۵	۰/۰۰۰	۱۲۵	۷/۲۴	تواضع
تائید	۰/۴۲	۰/۵۸	۰/۰۰۰	۱۲۵	۱۱/۸۷	جوانمردی
تائید	۰/۳۸	۰/۶۱	۰/۰۰۰	۱۲۵	۸/۳۲	وظیفه شناسی
تائید	۰/۵۳	۰/۶۸	۰/۰۰۰	۱۲۵	۱۵/۵۶	ادب اجتماعی
تائید	۰/۴۱	۰/۵۶	۰/۰۰۰	۱۲۵	۱۳/۱۶	رفتار شهروندی سازمانی

در گام نهایی به منظور رتبه بندی مؤلفه های مدل رفتار شهروندی سازمانی، از آزمون تحلیل واریانس فریدمن استفاده شده است. بر اساس جدول (۵)، عدد معنی داری مربوط به آزمون تحلیل واریانس فریدمن به طور تقریبی برابر با صفر بوده است، که از سطح خطای $(\alpha = 0,05)$ کمتر است. بنابراین می توان دریافت که تفاوت میانگین میان رتبه های مؤلفه های رفتار شهروندی سازمانی معنی دار است. اولویت مؤلفه ها در جدول (۵)، ارائه شده است. مؤلفه ادب اجتماعی بالاترین رتبه و مؤلفه نوع دوستی پایین ترین رتبه را به خود اختصاص داده اند.

با توجه به این که مقدار t محاسبه شده برای همه متغیرها بیشتر از $1/164-$ بوده، و از آنجایی که سطح معنی داری به دست آمده برای تمام ابعاد رفتار شهروندی سازمانی و کل رفتار شهروندی سازمانی کوچک تر از سطح خطا $(Sig=0/000 < 0/05)$ و در سطح اطمینان ۹۵ درصد می باشد، می توان دریافت که همه متغیرها در وضع مطلوبی قرار دارند.

رتبه بندی متغیرهای رفتار شهروندی سازمانی

جدول ۵- میانگین رتبه ها و اولویت بندی مؤلفه ها

ردیف	مؤلفه های رفتار شهروندی سازمانی	میانگین رتبه	اولویت متغیر	آماره ها
۱	نوع دوستی	۲,۷۷	پنجم	T=18,26; N=126; df=4; Sig=0,000
۲	تواضع	۲,۸۰	چهارم	
۳	جوانمردی	۳,۰۲	دوم	
۴	وظیفه شناسی	۲,۹۸	سوم	
۵	ادب اجتماعی	۳,۴۴	اول	

بحث و نتیجه گیری

سازمانی بر طبق مدل تحلیل مسیر ارائه شده بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی اثر مثبت و معنی داری دارد. بنابر آنچه که از نتایج مستفاد می گردد، سوال اصلی تحقیق مبنی بر وجود رابطه ی مثبت و معنی دار بین رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران، مورد تأیید قرار گرفت. به طور کلی می توان چنین نتیجه گیری نمود که در

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی تأثیر گذاری رفتار شهروندی سازمانی بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی و سنجش ارتباط میان ابعاد رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران است. نتایج حاصله از آزمون سوالات نشان داد، که رفتار شهروندی

بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران رفتار شهروندی سازمانی بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی در سازمان دارای اثری مثبت و نسبتاً قوی است. از این حیث نتایج بدست آمده از آزمون با تحقیقات ژانگ و همکاران (۲۰۰۸)، دیزگاه و همکاران (۲۰۱۱)، زی‌هیری و همکاران (۲۰۱۲)، و مقیمی (۱۳۸۵) مطابقت دارد.

با توجه به آزمون انجام شده، هر پنج بُعد رفتار شهروندی سازمانی (نوع دوستی، جوانمردی، وظیفه‌شناسی، تواضع و ادب اجتماعی)، نیز موجب بهبود وضعیت فرهنگ کارآفرینی سازمانی کارکنان می‌شود. بطور کلی، چنانچه رفتار شهروندی سازمانی (نوع دوستی، جوانمردی، وظیفه‌شناسی، تواضع و ادب اجتماعی)، کارکنان بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران بهبود یابد، فرهنگ کارآفرینی در سطح سازمان نیز به صورت مطلوبی بهبود خواهد یافت. نتایج بدست آمده از این آزمون با تحقیقات دیزگاه و همکاران (۲۰۱۱)، زی‌هیری و همکاران (۲۰۱۲)، و مقیمی (۱۳۸۵) همخوانی دارد.

