

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۴

## رابطه هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی

ذوالفقار رشیدی<sup>۱</sup>، سید حمید موسوی<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر، شناسایی رابطه هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد شهر تهران می‌باشد. روش تحقیق از نظر هدف توصیفی، از نظر گردآوری اطلاعات بصورت پیمایشی و از نظر تجزیه و تحلیل داده‌ها بصورت همبستگی صورت گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان شاغل در بانک مهر اقتصاد در شهر تهران به تعداد ۶۲۳ نفر می‌باشد که از طریق نمونه‌گیری تصادفی و مبتنی بر جدول مورگان، حجم نمونه‌ای به تعداد ۲۳۴ انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد هوش هیجانی شیرینگ، فرهنگ سازمانی دنیسون (۲۰۰۰) و رفتار شهروندی توره (۱۳۸۵) می‌باشند که روایی محتوایی و صوری توسط متخصصان و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۴ مورد تایید قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه وجود دارد و همچنین از ابعاد هوش هیجانی، بعد خودکنتری و بعد خودآگاهی به ترتیب بیشترین تأثیر را در رفتار شهروندی سازمانی دارند. نتایج همچنین حاکی از آن است که بین فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه وجود داشته و از ابعاد فرهنگ سازمانی، بعد همسانی بیشترین تأثیر را بر رفتار شهروندی سازمانی دارد. بر اساس یافته‌های پژوهش نتیجه‌گیری می‌شود که هر چه افراد از هوش هیجانی بیشتری در سازمان برخوردار باشند و فرهنگ سازمان نیز در سطح مطلوبی باشد، بروز رفتارهای شهروندی سازمانی در کارکنان افزایش پیدا می‌کند.

**کلید واژه:** هوش هیجانی، فرهنگ سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی

<sup>۱</sup> استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

z.rashidiv6@gmail.com

<sup>۲</sup> دانش آموخته کارشناسی ارشد، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی رودهن، رودهن، ایران

## **The relationship between emotional intelligence and organizational culture with organizational citizenship behavior**

The main goal of the current research is to identify the relationship between emotional intelligence and organizational culture with the organizational citizenship behavior of Mehr Eketsad Bank employees in Tehran. The research method has been done in terms of descriptive purpose, in terms of collecting information as a survey and in terms of data analysis as a correlation. The statistical population of this research includes all the employees working in Mehr Ekhtaz Bank in Tehran, numbering ۶۲۳ people, who were selected through random sampling and based on Morgan's table, a sample size of ۲۳۴. The data collection tools are Schering's standard emotional intelligence questionnaire, Dennison's organizational culture (۲۰۰۰) and Toure's citizenship behavior (۲۰۱۵), whose content and form validity were confirmed by experts and its reliability was confirmed with Cronbach's alpha coefficient of ۰,۹۴. The results show that there is a relationship between emotional intelligence and organizational citizenship behavior, and also, from the dimensions of emotional intelligence, self-control dimension and self-awareness dimension respectively have the greatest effect on organizational citizenship behavior. The results also indicate that there is a relationship between organizational culture and organizational citizenship behavior, and from the dimensions of organizational culture, the similarity dimension has the greatest impact on organizational citizenship behavior. Based on the findings of the research, it is concluded that the more people have emotional intelligence in the organization and the culture of the organization is at a favorable level, the incidence of organizational citizenship behaviors in employees increases.

**Keyword:** emotional intelligence: organizational culture:  
organizational citizenship behavior

## مقدمه و بیان مسئله

در فضای رقابتی، نیروی انسانی خود انگیخته، کارا و اثربخش یک مزیت رقابتی پایدار برای سازمان محسوب می شود که می تواند بقای سازمان را تضمین کند (کولیائی و همکاران، ۱۳۹۶). همچنین امروزه تمام تلاش مدیران در سازمان ها، در جهت کسب کارایی بیشتر با حفظ سلسله مراتب رسمی هر می سازمان است. به همین جهت مناسبات سطحی و غیرقابل اطمینان بین افراد وجود دارد. اما در نظام ارزشی - انسانی و دموکراتیک مناسباتی درست و قابل اطمینان در میان مردم به وجود می آید. در چنین محیطی به سازمان و اعضای آن فرصت داده می شود که تا حد توان پیش روند (زارع، ۱۳۸۳). به همین دلیل است که توجه به رفتار شهروندی سازمانی در نظام ارزشی - انسانی رو به افزایش است. کارکنان به عنوان افراد تشکیل دهنده اجتماعات بشری در سال های نه چندان دور مورد بی توجهی و بی مهری مدیران سازمان ها بوده اند. اما امروزه کارکنان به عنوان یکی از منابع بسیار مهم سازمان تلقی شده و رفتار آن ها نیز برای آنها و مدیران بسیار با اهمیت تلقی می شود (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۸۰). بر همین اساس، محققان زیادی درصددند تا رفتار شهروندی سازمانی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و عوامل اثرگذار بر آن را شناسایی نمایند.

در دنیای پرچالش کنونی، سازمان ها به منظور رقابت در صحنه جهانی، برطرف کردن نیازها و انتظارات مشتریان و سازگاری با ماهیت در حال تغییر شغل، در تلاشند تا کارکنانی را به کار گیرند که فراتر از وظیفه و نقش تعیین شده در شغل شان عمل کنند؛ زیرا اعتقاد بر این است که این رفتارهای فراتر از نقش در ارزشیابی عملکرد انعکاس می یابد، مشارکت کارکنان در برنامه ها را تحت تأثیر قرار می دهد و می توان گفت عاملی مؤثر بر درگیری شغلی، تعهد سازمانی و عزت نفس می باشد (ملکی نیا و صادقی، ۱۳۸۷). امروزه در ادبیات نوین مدیریت، از رفتارهای فراتر از نقش کارکنان که خودجوش و آگاهانه هستند تحت عنوان رفتار شهروندی سازمانی یاد می شود. شهروند خوب سازمانی، یک تفکر و ایده است و آن، مشتمل بر رفتارهای متنوع کارکنان؛ نظیر پذیرش و به عهده گرفتن وظایف و مسئولیت های اضافی، فرانش و پیروی از مقررات و رویه های سازمانی است که به عملکرد مؤثر سازمان، کمک می کند (علیزاده و شهرانی، ۱۳۸۷).

هوش هیجانی مجموعه ای از توانایی های کلامی و غیر کلامی است که افراد را قادر می سازد تا به ایجاد، تشخیص، بیان، فهم و ارزشیابی احساسات خود و دیگران پردازند به نحوی که بتوانند به طور منطقی فکر کنند و فعالیت - هایشان را مطابق با تقاضاها و فشارهای محیطی انجام دهند (جعفری سیریزی و همکاران، ۱۳۹۸).

۱۲۲ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره دوم، زمستان ۱۴۰۱

هوش هیجانی می‌تواند به ایجاد انگیزش در محیط کار، رضایت کارکنان، مدیریت کارا، چشم انداز مفید برای آینده و دستیابی به توسعه سازمانی کمک نماید (بهاروند و همکاران، ۱۳۹۷). افراد دارای هوش هیجانی بالا، هنر تعامل و مهارت کنترل و اداره احساسات دیگران را دارا هستند. این مهارت ها، محبوبیت، قوه رهبری و نفوذ شخصی را تقویت می‌کند و فرد را در هرگونه فعالیت اجتماعی و ارتباط صمیمانه با دیگران، موفق می‌سازد. چنین افرادی با شناخت و بصیرت درونی که نسبت به تمایلات عاطفی خود و دیگران دارند، بهترین عملکرد را در موقعیت‌های مختلف زندگی بروز می‌دهند. از سوی دیگر، تحقیقات دانشمندان نشان می‌دهد که از جمله عواملی که نقش بسیار مهمی را در انجام موفق وظایف شغلی ایفا می‌کند، «هوش هیجانی» است (زاهدی و زندی، ۱۳۹۴). بنابراین هوش هیجانی می‌تواند یکی از پیش نیازهای توفیق کارکنان در بروز رفتار شهروندی سازمانی، قلمداد شود (زاهدی و زندی، ۱۳۹۴).

فرهنگ سازمانی، یکی از مهمترین واژه‌های ادبیات مدیریت است که در سال‌های اخیر بسیار مورد توجه اندیشمندان و صاحب نظران مدیریت قرار گرفته است (پائول<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۱). فرهنگ سازمانی یک حالت منحصر به فرد از مدیریت فرهنگی است که ارزش را به عنوان هسته در نظر می‌گیرد. این نوع فرهنگ در فرایند توسعه سازمان ایجاد شده است. فرهنگ سازمانی مهمترین ابزار مدیریت شرکت است و یکی از ابزارهای مهم مدیریت منابع انسانی است. متغیر فرهنگ سازمانی برای گسترش مقیاس فعالیت تجاری یک سازمان ضروری است. عملکرد این متغیر برای مدیران به صورت یک نتیجه خروجی با تقویت همدلی و بهبود نتایج کمی همراه است (محمدی شهرودی و همکاران، ۱۳۹۸).

هر سازمان، شخصیتی به نام فرهنگ سازمانی دارد (رایینز، ۲۰۰۵). فرهنگ سازمانی عاملی است که از یک سو پیوند دهنده اجزای داخلی سازمان بوده و از سوی دیگر، عامل تفکیک کننده سازمان از سازمان های دیگر است (کی وی، ۲۰۰۸). افزون بر این، به لحاظ این که ایجاد کننده شیوه زندگی در سازمان است، از عمده ترین زیربناهای رفتار سازمانی به شمار می‌رود. فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از عوامل مهم است که تاثیرات آن در نهایت در عملکردی که به کارایی اعضای سازمان مربوط است، باز می‌گردد (عسکریان، ۲۰۰۷).

فرهنگ سازمانی به عمق و ژرفای سازمان می‌پردازد و می‌تواند علت به وجود آمدن شرایطی باشد که در سازمان اتفاق می‌افتد فرهنگ سازمانی بر تمام جوانب سازمان، وظایف مدیریت و چگونگی هدایت و پرورش کارکنان تأثیر گذار است؛ بنابراین این گونه می‌توان گفت در مدیریت چیزی جدای از

---

<sup>۱</sup> Powell

فرهنگ نیست. مقصود از فرهنگ سازمانی سیستمی از استنباط مشترک است که اعضا نسبت به یک سازمان دارند و همین ویژگی موجب تفکیک دو سازمان از یکدیگر می‌شود. یک فرهنگ سازمانی مطلوب می‌تواند محرکی برای بهره‌وری باشد و بازدهی کارکنان را افزایش دهد که این امر در گرو ایجاد و تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی است. بروز رفتارهای شهروندی در نهادهای انتفاعی می‌تواند منجر به افزایش درآمد و افزایش اعتبار این گونه نهادها شود که در سطح کلان بر اقتصاد کشور تأثیر گذار خواهد بود. از سوی دیگر، بروز رفتارهای شهروندی سازمانی در سطح سازمان‌های دولتی و نهادهای عمومی با توجه به گستردگی و اهمیت آنها بسیار مهم جلوه می‌کند. اشاعه رفتارهای شهروندی سازمانی باعث افزایش اعتماد عمومی نسبت به این سازمان‌ها می‌شود، عملکرد و کارایی سازمان‌ها را ارتقاء می‌بخشد، باعث افزایش بیش از پیش تعهد در بین کارشناسان سازمان می‌شود و این سازمانها را در کنار مردم قرار می‌دهد. لذا، ضروری است این رفتارها و عوامل بروزشان شناسایی و تقویت شوند. برای دستیابی به این هدف می‌بایست فرهنگ سازمانی حاکم بر سازمان شناسایی شود، زیرا عوامل بروز رفتار شهروندی سازمانی در فرهنگ سازمانی ریشه دارند و برای تقویت رفتار شهروندی سازمانی می‌بایست ضمن شناسایی فرهنگ سازمانی حاکم بر سازمان، رابطه ابعاد چندگانه رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ سازمانی شناسایی و سنجیده شود تا بدین ترتیب به نحوه‌ی اثرگذاری فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی پی ببریم.

