



Geographic Notion
Vol. 22. Autumn & winter 2020
Zanjan University
No 153

اندیشه جغرافیایی
سال یازدهم، شماره بیست و دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۸
دانشگاه زنجان
مقاله شماره ۱۵۳

تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر تعهد سازمانی کارکنان در صنعت هتلداری (مطالعه موردی: هتل های ۵ ستاره شهر تبریز)

مهدی کروی^۱، جعفر بهاری^۲، سمیرا محمدی^۳، مرجان بذله^۴، شهلا بهاری^۵

چکیده

امروزه مفهوم رفتار شهروندی سازمانی توجه مدیران و محققان زیادی را به خود جلب کرده است. توجه به این گونه رفتارها می تواند یکی از راه های افزایش اثر بخشی سازمان ها باشد. از سوی دیگر، یکی از دلایل موفقیت سازمان های بزرگ این است که آنها کارکنانی دارند که فراتر از وظایف رسمی خود تلاش می نمایند؛ چرا که عملکرد سازمانی برجسته از طریق تلاش های کارکنان معمولی حاصل نمی شود. یعنی آنها کارکنانی دارند که رفتارهای شهروندی سازمانی را از خود بروز می دهند. تحقیق حاضر با هدف تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر تعهد سازمانی کارکنان در صنعت هتل داری در هتل های ۵ ستاره استان آذربایجان شرقی، شامل: هتل های پارس ائل گلی و شهریار در تابستان ۱۳۹۵ صورت پذیرفته است. داده های مورد نیاز برای این تحقیق با روش نمونه گیری تصادفی ساده از کارکنان هتل های ۵ ستاره شهر تبریز و با ابزار پرسشنامه جمع آوری شده است. تحقیق حاضر، از نظر هدف، کاربردی و براساس روش گردآوری داده ها، توصیفی و از نوع پیمایشی است. همچنین از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس به منظور تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شده است.

^۱ - دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبائی تهران

^۲ - دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: jafarbahari797@yahoo.com

^۳ - دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، تهران، ایران

^۴ - دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، تهران، ایران

^۵ - گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی ۳۶۹۷-۱۹۳۹۵، تهران، ایران

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان هتل های ۵ ستاره شهر تبریز در نظر گرفته شده است. با توجه به محدود بودن جامعه آماری تحقیق، از فرمول کوکران به منظور تعیین حجم نمونه استفاده شده است که عدد ۱۶۴ بدست آمده است. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که رفتار شهروندی سازمانی و هر یک از ابعاد آن تأثیر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان دارند. و همچنین نشان داده شد که متغیر نوع دوستی دارای بزرگترین مقدار ضریب مسیر است و تأثیر آن نسبت به سایر متغیرها بر تعهد سازمانی کارکنان بیشتر است.

واژگان کلیدی: تعهد سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی، اسمارت پی ال اس، صنعت هتلداری، تبریز.

مقدمه

دنیای کنونی با شتاب فزاینده ای در حال صنعتی شدن است. این امر ضرورت نوآوری، انعطاف پذیری، بهره وری و پاسخگویی را برای بقاء و موفقیت سازمانها بیشتر می کند. از این رو، روانشناسان تأکید دارند کارکنان سازمانها باید فراتر از وظایف رسمی خود عمل کنند. با توجه به تعامل فراوان و رو در رو با مشتری، و همچنین ماهیت خدمات، این مفهوم در بخش های خدماتی اهمیت بیشتری دارد (حسن زاده ثمرین و سفیدکار، ۱۳۹۳: ۱۴۲). یکی از مهارت هایی که می تواند به کارکنان در این راه کمک کند «رفتار شهروندی سازمانی»^۱ است. این مقوله به رفتارهای فردی اشاره دارد که برخاسته از بصیرت افراد بوده و علاوه بر این که کارایی و اثر بخشی عملکرد سازمان را افزایش می دهند، مستقیم و به صورت صریح، از طریق سیستم رسمی پاداش تشویق نمی شوند (حسن زاده ثمرین و سفیدکار، ۱۳۹۳: ۱۴۲). رفتار شهروندی سازمانی مجموعه ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیستند، اما با این وجود توسط وی انجام و باعث بهبود مؤثر وظایف و نقش های سازمان می شوند (اپل بام و همکاران^۲، ۲۰۰۴: ۱۹). ارگان معتقد است که رفتار شهروندی سازمانی، رفتار فردی و داوطلبانه است که مستقیماً به وسیله سیستم های رسمی پاداش در سازمان طراحی نشده است، اما با این وجود باعث ارتقای اثربخشی و کارایی عملکرد

^۱ Organizational Citizenship Behavior (OCB)

