

تبیین نقش معنویت در محیط کار بر توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی با تاکید بر نقش میانجی نوع دوستی و ادب اجتماعی

حسین صمدی میارکلانی^۱ - حمزه صمدی میارکلانی^۲

چکیده

زمینه: امروزه کارآفرینی به عنوان یکی از بهترین استراتژی‌های توسعه اقتصادی، برای توسعه رشد اقتصادی و تقویت رقابت پذیری کشور و سازمان‌ها در مواجهه با گرایش‌های فزاینده جهانی سازی نگریسته می‌شود، برای برخورداری از مزایای کارآفرینی در سازمان‌ها بایستی بر عوامل مؤثر بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی تمرکز و سرمایه‌گذاری کرد، در این میان عناصری چون معنویت در محیط کار و مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی در بهبود آن نقشی اساسی دارد.

هدف: در واقع هدف از این پژوهش تبیین نقش معنویت در محیط کار بر توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی با تاکید بر نقش میانجی نوع دوستی و ادب اجتماعی (مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی) در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران می‌باشد.

روش‌ها: روش این پژوهش از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، روش توصیفی-پیمایشی و از نظر مقاصد پژوهش، کاربردی است. جامعه آماری پژوهش، کلیه کارکنان بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران بوده‌اند، از میان آن‌ها با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران تعداد ۱۴۷ نفر براساس نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند، برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS و LISREL استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان داد که شکل‌گیری معنویت در محیط کار، زمینه را برای بهبود فرهنگ کارآفرینی سازمانی فراهم می‌کند، نقش معنی‌دار میانجی نوع دوستی و ادب اجتماعی بر رابطه میان متغیرها نیز تأیید شد. هم‌چنین از مؤلفه‌های معنویت در محیط کار جزء کاربامعنا، میان وحدت‌ویگانگی و هم‌سوئی با ارزش‌ها با فرهنگ کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی مثبت و معناداری یافت شد.

نتیجه‌گیری: می‌توان نتیجه گرفت که منابع انسانی هر سازمان، با ارزش‌ترین سرمایه آن محسوب می‌شوند و نقش تعیین‌کننده‌ای در اثربخشی آن دارند، مدیران همواره در تلاش برای بهره‌گیری بهینه از این منابع بوده‌اند.

واژه‌های کلیدی: معنویت در محیط کار، فرهنگ کارآفرینی، نوع دوستی، ادب اجتماعی

^۱ دانش آموخته کارشناسی ارشد، باشگاه پژوهشگران و نخبگان جوان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر، قائمشهر، ایران

hossein_samadi_m@yahoo.com

^۲ دانش آموخته دکتری مدیریت دولتی، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران. (مسئول

مکاتبات) hamzeh.samadi@srbiau.ac.ir

مقدمه

امروزه در کشورهای مختلف در دانش مدیریت و اقتصاد، توجه خاصی به کارآفرینی اقتصادمدار و کارآفرینان می‌شود. براساس بیانیه جهانی کارآفرینی، یک همبستگی قوی میان رشد اقتصاد ملی و سطح فعالیت کارآفرینانه ملی و سازمانی وجود دارد. کارآفرینی سازمانی نگرش و وضعیتی برای ادامه حیات سازمان‌هاست، این بدان معناست که این دوران، کارآفرینی سازمانی جانمایه دوام حیات سازمان‌هاست و پدیده‌ای نیست که برحسب سلیقه بتوان با آن برخورد کرد. به‌همین علت مطالعات زیادی پرداختن به کارآفرینی در سطح سازمان را یک ضرورت دانسته‌اند (فیض و همکاران، ۱۳۹۲).

در واقع کارآفرینی سازمانی مفهومی است که نوآوری‌ها را به عنوان ترکیبات اصلی کار می‌پذیرد: گسترش یا فرمول‌بندی جدید محصولات، مهندسی مجدد یا کاهش هزینه فرآیند، جستجوی بازارهای بکر و دست‌نخورده، کاربردهای جدید محصولات و خدمات جدید، سرمایه‌گذاری‌های جدید (اوبینوموکویا^۱، ۲۰۱۲). یکی از نگرانی‌ها و دغدغه‌های مدیران سازمان‌ها وجود مسئله فرهنگ سازمانی کارآفرینانه است، که امروزه بسیاری از پژوهش‌ها را به سمت خود سوق داده است. باید اشاره کرد که برای سازمان‌ها، ثبات، موفقیت و توسعه کارآفرینی سازمانی در گرو توسعه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه است و در سایه آن محقق می‌گردد.

قابل ملاحظه است که مدیران علاقه فزاینده‌ای به تلفیق معنویت و مدیریت دارند. این تلفیق، عمیق‌ترین ارزش‌های را که بر کارشان تاثیرگذار است را به‌همراه دارد و نیز به همان میزان، نوید دهنده موفقیت بیشتر آن‌ها خواهد بود. در حقیقت، مدیران به دلیل برخی از علائق مشترک، خود را به معنویت ملزم کرده‌اند. به همین خاطر پارادایم جدید پژوهش‌های سازمان و مدیریت به سمت بررسی و تبیین ابعاد و شاخصه‌های معنویت سازمانی و عوامل مؤثر بر آن یا متأثر از آن حرکت کرده است (یزدانی و همکاران، ۱۳۸۹). در این میان معنویت در محیط کار که به عنوان تمایل به جستجوی هدف نهایی در زندگی و زیستن بر اساس این هدف تعریف شده است، اهمیت بسزایی در تحریک کارکنان سازمان برای بهبود و توسعه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه دارد.

از طرفی 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 (صمدی میارکلانی و احمدی، ۱۳۹۵؛ مقیمی، ۱۳۸۵). از دیگر 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.