ریشه مفهوم رفتار شهروندی سازمانی اولین بار از مطالعات برنارد (۱۹۳۸) نشأت گرفت. برای اولین بار باتمان و اورگان (۱۹۸۳) از اصطلاح رفتار شهروندی سازمانی استفاده کردند. آنان این مفهوم را به عنوان بخشی از اقدامات کارکنان که با هدف بهبود بهره‌وری، همبستگی و انسجام در محیط کاری انجام می‌پذیرد، تعریف کردند. اقدام‌هایی که خارج از الزام‌های افراد به سازمان است (هدسون، ۲۰۰۶). از رفتار شهروندی تعاریف گوناگونی ارائه شده است. در برخی از رفتار شهروندی سازمانی به عنوان مجموعه رفتارهای داوطلبانه که جزء وظایف رسمی فرد نیستند، که منجر به بهبود مؤثر وظایف و نقش‌های سازمان می‌شوند (اپل بام و همکاران، ۲۰۰۴) یاد شده است. رفتار شهروندی سازمانی، به رفتارهای فردی و داوطلبانه‌ای که باعث ارتقای اثربخشی و کارایی عملکرد سازمان می‌شود اما مستقیماً به وسیله سیستم‌های رسمی سازمان به آن پاداش داده نمی‌شود، گفته می‌شود (هال و همکاران، ۲۰۰۹). کارکنانی که از این ویژگی برخوردارند، رفتارهایی فراتر از نقش، وظایف و شرح شغل رسمی خویش بروز می‌دهند. هدف آنها از انجام این رفتارها کسب پاداش‌های سازمانی نیست و تمام تلاش خود را برای بهبود و توسعه سازمان به کار می‌گیرند (تقوی و همکاران، ۱۳۸۹).

۱۲۴ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره دوم، زمستان ۱۴۰۱

بی شک دنیای امروز، دنیای سازمان هاست و متولیان این سازمان ها انسان ها هستند. به عبارت دیگر، فلسفه‌ی وجود سازمان متکی به حیات انسان است (اسکندری و همکاران، ۱۳۹۴). چرا که بخش زیادی از تفاوت‌های میان سازمان‌های امروزی به قابلیت و ظرفیت و نوع رفتار منابع انسانی آنها برمی گردد (رودساز و همکاران، ۱۳۹۱). نیروی انسانی متعهد به اخلاق کاری و ارزش‌های سازمانی نه تنها عاملی برای برتری سازمان نسبت به سازمان دیگر است، بلکه مزیت رقابتی پایداری برای بسیاری از سازمان‌ها تلقی می‌شود (اسکندری و همکاران، ۱۳۹۴).

پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این پرسش است که رابطه هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران چگونه است؟

هدف اصلی پژوهش

شناسایی رابطه هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران.

اهداف فرعی پژوهش

۱. شناسایی رابطه هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر

تهران

۲. شناسایی رابطه ابعاد هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در

شهر تهران

۳. شناسایی رابطه فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در

شهر تهران

۴. شناسایی رابطه ابعاد فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد

در شهر تهران

فرضیه اصلی پژوهش

بین هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد شهر

تهران رابطه وجود دارد.

فرضیه های فرعی پژوهش

۱. بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران

رابطه وجود دارد.

۲. بین ابعاد هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران

رابطه وجود دارد.

رابطه هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی ۱۲۵ □

۳. بین فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران رابطه وجود دارد.

۴. بین ابعاد فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران رابطه وجود دارد.

### چارچوب نظری پژوهش

هوش هیجانی یکی از مفاهیمی است که امروزه پا به عرصه مدیریت گذاشته است. اگر چه این مقوله تحت عنوان هوش اجتماعی از پیشینه بالایی برخوردار است. به عقیده برخی محققان، توانایی های هوش هیجانی در محیط کار نقش مهمی دارند. استفاده از هوش هیجانی در محیط کار یعنی پیدا کردن مهارت بیشتر برای متوجه شدن به حضور هیجانها در وضعیت های مختلف، کنترل بهتر احساساتی که مانع راه می شوند و اجازه دادن به خود برای انجام رفتارهای جدید است (مومنت و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹).

مفهوم هوش هیجانی تا حدی از هوش اجتماعی که برای اولین بار توسط ثرندایک تعریف شد، استنتاج گردیده است. او هوش هیجانی را به عنوان درک دیگران و عاقلانه عمل کردن، در ارتباط های بشری و برقراری رابطه مناسب با آنها تعریف کرده است (نجاری لوانسانی، ۱۳۹۳).

وسینگر<sup>۲</sup> (۲۰۰۰) هوش هیجانی را هوش به کارگیری هیجان در جهت هدایت رفتار، افکار، ارتباط مؤثر با همکاران، استفاده از زمان و چگونگی انجام دادن کار برای ارتقاء نتایج می داند.

آنتونکوپولو و گابریل<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) هوش هیجانی را منبع مهم انگیزش، اطلاعات، قدرت شخصی، ابتکار، خلاقیت و نفوذ می دانند که در روند توسعه سازمان نقش تعیین کننده ای ایفا می نماید. زیرا هوش هیجانی موجب وفاداری و تعلق سازمانی فرد، سازگاری بهتر با تغییرات سازمان، پیشرفت های فنی، روابط انسانی و تصمیم گیری منطقی تر می گردد (میرکمالی، ۱۳۸۰).

واگنر<sup>۴</sup> (۲۰۰۵) هوش هیجانی را تعامل انسانها با یکدیگر و درک فرد نسبت به خودش می داند که چگونگی یادگیری و چیزهایی را که فرد در طول زندگی یاد می گیرد، تعریف می کند. از نظر وی هوش هیجانی مسئول بیش از ۸۰ درصد موفقیت های انسان در زندگی اوست. کمپ و همکاران<sup>۵</sup>

---

۱. Moment & et al

۲. Vesinger

۳. Antonacopoulou & Gabriel

۴. Vagner

۵. Camp & et al

۱۲۶ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره دوم، زمستان ۱۴۰۱

(۲۰۰۵) هوش هیجانی را به عنوان ظرفیت درک و کنترل هیجانات خود و دیگران تعریف نموده‌اند. براساس تعاریف گفته شده، هوش هیجانی را می‌توان به عنوان توانایی تشخیص، فهم، تمییز، اولویت بندی، کنترل و مدیریت هیجانات در تعاملات فردی، گروهی و سازمانی به منظور کمک به دیگران و نیل به اهداف فردی و گروهی و سازمانی تعریف نمود (سبحانی نژاد و یوزباشی، ۱۳۸۷).

فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از ارزش‌های کلیدی، باورهای راهنما و تفاوت‌هایی است که در اعضای یک سازمان مشترک است (مشبکی، ۱۳۸۳). جورج و جونز<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) فرهنگ سازمانی را طراحی غیررسمی ارزش‌ها و هنجارها در نظر می‌گیرند که کنترل راه مردم و گروه‌ها را در درون تعامل سازمان بر عهده دارد (به نقل از برسون و همکاران، ۲۰۰۵). موریس<sup>۲</sup> (۱۹۹۲) فرهنگ سازمانی را ارزش‌های مشترک یا ادراک‌های عمومی که توسط اعضای سازمان حفظ می‌گردد، تعریف می‌کند. هلریگل فرهنگ سازمانی را الگوی منحصر به فرد از مفروضات، ارزش‌ها و هنجارهای مشترک که فعالیت‌های جامعه‌پذیری، زبان، سمبل‌ها و عملیات سازمان را شکل می‌دهد، تعریف می‌کند (به نقل از رضائیان، ۱۳۸۰).

فرهنگ سازمانی یک سازمان از این جهت اهمیت دارد که می‌توان از این طریق به نقطه ضعف‌ها و تفاوت‌های بین وضعیت موجود و آن چه وضعیت مطلوب از دید کارکنان آن سازمان است، دست پیدا کرد. البته، در این راستا، ظرافت موضوع از این منظر که مرتبط با اندوخته ذهنی کارکنان است و از طرف دیگر، به واسطه تداوم موفقیت آمیز کار یک سازمان به حضور کارکنان با فرهنگ سازمانی قوی که مسلماً انگیزه اصلی آن‌ها در ابراز تعهد سازمانی، پایداری در حفظ مسئولیت‌ها، رعایت اخلاق کاری، رعایت ایمنی و ... می‌باشد، بر کسی پوشیده نیست. در دو دهه اخیر، کشورهای صنعتی متوجه یک عامل راهبردی و تعیین کننده در موفقیت یا عدم موفقیت سازمان‌ها شده‌اند که قبلاً چندان مورد توجه قرار نگرفته است. این موضوع همان فرهنگ سازمانی است. به تعبیر دیگر، هر سازمانی دارای شخصیتی است مانند انسان همان گونه که عنصر اصلی شخصیت یک انسان فرهنگ اوست، عنصر اصلی شخصیت یک سازمان نیز فرهنگ سازمان است. تعداد زیادی از سازمان‌های موفق دنیا، مدعی هستند که به بسیاری از موفقیت‌ها از راه تقویت فرهنگ سازمانی خود، دست یافته‌اند (ابزری و دلوی، ۱۳۸۸). رایبیز (۱۳۸۱) ویژگی‌های فرهنگ سازمانی را به صورت زیر ارائه می‌دهد:

۱. نوآوری و خطرپذیری: میزانی که کارکنان تشویق به نوآوری و خطرپذیری می‌شوند.