^۲ Appelbaum et al

سازمان می شود (کوهن و کول^۱، ۲۰۰۴: ۳۸۶). با این تعاریف، از انسان به عنوان شهروند سازمانی انتظار می رود بیش از الزامات نقش خود و فراتر از وظایف رسمی، در خدمت اهداف سازمان فعالیت کند. به عبارت دیگر ساختار رفتار شهروندی سازمانی به دنبال شناسایی، اداره و ارزیابی رفتارهای فرانشی کارکنانی است که در سازمان فعالیت می کنند و در اثر این رفتارهای آنان اثربخشی سازمانی بهبود می یابد (بینستوک و همکاران^۲، ۲۰۰۳: ۳۶۱). از آن جا که سال های اخیر شغل ها بیشتر در حال تغییراند تا این که ثبات داشته باشند، بنابر این احتمال این که کارمندان نسبت به کارفرما احساس هویت قوی کنند خیلی کم است و از این دیدگاه سازمانی بسیار نگران کننده است. به دلیل این که تعهد سازمانی ضعیف ممکن است به معنای این باشد که کارایی کارمندان پایین تر از حد مناسب آن است و آن ها سعی می کنند که کارشان را هر چه زودتر به اتمام برسانند (مهرابی کوشکی و همکاران، ۱۳۸۷). اگرچه مطالعات زیادی طی دو دهه ی اخیر در این زمینه انجام شده است اما هنوز در رفتار شهروندی کارکنان هتل شکاف قابل توجهی وجود دارد و نیاز به تحقیق بیشتری دارد، کارکنان با رفتارهای متفاوت رضایت و وفاداری مشتریان را افزایش می دهند (راب^۳، ۲۰۰۸). هم چنین نبود ارتقای مناسب رفتار شهروندی سازمانی در محیط هتل یک شکاف می باشد و یک چارچوب واقعا مهم است، زیرا: ۱- تفاوت صنعت هتل در ماهیت با سازمان های دیگر در این مقایسه می شود که خدمات غیر ملموس و تبادل کارکنان در تماس مشتری جزء مهم عملکرد روزانه آن است. ۲- مطالعات رفتار شهروندی سازمانی عمومیت را افزایش می دهد به صورتی که چارچوب استفاده شده در مورد رفتار شهروندی سازمانی کاملا از ترتیبات دیگر قرض گرفته شده است که قابل استفاده برای ماهیت منحصر به فرد صنعت گردشگری و هتلداری نیست (ما و

^۱ Cohen & Kol

^۲ Bienstock etal

^۳ Raub

یو^۱، ۲۰۱۱). امروزه یکی از مسایل مهم و اساسی مورد مطالعه روان شناسی صنعتی و سازمانی و نیز رشته های وابسته، برانگیختن کارکنان به کار و فعالیت بیشتر آنان است. برای مطالعه انگیزش رویکردهای متفاوتی وجود دارد: یکی از این رویکردها که مورد توجه ویژه ای قرار گرفته است، مفهوم رفتار شهروندی سازمانی است (جعفری و همکاران، ۱۳۹۰). از طرفی حفظ منابع انسانی موجود به خصوص نیروی انسانی وفادار با رفتار شهروندی سازمانی و نیروی انسانی با تعهد به عنوان یکی از هدف های اصلی در الویت های هر سازمان است (عریضی و همکاران، ۱۳۹۰). مساله اصلی این تحقیق تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر تعهد سازمانی کارکنان در بخش خدماتی هتلداری است. با توجه به آنچه که گفته شد این تحقیق در پی پاسخ به این سوال است که تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر تعهد سازمانی کارکنان در هتل های پنج ستاره شهر تبریز چگونه است؟

مبانی نظری

رفتار شهروندی سازمانی

واژه رفتار شهروندی سازمانی اولین بار سال ۱۹۸۳ توسط ارگان و همکارانش بیان شد و دانشمندانی همچون چستر بارنارد، پودساکف، کتز و کان تکمیل کننده اقدامات ارگان و همکارانش در این حوزه بودند. ارگان و بیتمن رفتار شهروندی سازمانی را این گونه تعریف می کنند: رفتارهای اختیاری کارکنان که جزء وظایف رسمی آنها نیست و مستقیماً توسط سیستم رسمی پاداش سازمان در نظر گرفته نمی شود ولی میزان اثربخشی کل سازمان را افزایش می دهد. هدف رفتار شهروندی سازمانی کمک کردن به افراد و سازمان می باشد. در هدف اول این رفتارها به تسهیل روابط میان افراد و کارکنان سازمان کمک فراوانی می نماید و افراد خود را موظف به حل کردن مسائل و مشکلات دیگر همکاران خود می داند. در هدف دوم شهروند سازمانی تمام تلاش خود را در جهت کمک به سازمان در