این پژوهش علاوه بر این که شکاف نظری ارتباط میان رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی را پر می‌کند، می‌تواند کاربردهای را نیز برای سازمان‌ها داشته باشد، یعنی این که نتایج این پژوهش اهمیت رفتار شهروندی سازمانی را بر توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی برای مدیران سازمان آشکار سازد. باید اشاره کرد که امروزه مشتری‌مداری به عنوان یکی از شعارهای محوری در سازمان‌های کارآفرین تبدیل شده است، به گونه‌ای که محور توجه سازمان‌ها برای بقاء، سودآوری و رشد می‌باشد. ارتباط بالای رفتار شهروندی سازمانی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی گویای این واقعیت است، که تقویت رفتار شهروندی سازمانی موجب بارورتر شدن فرهنگ کارآفرینی سازمانی می‌شود.

در واقع کارکنان با رفتار شهروندی مترقی، در سازمان تلاش می‌کنند گام‌های ضروری را به منظور پیش‌گیری از وقوع مشکلات کاری همکاران خود در واحد سازمانی

بردارند و جلسات مشاوره مابین مدیران و کارکنان به منظور پیش‌گیری از وقوع مشکلات کاری برگزار کنند، رفتارهای مؤدبانه‌ای که مانع از ایجاد مشکل و مسأله در محیط کار و یا مشورت پیش از اقدام می‌شود و افرادی که در سازمان با احترام و تکریم با دیگران رفتار می‌کنند، دارای رفتار شهروندی مترقی هستند. از این رو می‌توان ارزش رفتار شهروندی سازمانی را در پیش‌برد اهداف سازمانی احساس کرد. بنابراین با نظر به نتایج حاصله از یافته‌های تحقیق، موارد ذیل به عنوان پیشنهادات مدیریتی برای توسعه وضعیت فرهنگ کارآفرینی سازمانی از طریق بهبود رفتار شهروندی سازمانی به مدیران پیشنهاد می‌شود:

۱- می‌توان دریافت که یکی از برنامه‌های اساسی برای ارتقاء سطح رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، می‌تواند طراحی نظام آموزشی منطبق با راهبردهای توسعه اخلاق و معنویت فردی و سازمانی در سطح سازمان باشد، که با برخورداری از این نظام مناسب توسعه اخلاقی نیز به رفتار شهروندی (به عنوان اخلاقیات درون سازمانی کارکنان) دست یافت، که افزایش رفتار شهروندی سازمانی نیز به نوبه خود منجر به توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی می‌شود.

۲- برقراری عدالت در قوانین و مقررات سازمانی، می‌تواند ابزاری برای افزایش رفتار شهروندی سازمانی کارکنان باشد، هم‌چون: آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها. ایجاد فضای آزادی بیان؛ با نظر سنجی از کارکنان در مورد ارزش‌های سازمانی، بیان عقاید و برگزاری نشست‌های صمیمانه و تشویق کارکنان.

۳- تجدیدنظر در ساختار سازمانی و حرکت به سوی عدم تمرکز و دخیل دادن کارکنان در امور تصمیم‌گیری، تشویق کارکنان به آگاهی از مسائل روز در مورد سازمان، و آموزش راه‌های افزایش وجهه و حسن شهرت برای سازمان و مدیران ارشد و برنامه‌ریزان، هم‌چنین در سطوح بالای سازمان بایستی یک فرهنگ بر مبنای ارزش‌های مشترک طراحی کنند، تا این ارزش‌ها و نگرش‌های مشترک در بین کارکنان باعث اطاعت از قوانین و مقررات سازمان حتی در

صورت عدم نظارت را پدید آورد، که بتوان با این نوع از رفتارهای مترقی سازمانی در نهایت به فرهنگ کارآفرینی سازمانی توسعه یافته رسید.