پس از بیان اهمیت پژوهش، باید اشاره کرد که با توجه به انجام پژوهش‌های فراوان در حوزه معنویت در محیط کار (اشموس و داچون^۲، ۲۰۰۰؛ چری^۳، ۲۰۱۲؛ پینگا و ساماریب^۴، ۲۰۱۲؛ فری و همکاران^۵، ۲۰۱۳، ماهدیوان^۶، ۲۰۱۳)؛ رفتار شهروندی سازمانی (اکفلت و کت^۷، ۲۰۰۵؛ پودساکاف و همکاران^۸، ۲۰۰۰؛ ون‌دون و همکاران^۹، ۱۹۹۴)؛ و ادبیات کارآفرینی سازمانی (بالتازاد و همکاران^{۱۰}، ۲۰۰۶؛ مک‌گوایر^{۱۱}، ۲۰۰۳؛ زهرا و همکاران^{۱۲}، ۲۰۰۴)، تاکنون پژوهش‌های بسیار اندکی به بررسی ارتباط میان معنویت و کارآفرینی (کینگ-کوانوی و همکاران^{۱۳}، ۲۰۰۵؛ آگیبم و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۳؛ ناندرا^{۱۵}، ۲۰۰۹)؛ رفتار شهروندی سازمانی و کارآفرینی پرداخته‌اند (دیزگاه و همکاران^{۱۶}، ۲۰۱۱؛ زهیر و همکاران^{۱۷}، ۲۰۱۲؛ ژانگ و همکاران^{۱۸}، ۲۰۰۸)، هم‌چنین با وجود آنچه که بیان شد،

تاکنون پژوهشی کاملی به طور اخص در زمینه بررسی اثرات معنویت در محیط کار با لحاظ نقش میانجی نوع دوستی و ادب اجتماعی بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی، چه در خارج از کشور و چه در داخل کشور صورت نگرفته است و از این حیث، این پژوهش، منحصر به فرد می باشد. بنابراین هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی اثرات معنویت در محیط کار با تاکید بر نقش میانجی نوع دوستی و ادب اجتماعی بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران است.

فرهنگ کارآفرینی سازمانی: در مورد کارآفرینی باید اشاره کرد، که کارآفرینی یک واژه شایع است؛ سیاست گذاران، اقتصاددانان، انجمن های علمی و حتی دانشجویان دانشگاه در مورد آن صحبت و بحث می کنند. همه ساله در سراسر دنیا سمینارها، کنفرانس ها و کارگاه هایی سازماندهی می شوند که بر اهمیت کارآفرینی برای کشور، جامعه و نیز توسعه فردی تاکید می کنند. امروزه کارآفرینی به عنوان یکی از بهترین استراتژی های توسعه اقتصادی برای توسعه رشد اقتصادی کشور و تقویت رقابت پذیری کشور در مواجهه با گرایش های فراینده جهانی سازی نگریسته می شود (کیت و همکاران^{۱۹}، ۲۰۱۱).

استیونسون کارآفرینی را به عنوان رویکردی مدیریتی تلقی می کند که فرصت ها بدون توجه به منابعی که فعلاً در کنترل هستند، تحقق و پیگیری می شوند. در خصوص کارآفرینی ابتدا تاکید سنتی بر تلاش هایی بود که یک فرد، یک بینش را به یک کسب و کار موفق تبدیل می نمود. اما اخیراً کارآفرینی به عنوان فرآیندی که می تواند در سازمان ها با هر نوع و اندازه ای رخ دهد، که افراد نیز جزئی از آن هستند، مفهوم پردازی شده است. فرآیند کارآفرینانه دارای عناصر، نگرش و رفتاری است که از نظر نگرشی به تمایل یک فرد یا یک سازمان برای استفاده از فرصت های جدید و حس مسئولیت برای تغییر خلاقانه اشاره دارد، این تمایلات را گرایش کارآفرینانه گویند (صمدی میارکلائی و صمدی میارکلائی، ۱۳۹۴؛ مقیمی، ۱۳۸۴).

در واقع کارآفرینی بیان می کند که چگونه افراد به صورت مستقل و یا در داخل سازمان ها، مسائل و چالش های ناشناخته را می بینند و چارچوبی جدید از ابزارها و اهداف ایجاد می کنند تا از آن ها استفاده کنند. البته کارآفرین فقط مواردی را می بیند و برای استفاده از آن برنامه ریزی می کند که ارزش لازم را داشته باشند. در راستای استفاده از فرصت ها، کارآفرینان کالا یا خدماتی را به جامعه عرضه می کند که مشتری پسند بوده و بازار یا محیط خواهان آن - هاست. بنابراین لازم است کارآفرینان اطلاعات کاملی را از بازار و محیط داشته باشند. فرایند مبادله و تعامل با محیط می تواند این اطلاعات را فراهم کند (آرو^{۲۰}، ۱۹۷۴؛ جوانویک^{۲۱}، ۱۹۸۲).

کارآفرینی سازمانی به عنوان فعالیت های کارآفرینی در یک سازمان در حال فعالیت، و نیز به عنوان فعالیت های کارآفرینی در قالب محصول، فرآیند، و نوآوری های سازمانی تعریف شده است. کارآفرینی سازمانی نه تنها به ایجاد سرمایه گذاری های تجاری جدید اشاره دارد، بلکه به سایر فعالیت ها و جهت گیری های نوآورانه از قبیل توسعه محصولات، خدمات، فن آوری ها، فنون اجرایی و اداری، استراتژی ها و تفکرات و گرایش های رقابتی جدید نیز اشاره می کند (آنتونیچ و هسریچ^{۲۲}، ۲۰۰۱؛ آنتونیچ و زورن^{۲۳}، ۲۰۰۱).

فرهنگ سازمانی نیز از رشته های انسان شناسی و جامعه شناسی پدید آمده است، و بیشتر در دهه ۱۹۸۰ به عنوان یک مفهوم چند وجهی با طیف گسترده ای از ادراک و معانی گسترش یافت (ساکمن^{۲۴}، ۱۹۹۲). فریس و همکاران (۱۹۹۹)، فرهنگ سازمانی را این گونه تعریف کرده اند: گونه ای از محیط اجتماعی سازمان ها، که قرار گرفتن سیستم مدیریت منابع انسانی در سازمان ها را تحت تاثیر خود قرار می دهد. شاین (۲۰۰۴) فرهنگ سازمانی را به

مثابه الگویی از مفروضات اساسی مشترک تعریف کرده است که بوسیله یک گروه برای حل مسائل انطباق بیرونی و یک پارچگی درونی آن آموخته می‌شود و به اندازه کافی خوب کار می‌کند تا مورد اعتبار قرار گیرد، بنابراین، به عنوان یک روش درست ادراک، اندیشه و احساس در ارتباط با آن مسائل به اعضای جدید آموخته می‌شود (شاین^{۲۵}، ۲۰۰۴).