^۱ Ma & Qu

دستیابی به اهداف خویش می نماید (محمودی میمند و هرندی، ۱۳۹۳: ۱۱۴). در ادبیات آکادمیک و حرفه‌ای مدیریت، برای فهم تأثیر نقش‌های فرا وظیفه‌ای کارکنان بر مشارکت آنان به صورت مثبت در عملکرد سازمانها توجه قابل ملاحظه‌ای صورت گرفته است. در میان نقشهای مختلف فرا وظیفه‌ای، اهمیت حیاتی رفتار شهروندی در اثربخشی سازمانی، برای مدیران عملگرا به اثبات رسیده است. «کوهن و ویگودا» اهمیت رفتار شهروندی سازمانی را در تمام شکلهای سازمانی تأکید کرده و متذکر شده‌اند که رفتار شهروندی سازمانی، اثربخشی سازمانی را به طرق مختلف بهبود می‌بخشد (کوهن، ۲۰۰۲). «ارتورک»^۱ نیز در این باره معتقد است، رفتار شهروندی سازمانی به عنوان الگوی نوین رفتار کارکنان در سازمان، امروزه به عنوان رویکرد مدرن مدیریت نوین نیروی انسانی در بسیاری از سازمانها مورد استفاده قرار گرفته است (ارتورک، ۲۰۰۶). به طور کلی، رفتار شهروندی، یک نوع رفتار ارزشمند و مفید است که افراد آن را به صورت دلخواه و داوطلبانه از خود بروز می‌دهند. به این ترتیب، مطالعه و بررسی این گونه رفتار افراد در سازمان بسیار مهم و ضروری به نظر می‌رسد (اسلامی و سیار، ۱۳۸۶). اما به طور کلی، رفتار شهروندی سازمانی عبارت است از: مجموعه‌ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیست، با وجود این توسط وی انجام و باعث بهبود مؤثر وظایف و نقش‌های سازمان می‌شود (آپلبام^۲، ۲۰۰۴: ۱۹).

ابعاد رفتار شهروندی سازمانی

نوع دوستی^۳: کمک به دیگر اعضای سازمان در رابطه با مشکلات و وظایف مرتبط می‌باشد. مانند کارکنانی که به افراد تازه وارد یا کم مهارت کمک می‌کنند.

^۱ Erturk
^۲ Appelbaum
^۳ Altruism

تواضع و فروتنی^۱: تلاش کارکنان برای جلوگیری از مشکلات و تنش های کاری در رابطه با دیگران می باشد.

روحیه جوانمردی^۲: نشان دادن تحمل و گذشت در شرایط غیر ایده آل سازمان، بدون شکایت کردن می باشد.

وجدان کاری^۳: به رفتارهایی اختیاری گفته می شود که از حداقل الزامات نقش و فراتر می رود مثل فردی که بیشتر از حالت معمول سرکار می ماند یا کارمندی که وقت زیادی برای استراحت صرف نمی کند.

فضیلت مدنی^۴: تمایل به مشارکت و مسئولیت پذیری در زندگی سازمانی و ارائه تصویری مناسب از سازمان می باشد (تگگ و هاولی^۵، ۲۰۰۹).

تعهد سازمانی

تعهدسازمانی مانند مفاهیم دیگر رفتارسازمانی به شیوه های متفاوت تعریف شده است. معمولی ترین شیوه برخورد با تعهد سازمانی آن است که تعهد سازمانی را نوعی وابستگی عاطفی به سازمان در نظر می گیرند. براساس این شیوه، فردی که به شدت متعهد است هویت خود را از سازمان می گیرد، در سازمان مشارکت دارد و با آن درمی آمیزد و از عضویت در آن لذت می برد (ساروقی، ۱۳۷۵). پورتر^۶ و همکارانش (۱۹۷۴) تعهدسازمانی را پذیرش ارزش های سازمان و درگیر شدن در سازمان تعریف می کنند و معیارهای اندازه گیری آن را شامل انگیزه، تمایل برای ادامه کار و پذیرش ارزش های سازمان می دانند. چاتمن^۷ و اورایلی^۸ (۱۹۶۸) تعهد

^۱ Courtesy

^۲ Sportsmanship

^۳ Conscientiousness

^۴ Civic virtue

^۵ Tag & Hawley

^۶ poorter

^۷ chatman

^۸ orayli

سازمانی را به معنی حمایت و پیوستگی عاطفی با اهداف و ارزش‌های یک سازمان، به خاطر خود سازمان و دور از ارزش‌های ابزاری آن (وسیله ای برای دستیابی به اهداف دیگر) تعریف می‌کنند (رنجریان، ۱۳۷۵). تعهد سازمانی عبارت از نگرش‌های مثبت یا منفی افراد نسبت به کل سازمان (نه شغل) است که در آن مشغول به کارند. در تعهد سازمانی شخص نسبت به سازمان احساس وفاداری قوی دارد و از طریق آن سازمان خود را مورد شناسایی قرار می‌دهد (استرون^۱، ۱۳۷۷). شلدون تعهد سازمانی را چنین تعریف می‌کند: نگرش یا جهت‌گیری که هویت فرد را به سازمان مرتبط یا وابسته می‌کند. کانتر نیز تعهد سازمانی را تمایل عاملان اجتماعی به اعطای نیرو و وفاداری خویش به سیستم‌های اجتماعی می‌داند (به نقل از اسماعیلی، ۱۳۸۰). به نظر لوتانز^۲ و شاو^۳ (۱۹۹۲)، تعهد سازمانی به عنوان یک نگرش عبارتست از تمایل قوی به ماندن در سازمان، تمایل به اعمال تلاش فوق‌العاده برای سازمان، اعتقاد قوی به پذیرش ارزش‌ها و اهداف (عراقی، ۱۳۷۷). وجه اشتراک تعاریف بالا این است که تعهد حالتی روانی است که رابطه فرد را با سازمان مشخص کند، تصمیم به ماندن در سازمان یا ترک آن را به طور ضمنی در خود دارد (ساروقی، ۱۳۷۵).