<sup>۱</sup> . Gorje & Jonz

<sup>۲</sup> . Moris



۲. توجه به جزئیات: میزانی که مدیریت باید به نتایج و دستاوردها توجه کند.
۳. توجه به اعضای سازمان: میزان توجه ای که مدیریت به هنگام تصمیم گیری و مشارکت دادن افراد به اعضای سازمان نشان می دهند.
۴. توجه به ره آوردها: میزانی که باید به نتایج و دستاوردها توجه کند (و نه به شیوه های اجرایی که به این نتیجه ها می انجامد).
۵. توجه به تیم: میزانی که کارها و فعالیت ها حول محور تیم و نه افراد متمرکز می شود.
۶. جاه طلبی: میزان یا درجه ای که افراد و اعضای سازمان بلندپرواز و جاه طلب هستند (و نه این که همواره سر به زیر و تسلیم باشند).
۷. پایداری: میزان یا درجه ای که سازمان بر حفظ وضع موجود تأکید دارد (که این رشد با روند و پیشرفت متغایر است) (رابینز، ۱۳۸۱).

رابینز (۱۳۸۱) معتقد است فرهنگ سازمانی دارای چهار نوع است:

۱. فرهنگ علمی: سازمان های دارای فرهنگ علمی بیشتر به یادگیری، پرورش و تقویت شخصیت های علمی و تخصصی تأکید دارند. لذا به استخدام افراد جوان تمایل نشان می دهند.
۲. فرهنگ باشگاهی: در این سازمان ها تأکید بر تناسب داشتن روحیه افراد به وفاداری و تعهد نسبت به سازمان است. در این فرهنگ ارشدیت، سنوات خدمت، در سازمان معیار عمده اهمیت و ارزش افراد است.
۳. فرهنگ تیمی: سازمان های دارای فرهنگ تیمی، بر نوآوری و آزادی عمل تأکید دارند.
۴. فرهنگ تدافعی: برعکس فرهنگ تیمی که به اختراع، نوآوری و اکتشاف توجه دارند، فرهنگ تدافعی بر حفظ و بقای سازمان توجه دارد. در این فرهنگ امنیت شغلی حائز اهمیت است (رابینز، ۱۳۸۱).

با شروع فعالیت هر سازمان، حیات فرهنگی آن سازمان نیز به وجود می آید و سازمان از همان ابتدا نطفه فرهنگ سازمانی را بارور می سازد. شکل گیری فرهنگ سازمان بسته به علت به وجود آمدن سازمان و جایگاه آن در جامعه و محیط پیرامون و عوامل موفقیت آن از قبیل کارایی، مرغوبیت محصول، کیفیت ارائه خدمات به ارباب رجوع یا مشتریان، ابداع و نوآوری، تلاش زیاد، وفاداری به اهداف سازمان و غیره است (عطافر، ۱۳۷۰).

۱۲۸ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره دوم، زمستان ۱۴۰۱

براساس مطالعه ای که هافستد<sup>۱</sup> (۱۹۸۰) از هزاران مدیر استخدام شده از سوی شرکت های بزرگ فراملیتی به عمل آورد، چهار بعد فردی را از میان ۴۰ کشور که ظاهراً موجب تفاوت در شیوه عملکرد مدیران می شود را مورد شناسایی قرار داد. این ابعاد که به عقیده برخی به طرح و فرهنگ سازمانی مربوط می شود به شرح زیر ارائه شده است:

۱. فاصله قدرت: میزان نابرابری یا تفاوت و قدرت دو فرد فاصله قدرت زیاد حاکی از این است که صاحبان قدرت یا چهره های صاحب اختیار از امتیازاتی بهره مند هستند که در چارچوب روابط قوی و مشخص فرا دست - فرو دست میان اعضای سازمان شکل گرفته است.

۲. اجتناب از عدم اطمینان: میزان ثبات یا قابلیت پیش بینی سازمان که از سوی اعضاء ترجیح داده می شود. اجتناب از عدم اطمینان زیاد، بیان گر آن است که اعضای سازمان به شدت برای قوانین و مقررات کتبی و توافق جمعی ارجحیت قائل اند و در برابر سطوح بالای اضطراب و فشار آسیب پذیرترند.

۳. فردگرایی: برتری قائل شدن برای اعمال فردی یا جمعی، اتکای عاطفی به سازمان، ارجح دانستن تصمیم های فردی به جای تصمیم های گروهی و تأکید بر کار فردی از شاخص های فردگرایی زیاد است.

۴. مرد گرایی: الگوی غالب جنس، نقشی که در آن جنس مذکر نقش تعیین کننده دارد و مؤنث نقش خنثی دارد. مردگرایان سازمان های بزرگ تر را ترجیح می دهند و انگیزه ی نیرومندتری برای کسب موفقیت دارد (به نقل از عسگریان، ۱۳۸۸).

شرکت مکنزی، در طرح مفهوم فرهنگ سازمانی در مدیریت سهم به سزایی دارد. طی دهه ۸۰، حداقل پنج کتاب معتبر و پرفروش در زمینه فرهنگ سازمانی توسط این شرکت و با همکاری محققین برجسته دانشگاه های معتبر آمریکا نظیر وارد و استانفورد، ارائه گردیده است. یکی از این نوشته ها، هفت عامل مهم را به عنوان عوامل فرهنگ سازمانی اثربخش معرفی می کند که هر کدام از این عوامل با حرف S شروع می شوند که عبارتند از: استراتژی، ساختار سازمانی، سامانه های رایج در سازمان، شیوه ی مدیریت، مهارت کارکنان و هدف های حاکم. به عقیده محققان، راهبرد، ساختار سازمانی و سیستم های رایج در سازمان سه عامل سخت به شمار می آیند و شیوه مدیر، مهارت کارکنان و نهایتاً هدف های حاکم نیز به عنوان عوامل نرم فرهنگ سازمانی محسوب می شوند. این عوامل با تطابق و همبستگی با هم قادرند اثربخشی سازمان را تضمین کنند (کیا، ۱۳۷۰).

پیترز و واترمن نمونه ای از مؤسسات بسیار موفق آمریکایی را انتخاب نمودند و درصدد برآمدند تا روش های مدیریتی را تشریح کنند که به موفقیت این مؤسسات منجر شده است. مورهد و گریفین در کتاب رفتار سازمان خود چارچوب پیترز و واترمن را تحت عنوان نشانه های یک شرکت عالی آورده اند که عبارتند از: ۱- تعصب نسبت به عمل<sup>۱</sup>، ۲- نزدیکی با مشتری<sup>۲</sup>، ۳- تشویق استقلال و کارآفرینی<sup>۳</sup>، ۴- تشویق بهره وری از طریق افراد<sup>۴</sup>، ۵- واگذاری مدیریت<sup>۵</sup>، ۶- فعالیت در حوزه تخصص مربوطه<sup>۶</sup>، ۷- ستاد کوچک و ساده<sup>۷</sup>، و ۸- سازماندهی دقیق و غیردقیق به طور همزمان<sup>۸</sup> (گریفین و مورهد، ترجمه: الوانی و معمارزاده، ۱۳۹۰).

مطالعه ای که توسط کرت لوین صورت گرفت بر شیوه یا سبک مدیریت متمرکز بود. وی نتیجه گرفت که یک فضای انسان مدار، ایجاد کننده سطح بالایی از عملکرد و رضایتمندی خواهد بود و لازمه آن توجه به انسان ها، انگیزه ها و نیازهای آنان در عوامل تشکیل دهنده فرهنگ سازمانی است که شامل هفت عامل: ۱- فرایندهای رهبری، ۲- انگیزه، ۳- ارتباطات، ۴- تصمیم گیری، ۵- هدف گذاری، ۶- فرایند کنش متقابل و ۷- کنترل می باشد. لازم به ذکر است که نظریه های کرت لوین بیشتر به عوامل رفتاری توجه دارد (ابزری و دلوی، ۱۳۸۵).

رابینز و جاج<sup>۹</sup> (۲۰۰۷) رفتار شهروندی سازمانی را، رفتاری براساس صلاحدید شخصی می دانند که جزو نیازمندی های شغلی کارمند نبوده اما در عین حال باعث افزایش اثربخشی سازمان در جهت ارضای منافع ذی نفعان خواهد شد.

ویگودا و همکاران<sup>۱۰</sup> (۲۰۰۷) معتقدند رفتار شهروندی سازمانی، شامل انواعی از کمک های غیررسمی و اختیاری می باشند که کارمند، بدون توجه به تحریم ها و پاداش های رسمی و به عنوان فرد آزاد آن ها را انجام داده و یا از انجام آن ها، خودداری می نماید.

- 
۱. Bias for Action
  ۲. Stay Close to the Customer
  ۳. Encourage Autonomy and Entrepreneurship
  ۴. Encourage Productivity through People
  ۵. Hands- on Management
  ۶. Suck to the Knitting
  ۷. Simple Form and Little Staff
  ۸. Simultaneously Loosely and Tightly Organized
  ۹. Robins & Judge
  ۱۰. Vigoda et al

۱۳۰ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره دوم، زمستان ۱۴۰۱

از نظر کاتز و کوهن (۱۹۶۶) رفتار شهروندی سازمانی، اثرات سیستم های پاداش را تعدیل می کند. مفهوم رفتار شهروندی سازمانی به آمادگی و رغبت افراد جهت کمک به سایرین اختصاص داشته که در ماورای تعهدات قراردادی سازمانی، تفسیر می شوند. شهروند خوب در جامعه مدنی به سادگی قانون را نقض نکرده و البته اطاعت محض نیز نخواهد کرد بلکه تعهدات را ارتقاء داده و احساس شهروند مدنی را در خود پرورش می دهد، لذا احساس می کند که باید، شبیه شهروند مدنی بر پایه حقوق و احترام متقابل رفتار نمایند و با وی نیز همان گونه رفتار شود. به همین شکل کارکنان سازمانی نیز مبتنی بر حقوق و احترام متقابل رفتار نموده و انتظار رفتاری مشابه از سوی سازمان و سایرین را دارند.

رفتار شهروندی از نظر بورمن و موتوویدلو (۲۰۰۱) شامل فعالیت هایی همچون: کمک به دیگران در انجام کار خود، حمایت از سازمان و داوطلب شدن در انجام کارهای جانبی یا مسئولیت پذیری سازمانی را شامل می شود. بورمن و موتوویدلو (۲۰۰۱)، به طور خاص برای تبیین رفتار شهروندی سازمانی، یک مدل پنج بعدی ارائه دادند که ابعاد زیر را شامل می شود:

- پشتکار توأم با شور، شوق و تلاش فوق العاده برای تکمیل موفقیت آمیز فعالیت های کاری
- داوطلب شدن برای دیگران در انجام امور سازمانی
- مساعدت و همکاری با دیگران در انجام امور سازمانی
- پیروی از قوانین، مقررات و رویه های سازمانی
- پشتیبانی، حمایت و دفاع از اهداف سازمانی

پژوهش های اولیه در خصوص سازه رفتار شهروندی سازمانی، نوع دوستی و تابعیت کلی از سازمان را رفتاری سودبخش برای سازمان تعریف کرده بودند. اسمیت و همکارانش نوع دوستی را کمک به فرد خاص می دانند که به طور غیر مستقیم به سازمان سود می رساند. به علاوه تابعیت کلی از سازمان را نیز نمایانگر رفتاری دانسته اند که بیشتر غیرشخصی بوده و نشان دهنده تابعیت فرد از هنجارهای سازمانی است. بنابراین رفتارهایی که برای کارمند خوب تعریف شده، زمینه هایی چون: پیروی از قوانین، مقررات و رویه های سازمانی حتی در شرایط عدم حضور کنترل کننده رسمی را شامل می شود (به نقل از کاتلین<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶).