سازمان‌ها برای کارآفرین شدن باید فرهنگ کارآفرینانه را در خود نهادینه سازند. سازمان باید به نیروی انسانی به عنوان منبع کلیدی نگریسته و در جهت نگهداری و حمایت از آن حداکثر تلاش خود را انجام دهد. در این نقش سازمان باید اصل ابتکار عمل را در تقویت و فضایی ایجاد کند تا فعالیت‌های نوآورانه افراد حمایت و پشتیبانی شود. سازمان‌ها باید نوآور و پیشگام باشند و ریسک‌پذیری را در خود تقویت کنند. کورنوال و پریمن (۱۹۹۰)، سازمان‌های کارآفرینانه را با ریسک‌پذیری و تمرکز بر آینده و مرزهای منعطف و ارتباط باز و مکرر در تمامی جهات توصیف می‌کنند. اعضای سازمان‌های کارآفرینانه، هم به خلاقیت و هم به بهره‌وری ارجح می‌نهند. آن‌ها این موضوع را که می‌بایست بین این دو سبک و سنگین کرد، نمی‌پذیرند. هنجارهای وجود دارد که طی آن از اعضای انتظار می‌رود تا رفتارهای هم‌چون ریسک‌پذیری و جستجوی فرصت‌ها را بروز دهند. بعلاوه اعضای انتظار حمایت و پاداش را برای بروز یک چنین رفتاری را داند. در واقع اعضای سازمان‌های کارآفرین انتظار قدرتمندی و تفویض اختیار دارند (طبرسا و همکاران، ۱۳۸۹).

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).

مایکل موریس با بیان تعریفی از کارآفرینی سازمانی، مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینی را تبیین می‌کند. او واژه شور کارآفرینانه را بکار برده است که مؤلفه‌های آن عبارت است از نوآوری، خطرپذیری و پیش‌نگری. موریس با اشاره به میزان شدت و ضعف ابعاد فوق و میزان توالی کارآفرینی، ماتریسی ترسیم می‌کند که آن را شبکه کارآفرینانه می‌نامد. بنابراین، فرهنگ سازمانی‌ای کارآفرینانه‌تر است که بسیار نوآور، پرخطر و پیش‌نگرانه‌تر باشد. سیلوا و همکاران (۲۰۰۶)، برای شناسایی فرهنگ کارآفرینانه به هشت عامل اشاره می‌کنند، و بیان می‌کنند اگر این عوامل به‌طور همیشگی، بهبود یابد، فرهنگ سازمانی به سطح کارآفرینانه ارتقاء می‌یابد، و در این فرهنگ، کارکنان به دنبال ابداع مستمر به شیوه پایدارند. این عوامل عبارتند از ارتباطات، فرایند تصمیم‌گیری، انگیزش، پاداش، استقلال عمل، رهبری، تیم و ارزیابی (سیلوا و همکاران^{۲۶}، ۲۰۰۶).

یکی از چارچوب‌های ارائه شده برای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، چارچوبی است که توسط مک‌گوایر (۲۰۰۳)، پیشنهاد شده است، او برای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه ده بُعد یا مؤلفه بیان کرده است، که این ده بُعد شامل موارد ذیل می‌باشد: ۱. بی‌باکی، 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، ۲۰۰۳).

اکوال (۱۹۹۴)، برای تبیین یک فرهنگ کارآفرینانه معتقد به تحریک افراد برای خلاقیت است، و ده ویژگی برای آن ارائه می‌دهد، که بر اساس آن سازمان‌ها را می‌توان در یک مجموعه‌ای از ضعیف‌ترین درجه (که به آن محیط

ایستا گفته می‌شود) تا بالاترین درجه (محیط خلاق) طبقه‌بندی کرد (قناتی و همکاران، ۱۳۸۹): ۱. چالش و مبارزه طلبی، ۲. استقلال، ۳. پویایی - تا آن حدی که سازمان فعال است، ۴. اعتماد و صراحت (محدودیت نداشتن)، ۵. زمان تفکر، ۶. شوخ طبعی و سرگرمی، ۷. تعارض، ۸. حمایت ایده (به نحوی که ایده‌های جدید دریافت و عمل می‌شوند)، ۹. مناظره (بحث و گفتگو)، و ۱۰. خطر پذیری (درجه‌ای که کارکنان ابهام‌ها را تحمل می‌کنند).

کورنوال و پرلمن (۱۹۹۰)، نیز برای شناسایی فرهنگ کارآفرینانه سازمانی ده ویژگی معرفی می‌کنند (زالی و همکاران، ۱۳۹۲): ۱. ریسک‌پذیری، ۲. کسب احترام، ۳. نظام اخلاقی مبتنی بر درستی، اعتماد و باورپذیری، ۴. ترغیب مشارکت افراد، ۵. تعهد احساسی، ۶. کار را تفریح دانستن، ۷. رهبری در تمام سطوح، ۸. کسب ارزش، ۹. توجه مستمر به اعضا، جزئیات، ساختار و فرایند، و ۱۰. اثربخشی و کارایی.

معنویت در محیط کار: معنویت نیز واژه‌ای است که امکان یک مفهوم‌پردازی دقیق از آن وجود ندارد. برای برخی معنویت یک تغییر پارادایم است که بر موضوعات ذهنی و تجربه تأکید کرده و متضاد با مذهب بی‌طرف و منصفانه می‌باشد. از نظر برخی دیگر معنویت مترادف است با فاصله گرفتن از پارامترهای محدود مذهب و حرکت به سمت قلمرو گسترده‌تر انسانیت، بطوری که نهایت نیاز انسان به ملکوت و فضای الهی را تضمین می‌کند (صمدی میارکلائی و همکاران، ۱۳۹۵).