ابعاد تعهد سازمانی

در تحقیق حاضر ابعاد تعهد سازمانی بر مبنای نظریه مایر و آلن^۴ (۱۹۹۱) می‌باشد که این ابعاد به عنوان مبانی تئوریک برای این تحقیق و طراحی سوالات پرسشنامه نیز در نظر گرفته شده است و عبارتند از:

^۱esteron
^۲Lotans
^۳Shaw
^۴Meyer & Allen

۱. تعهد مستمر: در درجه اول برای جلوگیری از هزینه های ترک سازمان، کارمندان در سازمان باقی می مانند و ممکن است انگیزه کمی برای انجام کار در سازمان بیش از نیاز، داشته باشند (گلاتی و همکاران^۱، ۲۰۰۶: ۳۳۲).
۲. تعهد عاطفی: به میزان دلبستگی عاطفی به سازمان و اهداف آن اشاره دارد. افراد با تعهد عاطفی قوی در استخدام سازمان باقی می مانند زیرا دوست دارند عضو سازمان باقی بمانند (مایر و آلن، ۱۹۹۱: ۶۴).
۳. تعهد هنجاری: حالت روانی است که در آن کارکنان احساس می کنند به خاطر نوعی از هنجارهای متنی، فرهنگی و اجتماعی؛ مجبور به ادامه عضویت خود در سازمان هستند (گایتام و همکاران^۲، ۲۰۰۵: ۳۱۲).

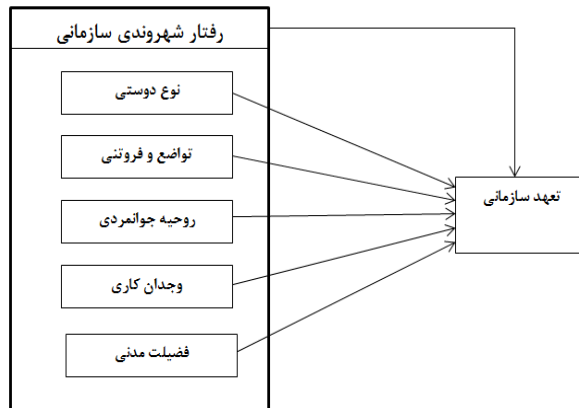
کیاکجوری و مطلبی سراجی در سال ۱۳۹۲ پژوهشی را با عنوان روابط ساختاری بین رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان هتل های استان مازندران انجام دادند. نتایج نشان داد که مدل اندازه گیری هر دو متغیر از نظر شاخص های برازش در وضعیت مناسبی قرار دارد و هم چنین فرضیه پژوهش در قالب مدل معادلات ساختاری با همبستگی بسیار مطلوب مورد تأیید واقع شد. با توجه به یافته ها، به نظر می رسد با افزایش رفتار شهروندی سازمانی می توان تعهد سازمانی کارکنان را افزایش داد. مطلبی سراجی و عزیزاده در سال ۱۳۹۲ پژوهشی را با عنوان بررسی تأثیر جنسیت بر رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان هتل های استان مازندران انجام دادند. نتایج نشان می دهد رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان زن و مرد متفاوت است و هم چنین جنسیت بر ابعاد رفتار شهروندی سازمانی (نوع دوستی، وجدان، فضیلت مدنی، ادب و مهربانی) به جز بعد جوانمردی تأثیر دارد. چانگ و همکاران^۳ (۲۰۱۱)، در پژوهش خود با عنوان «رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی در اعضای سازمانی اثرات یادگیری سازمانی

^۱Gellatly et al

^۲Gautam et al

^۳Chang et al

را تحت تأثیر قرار می دهد»، بیان کردند: رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی به طور مثبت اثر یادگیری سازمانی را تحت تأثیر قرار می دهد و رفتار شهروندی سازمانی می تواند به طور مثبت تحت تأثیر تعهد سازمانی قرار گیرد. نتایج پژوهش بخشی^۱ (۲۰۱۱)، با عنوان «تعهد سازمانی به عنوان پیش بینی کننده رفتار شهروندی سازمانی» نشان داد تعهد سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی ارتباط دارد و تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری هر یک به ترتیب برابر با ۰/۲۲۰، ۰/۲۵۸ و ۰/۱۳۳ با رفتار شهروندی سازمانی ارتباط دارند و تعهد هنجاری با ضریب بتای ۰/۲۶۹ بیشترین تأثیر را دارد. در این بخش مدلی مفهومی جهت تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر تعهد سازمانی کارکنان در صنعت هتلداری، با مطالعه روابط سازه های مطرح شده، پیشینه تحقیق و ادبیات موضوع ارائه می گردد. چهارچوب مفهومی تحقیق در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش شناسی تحقیق

تحقیق حاضر، از نظر هدف، کاربردی و براساس روش گردآوری داده ها، توصیفی و از نوع پیمایشی است. قلمرو مکانی این تحقیق در هتل های ۵ ستاره در استان آذربایجان شرقی، شامل: هتل های پارس ائل گلی و شهریار بوده است.