پودساکف و همکاران (۲۰۰۰) در پژوهش خود راجع به ادبیات رفتار شهروندی سازمانی تقریباً سی نوع رفتار شهروندی را شناسایی و انواع مختلف آن را در هفت دسته: رفتارهای کمک کننده،

رابطه هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی ۱۳۱ □

جوانمردی، وفاداری سازمانی، اطاعت سازمانی، ابتکارات فردی، فضیلت مدنی و توسعه شخصی طبقه بندی نموده‌اند که یکی از مهم‌ترین طبقه‌بندی‌های رفتار شهروندی سازمانی محسوب می‌شود.

رفتار شهروندی سازمانی به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر بهبود رضایت مشتری، کیفیت خدمات و وفاداری مشتریان نیز شناخته شده است. یون و ساح<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) براساس مطالعات صورت گرفته، اذعان دارند که رفتار شهروندی سازمانی مستقیماً بر رابطه بین کارکنان و مشتریان اثر داشته و رضایت مشتری و بهبود ادراکات وی از کیفیت خدمات را به دنبال دارد.

کارکنانی که رفتار شهروندی سازمانی را از خود بروز می‌دهند، قادر به بهبود کیفیت خدمات هستند. چرا که آنان تلاش می‌کنند تا به بهترین نحو به دیگران و از جمله مشتریان کمک کنند (کاسترو و همکاران، ۲۰۰۴). رفتار شهروندی سازمانی، موجب افزایش بهره‌وری کارکنان، کاهش نرخ اشتباهات، مشارکت، افزایش تعامل کارکنان در سازمان به طور کلی فراهم سازی جو سازمانی مثبت خواهند شد. رفتار شهروندی سازمانی از طریق اثرگذاری بر عوامل درونی سازمان از قبیل: جو سازمانی، بهبود روحیه، افزایش تعهد سازمانی، رضایت شغلی، کاهش نیت ترک شغل، کاهش غیبت و کاهش رفتارهای مخرب شغلی و نیز با تأثیرگذاری بر بهبود عوامل برون سازمانی همچون: رضایت مشتری، کیفیت خدمات و وفاداری مشتریان موجب کیفیت عالی تر در عملکرد کارکنان و سازمان خواهد شد (کاسترو و همکاران، به نقل از فتاحی، ۱۳۸۶).

اسماعیلی (۱۳۹۳) در پژوهشی تأثیر ابعاد فرهنگ سازمانی را بر رفتارهای شهروندی سازمانی مورد مطالعه قرار داد. نتایج حاصل از یافته‌های پژوهش وی نشان داد که رابطه مثبت و معناداری میان فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. همچنین بر اساس نتایج به دست آمده از تحلیل رگرسیون، میان ابعاد فرهنگ سازمانی، فرهنگ ثبات بهترین پیش‌بینی‌کننده رفتار شهروندی سازمانی است و دو بُعد فرهنگ مشارکتی و فرهنگ سازگاری در مرتبه بعدی قرار داشته‌اند و بُعد فرهنگ رسالتی در پیش‌بینی رفتار شهروندی سازمانی نقشی دارد. این محقق در راستای نتایج یافته‌های پژوهش خود چنین نتیجه‌گیری می‌کند که با افزایش فرهنگ سازمانی در جامعه مورد مطالعه، رفتارهای شهروندی سازمانی نیز افزایش پیدا می‌کنند و این مفهوم بدان معنی است که اگر فرهنگ سازمانی قوی و مستحکمی برقرار باشد، مدیران و کارشناسان رفتارهای شهروندی سازمانی بیشتری را از خود بروز می‌دهند. قلتاش (۱۳۹۳) در پژوهشی که بر روی ۴۰ نفر از کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اقلید انجام دادند به بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و هوش سازمانی با رضایت شغلی

---

۱. Yoon & Sah

۱۳۲ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره دوم، زمستان ۱۴۰۱

پرداخته و در نتایج خود نشان دادند که بین فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی و بین هوش سازمانی و رضایت شغلی رابطه مستقیم وجود دارد. نتایج این محقق همچنین نشان داد که تمامی ابعاد فرهنگ سازمانی با رضایت شغلی رابطه مستقیم معناداری داشتند. به طوری که بیشترین همبستگی را خلاقیت و کمترین همبستگی را مؤلفه پاداش با رضایت شغلی داشت و فرهنگ سازمانی ۵۸ درصد واریانس متغیر رضایت شغلی را تبیین می کرد. درویش و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی رابطه هوش هیجانی با عملکرد سازمانی و فرهنگ سازمانی در دانشکده های دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی پرداختند. جامعه آماری مشتمل بر ۲۵۰ نفر از کارکنان دانشکده های دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی بودند که از میان آنان حجم نمونه ای به تعداد ۲۰۰ نفر و به روش نمونه گیری طبقه ای انتخاب شدند. نتایج نشان دهنده همبستگی بین امتیاز هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با ضریب همبستگی  $0/364$  و  $P= 0/0001$ ، همبستگی بین هوش هیجانی و عملکرد سازمانی با ضریب همبستگی  $0/406$  و  $P= 0/0001$ ، همچنین همبستگی بین عملکرد سازمانی و فرهنگ سازمانی با ضریب همبستگی  $0/363$  و  $P= 0/0001$  بود. بنابراین، وجود رابطه میان هوش هیجانی و عملکرد سازمانی تأیید شد. یوسفی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی ارتباط میان هوش هیجانی و مؤلفه های آن را با رفتار شهروندی سازمانی در میان ۷۰ نفر از کارکنان اداره ورزش و جوانان شهر کرمانشاه مورد بررسی قرار داده و در نتایج خود نشان دادند که بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان رابطه معنی دار وجود داشت. همچنین نتایج نشان داد که از بین ویژگی های فردی فقط سن با رفتار شهروندی سازمانی رابطه معنادار داشت. و متغیرهای سن، خودآگاهی و مهارت های اجتماعی قوی ترین پیش بینی کننده رفتار شهروندی سازمانی بودند که در نهایت  $0/48$  واریانس رفتار شهروندی سازمانی را تبیین کردند. این محققان پیشنهاد می کنند که مدیران اداره مورد مطالعه به ترویج رفتارهای فراتر از شهروندی سازمانی و هوش هیجانی برای افزایش کارایی و اثربخشی سازمان بپردازند. هارویکی<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) در پژوهشی تأثیر رهبری خدمتگزار را بر فرهنگ سازمانی، تعهد سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد کارکنان زن مورد بررسی قرار داده و در نتایج خود نشان داد که رهبری خدمتگزار به طور قابل توجهی متغیرهای مورد نظر را تحت تأثیر قرار می دهد. این محقق نشان داد فرهنگ سازمانی به طور قابل توجهی رفتار شهروندی سازمانی را تحت تأثیر قرار می دهد، اما این تأثیر بر عملکرد کارکنان چندان قابل توجه نبود. همچنین این محقق در نتایج یافته های خود نشان داد که رفتار شهروندی سازمانی به طور قابل توجهی بر تعهد کارکنان تأثیر می گذارد. اما

رابطه هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی ۱۳۳ □

در خصوص نقش تعهد سازمانی در افزایش رفتار شهروندی و عملکرد کارکنان تأثیر زیادی مشاهده نشد.

### روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از حیث تجزیه و تحلیل داده ها بصورت همبستگی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه کارکنان بانک مهر اقتصاد با حداقل مقطع تحصیلی دیپلم که براساس آمار گرفته شده تعداد ۶۲۳ نفر در این سازمان مشغول به خدمت بودند. با استفاده از جدول مورگان و کرجسی حجم نمونه مورد نظر در این تحقیق ۲۳۴ نفر بوده که به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. در پژوهش حاضر جهت سنجش متغیرهای پژوهش از سه پرسشنامه استاندارد هوش هیجانی، فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی که پرسشنامه هایی خودگزارش ده می باشند استفاده شده است.

در پژوهش حاضر برای اندازه گیری مقیاس رفتار شهروندی سازمانی از پرسش نامه توره (۱۳۸۵) استفاده شده است که دارای ۲۹ سوال بوده و شش خرده مقیاس فداکاری (با ۶ سؤال)، مشارکت (با ۵ سؤال)، جوانمردی (با ۵ سؤال)، توجه (با ۴ سؤال)، وفاداری (با ۵ سؤال)، وظیفه شناسی (با ۴ سؤال) را مورد سنجش قرار می دهد.

در پژوهش حاضر برای اندازه گیری مقیاس فرهنگ سازمانی از پرسشنامه ۶۰ سؤالی دنیسون (۲۰۰۰) استفاده شده است که دارای چهار بعد درگیری در کار (۱۵ سؤال) سازگاری (۱۵ سؤال)، انطباق (۱۵ سؤال)، رسالت و مأموریت (۱۵ سؤال) می باشد.

در پژوهش حاضر برای اندازه گیری مقیاس هوش هیجانی از پرسشنامه ۳۳ سؤالی سیریا شیرینگ استفاده شده است که دارای پنج بعد خودانگیختگی (با ۷ سؤال)، خودآگاهی (با ۸ سوال)، خودکنترلی (با ۷ سوال)، هوشیاری اجتماعی یا همدلی (با ۶ سوال)، مهارت های اجتماعی (با ۵ سوال) می باشد.

جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده که در آمار توصیفی از نما، مد، میانگین و میانه و در آمار استنباطی از رگرسیون چند متغیره خطی استفاده شده است.

### یافته های پژوهش

به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده های مربوط به متغیرهای، تحقیق از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد. که نتایج آن در جدول زیر آمده است:

۱۳۴ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره دوم، زمستان ۱۴۰۱

جدول شماره ۱: بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق به کمک آزمون کولموگراف اسمیرنوف

متغیر	رفتار شهروندی سازمانی	فرهنگ سازمانی	هوش هیجانی
Z	۲/۱۷۷	۱/۲۲۱	۶/۳۴۵
سطح معنی داری	۰/۴۸۳	۰/۰۹	۰/۱۲

در صورتی که سطح معنی داری آزمون کولموگراف اسمیرنوف بیشتر از ۰/۰۵ باشد می توان نتیجه گرفت توزیع داده های مربوط به متغیرها نرمال است. همانطور که در جدول فوق گزارش شده است، سطح معنی داری همه متغیرهای تحقیق بزرگتر از ۰/۰۵ است، پس می توانیم بگوییم که توزیع داده های مربوط به متغیرها نرمال است.

فرضیه اصلی پژوهش: بین هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران رابطه وجود دارد.