این نکته حائز اهمیت است که برای برخی از افراد، معنویت در کار، نوعی اتصال دینی است، در حالی که برای دیگران این معنی را نمی‌دهد. رابینز می‌گوید معنویت در محیط کار به معنای انجام سازماندهی شده شعائر مذهبی نبوده و به همین ترتیب در مورد خدا یا الهیات نیست. محقق دیگری می‌گوید: «معنویت زمانی جنبه‌ای از دین بود، اما هم‌اینک به دین به عنوان یکی از راه‌های معنوی ممکن نگریسته می‌شود. زمانی معنویت راهی به سوی پیوند عمیق با خدا بود، اما اکنون برای بسیاری، خداوند دیگر تنها هدف جستجوی معنوی آنان نیست، بلکه یکی از راه‌های جستجوی معنوی و راهی برای پیوند با بسیاری از مفاهیم متعالی دیگر است» (مقیم و همکاران، ۱۳۸۶).

فرای (۲۰۰۳)، معتقد است که معنویت دو نقش اساسی بر زندگی افراد دارد: ۱. زندگی فردی افراد را ورای ارزش‌های دنیوی تعالی می‌دهد، و ۲. اعتقاد به معنویت شامل ارزش‌های فراتر از منافع اقتصادی در زندگی افراد می‌باشد (فرای و همکاران^{۲۷}، ۲۰۱۰). ریو (۲۰۰۵)، پژوهش‌های فراوانی در زمینه معنویت انجام رسانده است، او معتقد است معنویت در قالب ارزش‌های معنوی و رفتارهای معنوی نمود پیدا می‌کند، ارزش‌های معنوی شامل صداقت، اعتماد، نفوذ اخلاقی، ارتباط صادقانه و تواضع و فروتنی می‌باشد. رفتارهای معنوی نیز شامل احترام، رفتارهای صادقانه با دیگران، قدردانی از مشارکت و همکاری دیگران و درگیری در اعمال معنوی می‌باشد (محمدی و همکاران، ۱۳۹۲). پیاده‌سازی معنویت در محیط کار از دو دیدگاه قابل بررسی است. این دو دیدگاه عبارت‌اند از: دیدگاه متمرکز بر سازمان یا سازمان محور و دیدگاه متمرکز بر فرد یا فرد محور.

رویکرد سازمان محور پیشنهاد می‌کند که معنویت باید در خصوص سازمان به عنوان یک کل بکار گرفته شود. این امر توسط پژوهشگرانی بعد از انجام مطالعات تجربی گسترده پیشنهاد گردید. آن‌ها معتقدند از آنجای که منافع و ترجیحات متعارض زیادی بین تک تک کارکنان سازمان وجود دارد، نمی‌توان معنویت را بر مبنای فردی پیاده کرد، بلکه سازمان باید به عنوان یک کل تغییر کند. در اینجا سازمان بر اساس اصول معنویت خود، گروه بندی می‌شود. رویکرد فرد محور نیز سعی در پرورش معنویت به صورت فردی دارد. در اینجا سازمان دارای یک گرایش معنوی سفت و سخت نیست، اما خود را با خواسته‌های معنوی کارکنان همراه می‌سازد (صمدی میارکلائی و

همکاران، ۱۳۹۵؛ صمدی میارکلائی و صمدی میارکلائی، ۱۳۹۵). توسعه و بهبود معنویت در محیط کار می‌تواند مزایای بسیاری برای سازمان‌ها به ارمغان آورد. برخی از این مزایا عبارت‌اند از: بهبود کارایی و اثربخشی، افزایش عملکرد و بهبود شاخص‌های مالی، بهبود تعهد سازمانی، اشتراک‌گذاری دانش و تحول، تعالی رفتاری و معرفتی کارکنان (دهلر و والش^{۲۸}، ۱۹۹۴؛ میلمن و همکاران^{۲۹}، ۲۰۰۳؛ ناسینا^{۳۰}، ۲۰۱۱).

رفتار شهروندی سازمانی

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 (آفاجانی و همکاران، ۱۳۹۲). این رفتارها از طریق ترغیب عملکرد سازمانی مؤثر و کارآمد باعث ارتقای سطح عملکرد سازمانی می‌شوند (آکفلت و کت، ۲۰۰۵). رفتار شهروندی سازمانی را بر موفقیت سازمان تصدیق می‌کنند. به دلیل این‌که 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 تعریف‌شده، هم‌چنان‌که بوسیله نقش‌های وظیفه‌ای تجویز شده، ضروری است اما برای پیش‌گویی اثربخشی کافی نیست (پودساکاف و همکاران، ۲۰۰۰؛ ون‌دین و همکاران، ۱۹۹۴).

به دلیل این‌که رفتار در سازمان‌ها محدود به شرح شغل‌های رسمی یا انتظارات شغلی رسمی محدود نیست، شغل‌ها، نقش‌ها و رفتارها هم‌معنی نیستند. ون‌دین و همکاران (۱۹۹۵) «رفتار فرانش (ERB) را به عنوان رفتاری تعریف کرده‌اند که به سازمان سود می‌رساند و یا قصد دارد که به سازمان سود برساند، رفتار فرانش رفتاری است که دلخواهی بوده و از انتظارات موجود نقش فراتر می‌رود (ون‌دین و همکاران^{۳۱}، ۱۹۹۵).