^۱ Bakhshi

قلمرو زمانی تحقیق تابستان ۱۳۹۵ می باشد. داده های مورد نیاز برای این تحقیق با روش نمونه گیری تصادفی ساده از کارکنان هتل های ۵ ستاره شهر تبریز و با ابزار پرسشنامه جمع آوری شده است. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان هتل های ۵ ستاره شهر تبریز در نظر گرفته شده است. حجم نمونه، به شیوه فرمول تعیین حجم نمونه ۱۶۴ نفر و با روش نمونه گیری تصادفی ساده تعیین گردید. رویکردهای مختلفی در رابطه با مدل سازی معادلات ساختاری وجود دارد. بدین معنا که مدل سازی معادلات ساختاری را می توان بر پایه روش های آماری متفاوتی، متناسب با نوع متغیرها و ویژگی های نمونه آماری پژوهش انجام داد. یکی از روش های آماری در این زمینه، روش حداقل مربعات جزئی^۱ است. نرم افزارهایی که از مدل سازی معادلات ساختاری بر پایه این روش آماری استفاده می کنند، نسبت به وجود شرایطی مانند هم خطی متغیرهای مستقل، نرمال نبودن داده ها و کوچک بودن نمونه سازگار هستند (هانلین و کاپلان^۲، ۲۰۰۴). در پژوهش حاضر از نرم افزار SmartPLS استفاده شده است که در زمینه مدل سازی معادلات ساختاری بر پایه روش حداقل مربعات جزئی، نرم افزاری پر کاربرد و مفید می باشد. پرسشنامه تحقیق حاضر بر اساس تلفیقی از پرسشنامه های پودساکف^۳ (۱۹۹۱) و ارگان^۴ (۱۹۹۸) به منظور اندازه گیری رفتار شهروندی سازمانی و مایر و آلن^۵ (۱۹۹۱) به منظور اندازه گیری تعهد سازمانی و در قالب مقیاس ۵ رتبه ای لیکرت تدوین شده است. به منظور سنجش روایی پرسشنامه، دو نوع روایی منطقی و روایی سازه در نظر گرفته شد و در این راستا، روایی محتوا، اعتبار ظاهری و اعتبار عاملی (تحلیل عاملی) بررسی شدند، آزمون اعتبار عاملی پرسشنامه با کمک تحلیل عاملی تأییدی و با

^۱Partial Least Squares

^۲Haenlein & Kaplan

^۳Podsakoff

^۴Organ

^۵Meyer & Allen

استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس^۱ انجام گرفته است. همه بارهای عاملی متغیرهای تحقیق بالاتر از ۰/۵ بوده که نشان دهنده روایی بالا پرسشنامه می باشد. همچنین اعتبار محتوا پرسشنامه با اتکا به نظر متخصصان و اساتید محترم تأیید و اصلاحات لازم اعمال بعمل آمده است. همچنین به منظور سنجش پایایی ابزار تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. این کمیت بین صفر و یک تغییر می کند، ضریب پایایی صفر، معرف عدم پایایی و ضریب پایایی یک، معرف پایایی کامل است. مقادیر بالای ۰/۷ برای آلفای کرونباخ مطلوب است (سکاران، ۱۳۸۸). در تحقیق حاضر ضریب آلفای کرونباخ کل پرسشنامه برابر ۰/۸۱۳ بوده، که حاکی از پایایی خوب ابزار اندازه گیری است. در جدول زیر میزان آلفای کرونباخ متغیرهای مدل بیان شده است.

جدول ۱. نتایج آلفای کرونباخ

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ
نوع دوستی	۰/۷۶۵
تواضع و فروتنی	۰/۷۷۶
روحیه جوانمردی	۰/۸۱۵
وجدان کاری	۰/۸۳۵
فضیلت مدنی	۰/۷۹۴
تعهد سازمانی	۰/۸۹۸
مجموع متغیرها	۰/۸۱۳

بررسی شاخص های برازش مدل

یافتن یک مدل نظری به لحاظ آماری معنادار و همچنین دارای معنا و مفهوم نظری و کاربردی باشد هدف اولیه از بکارگیری مدل سازی معادله ساختاری است. معیار کلی برای روش حداقل مربعات جزئی در نظر گرفته شد جی-ا-اف (Gof) نام دارد. شاخص های این معیار کرانی از صفر تا یک را در بر دارند و

^۱ PLS

به چهار شاخص مطلق، نسبی، مدل درونی و مدل بیرونی تقسیم می شوند. مدل درونی در واقع همان روابط بین متغیرهای مکنون یا همان ضرایب مسیر می باشد و مدل بیرونی در واقع برآورد بارهای عاملی و تحلیل عاملی است (فورنل^۱ و چا^۲، ۱۹۹۴). شاخص های نیکویی برازش نسبی و مطلق هر دو شاخص های توصیفی هستند. چنانچه این شاخصها بزرگتر یا مساوی با ۰/۵ باشند، مناسب مدل می باشند.