۴- مدیریت منابع انسانی در سازمان از طریق طراحی سیستم‌های ارزیابی عملکرد، برنامه‌های دقیق توسعه مدیریت، تنظیم سیستم‌های پرداخت منصفانه، طراحی اسباب و لوازم شغلی در جهت افزایش رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان، و کاربرد صحیح وظایف مدیریت منابع انسانی از قبیل: کارمندیابی، جذب، گزینش، توسعه تیم، طرح سازمانی، برنامه‌های مسیر پیشرفت شغلی، برنامه‌های پرداخت منعطف، سیستم‌های ارزیابی عملکرد و ایجاد زندگی کاری باکیفیت می‌تواند نقشی کلیدی و مهم در تشویق به رفتار شهروندی سازمانی ایفاء نماید؛ با وجود کارکنان راضی و متعهد که رفتارهای فراتر از سازمان خود بروز دهند، می‌توان در جهت نیل به کارآفرینی سازمانی گام برداشت.

در نهایت با توجه به اهمیت و نقش ابعاد رفتار شهروندی سازمانی بر توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی، پیشنهاد می‌گردد تا مدیران سازمان مفاهیم نوع‌دوستی، تواضع، جوانمردی، وظیفه‌شناسی و ادب اجتماعی را در برنامه‌ریزی‌های کلان سازمان مورد بررسی قرار دهند و در جهت توسعه این مفاهیم و متغیرها گام‌های علمی و عملی بردارند تا در نهایت به هدف نهایی سازمان که همان بهره‌وری کامل است دست یابند.

در انتها نیز موارد ذیل را می‌توان به عنوان پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده، در مورد موضوع تحقیق، عنوان کرد:

- ۱- آزمون تجربی در بررسی راه‌کار مناسب جهت تغییر دیدگاه‌های مدیران برای بکارگیری رفتار شهروندی سازمانی سازمانی برای ارتقاء فرهنگ کارآفرینی سازمانی در سازمان‌ها.
- ۲- بررسی راه‌های عملی جهت افزایش میزان رفتار شهروندی سازمانی.
- ۳- نحوه تغییر دیدگاه مدیران در ایجاد ساختاری مناسب جهت بهبود فرهنگ کارآفرینی سازمانی.
- ۴- بکارگیری متغیرهای دیگری برای بررسی

ارتباط و تاثیرگذاری آن‌ها بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی، مانند: مهارت‌های کارآفرینی، عوامل فردی و محیطی، ویژگی‌های سازمان یادگیرنده، سرمایه اجتماعی، اقدامات مدیریت راهبردی، عوامل سازمانی، ساختار سازمانی و

منابع

آقاجانی، حسن‌علی؛ صمدی میارکلائی، حسین و صمدی میارکلائی، حمزه (۱۳۹۲). ارتباط رفتار شهروندی سازمانی و توانمندسازی روانشناختی کارکنان، نشریه مدیریت دولتی.

آقاجانی، حسن‌علی؛ صمدی میارکلائی، حسین و صمدی میارکلائی، حمزه (۱۳۹۲). تبیین و بررسی اثربخشی دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زود بازده بر کارآفرینان زن، نشریه علمی و پژوهشی جامعه‌شناسی زنان دانشگاه آزاد واحد مرودشت.

آقاجانی، حسن‌علی؛ صمدی میارکلائی، حسین؛ خدابخشی، حسن و صمدی میارکلائی، حمزه (۱۳۹۲). تبیین و ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زود بازده بر کارآفرینان استان مازندران، نشریه علمی و پژوهشی پژوهشگر (مدیریت) دانشگاه آزاد واحد فیروزکوه.

آقاجانی، حسن‌علی؛ صمدی میارکلائی و حسین، صمدی میارکلائی، حمزه (۱۳۹۴). بررسی رابطه میان کارآفرینی سازمانی و ویژگی‌های سازمان یادگیرنده، فصلنامه علمی و پژوهشی فراسوی مدیریت (مدیریت بهره‌وری) دانشگاه آزاد واحد تبریز.

احمدی، فریدون؛ محمدی، اسفندیار و فرجی، بهیه (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی، مدیریت کیفیت جامع و عملکرد شرکت‌های صنعتی استان تهران، پژوهش‌های مدیریت عمومی.

زارعی متین، حسن؛ مقیمی، سیدمحمد و غفوریان، هادی (۱۳۹۲). تحلیل رابطه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و هوش عاطفی، مدیریت فرهنگ سازمانی.

کردنائیچ، اسدا...؛ مقیمی، سید محمد؛ قناتی، سوسن و یزدانی، حمیدرضا (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین عناصر ساختار سازمانی و فرهنگ کارآفرینانه در دانشگاه تهران، نشریه علمی و پژوهشی مدیریت دولتی.

یعقوبی، نورمحمد؛ مقدمی، مجید و کیخا، عالمه (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، نشریه مدیریت تحول.

مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۵). بررسی ارتباط رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌های دولتی، مدیریت فرهنگ سازمانی.

Ackfeldt, A L & Coote, L. V (2005). A study of organizational citizenship behaviors in a retail setting. *Journal of Business Research*.

Antončič, B & Hisrich, R D (2001). Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation, *Journal of Business Venturing*.

Antončič, B & Zorn, O (2004). The Mediating Role of Corporate Entrepreneurship in the Organizational Support-Performance Relationship: An Empirical Examination. *Managing Global Transitions*.

Bhardwaj, BR & Sushil & Momaya, K (2005). Corporate Entrepreneurship: Application of Moderator Method. *Singapore Management Review*.

Balthazard, P.A & Cooke, R.A & Potter, R.E (2006). Dysfunctional culture, dysfunctional organization: Capturing the behavioral norms that form organizational culture and drive performance. *Journal of Managerial Psychology*.

Bogler, R & Somech, A (2004). Influence of teacher empowerment on teachers' organizational commitment, professional commitment and organizational citizenship behavior in schools. *Teaching and Teacher Education*.

Baumgartner, H & Homburg, C (1996). Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: a review. *Int. J. Res. Mark.*

Dipaola, M.F & Hoy W.K (2005). Organizational Citizenship of Faculty and Achievement of High School Student. *The High School*.

زالی، محمدرضا، رضوی؛ مصطفی و محمدزاده، ناحید (۱۳۹۲). تبیین نقش فرهنگ کارآفرینی سازمانی بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه تهران، مدیریت بازرگانی.

صمدی میارکلائی، حسین؛ آقاجانی، حسنعلی و صمدی میارکلائی، حمزه (۱۳۹۴). تبیین نقش عدالت سازمانی و مؤلفه‌های آن بر توسعه رفتار شهروندی سازمانی کارکنان از طریق سیستم استتاج علی، نشریه علمی و پژوهشی پژوهش‌های مدیریت عمومی.

صمدی میارکلائی، حسین و صمدی میارکلائی، حمزه (۱۳۹۴). تبیین عوامل رفتاری مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی در جهت پیشبرد اهداف اقتصادی شیلات (مطالعه‌ای در شیلات استان مازندران)، فصلنامه بهره‌برداری و پرورش آبزیان.

صمدی میارکلائی، حسین؛ صمدی میارکلائی و حمزه، آقاجانی، حسن علی (۱۳۹۵). تبیین نقش سبک رهبری تحول آفرین بر فرهنگ سازمانی، نشریه علمی و پژوهشی مدیریت فرهنگ سازمانی دانشگاه تهران.

صمدی میارکلائی، حسین و صمدی میارکلائی، حمزه (۱۳۹۵). بررسی اثرات استرس (تئیدگی) شغلی بر بروز رفتار شهروندی سازمانی کارکنان در یک موسسه مالی اعتباری در استان مازندران، نشریه علمی و پژوهشی ارگونومی.

صمدی میارکلائی، حسین، صمدی میارکلائی، حمزه (۱۳۹۷). ارائه مدل شاخص‌های مؤثر بر توسعه دانشگاه کارآفرین با کاربرد روش‌های مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی، مجله آموزش مهندسی ایران.

قناتی، سمیرا، کردنائیچ، اسدا...، و یزدانی، حمیدرضا (۱۳۸۹). بررسی وضعیت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در دانشگاه تهران، نشریه توسعه کارآفرینیو

قلی‌پور، رحمتا...؛ صمدی میارکلائی، حسین و صمدی میارکلائی، حمزه (۱۳۹۴). مدل‌سازی ساختاری ارتباط میان رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان، پژوهش‌های روانشناختی در مدیریت.

organizational citizenship behavior. *Journal of Applied Psychology*.

Organ, D.W (1990). The motivational basis of organizational citizenship behavior. In B.M. Staw, & L.L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior*.

Peterson, R. A (1994). A meta-analysis of cronbach, s coefficient alpha, *Journal of consumer research*.

Peverelli, P.J & Song, J (2012). *Chinese Entrepreneurship: A Social Capital Approach*. Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg.

Podsakoff, P.M & MacKenzie, S.B & Paine, J.B & Bachrach, D.G (2000). Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research, *Journal of Management*.

Philip, P.J & Kumar, R & Choudhary, N (2012). Relationship between Organizational Citizenship Behavior and Organizational Justice at Work Place, *Proceeding Ninth AIMS International Conference on Management*.