رفتار شهروندی سازمانی منتسب به ابعاد متعددی است، اما ارگان پنج بُعد یا مولفه برای آن ذکر کرده است: نوع دوستی، وظیفه‌شناسی (که به اطاعت و اجابت تعمیم‌یافته نیز مصطلح است)، جوانمردی، تواضع، و ادب اجتماعی؛ اطاعت و فرمانبرداری، وفاداری، و انواع متعدد مشارکت (ون‌دین و همکاران، ۱۹۹۴)؛ و کمک کردن و ادا کردن (لی‌پین و ون‌دین^{۳۲}، ۱۹۹۸؛ استمپر و ون‌دین^{۳۳}، ۱۹۹۹). برخی دیگر از محققان مقیاسی دو بُعدی از رفتار شهروندی را بیان کردند (نوع دوستی و اجابت) که از طریق ارائه نوع دوستی 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^{۳۴}، ۱۹۸۳)؛ اما در این پژوهش محققان از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی، مؤلفه‌های نوع دوستی و ادب اجتماعی را مورد بررسی قرار داده‌اند:

نوع دوستی: در بُعد نوع دوستی یا بشر دوستانه، کارکنان با رعایت ملاحظات سازمانی، همکاران‌شان را در جهت انجام کارهای محوله یاری می‌رسانند. به صورت داوطلبانه به کارکنان جدید یا با مهارت کم کمک می‌کنند و به همکارانی که غایب هستند، یا بار زیادی را بر دوش دارند، کمک می‌کنند. در این بُعد، کارکنان نسبت به دیگران ایثار نموده و اهمیت زیادی برای رفاه همکاران‌شان قائل هستند.

ادب اجتماعی: بعد دیگری که از مباحث گراهام (۱۹۹۱) در مورد مسئولیت پذیری ناشی می‌شود، رفتار مدنی در سازمان است. رفتار مدنی از علاقه یا تعهد به سازمان ناشی می‌شود. نظارت بر محیط به منظور شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها (در نظر گرفتن تغییرات صنعت به لحاظ تأثیرات بر سازمان) حتی با هزینه‌های شخصی نمونه‌ای از این رفتارهاست. پس این رفتار منعکس کننده شناخت فرد نسبت به این موضوع است که او جزئی از یک کل بزرگ‌تر است و هم‌چون شهروندان مسئول در قبال جامعه، او نیز به عنوان یک عضو سازمان مسئولیت‌هایی را در قبال سازمان بر عهده دارد. این بعد در مطالعات ارگان (۱۹۸۸) به عنوان رفتار یا فضیلت مدنی و در مطالعات گراهام (۱۹۹۱)، به عنوان مشارکت سازمانی در نظر گرفته شده است (صمدی میارکلائی و همکاران، ۱۳۹۲).

پیشینه تجربی پژوهش: در مورد پیشینه تجربی پژوهش باید اشاره کرد که این موضوع (بررسی اثرات معنویت در محیط کار بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی با تاکید بر نقش میانجی نوع‌دوستی و ادب اجتماعی)، در پژوهش‌های داخلی و چه در پژوهش‌های خارجی، مورد کم‌توجهی قرار گرفته است، در این قسمت محققان برآند تا مطالعات تجربی انجام گرفته را مورد بازبینی قرار دهند:

ژانگ و همکاران (۲۰۰۸) در تحقیقی با موضوع بررسی تأثیرکارآیی بالای منابع انسانی بر کارآفرینی از طریق رفتار شهروندی سازمانی، با مطالعه‌ای در ۱۳۹ شرکت زیست‌فناوری کوچک و متوسط در صنعت داروسازی، دریافتند که میان کارآیی بالای منابع انسانی و کارآفرینی ارتباط معنی‌داری وجود دارد، و نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی نیز در این ارتباط تأیید شد. همچنین آشکار شد که میان کارآفرینی و رفتار شهروندی سازمانی ارتباطی مثبت و قوی وجود دارد. کاظمی‌پورو همکاران (۲۰۱۲)، در پژوهش خود با عنوان رابطه بین معنویت در محیط کار و رفتار شهروندی سازمانی در میان پرستاران از طریق نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی، با قرار دادن ۳۰۵ نفر از پرستاران بیمارستانی به‌عنوان نمونه موردی، دریافتند که معنویت در محیط کار تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی و تعهد عاطفی پرستاران دارد. معنویت در محیط کار ۱۶٪ از تغییرات در رفتار شهروندی سازمانی را تبیین کرده، درحالی‌که ۳۵٪ از تغییر در تعهد عاطفی در پرستاران را تبیین می‌کند.

آگبیم و همکاران (۲۰۱۳)، در پژوهشی با عنوان بررسی اهمیت نسبی معنویت در توسعه کارآفرینی میان فارغ‌التحصیلان مؤسسات عالی نیجریه، با نمونه ۲۸۶ نفره از جامعه مورد نظر، و از طریق آزمون رگرسیون دریافتند که معنویت و ارزش‌های معنوی به توسعه کارآفرینی می‌انجامد. احمدی و همکاران (۲۰۱۳)، در بررسی نقش میانجی معنویت در محیط کار بر ارتباط میان توانمندسازی روانشناختی و رفتارهای کارآفرینی، با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده از ۱۴۸ پرسشنامه، دریافتند که معنویت در محیط کار و توانمندسازی روانشناختی ارتباط مثبت و مستقیمی با رفتارهای کارآفرینی دارند. همچنین ارتباط غیرمستقیم و واسطه‌ای موضوع این پژوهش نیز تأیید شد. ناندارم (۲۰۰۹)، نیز در پژوهشی با عنوان معنویت در کسب و کار؛ حس درونی در کارآفرینان، دریافت که معنویت یک مفهوم چند بعدی است، معنویت در کارآفرینان منجر به استفاده بیشتر از تکنیک‌ها برای تحریک خلاقیت در خود فرد و در سازمان می‌شود.

کینگ‌کائانو و همکاران (۲۰۰۵)، در پژوهش خود به بررسی رابطه معنویت در محیط کار و کارآفرینی پرداختند. آن‌ها با استفاده از مصاحبه عمیق با ۳۵ نفر و با کمک نرم‌افزار اطلس‌تی دریافتند که کارآفرینان از باورهای دینی و معنوی بیشتری برخوردار هستند؛ و همه کارآفرینان معنویت را می‌پذیرند و مورد توجه قرار می‌دهند. سیلوا و همکاران (۲۰۰۶)، ضمن تبیین فرهنگ کارآفرینانه و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر آن، به بررسی ارتباط میان فرهنگ

کارآفرینی و میزان نوآوری در فن آوری سازمان، در صنعت کاغذسازی ایالات پارانا پرداختند. یافته نشان داد که میان این متغیرها ارتباطی مثبت و معنی دار وجود دارد.