جدول ۲. شاخص های برازندگی مدل

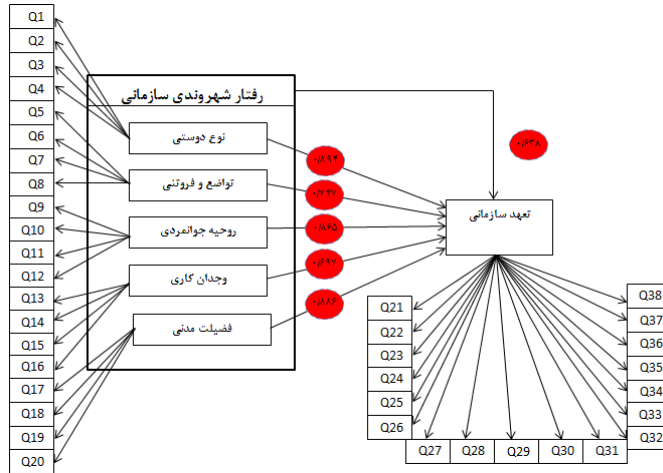
مقدار	شاخص های برازندگی مدل
۰/۵۷۸	مطلق
۰/۷۸۶	نسبی
۰/۹۷۳	مدل بیرونی
۰/۷۷۴	مدل درونی

همانطور که مشاهده می شود، از نتایج حاصل از برازندگی مدل نتیجه می گیریم که شاخص نیکویی برازش نسبی برای این مدل مناسبتر از مطلق است. هرچند که تقریباً اکثر شاخص ها نمایانگر برازندگی خوب مدل می باشند. بنابراین، بعد از تایید مدل می توان نتایج تحلیل مسیر را در آزمون فرضیات به کار برد و به تفسیر آن ها پرداخت.

تحلیل مسیر

در تحلیل مسیر روابط بین متغیرها در یک جهت جریان می یابند و به عنوان مسیرهای متمایز در نظر گرفته می شوند مفاهیم تحلیل مسیر در بهترین صورت از طریق ویژگی عمده آن، یعنی نمودار مسیر که پیوندهای علی احتمالی بین متغیرها را آشکار می سازد، تبیین می شوند. برای بررسی فرضیه های تحقیق لازم است که مدل کلی زیر برازش شود:

^۱ Fornell
^۲ Cha



شکل ۳. تحلیل مسیر مدل

بررسی فرضیه های تحقیق

به منظور بررسی تمامی فرضیه های این پژوهش، ابتدا ضریب مسیر محاسبه، سپس معناداری این ضریب مسیر با آماره آزمون بررسی می شود. چنانچه سطح معناداری محاسبه شده از سطح معناداری آزمون ($\alpha=0,05$) کوچک تر باشد، فرضیه مربوط تأیید می شود و در صورتی که مقدار آن از $0,05 = \alpha$ بیشتر باشد فرضیه مرتبط با آن رد می شود.

جدول ۳. خلاصه یافته های پژوهش

نتیجه	معناداری	آماره آزمون	ضریب مسیر	مسیر مستقیم
تایید می شود	۰/۰۰۰	۷/۴۲۵	۰/۶۳۸	رفتار شهروندی سازمانی ← تعهد سازمانی
تایید می شود	۰/۰۰۰	۹/۹۵۶	۰/۸۹۴	نوع دوستی ← تعهد سازمانی
تایید می شود	۰/۰۰۰	۸/۵۸۴	۰/۷۴۷	تواضع و فروتنی ← تعهد سازمانی
تایید می شود	۰/۰۰۰	۹/۷۶۳	۰/۸۶۵	روحیه جوانمردی ← تعهد سازمانی
تایید می شود	۰/۰۰۰	۷/۹۸۴	۰/۶۹۷	وجدان کاری ← تعهد سازمانی
تایید می شود	۰/۰۰۰	۹/۸۷۲	۰/۸۸۶	فضیلت مدنی ← تعهد سازمانی

نتیجه گیری

در عصر حاضر، طراحان نظام های سازمانی اغلب تلاش خود را معطوف به کسب هدف های راهبردی و مزیت رقابتی نموده اند و بر آن هستند تا با طراحی چنین نظام هایی، بستر بقا و یا رهبری سازمان ها را در بازارهای امروزی پدید آورند. آنچه در این میان مهم به نظر می آید و توسط این طراحان بیشتر مورد توجه قرار می گیرد، اهمیت منابع انسانی در این نظام ها و نقش آن در تحقق هدف های مورد نظر است. بنابراین، منابع انسانی به عنوان برجسته ترین عامل مزیت رقابتی در رشد و توسعه کارآفرینی و متعاقب آن تمایز سازمانها از یکدیگر، بیش از گذشته مورد توجه مدیران و محققان قرار گرفته است. تحقیق حاضر با هدف تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر تعهد سازمانی کارکنان در صنعت هتلداری در هتل های ۵ ستاره استان آذربایجان شرقی، شامل: هتل های پارس ائل گلی و شهریار در تابستان ۱۳۹۵ صورت پذیرفته است. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که رفتار شهروندی سازمانی و هر یک از ابعاد آن تأثیر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان دارند. و همچنین نشان داده شد که متغیر نوع دوستی دارای بزرگترین مقدار ضریب مسیر است و تأثیر آن نسبت به سایر متغیرها بر تعهد سازمانی کارکنان بیشتر است.