Smith, C. A & Organ, D. W & Near, J. P (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents, *Journal of Applied Psychology*.

Stamper, C.L & Van Dyne, L (1999). Diversity at work: Do men and women differ in their organizational citizenship behavior? *Performance Improvement Quarterly*.

Sheridan, J.E (1992). Organizational Culture and Employee Retention, *Academy of Management Journal*.

Turnipseed, D (2001). Are good soldiers good? Exploring the link between organization citizenship behavior and personal ethics, *Journal of Business Research*.

Van Dyne, L & Graham, J.W & Dienesch, R.M (1994). Organizational citizenship behavior: Construct redefinition, measurement validation, *Academy of Management Journal*.

Van Dyne, L & Cummings, L.L & Parks, J.M (1995). Extra-role behaviors: In pursuit of construct and definitional clarity (A bridge over muddied waters). In L.L. Cummings & B.M. Staw (Eds.), *Research in Organizational Behavior*.

Van de ven, A & Ferry, D (1979). *Measuring and assessing organizations*. John Wiley, New York.

Ensher, E. A & Grant-Vallone, E. J & Donaldson, S. I (2001). Effects of perceived discrimination on job satisfaction, organizational commitment, organizational citizenship behavior, and grievances. *Human Resource Development*.

Graham, J.W (1991). *An Essay on Organizational Citizenship Behavior*. Employee Responsibilities and Rights Journal.

Goffee, R & Jones, G (1996). What holds a modern company together? *Harvard Business Review*.

Hair, J.F & Anderson, R.E & Tatham, R.L & Black, W.C (1998). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall. Upper Saddle River, NJ.

Jöreskog, K. G & Sörbom, D (1993). *LISREL 8: User's guide*. Chicago: Scientific Software.

LePine, J.A & Van Dyne, L (1998). Predicting Voice Behavior in Work Groups. *Journal of Applied Psychology*.

Markoczy, L & Xin, K (2004). *The Virtues of Omission In Organizational Citizenship Behavior*, University of California.

McGuire, S. J. J (2003). *Entrepreneurial Organizational Culture: Construct Definition and Instrument Development and Validation*. Dissertation. George Washington University.

Moorman, R.H (1991). Relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors: Do fairness perceptions influence employee citizenship? *Journal of Applied Psychology*.

MacIntosh, E & Doherty, A (2005). Leader intentions and employee perceptions of organizational culture in a private fitness corporation, *European Sport Management Quarterly*.

Niehoff, B.P & Moorman, R.H (1993). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring organization citizenship behavior, *academy of management journal*.

Obino Mokaya, S (2012). *Corporate Entrepreneurship and Organizational Performance: Theoretical Perspectives, Approaches and Outcomes*. *Journal of Arts and Commerce*.

Organ, D.W (1988). *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome*, Lexington Books, Lexington, MA.

Organ, D. W & Konovsky, M (1989). Cognitive versus affective determinants of

Vieira, A L (2011). *Interactive LISREL in Practice Getting Started with a SIMPLIS Approach*. University of Aveiro, Springer.

یادداشت

¹Antončič & Hisrich

²Antončič & Zorn

³Bhardwaj et al

⁴Dipaola & Hoy

⁵Markoczy & Xin

⁶Philip et al

⁷Balthazard et al

⁸Sheridan

⁹Goffee & Jones

¹⁰Macintosh & Doherty

¹¹Peveerelli & Song

¹²Adamana & Devine

¹³Nijkamp

¹⁴Obino Mokaya

¹⁵Zhang et al

¹⁶McGuire

¹⁷Bogler & Somech

¹⁸Podsakoff et al

¹⁹Ackfeldt & Coote

²⁰Van Dyne et al

²¹Van Dyne et al

²²Yilmaz & Tasdan

²³Organ

²⁴Organ & Konovsky

²⁵LePine & Van Dyne

²⁶Stamper & Van Dyne

²⁷Smith et al

²⁸Zehiri et al

²⁹Dizgah et al

³⁰Zhang et al

³¹Moorman et al

³²Turnipseed

³³Ensher et al

³⁴Postigo

³⁵Hair et al

³⁶Peterson

³⁷Van de ven & Ferry

³⁸Vieira

³⁹Baumgartner & Homburg

⁴⁰Ping

⁴¹Joreskog & Sorbom