رازی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهش خود به بررسی رابطه معنویت در کار و سلامت سازمانی با کارآفرینی سازمانی در میان کارکنان دانشگاه تهران پرداختند. آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده تعداد ۲۳۰ نفر را به‌عنوان نمونه انتخاب کردند. نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد که ۰/۷۴ عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی به ترتیب توسط معنویت در کار، توسعه و کارایی، مشارکت در تصمیم‌گیری و نوآوری تبیین می‌شود. نتایج نشان داد این سه زمینه دارای رابطه متقابل هستند، بنابراین توجه به این زمینه‌ها می‌تواند در بهبود کارآفرینی سازمانی مؤثر باشد.

مقیم و همکاران (۱۳۸۶)، در پژوهشی با عنوان معنویت سازمانی و تأثیر آن در خلاقیت کارکنان، و با روش استقرایی فرضیه تأثیر معنویت بر خلاقیت را مورد آزمون قراردادند، بدین منظور نمونه‌ای به حجم ۱۰۸ نفر از کارکنان شاغل در محیط‌های مختلف کاری و با سطح تحصیلات متفاوت اخذ کردند. یافته‌های پژوهش حاکی از وجود ارتباط مثبت و معنی دار در سطح ۹۹ درصد میان این متغیرها بوده است. دهقان و پیران (۱۳۹۲)، در پژوهشی به بررسی نقش میانجی یادگیری سازمانی بر رابطه میان رهبری معنوی و کارآفرینی سازمانی در صنعت بیمه پرداختند. آن‌ها با استفاده از مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار پی.ال.اس دریافتند که نقش معنی دار رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی و هم‌چنین نقش میانجی یادگیری سازمانی در رابطه میان این دو متغیر در جامعه پژوهش تأیید شده است.

زی‌هیری و همکاران (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 (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).

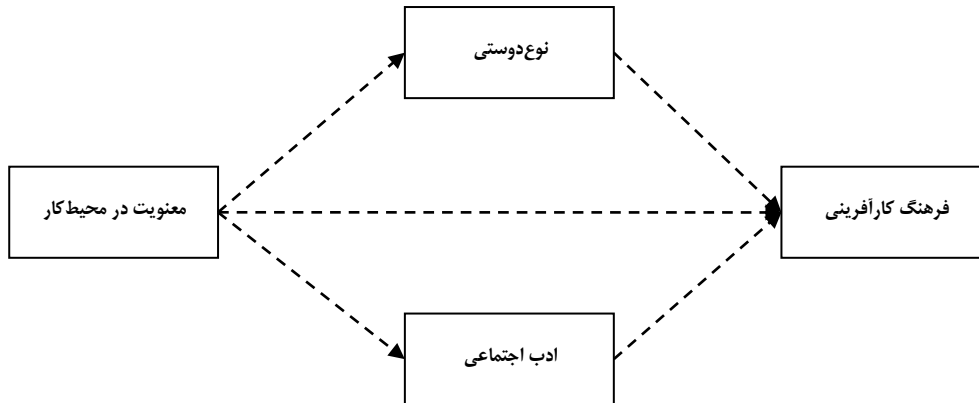
مدل مفهومی و فرضیات پژوهش: با توجه به روابط مفهومی و پیشینه تجربی پژوهش، پژوهش حاضر درصدد تبیین اثرات معنویت در محیط کار بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی‌گر نوع دوستی و ادب اجتماعی می‌باشد. این پژوهش در پی توسعه مطالعات (کینگ-کوانوی و همکاران، ۲۰۰۵؛ آگیم و همکاران، ۲۰۱۳؛ ناندرا، ۲۰۰۹؛ دیزگاه و همکاران، ۲۰۱۱؛ زهیر و همکاران، ۲۰۱۲؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۰۸)، می‌باشد، این محققان نیز در پژوهش‌های خود دریافتند که معنویت در محیط کار و رفتار شهروندی سازمانی (مؤلفه‌های آن) بطور مستقیم و یا غیر مستقیم بواسطه اثرگذاری بر مولفه‌های چون یادگیری سازمانی، فرهنگ سازمانی، توانمندسازی روان‌شناختی و خلاقیت و نوآوری بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی مؤثراند. با نظر به این روابط و پیشینه نظری- تجربی، و هدف پژوهش؛ مدل مفهومی و فرضیات متعلق به آن، این‌گونه ترسیم می‌گردد:

H₁: معنویت در محیط کار موجب توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌شود.

H₂: مؤلفه‌های معنویت در محیط کار موجب توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌شود.

H₃: معنویت در محیط کار به واسطه نوع دوستی موجب توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌شود.

- H₄: معنویت در محیط کار به واسطه ادب اجتماعی موجب توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌شود.
 H₅: نوع دوستی موجب توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌شود.
 H₆: ادب اجتماعی موجب توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌شود.



شکل (۱) مدل مفهومی و ابتدایی تحقیق

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ ماهیت و اهداف از نوع توصیفی می‌باشد. علت تقسیم‌بندی این پژوهش در زمره پژوهش‌های توصیفی این است که پژوهش‌های توصیفی به مطالعه و بررسی وضع موجود و وصف آنچه دست یافته است می‌پردازد و هیچ‌گونه امکان دست‌کاری روی متغیرهای مستقل برای محقق وجود ندارد، ولی می‌توان از دست‌آوردهای پژوهش برای پیشنهاد یا طراحی مدل و یا طراحی سیستم استفاده نماید. این پژوهش نیز به لحاظ روش جمع‌آوری داده‌ها از نوع پیمایشی و از لحاظ روش تحلیل داده‌ها از نوع مطالعات همبستگی و مبتنی بر مدل معادلات ساختاری می‌باشد. این پژوهش را می‌توان پیمایشی دانست، زیرا که به دنبال جمع‌آوری نظرات کارکنان بنیاد مسکن انقلاب اسلامی در مورد میزان معنویت در محیط کار، نوع دوستی، ادب اجتماعی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی است، و همبستگی بدین دلیل که به دنبال بررسی رابطه میان معنویت در محیط کار و نوع دوستی، ادب اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی می‌باشد.