با توجه به تجزیه و تحلیل های صورت گرفته و نتایج به دست آمده، پیشنهادهای ذیل ارائه می گردد:

- هتل ها می توانند با ایجاد سیستم های منظم و منطقی برای ارائه پاداش به کارکنان تا حد زیادی ایجاد رفتار شهروندی را تسهیل کنند. تحقیقات گذشته نشان دهنده این مطلب است که افراد در کارهایی که احتمال دریافت پاداش وجود دارد بیشتر مشارکت می کنند. به همین خاطر توجه به سیستم های پاداش موثر و اقتصادی توسط هتل در شکل دهی شهروندان خوب بسیار تأثیرگذار خواهد بود.

- علاوه بر اقدامات و عملکرد های رسمی هتل که در جهت تقویت رفتار شهروندی موثر است، فرآیندهای رسمی نیز وجود دارند که سازمان ها می توانند با ایجاد آنها به توسعه و تقویت بیشتر رفتار شهروندی پردازند. برخی از روانشناسان اجتماعی معتقدند که فشارهای اجتماعی در هنجارهای گروهی غالباً تأثیر بیشتری نسبت به رویه های رسمی بر رفتار فردی در سازمان ها می گذارند. به همین علت مکانیسم های غیر رسمی مانند فرهنگ مشارکتی، یک رکن اساسی و محوری برای تقویت رفتار شهروندی در محیط کار است. البته ناگفته نماند که ظهور و ترویج فرهنگ مشارکتی از طریق فرآیند جامعه پذیری صورت می گیرند، فرآیندی که طی آن اعضای تازه هتل مواردی را که از نظر سایر اعضای هتل، پسندیده و مورد قبول است یاد می گیرند و دوره های آموزشی لازم را در این خصوص طی می کنند. پس توجه به امر جامعه پذیری در سازمان برای تقویت رفتار شهروندی نیز می تواند موثر باشد.
- برای اینکه کارکنان احساس خوبی از ارتباط با هتل داشته باشند نیاز دارند از محیط و زمینه ای که در آن کار می کنند آگاه باشند. هتل ها به منظور انجام این اقدام سعی کنند از طریق برگزاری جلسات گروهی به بررسی مسائل پرداخته و با گوش دادن به پیشنهادات کارکنان نوعی تسهیم اطلاعات با کارکنان داشته باشند و کارکنان را از پروژه های اصلی هتل، نتایج مالی، محصولات و خدمات جدید، تغییرات تکنولوژیک و ... آگاه سازند. این امر باعث می شود احساس اعتماد متقابل افزایش یافته و کارکنان احساس کنند برای هتل مهم هستند و از این طریق میزان تعهدشان به هتل افزایش می یابد.
- برخی از هتل ها ممکن است به تنهایی به شناسایی شهروندان خوب و افرادی با رفتار شهروندی بالقوه، قادر نباشند و نتوانند به مقدار مورد نیاز، این افراد را جذب و استخدام کنند. اما آن ها می توانند با اجرای طرح های آموزشی برای

کارکنان فعلی هتل، به ایجاد رفتارهای شهروندی مفید و سازنده پردازند. استفاده از برنامه های آموزشی موجب تسهیل کمک های بین فردی در میان کارکنان می شود. البته برای توسعه مهارت های کارکنان، می توان از برنامه های آموزشی میانی و چرخش شغلی نیز استفاده کرد.

- برخی از محققان معتقدند افرادی که علائم شهروندی خوبی را در حوزه ی زندگی شخصی شان بروز می دهند به همان میزان تمایل دارند تا شهروندان سازمانی خوبی باشند. بر این اساس هتل ها باید فرآیندهای جذب و استخدام نیروی خود را طوری طراحی کنند که افرادی با رفتار شهروندی متریقی جذب هتل شوند.

منابع

۱. حسن زاده ثمرین، تورج، سفیدکار، سپیده (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۳(۷۶)، صص ۱۴۱-۱۵۵.
۲. سکاران، اوما (۱۳۸۸). روشهای تحقیق درمدیریت. ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی، تهران، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی، چاپ ششم.
۳. محمودی میمند، محمد، هرنندی، عطاءاله (۱۳۹۳)، تبیین نقش رفتار شهروندی سازمانی در ارزش ویژه برند مبتنی مشتری، مجله مدیریت بازاریابی، ۹(۲۳)، صص ۱۱۱-۱۲۵.
۴. مهربانی گوشکی، علی، بیستون، عزیزی، سلمانی، داوود (۱۳۸۷)، رابطه بین تعهد سازمانی و رفتارهای شهروندی سازمانی، مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی مدیریت رفتار شهروندی سازمانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
۵. جعفری، حسن، صادقی، احمد، خدایاری زرنق، رحیم (۱۳۹۰)، رابطه رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان در بیمارستان شهید هاشمی نژاد تهران، نشریه علوم بهداشتی جندی شاپور، دوره ۳، شماره ۴، صص ۴۷-۵۴.
۶. عریضی سامانی، سیدحمیدرضا، محمدی، مریم، امیری، صولت (۱۳۹۰)، رابطه میان رفتار شهروندی سازمانی با تعهد سازمانی و میل به ماندن در شغل در میان کارکنان شرکت سایپا، نشریه پژوهش های روان شناسی اجتماعی، دوره ۱، شماره ۱، صص ۲۷-۴۴.