سنجش و بررسی عوامل تبیین کننده رفتار شهروندی سازمانی از طریق تحلیل رگرسیون چندمتغیره انجام گرفت. البته در انجام تحلیل رگرسیون، سعی گردید از روش گام به گام (Stepwise) استفاده شود تا بتوان به ترکیب بهینه عوامل موثر بر رفتار شهروندی سازمانی دست یافت. براساس نتایج حاصل از این تحلیل، در طی مراحل مختلف تحلیل رگرسیون، ۱ مدل شناسایی شد که جدول زیر (جدول ۲) نمایشی از خلاصه این مدل را به همراه آماره های مرتبط ارائه می دهد. طبق این جدول، ملاحظه می گردد که در این مدل متغیر فرهنگ سازمانی وارد معادله شده است، این متغیر توانسته است ۰/۹۰ از تغییرات متغیر رفتار شهروندی سازمانی را تبیین کند و همچنین مقدار همبستگی ۰/۹۵ نشان می دهد که همبستگی بالایی بین متغیر فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد و هرچه قدر میزان فرهنگ سازمانی بالا رود، میزان رفتار شهروندی سازمانی نیز بالا خواهد رفت. متغیر هوش هیجانی با رفتار شهروندی سازمانی هیچ رابطه معنی داری برقرار نکرده است. جدول زیر میزان همبستگی و ضریب تعیین متغیرها را که در یک مرحله وارد مدل رگرسیونی شده اند، نشان می دهد.

جدول شماره ۲: مشخص کننده های کلی تحلیل رگرسیونی متغیرهای مستقل بر رفتار شهروندی سازمانی

مدل	همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد
اول	۰/۹۵۰	۰/۹۰۳	۰/۹۰۲	۴/۰۰۲

فرضیه فرعی اول: بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران رابطه وجود دارد.

در انجام تحلیل رگرسیون، سعی گردید از روش همزمان (Enter) استفاده شود.



رابطه هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی ۱۳۵ □

جدول شماره ۳: خلاصه نتایج رگرسیون در خصوص رابطه بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی

خطای معیار برآورد	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی چندگانه
۶/۵۱۸	۰/۷۴۱	۰/۷۴۲	۰/۸۶۱

نتایج حاصل از جدول (۳) نشان می دهد که: ضریب همبستگی چندگانه برابر ۰/۸۶ و ضریب تعیین برابر ۰/۷۴ و نیز ضریب تعیین تعدیل شده برابر ۰/۷۴ محاسبه شده است ( $p = ۰/۰۵$  و  $F = ۶۲۶/۴۰۳$ ). لذا با مشاهده ضریب تعیین می توان اظهار نمود که متغیر هوش هیجانی در مجموع حدود ۷۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته رفتار شهروندی سازمانی در بانک مهر اقتصاد شهر تهران را تبیین نموده است.

فرضیه فرعی دوم: بین ابعاد هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران رابطه وجود دارد.

در این فرضیه، سنجش و بررسی عوامل تبیین کننده رفتار شهروندی سازمانی از طریق تحلیل رگرسیون چندمتغیره انجام گرفت. البته در انجام تحلیل رگرسیون، سعی گردید از روش گام به گام (Stepwise) استفاده شود تا بتوان به ترکیب بهینه عوامل موثر بر رفتار شهروندی سازمانی دست یافت. براساس نتایج حاصل از این تحلیل، در طی مراحل مختلف تحلیل رگرسیون، ۲ مدل شناسایی شد که در جدول زیر (جدول ۴) نمایشی از خلاصه این مدل های سه گانه را به همراه آماره های مرتبط ارائه می دهد. طبق این جدول، ملاحظه می گردد زمانی که در مدل اول، بعد خود کنترلی وارد معادله شده است، این متغیر توانسته است ۷۳٪ از تغییرات متغیر رفتار شهروندی سازمانی را تبیین کند و همچنین مقدار همبستگی ۰/۸۵ نشان می دهد که همبستگی بالایی بین بعد خود کنترلی با متغیر رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. اضافه شدن متغیر بعدی یعنی خودآگاهی به مدل رگرسیونی، به مقدار ۰/۰۳ به ضریب تعیین افزوده و کل ضریب تعیین را به ۰/۷۶ افزایش داده است که در مجموع، از بین ابعاد متغیر هوش هیجانی فقط متغیر خود کنترلی و خودآگاهی با متغیر رفتار شهروندی سازمانی رابطه برقرار کرده اند و توانسته اند ۷۶٪ درصد از تغییرات متغیر رفتار شهروندی سازمانی را تبیین کنند. جدول زیر میزان همبستگی و ضریب تعیین را که در دو مرحله وارد مدل رگرسیونی شده اند، نشان می دهد.

جدول شماره ۴: مشخص کننده های کلی تحلیل رگرسیونی متغیرهای مستقل بر رفتار شهروندی سازمانی

مدل	همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد
اول	۰/۸۵۹	۰/۷۳۸	۰/۷۳۷	۶/۵۷۰
دوم	۰/۸۷۲	۰/۷۶۰	۰/۷۵۸	۶/۳۰۰

۱۳۶ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره دوم، زمستان ۱۴۰۱

فرضیه فرعی سوم: بین فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران رابطه وجود دارد.

در خصوص این فرضیه، در انجام تحلیل رگرسیون، سعی گردید از روش همزمان (Enter) استفاده شود. که نتایج آن در جدول زیر ارایه شده است.

جدول شماره ۵: خلاصه نتایج رگرسیون در خصوص رابطه بین فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار برآورد
۰/۹۵۰	۰/۹۰۳	۰/۹۰۲	۴/۰۰۲

نتایج حاصل از جدول (۵) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه برابر ۰/۹۵ و ضریب تعیین برابر ۰/۹۰ و نیز ضریب تعیین تعدیل شده برابر ۰/۹۰ محاسبه شده است ( $p = ۰/۰۵$ ) و  $F = ۲۰۲۱/۶۱۶$ ). لذا با مشاهده ضریب تعیین می‌توان اظهار نمود که متغیر فرهنگ سازمانی در مجموع حدود ۹۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته رفتار شهروندی سازمانی کارکنان در بانک مهر اقتصاد شهر تهران را تبیین نموده است.

فرضیه فرعی چهارم: بین ابعاد فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران رابطه وجود دارد.

سنجش و بررسی عوامل تبیین‌کننده رفتار شهروندی سازمانی از طریق تحلیل رگرسیون چندمتغیره انجام گرفت. البته در انجام تحلیل رگرسیون، سعی گردید از روش گام به گام (Stepwise) استفاده شود تا بتوان به ترکیب بهینه عوامل موثر بر رفتار شهروندی سازمانی دست یافت. براساس نتایج حاصل از این تحلیل، در طی مراحل مختلف تحلیل رگرسیون، ۴ مدل شناسایی شد که جدول زیر (جدول ۶) نمایشی از خلاصه این مدل‌های چهارگانه را به همراه آماره‌های مرتبط ارائه می‌دهد. طبق این جدول، ملاحظه می‌گردد که در مدل اول بعد همسانی وارد معادله شده و توانسته است ۰/۸۸ از تغییرات متغیر رفتار شهروندی سازمانی را تبیین کند و همچنین مقدار همبستگی ۰/۹۴ نشان می‌دهد که همبستگی بسیار بالایی بین بعد همسانی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که با اضافه شدن ابعاد بعدی متغیر فرهنگ سازمانی یعنی رسالت و مأموریت، درگیری در کار، انطباق به مدل رگرسیونی، به ترتیب مقدار ۰/۰۷، ۰/۰۰۳، ۰/۰۰۲ به ضریب تعیین افزوده و کل ضریب تعیین را به ۰/۹۶ افزایش داده است. که در مجموع، ابعاد متغیر فرهنگ سازمانی توانسته‌اند ۰/۹۶ درصد از تغییرات متغیر رفتار شهروندی سازمانی را تبیین کنند. جدول زیر میزان همبستگی و ضریب تعیین را که در چهار مرحله وارد مدل رگرسیونی شده‌اند، نشان می‌دهد.

رابطه هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی ۱۳۷ □

جدول شماره ۶: مشخص کننده‌های کلی تحلیل رگرسیونی ابعاد متغیر مستقل فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی

مدل	همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد
اول	۰/۹۴۰	۰/۸۸۳	۰/۸۸۳	۴/۳۸۲
دوم	۰/۹۸۱	۰/۹۶۲	۰/۹۶۱	۲/۵۱۹
سوم	۰/۹۸۲	۰/۹۶۵	۰/۹۶۴	۲/۴۲۸
چهارم	۰/۹۸۳	۰/۹۶۷	۰/۹۶۶	۲/۳۵۶

جدول شماره ۷: آزمون معنی‌داری رابطه مجموعه عوامل مؤثر بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان در چهار مدل

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معنی‌داری
اول	رگرسیون	۱	۱۶۹۰/۲۹۳	۱۶۵۰/۱۴۴	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۲۱۸	۱۹/۲۰۵		
	کل	۲۱۹	۳۵۸۷۶/۸۸۶		
دوم	رگرسیون	۲	۳۴۵۰۰/۴۵۵	۲۷۱۹/۵۶۹	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۲۱۷	۶/۳۴۳		
	کل	۲۱۹	۳۵۸۷۶/۸۸۶		
سوم	رگرسیون	۳	۴۶۰۳/۸۲۳	۱۹۵۷/۰۷۰	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۲۱۶	۵/۸۹۴		
	کل	۲۱۹	۳۵۸۷۶/۸۸۶		
چهارم	رگرسیون	۴	۳۴۶۸۳/۸۶۴	۱۵۶۲/۶۳۴	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۲۱۵	۵/۵۴۹		
	کل	۲۱۹	۳۵۸۷۶/۸۸۶		

جدول شماره (۷) که مربوط به تغییرات مقادیر  $F$  و سطح معنی‌داری این مقادیر در مدل‌های چهارگانه می‌باشد، نشانگر این است که در طی مراحل مختلف به ترتیب از یک طرف از سطح معنی‌داری کاسته و به عبارتی بر میزان خطای آن افزوده می‌شود و از طرف دیگر از مقادیر  $F$  کاسته می‌شود. بطوری که مقدار  $F$  که در مدل اول برابر با ۱۶۵۰/۱۴۴ بود، با افزوده شدن متغیرهای جدید، در مدل چهارم به ۱۵۶۲/۶۳۴ کاهش می‌یابد. اما چنان که قبلاً هم اشاره شد، هدف از انجام تحلیل رگرسیون، گزینش بهترین ترکیب و مدل از مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته (رفتار شهروندی سازمانی) است، بنابراین، مدل چهارم مدلی می‌باشد که بهترین برآزش را از عواملی بدست می‌دهد که معادله رگرسیون عوامل مؤثر بر رفتار شهروندی سازمانی تشکیل داده و قادرند رفتار شهروندی سازمانی را تحت الشعاع قرار دهند.