جامعه و نمونه: جامعه آماری پژوهش، کارکنان بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران را شامل می‌شود، که در زمان تحقیق ۲۳۸ نفر بوده‌اند. بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران، نمونه آماری پژوهش حاضر برابر با ۱۴۷ نفر از کارکنان بوده که با روش‌های نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌عنوان 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.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها: برای سنجش ادراک معنویت در محیط کار از پرسش‌نامه ۲۱ سؤالی معنویت در محیط کار (اشموس و داچون^{۳۵}، ۲۰۰۰)، (شش سؤال برای سنجش کار با معنا، هفت سؤال برای سنجش احساس وحدت و یگانگی و هشت سؤال برای سنجش هم‌سوایی با ارزش‌ها) استفاده گردید. مقیاس پاسخ‌گویی پرسشنامه پنج گزینه‌ای (کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵) بوده است. پرسشنامه فرهنگ کارآفرینی سازمانی بوسیله‌ی محققان تهیه و تدوین گردیده است، استفاده گردید. مقیاس پاسخ‌گویی به این سؤالات پرسشنامه نیز پنج گزینه‌ای (کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵) بوده است. پرسشنامه نوع دوستی و ادب اجتماعی برگرفته از پرسشنامه (نیهاف و

مورمن^{۳۶}، ۱۹۹۳)، تهیه و تدوین گردیده است، (چهار سؤال برای سنجش نوع دوستی و چهار سوال هم ادب اجتماعی) استفاده گردید. مقیاس پاسخ‌گویی به این سؤالات پرسشنامه نیز پنج گزینه‌ای (کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵) بوده است.

سنجش اعتبار (روائی و پایایی): در واقع روائی مشخص می‌کند که ابزار اندازه‌گیری تهیه شده تا چه اندازه مفهوم خاص مورد نظر را اندازه‌گیری می‌کند. یکی از روش‌های پرکاربرد برای تعیین اعتبار، اعتبار محتوایی است. روائی محتوا اطمینان می‌دهد که ابزار مورد نظر به اندازه کافی پرسش‌های مناسب برای اندازه‌گیری مفهوم مورد سنجش را دربر دارد. از طرفی چون برای سنجش معنویت در محیط کار، نوع دوستی و ادب اجتماعی در پژوهش از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است، لذا ابزار پژوهش از روائی خوبی برخوردار است. هم‌چنین جهت اطمینان از روائی ابزار، این ابزار در اختیار تعدادی از اساتید دانشگاه که با مباحث مورد اشاره، آشنایی کافی دارند قرار گرفت و روائی این ابزار مورد تأیید قرار گرفت.

در مورد قابلیت اعتماد نیز باید اشاره کرد، که این قابلیت در پژوهش‌ها بیان می‌کند که تا چه اندازه ابزار اندازه‌گیری ویژگی‌های باثبات آزمودنی و یا ویژگی‌های متغیر و موقتی آن را می‌سنجد. میزان پایایی ابزار اندازه‌گیری، که آن را می‌توان با هفت روش اندازه‌گیری کرد، ولی در این پژوهش از میان این روش‌ها، از روش آلفای کرونباخ که مهم‌ترین و پرکاربردترین روش میزان پایایی ابزار اندازه‌گیری در نرم‌افزار SPSS است، استفاده شد (کونکا و همکاران^{۳۷}، ۲۰۰۴؛ پترسون^{۳۸}، ۱۹۹۴). روش آلفای کرونباخ تعمیم یافته آزمون کودر- ریچاردسون است، که این روش بیشتر برای متغیرهای اسمی دو وجهی طراحی شده است. چنان‌چه مقدار حاصله بیشتر از ۰٫۷۰ باشد، می‌توان دریافت که ابزار مورد استفاده دارای پایایی بالایی هستند (ون‌دون و فری^{۳۹}، ۱۹۷۹). میزان آلفای محاسبه شده برای کل پرسشنامه‌ها ۰٫۸۹ و برای تک‌تک متغیرها نیز بیش از ۰٫۷۰ بدست آمد. این اعداد مؤید آن است که پرسشنامه از قابلیت اعتماد بالایی برخوردار بوده و این طرح از لحاظ علمی پذیرفته است.

یافته‌ها

همبستگی میان متغیرها: همان‌گونه که اشاره شد، بمنظور بررسی وجود ارتباط و نیز میزان آن، میان متغیرها از آزمون همبستگی استفاده شد. به دلیل این‌که در این پژوهش متغیرها رتبه‌ای و در سطح نرمال قرار دارند، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است، که نتایج مختص به آن در جدول شماره (۱) منعکس شده است. در واقع مقادیر منعکس شده و ضرائب آن نشان دهنده معنی‌داری همبستگی میان بیشتر متغیرهای مستقل و وابسته و ابعاد آن‌ها با هم در سطح اطمینان ۹۹ و ۹۵ درصد است.

جدول (۱): ماتریس همبستگی بین متغیرهای اصلی پژوهش

متغیرها	۱	۲	۳	۴
۱ نوع دوستی	۱			
۲ ادب اجتماعی	۰/۲۸۵**	۱		
۳ معنویت در محیط کار	۰/۷۶۸**	۰/۲۲۹*	۱	
۴ فرهنگ کارآفرینی	۰/۵۵۲**	۰/۴۳۸**	۰/۶۲۹**	۱

P < ۰/۰۰۵* P < ۰/۰۱**

مدل معادلات ساختاری: بمنظور سنجش رابطه علی میان متغیرها که در فرضیات ارائه شده، از مدل معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود. در واقع مهم‌ترین هدف تحلیل عاملی تأییدی، تعیین میزان توان مدل عامل از قبل تعریف شده، با مجموعه‌ای از داده‌های مشاهده شده است. به عبارتی، تحلیل عاملی تأییدی درصدد تعیین این مسئله است که آیا تعداد بارها و عامل‌های متغیرهایی که روی این عامل‌ها اندازه‌گیری شده‌اند، یا آنچه بر اساس تئوری و مدل نظری انتظار می‌رفت، انطباق دارد.