۷. کیاکجوری، داود، مطلبی سراجی، ندا (۱۳۹۲)، روابط ساختاری بین رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان هتل های استان مازندران، مجموعه مقالات دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قم، دانشگاه پیام نور.
۸. مطلبی سراجی، ندا، علیزاده، مهدی (۱۳۹۲)، بررسی تأثیر جنسیت بر رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان هتل های استان مازندران، مجموعه مقالات دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قم، دانشگاه پیام نور.
۹. عراقی، محمود (۱۳۷۷)، بررسی رابطه رضایت شغلی و تعهد سازمانی در کارکنان مجتمع فولاد اهواز، پایان نامه انتشار نیافته کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، استاد راهنما: دکتر بهرام رنجبریان.
۱۰. حسن، اسلامی، سیار، ابوالقاسم (۱۳۸۶)، رفتار شهروندی سازمانی، تدبیر، سال ۱۸، شماره ۱۸۷.
۱۱. ساروقی، احمد (۱۳۷۵)، تعهد سازمانی و رابطه آن با تمایل به ترک خدمت، فصلنامه علمی - پژوهشی فرایند مدیریت و توسعه، دوره ۱۰، شماره ۴، صص ۶۵-۷۳.
۱۲. رنجبریان، بهرام (۱۳۷۵)، تعهد سازمانی، مجله دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، سال ۱۰، شماره ۱-۲، صص ۴۱-۵۷.
۱۳. استرون، حسین (۱۳۷۷)، تعهد سازمانی، فصلنامه مدیریت در آموزش و پرورش، دوره ۵، شماره ۱۷، صص ۷۳-۷۴.
۱۴. اسماعیلی، کوروش (۱۳۸۰)، تعهد سازمانی، ماهنامه تدبیر، دوره ۱۲، شماره ۱۱۲.
15. Appelbaum, S., & Bartolomucci, N., & Beaumier, E., & Boulanger, J., & Corrigan, R., & Dore, I., & Girard, Ch., & Serroni, C. (2004). "organizational citizenship behavior : a case study of culture , leadership and trust " management decision. 42(1) , pp13-40.
16. Bienstock, C. C., & Demoranville, W. C., & Smith, K. R., (2003). " organizational citizenship behavior and service quality " journal of services marketing. 17(4), pp 357-378.
17. Bakhshi A (2011), "Organizational Commitment as predictor Organizational citizenship behavior", European Journal of Business and Management, Vol 3, No 4: 78-87.
18. Chang, Chi-Cheng., Tsai, Meng-Chen., and Tsai, Meng-Shan. (2011). The Organizational Citizenship Behaviors and Organizational Commitments of Organizational Members Influences the Effects of Organizational Learning, International Journal of Trade, Economics and Finance, 2, (1), 61-66.
19. Cohen (2002). Professionalism and organizational Citizenship behavior, Journal of Managerial Psychology.
20. Cohen, A., & Kol, Y. (2004). professionalism and organizational citizenship behavior . an empirical examination among Israeli

- nurses , journal of managerial psychology , Vol. 19 Issue: 4, pp.386-405.
21. Ertürk, A. (2006). Increasing organizational citizenship behaviors of Turkish academicians: Mediating role of trust in supervisor on the relationship between organizational justice and citizenship behaviors. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 257-270.
 22. Fornell, C. and Cha, J. (1994). Partial least squares, in Bagozzi, R.P. (Ed.), *Advanced Methods*.
 23. Gautam, Thaneswor; Van Dick, Rolf; Wagner, Ulrich; Upadhyay, Narottam and Davis, Ana J (2005), "Organizational citizenship behaviors And organizational commitment in Nepal", *Asian journal social psychology*, No.4:305-314.
 24. Gellatly, Ian R; Meyer, John P and Luchak A A (2006), "Combined effects of the three commitment components on focal and discretionary behaviors: A Test of Meyer and Herscovitch' s propositions", *journal of vocational behavior*, No 69: 331-345.
 25. Haenlein, Michael, & Kaplan, Andreas M. (2004). A Beginner's Guide to Partial Least Squares Analysis. *Understanding Statistics*, 3(4), 283-297.
 26. Meyer, John P and Allen, Natalie J (1991), "A three-Component conceptualization of organization Cmmitment", *Human Recource Management Review*, Volume. 1, No1: 61- 89.
 27. Ma, E., Qu, H. (2011). Social exchanges as motivators of hotel employees' organizational citizenship behavior: The proposition and application of a new three-dimensional framework, *International Journal of Hospitality Management*, 30, 680-688.
 28. Organ, D.w. (1998). *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome*. Lexington, MA: Lexington Book: 253-262.
 29. Porter, L.W., Steers, R.M., Mowday, R.T. and Boulian, p.v (1974). Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians, *journal of applied psuchology*, vol 59 , no 5, 603-609.
 30. Raub, S. (2008). does bureaucracy kill individual initiative? The impact of structure on organizational citizenship behavior in the hospitality industry, *International Journal of Hospitality Management*, 27, 179-186.
 31. Tag, X. & Hawley, J. M. (2009). "Measuring customer-based brand equity: Empirical evidence from the sportswear market in china", *Journal of Product and Brand Management*, 18 (4), pp. 262-271.