۱۳۸ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره دوم، زمستان ۱۴۰۱

جدول شماره ۸: مشخص‌کننده‌های آماری میزان و جهت تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر رفتار شهروندی سازمانی در چهار مدل

سطح معنی‌داری	t	ضرایب استاندارد نشده		عدد ثابت	
		Beta	خطای استاندارد		
۰/۰۰۱	۳/۲۹۱		۱/۶۰۹	۵/۲۹۳	اول
۰/۰۰۰	۴۰/۶۲۲	۰/۹۴۰	۰/۰۳۱	۱/۲۴۲	همسانی
۰/۴۵۶	۰/۷۴۶		۰/۹۵۰	۰/۷۰۹	دوم
۰/۰۰۰	۳۲/۱۲۲	۰/۶۳۳	۰/۰۲۶	۰/۸۳۷	همسانی
۰/۰۰۰	۲۱/۰۴۸	۰/۴۱۵	۰/۰۳۱	۰/۶۶۰	رسالت و ماموریت
۰/۵۰۱	۰/۶۷۵		۰/۹۱۶	۰/۶۱۸	سوم
۰/۰۰۰	۳۱/۸۰۸	۰/۶۱۷	۰/۰۲۶	۰/۸۱۶	همسانی
۰/۰۰۰	۴/۶۶۳	۰/۲۲۷	۰/۰۷۸	۰/۳۶۱	رسالت و ماموریت
۰/۰۰۰	۴/۱۸۸	۰/۲۰۷	۰/۰۵۸	۰/۲۴۴	درگیری در کارها
۰/۰۳۷	۲/۱۰۰		۰/۹۶۲	۲/۰۲۱	چهارم
۰/۰۰۰	۳۰/۳۸۹	۰/۶۵۸	۰/۰۲۹	۰/۸۶۹	همسانی
۰/۰۰۰	۴/۸۲۸	۰/۲۲۸	۰/۰۷۵	۰/۳۶۳	رسالت و ماموریت
۰/۰۰۰	۴/۶۱۱	۰/۲۲۲	۰/۰۵۷	۰/۲۶۲	درگیری در کارها
۰/۰۰۰	-۳/۷۹۸	-۰/۰۷۱	۰/۰۲۷	-۰/۱۰۱	انطباق

تأثیر تفکیکی هر یک از ابعاد متغیر مستقل فرهنگ سازمانی بر روی رفتار شهروندی سازمانی، محتوای جدول بالا را تشکیل می‌دهد. نتایج این جدول نشان می‌دهد که در مدل اول که متغیر همسانی وارد آن شده است، تا مدل آخر یعنی مدل چهارم که متغیر انطباق وارد مدل شده، در کل چهار متغیر وارد مدل شده و توانسته‌اند از میان مجموعه ابعاد متغیر فرهنگ سازمانی در نظر گرفته شده جهت تبیین رفتار شهروندی سازمانی، تأثیر آماری معنی‌داری در سطح کمتر از ۰/۰۵ بر این متغیر وارد سازند. در ادامه شرح میزان تأثیر هر یک از ابعاد متغیر فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی ارائه گردیده است:

با توجه به نتایج بدست آمده متغیر "همسانی" با ضریب بتا ( $Beta = ۰/۶۵$ ) اولین متغیر تأثیرگذار بر رفتار شهروندی سازمانی است. بنابراین میزان رفتار شهروندی سازمانی در مرحله اول متأثر از میزان همسانی است. در ضمن مقدار پیش‌بینی این متغیر برابر با ۰/۸۶ می‌باشد. به این معنی که به ازای یک واحد تغییر در متغیر همسانی، ۰/۸۶ واحد تغییر در متغیر رفتار شهروندی سازمانی به وجود می‌آید.

همچنین با توجه به نتایج حاصله متغیر "رسالت و مأموریت" با ضریب بتا ( $Beta = 0/22$ ) دومین متغیر تأثیر گذار بر روی رفتار شهروندی سازمانی است. در ضمن مقدار پیش بینی این متغیر برابر با  $0/36$  است و این به این معنی است که به ازای یک واحد افزایش در متغیر رسالت و مأموریت،  $0/36$  واحد افزایش در متغیر رفتار شهروندی سازمانی به وجود می آید.

در مدل سوم با توجه به نتایج حاصله متغیر "درگیری در کارها" با ضریب بتا ( $Beta = 0/22$ ) سومین متغیر تأثیر گذار بر روی رفتار شهروندی سازمانی است. مقدار پیش بینی این متغیر برابر با  $0/26$  است و این به این معنی است که به ازای یک واحد افزایش در متغیر درگیری در کارها،  $0/26$  واحد افزایش در متغیر رفتار شهروندی سازمانی به وجود می آید.

در نهایت با توجه به نتایج حاصله متغیر "انطباق" با ضریب بتا ( $Beta = -0/07$ ) چهارمین متغیر تأثیر گذار بر روی رفتار شهروندی سازمانی می باشد. و این نشان می دهد که میزان رفتار شهروندی سازمانی در مرحله چهارم، وابسته به میزان انطباق دارد. مقدار پیش بینی این متغیر برابر با  $0/10$  - است و به معنی آن است که به ازای یک واحد کاهش در متغیر انطباق،  $0/10$  - واحد افزایش در متغیر رفتار شهروندی سازمانی به وجود می آید. در اینجا لازم به ذکر است که رابطه ی بین این دو متغیر از نوع معنی دار و معکوس می باشد. در این قسمت می توان گفت با توجه به مدل تحلیلی مشخص می شود که بعد «همسانی» بالاترین تأثیر را بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.

### بحث و نتیجه گیری

فرضیه اصلی پژوهش: بین هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران رابطه وجود دارد.

در تأیید فرضیه اصلی پژوهش، طبق نتایج حاصل از جدول شماره (۱) و براساس تحلیل رگرسیون گام به گام، یک مدل شناسایی شده که در آن متغیر فرهنگ سازمانی توانست  $0/90$  از تغییرات متغیر رفتار شهروندی سازمانی را تبیین کند. به طوری که مقدار همبستگی  $0/95$  حاکی از همبستگی بالای بین متغیر فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی بود. در ضمن مقدار پیش بینی این متغیر برابر با  $0/35$  است و این به این معنی است که به ازای یک واحد تغییر در فرهنگ سازمانی،  $0/35$  واحد تغییر در متغیر رفتار شهروندی سازمانی به وجود می آید. بدین معنی که هرچه قدر میزان فرهنگ سازمانی بالا رود، میزان رفتار شهروندی سازمانی نیز بالا خواهد رفت و میزان رفتار شهروندی سازمانی متأثر از فرهنگ سازمانی است. نتایج همچنین نشان دادند در مدل ارائه شده متغیر هوش هیجانی وارد مدل رگرسیونی نشده و به همین دلیل با رفتار شهروندی سازمانی هیچ رابطه معنی داری برقرار نکرده است. این یافته با یافته های پژوهشی اسماعیلی (۱۳۹۳)، آقای و همکاران

۱۴۰ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره دوم، زمستان ۱۴۰۱

(۱۳۹۲)، زارع رواسان و همکاران (۱۳۹۱)، عسکریان و طاهری عطار (۱۳۹۱)، فرخ نژاد و همکاران (۱۳۹۰)، هارویکی (۲۰۱۶) همخوان است. در تبیین این یافته می‌توان گفت فرهنگ نقش مهمی را در سازمان ایفاء می‌کند. هنگامی که اعضای سازمان با یک فرهنگ سازمانی خو می‌گیرند، رویدادهای سازمان را به شیوه‌ای مشابه درک می‌کنند و مفهومی را بدان نسبت می‌دهند که به عنوان نیروی پیوند دهنده آنان و ایجاد قلمروهای شناختی و عاطفی میان آنان و اعضای درون سازمان و افراد غیرعضو به عنوان افراد خارج از سازمان به کار می‌رود. هنگامی که فردی بخشی از سازمان محسوب شد نه تنها مانند دیگران عمل می‌کند بلکه حتی مانند دیگر اعضا نسبت به موضوع‌ها و چالش‌های سازمانی احساسی مشترک پیدا خواهد کرد. درک درست از فرهنگ سازمانی با مشخص کردن امور مجاز و غیرمجاز در یک سازمان فواید بسیاری را به دنبال دارد. سازمانی که از یک فرهنگ سازمانی قوی برخوردار است، می‌تواند به میزان قابل توجهی بر تعهد کارکنان اثر بگذارد و استحکام رفتار آنان را افزایش دهد. در چنین سازمانی بروز رفتارهای شهروندی منجر به افزایش درآمد و اعتبار سازمان شده و در نهایت مسائل اقتصادی سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین فرهنگ قوی یک سازمان باعث می‌شود که افراد درباره آن چه انجام می‌دهند احساس بهتری داشته باشند و امور را به نحو احسن انجام دهند که این امر موجب عملکرد بهتر و افزایش رفتار شهروندی سازمانی در سازمان خواهد شد. چرا که رفتارهای شهروندی سازمانی باعث قرارگیری سازمان‌ها در کنار مردم شده و منجر به افزایش اعتماد عمومی آنان نسبت به سازمان گردد. در نتیجه، عملکرد و کارایی سازمان‌ها افزایش یافته و میزان تعهد در بین کارشناسان سازمان گسترش می‌یابد.

فرضیه فرعی اول: بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران رابطه وجود دارد.

نتایج حاصل از یافته‌ها در خصوص فرضیه فرعی اول نشان داد که همبستگی چندگانه بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی حکایت از آن دارد که هوش هیجانی با میزان بتای  $۰/۸۶$  قدرت تبیین متغیر وابسته (رفتار شهروندی سازمانی) را دارد. به عبارت دیگر به ازای یک انحراف معیار افزایش در هوش هیجانی، مقدار  $۰/۸۶$  انحراف معیار افزایش در رفتار شهروندی سازمانی به وجود می‌آید. این یافته با نتایج یافته‌های یوسفی و همکاران (۱۳۹۲)، اسعدی و همکاران (۱۳۹۰)، کریمی (۱۳۹۰)، هادی زاده مقدم و فرجیان (۱۳۸۷)، یه وینگ و کنزوتینگ (۲۰۱۳)، نقدی و شاه طالبی (۲۰۱۳)، کورکماز و آرپاسی (۲۰۰۹) همخوان است. در تبیین این یافته می‌توان به این موضوع اشاره نمود که زندگی جمعی و اخلاقی افراد به خویشنداری، غمخواری و مهارت‌های مربوط به هوش هیجانی بستگی دارد و برخلاف بهره‌های هوشی که از زمان تولد، مطلق باقی می‌ماند، هوش هیجانی در سراسر زندگی پرورش یافته و قابل تقویت و ارتقاء است. وی همچنین معتقد است که

استفاده از هوش هیجانی به اندازه هوش عقلی در زندگی افراد مهم است. به همین دلیل لازم است که در سازمان ها به هوش هیجانی کارکنان توجه گردد. چرا که تقویت هوش هیجانی در کارکنان سبب می شود تا آنان از نظر اجتماعی، افرادی متوازن و مقاوم در برابر ترس و مشکلات سازمانی شده، در زمینه خدمت به سازمان و حل مشکلات سازمان، از حس مسئولیت پذیری قوی ای برخوردار گردند و با دیدگاهی اخلاقی نسبت به مسائل سازمان تلاش نموده و همچنین در روابط خود با سایر همکاران، هم حسی و توجه داشته باشند که این امر در بروز و افزایش رفتارهای شهروندی سازمانی به آنان کمک خواهد کرد. به عبارت دیگر، زمانی که کارکنان یک سازمان در سطح بالایی از هوش هیجانی قرار داشته باشند، بهتر می توانند هیجانات خود را در محیط کار مدیریت و کنترل نموده و در برخورد با مشکلات سازمان از راهبردهای حل مسأله مناسب استفاده نمایند. چنین افرادی از ویژگی همدلی بالایی برخوردارند که باعث می شود تا در تعامل با همکارانشان موفق بوده و در هنگام بروز مشکلات بتوانند با آنان همدردی کنند. همچنین این افراد در مقابل مشکلات به جای تخلیه خشم خود، خونسردی و آرامش خود را حفظ کرده که این امر زمینه را برای مشارکت مؤثر و توجه بیشتر آن ها در انجام امور محوله و در نتیجه بروز رفتار شهروندی مناسب افزایش می دهد.

فرضیه فرعی سوم: بین فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران رابطه وجود دارد.

نتایج حاصل از یافته های پژوهشی در خصوص فرضیه فرعی سوم نشان می دهد همبستگی چندگانه بین فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی حاکی از آن است که فرهنگ سازمانی با میزان بتای  $0/95$  قدرت تبیین متغیر وابسته (رفتار شهروندی سازمانی) را دارد و این بدان معناست که به ازای هر یک انحراف معیار افزایش در فرهنگ سازمانی، مقدار  $0/95$  انحراف معیار افزایش در رفتار شهروندی سازمانی به وجود می آید. بنابراین، هر چه فرهنگ سازمانی در یک سازمان قوی تر باشد، بروز رفتارهای شهروندی سازمانی نیز در سازمان افزایش خواهد یافت. این یافته با یافته های پژوهشی اسماعیلی (۱۳۹۳)، آقایایی و همکاران (۱۳۹۲)، زارع رواسان و همکاران (۱۳۹۱)، عسکریان و طاهری عطار (۱۳۹۱)، فرخ نژاد و همکاران (۱۳۹۰)، هارویکی (۲۰۱۶) همخوان است. در تبیین این یافته می توان گفت از آن جایی که دستیابی به اهداف سازمان منوط به استفاده بهینه از منابع انسانی، مالی و تجهیزاتی است، توجه به عوامل مختلفی که باعث پویایی سازمان خواهد شد ضروری است. از جمله این عوامل می توان به داشتن کارکنانی با سطح رضایت بالا، برخوردار از هوش هیجانی مطلوب که دلبسته به کار خود باشند، اشاره نمود. همچنین توجه به فرهنگ سازمان و تلاش برای مطلوب نگه داشتن آن باعث می شود که افراد در محیطی پویا و سالم با به کار بستن تمام توان خویش برای

کارایی بیشتر و بهتر سازمان خود گام بردارند. فرهنگ سازمانی ترکیبی از هنجارها و ارزش های مختلف است که باعث بقاء بلندمدت و ارتقاء عملکرد سازمانی خواهد شد و به شکل گیری رفتار کارکنان کمک خواهد کرد. فرهنگ سازمانی به عنوان یک وضع کننده بر روابط روزانه و مذاکرات مؤثر است و یک الگو از ایمان ها، نشانه ها، افسانه ها و تجاربی است که هر زمان در یک سازمان ظاهر می شود. همچنین یک فرهنگ سازمانی مطلوب می تواند محرکی برای بهره وری باشد و بازدهی کارکنان را افزایش دهد که این امر در گرو ایجاد و تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی است. بروز رفتارهای شهروندی در سازمان می تواند منجر به افزایش درآمد و افزایش اعتبار سازمان ها شده و که در سطح خرد بر اهداف سازمان و در سطح کلان نیز بر اقتصاد کشور تأثیرگذار خواهد بود. از سوی دیگر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی در سطح سازمان های دولتی و نهادهای عمومی با توجه به گستردگی و اهمیت آن ها بسیار مهم جلوه می کند. اشاعه رفتارهای شهروندی سازمانی باعث افزایش اعتماد نسبت سازمان شده، عملکرد و کارایی سازمان ها را ارتقاء می بخشد.

فرضیه فرعی چهارم: بین ابعاد فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک مهر اقتصاد در شهر تهران رابطه وجود دارد.

در رابطه با این فرضیه پژوهشی و براساس تحلیل رگرسیون گام به گام ۴ مدل شناسایی شد و نتایج نشان داد که در کل چهار متغیر (به ترتیب متغیر همسانی، رسالت و مأموریت، درگیری در کارها، و مدل آخر متغیر انطباق) وارد مدل شده و توانسته اند از میان مجموعه ابعاد متغیر فرهنگ سازمانی در نظر گرفته شده جهت تبیین رفتار شهروندی سازمانی، تأثیر آماری معنی داری در سطح کمتر از ۰/۰۵ بر این متغیر وارد سازند. متغیر "همسانی" با ضریب بتا ( $Beta = ۰/۶۵$ ) اولین متغیر تأثیرگذار است و میزان تأثیر را بر رفتار شهروندی سازمانی دارد. بدین صورت که مقدار پیش بینی این متغیر برابر با ۰/۸۶ بوده است. به عبارت دیگر، به ازای هر یک واحد تغییر در متغیر همسانی، ۰/۸۶ واحد تغییر در متغیر رفتار شهروندی سازمانی به وجود می آید. در مدل دوم، متغیر "رسالت و مأموریت" با ضریب بتا ( $Beta = ۰/۲۲$ ) دومین متغیر تأثیرگذار بر روی رفتار شهروندی سازمانی شناخته شد. بدین صورت که مقدار پیش بینی این متغیر برابر با ۰/۳۶ بود. یعنی به ازای یک واحد افزایش در متغیر رسالت و مأموریت، ۰/۳۶ واحد افزایش در متغیر رفتار شهروندی سازمانی به وجود خواهد آمد. همچنین نتایج حاکی از آن بود که متغیر "درگیری در کارها" با ضریب بتا ( $Beta = ۰/۲۲$ ) سومین متغیر تأثیرگذار بر روی رفتار شهروندی سازمانی می باشد. بدین صورت که مقدار پیش بینی این متغیر برابر با ۰/۲۶ بود. یعنی این که به ازای یک واحد افزایش در متغیر درگیری در کارها، ۰/۲۶ واحد افزایش در متغیر رفتار شهروندی سازمانی به وجود آمده است. و در نهایت، متغیر "انطباق" با ضریب بتا ( $Beta = -۰/۰۷$ ) چهارمین متغیر تأثیرگذار بر روی رفتار شهروندی سازمانی گزارش شد. بدین صورت که مقدار



رابطه هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی ۱۴۳ □

پیش بینی این متغیر برابر با ۰/۱۰- بود. به این معنی که به ازای یک واحد کاهش در متغیر انطباق، ۰/۱۰- واحد افزایش در متغیر رفتار شهروندی سازمانی به وجود خواهد آمد که این رابطه از نوع معنی دار و معکوس می باشد. این یافته پژوهشی با نتایج یافته اسماعیلی (۱۳۹۳) که رابطه مثبت و معناداری را میان ابعاد فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی به دست آورد، کاملاً همخوان است. وی در نتایج یافته های خود نشان داد که فرهنگ ثبات بهترین پیش بینی کننده رفتار شهروندی سازمانی است و دو بُعد فرهنگ مشارکتی و فرهنگ سازگاری در مرتبه بعدی قرار داشته اند و بُعد فرهنگ رسالتی در پیش بینی رفتار شهروندی سازمانی نقشی مهم دارد. از نظر این محقق زمانی که در یک سازمان، فرهنگ سازمانی قوی و مستحکمی برقرار باشد، پرسنل آن سازمان رفتارهای شهروندی سازمانی بیشتری را از خود بروز می دهند. در تبیین این یافته می توان گفت فرهنگ سازمانی موجب بروز رفتارهای شهروندی سازمانی می شود، بدین معنی که یک فرهنگ سازمانی مطلوب می تواند باعث شود تا کارکنان بدون دریافت پاداش، رفتارهای فرانقشی از خود نشان داده و فراتر از شرح وظایف خود در راستای اهداف سازمانی بکوشند. در چنین سازمانی با فرهنگ سازمانی قوی و مطلوب، کارکنان افرادی وظیفه شناس هستند که نسبت به مسائل سازمانی احساس مسئولیت داشته و در با قرارگیری در سطح بالایی از نوع دوستی و با وجدان کاری بالا در افزایش اثربخشی سازمان تلاش می کنند. زمانی که اعضای سازمان خود را به عنوان بخشی از سازمان بشناسند، نسبت به کار خود متعهد شده و با افزایش روحیه جوانمردی در خود، برای رسیدن به اهداف سازمانی تلاش فراوان می کنند (بعد درگیری در کار). همچنین زمانی که یک سازمان دارای فرهنگ سازمانی مطلوب باشد و در فرایند سازمانی خود از ثبات و یکپارچگی برخوردار باشد، باعث می شود که کارکنانشان ارزش های سازمان را شناخته و با تأکید بر ارزش های اساسی سازمان خود، رفتارشان را تنظیم نمایند (بعد سازگاری)، از طرفی یکپارچگی درونی و انطباق پذیری بیرونی موجب می شود تا کارکنان با هم هماهنگ عمل کنند و در شرایط نامساعد سازمان، انعطاف پذیری بالایی را از خود نشان دهند. در این امر، کارکنان با بروز رفتارهای فرانقشی (رفتارهای شهروندی سازمانی)، صبر و شکیبایی خود را در موقعیت های نامساعد سازمان افزایش داده که همین امر نیز به آنان کمک می کند تا نقش مهمی را در کارایی سازمان ایفا کنند (بعد انطباق). در نهایت زمانی که سازمان ها درک روشنی را از اهداف و چشم انداز سازمانی خود ارائه دهند و کارکنان خود را از ابهامات پیش رویشان نسبت به سازمان رهایی ساخته و آنان را با اهداف سازمانی و راه های رسیدن به آن آشنا سازند، باعث می شوند تا میزان احساس تعهد و وفاداری کارکنان نسبت به سازمان افزایش یافته و زمینه ساز بروز رفتارهای شهروندی سازمانی را در جهت رسیدن به اهداف سازمانی فراهم آورند (بعد رسالت و مأموریت).

### پیشنهادهای پژوهشی

- با توجه به این که یک فرهنگ سازمانی مطلوب می تواند محرکی برای بهره وری باشد و بازدهی کارکنان را افزایش دهد و این امر در گرو ایجاد و تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی است. لذا ضروری است تا مسئولان بانک ها رفتارهای فرانتشی و عوامل بروزشان را شناسایی و در جهت تقویت آن ها بکوشند.
- برای دستیابی به سطح مطلوبی از رفتارهای شهروندی سازمانی به سازمان ها خصوصاً سازمان های بانکی پیشنهاد می شود فرهنگ حاکم بر سازمان ها شناسایی شوند تا بدین ترتیب بتوان به نحوه ی اثرگذاری فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی پی برد.
- پیشنهاد می شود با برقراری فضا و فرهنگ مطلوب و ایجاد زمینه های مناسب در جهت افزایش سطح مسئولیت پذیری بیشتر کارکنان اقدام نمود.
- ایجاد رفتار شهروندی سازمانی نیازمند یک فرهنگ بر مبنای ارزش های مشترک است. رفتار شهروندی در محیطی توسعه و گسترش می یابد که در آن ارزش ها و نگرش های مشترکی میان کارکنان در خصوص پیروی داوطلبانه کارکنان از مقررات و قوانین سازمانی، تحمل پذیری نسبت به مشکلات و سختی های روزمره و وفاداری نسبت به سازمان پدید آمده باشد. پس ضروری است تا مسئولان از رفتار شهروندی سازمانی به عنوان یک الگو و فرهنگ یاد کنند.
- بررسی رابطه متغیرهای پژوهشی در دیگر سازمان های دولتی و خصوصی و مقایسه آن ها با یکدیگر
- پیشنهاد می شود مسئولان بانک ها با حرکت در مسیر ارتقای سطح فرهنگ سازمانی، موجبات بروز رفتارهای شهروندی سازمانی را در کارکنان خود افزایش داده و سایر عوامل مرتبط با رفتارهای شهروندی سازمانی را مورد توجه قرار دهند.

رابطه هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی ۱۴۵ □

## منابع

- ابزری، م. و دلوی، م. (۱۳۸۸). نیل به تعالی (سرآمدی) از طریق تقویت فرهنگ سازمانی. فصلنامه جامعه شناسی کاربردی، سال بیستم، شماره ۱، ۱۷۱-۱۹۶.
- اسکندری، ا. و ایراندوست، م. (۱۳۹۴). رابطه اخلاق کاری و رفتار شهروندی سازمانی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال دهم، شماره چهارم، ۱۱۴-۱۰۷.
- اسماعیلی، ا. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر ابعاد فرهنگ سازمانی بر رفتارهای شهروندی سازمانی کارکنان (مورد مطالعه: معاونت طرح و برنامه و بودجه ناجا). فصلنامه مدیریت منابع در نیروی انتظامی، شماره ۵، دوره دوم، ۱۵۳-۱۷۸.
- بهاروند، ف.، گوران، م. و یعقوبی، ن. (۱۳۹۷). مدل یابی معادلات ساختاری رابطه هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی. فصلنامه پژوهش های مدیریت عمومی. سال ۲۲، شماره ۹۱. صص ۱۲-۹۲۸۱.
- تقوی، م.، جعفری فارسانی، ج. (۱۳۸۹). رابطه بین کیفیت ادراک شده در سبک رهبری و رفتار شهروندی. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۵۶، ۱۱۹.
- جعفری سیریزی، م.، اسماعیلی، ا.، خدایار یزرنق، ر.، عربلو، ج. و فرجی، ع. (۱۳۹۸). ارتباط هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی با گرایش به رفتارهای کاری انحرافی در کارکنان بیمارستانهای منتخب شهر تهران. فصلنامه بیمارستان. سال ۲۹، شماره ۱. صص ۱۹-۱۲.
- درویش، ح.، شعبانی، ف. و عابد سعیدی، ژ. (۱۳۹۳). بررسی رابطه هوش هیجانی با عملکرد سازمانی و فرهنگ سازمانی در دانشکده های دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی. نشریه علمی پژوهشی دانشکده پرستاری و مامایی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی شهید بهشتی، دوره ۲۴، شماره ۸۶، ۵۶-۵۱.
- دلوی، م. ابزری، م. (۱۳۸۵). مدیریت فرهنگ سازمانی (مفاهیم، الگوها، تغییر) با رویکرد تعالی گرا. تهران: انتشارات شرکت قاصد سحر.
- رایبیز، اس. (۱۳۸۶). تئوری سازمان، ساختار، طراحی و کاربردها. ترجمه قاسم کبیری. تهران: انتشارات مرکز علمی دانشگاه آزاد اسلامی. چاپ سوم.
- رودساز، ح. رضایی منش، ب. و توکلی، ش. (پاییز ۱۳۹۱). تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر مزیت رقابتی. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول). سال بیست و دوم، شماره شصت و هشتم، ۱۰۹-۱۳۴.
- زارع، ح. (۱۳۸۳). نقش رفتار شهروندی سازمانی در عملکرد سازمان. فصلنامه فرهنگ مدیریت، سال دوم، شماره ۶، صص ۱۶۹.
- زاهدی، ش. زندگی، ا. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر هوش هیجانی بر رفتار شهروندی سازمانی در صنعت هتلداری. فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری. شماره ۵، سال ۳، بهار-تابستان ۱۳۹۴.

## ۱۴۶ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره دوم، زمستان ۱۴۰۱

- سبحانی نژاد، م. یوزباشی، ع. (۱۳۸۷). هوش هیجانی و مدیریت در سازمان (مبانی نظری، شیوه های آموزش و ابزارهای سنجش). تهران: انتشارات یسطرون.
- علیزاده، م، و شهرانی، ا. (۱۳۸۷). نقش فرهنگ سازمانی در رفتار شهروندی سازمانی، مورد مطالعه شرکت های EPC. اولین کنفرانس شهروندی سازمانی، دانشگاه تهران.
- قلتاش، ع. (۱۳۹۳). رابطه فرهنگ سازمانی و هوش سازمانی با رضایت شغلی کارکنان. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی (دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت). سال پنجم، شماره ۳، ۱۱۵-۱۲۸.
- کولیائی، م، رضایی پندری، ع و مرادی، م. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر هوش هیجانی بر رفتار شهروندی سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی حمایت اجتماعی. مجموعه مقالات دومین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی. بابلسر-دانشگاه مازندران.
- کیا، م. (۱۳۷۰). نقش فرهنگ سازمانی در نظریه پردازی مدیریت. فصلنامه مدیریت دولتی، شماره ۱۳، ۳۰-۳۵.
- گریفین، ر، و مورهد، گ. (۱۳۹۰). رفتار سازمانی. ترجمه سیدمهدی الوانی، و غلامرضا معمارزاده. تهران: انتشارات مروارید، چاپ شانزدهم.
- مشبکی، ا. (۱۳۸۳). مدیریت رفتار سازمانی، تحلیل کاربردی، ارزش از رفتار انسانی. تهران: انتشارات ترمه، چاپ دوم.
- ملکی نیا، ع. صادقی، م. (۱۳۸۷). بررسی وضعیت رفتار شهروندی سازمانی کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه. اولین کنفرانس ملی مدیریت رفتار شهروندی سازمانی. تهران : <https://civilica.com/doc/115869>
- میرکمالی، م. (۱۳۸۰). روابط انسانی در آموزشگاه. تهران: انتشارات یسطرون.
- نجاری لواسانی، ف. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و هوش هیجانی با رفتار شهروندی سازمانی در ادارات آموزش و پرورش شهر تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن.
- الوانی، م، و دانایی فرد، ح. (۱۳۸۰). گفتارهایی در فلسفه تئوری های سازمان دولتی. تهران: انتشارات صفار اشرافی.
- یوسفی، ب، عیدی، ح، و مرادی، ل. (۱۳۹۲). ارتباط هوش هیجانی و مؤلفه های آن با رفتار شهروندی سازمانی در اداره ورزش و جوانان شهر کرمانشاه. فصلنامه مدیریت و فیزیولوژی ورزشی شمال، شماره ۱، ۷۳-۸۳.

- Appelbaum, S., & Bartolomucci, N., & Beaumier, E., & Boulanger, J., & Corrigan, R., & Dore, I., & Girard, Ch., & Serroni, C. (۲۰۰۴). "organizational citizenship behavior : a casestudy of culture , leadership and trust " management decision, ۴۲(۱) , pp۱۳-۴۰.
- Askarian, M. (۲۰۰۷) **Organization and Education management. Tehran. Amir Kabir.**

رابطه هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی ۱۴۷ □

- Barnard, C.I. (۱۹۳۸). The functions of the executive. Cambridge, MA: **Harvard University Press**.
- Bateman, T.S. and D.W. Organ (۱۹۸۳), Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee citizenship, **Academy of Management Journal**, ۲۶: ۵۸۷-۵۹۵
- Borman, W.C., Motowidlo, S. J. (۲۰۰۱), Personality selection (pp. ۷۱-۹۸). San Francisco: Jossey-Bass.
- Hall, A. T & Zinko, R. P & Alexia A. F and Gerald R. (۲۰۰۹), “Organizational citizenship behavior and reputation: mediators in the relationships between accountability and Job performance and satisfaction”, **Journal of Leadership & Organizational Studies**, Vol. ۱۵, Num ۴, pp ۳۸۱-۳۹۲.
- Harwiki. W. (۲۰۱۶). The impact of servant leadership on organization culture, organizational commitment, organizational citizenship behavior (OCB) and employee performance in women cooperatives. **Procedia- social and behavioral sciences** ۲۱۹ (۲۰۱۶), ۲۸۳-۲۹۰.
- Hodson, R. (۲۰۰۶), “Management citizenship behavior and its consequences”, **work and occupations**, Vol. ۲۹, No. ۱, pp ۶۴-۹۶.
- Kathleen D. (۲۰۰۶). Leadership style and organizational commitment Mediating Effect of Role Stress. **Journal of Managerial Issues**; ۱۰(۱): ۱۰۹-۳۰.
- Katz, D., Kahn, R. L. (۱۹۶۶). The social psychology of organizations. **New York: Wiley**.
- Ke, w, Wei, K (۲۰۰۸). organizational culture and leadership in ERP implementation, **Decision support system**, ۴۵, pp ۲۰۸, ۲۱۸.
- Podsakoff, P. M., Mackenzie, S. B., Paine, J. B., Bachrach, D. G. (۲۰۰۰). “Organizational citizenship behavior: A critical review of the theoretical and empirical lit literature and suggestions for future research”, **Journal of Management**, ۲۶ (۳), pp. ۵۱۳-۵۶۳.
- Robbins, Stephen P. (۲۰۰۵), **Essential of Organizational Behavior, eighth edition, Prentice. Hall**.

۱۴۸ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره دوم، زمستان ۱۴۰۱