ارزیابی الگوی سنجش و اندازه‌گیری با استفاده از تجزیه و تحلیل عاملی، هم اکتشافی (EFA) و هم تأییدی (CFA) به انجام می‌رسد. در مورد نخست، EFA به عنوان یک دستورالعمل برای سنجش تلخیص و پالایش مورد استفاده قرار می‌گیرد، از یک دیدگاه سنتی (مانند دیدگاه غیر تأییدی) که متعاقباً با یک ارزیابی تأییدی ابعادی، اعتبار همگرا، پایایی، و اعتبار تفکیک‌کننده تحت اصول SEM تکمیل می‌شود. متعاقباً، آزمون الگوی ساختاری نیز به همراه SEM، به عنوان یک ارزیابی تأییدی از اعتبار قانونی به کار می‌رود. SEM برای تأیید الگوی ساختاری در یک نمونه تأییدی و برای تجزیه و تحلیل الگوهای جایگزین/ رقیب مورد استفاده قرار می‌گیرد (ویرا ۴۰، ۲۰۱۱). بسیاری از متخصصان بر این باور هستند که تحلیل عاملی تأییدی بر تحلیل عاملی اکتشافی برتری دارد، زیرا تحلیل عاملی تأییدی فرضیه‌ها را مورد آزمون قرار می‌دهد و این آزمون فرضیه، برای هر روش علمی امری اساسی است. برخی دیگر از این مزیت‌ها را می‌توان این‌گونه برشمرد: سنجش همزمان چندین متغیر وابسته و مستقل که در روش‌های آماری دیگر قابل ارائه نیست، ارزیابی الگوی سنجش و اندازه‌گیری با استفاده از تجزیه و تحلیل عاملی، هم اکتشافی (EFA) و هم تأییدی (CFA)، در نظر گرفتن خطاهای اندازه‌گیری. از طرفی در مدل معادلات ساختاری انطباق داده‌های پژوهش و مدل مفهومی را مورد بررسی قرار می‌دهد؛ که آیا مدل ارائه شده از برازش مناسبی برخوردار بوده است؟ و از طرفی معناداری روابط در این مدل برازش یافته آزمون می‌شود. مدل معادلات ساختاری از دو مدل به عنوان مدل‌های اندازه‌گیری و مدل‌های ساختاری تشکیل شده است (ژورسکوگ و سوربوم ۴۱، ۱۹۹۳). در جدول ذیل شرحی از شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری و مقدار بهینه ارائه شده است.

جدول (۲): شرح برخی از شاخص‌های مورد استفاده در ارزیابی الگوهای سنجش و ساختاری

شاخص‌ها	شرح شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری	حدود معقول
χ^2/df	به دلیل این‌که آزمون مجذور کای یا کای اسکوتر نسبت به اندازه نمونه حساس است و تنها در حالتی معنی‌دار است که درجه‌های آزادی به حساب آورده شوند و ارزش آن بوسیله تعداد درجه‌های آزادی تقسیم می‌شود.	۳-۱ یا ۲-۱
RMSEA	خوبی برازش مدل ماتریس کوواریانس جامعه را نشان و تعداد درجه‌های آزادی را مورد توجه قرار می‌دهد.	۰،۱۰: معقول
GFI	مقایسه باقیمانده‌های مجذور بواسطه پیشگویی نسبت به داده‌های واقعی، برای درجه‌های آزادی تعدیل نشده.	> ۰،۹۰
AGFI	GFI تعدیل شده برای درجه‌های آزادی.	> ۰،۹۰
NNFI	نشان می‌دهد که تا چه اندازه برازش الگو نیکوتر است، مقایسه شده با یک الگوی خط صفر، به طور نرمال الگوی پوچ، تعدیل شده برای درجه‌های آزادی (می‌تواند ارزش‌های بالاتر از یک را بگیرد).	> ۰،۹۰
CFI	نشان دهنده اندازه برازش نیکوتر الگو، مقایسه شده با یک الگوی خط صفر، تعدیل شده برای درجه‌های آزادی.	> ۰،۹۰

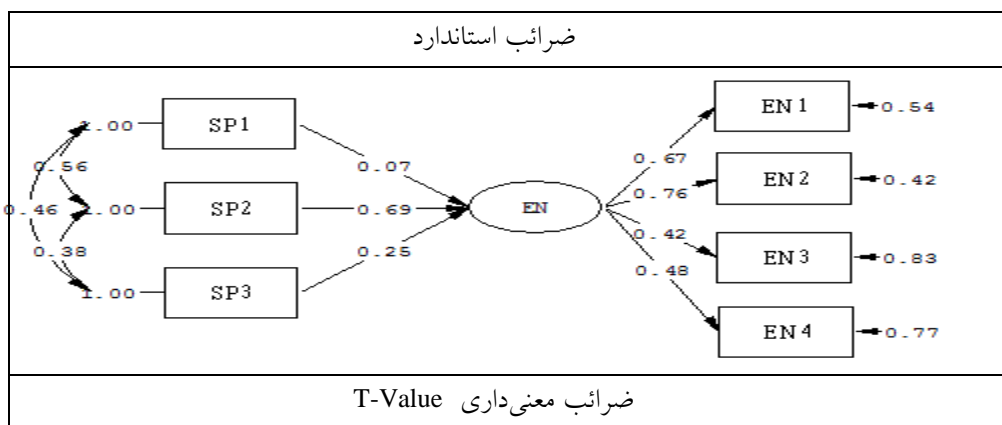
بررسی مدل ابتدایی (مولفه‌های معنویت در محیط کار بر فرهنگ کارآفرینی): برای این‌که مدل ساختاری یا همان نمودار مسیر تأیید شود، در ابتدا باید شاخص‌های آن دارای برازش مناسبی باشند. و هم‌چنین مقادیر T-Value و

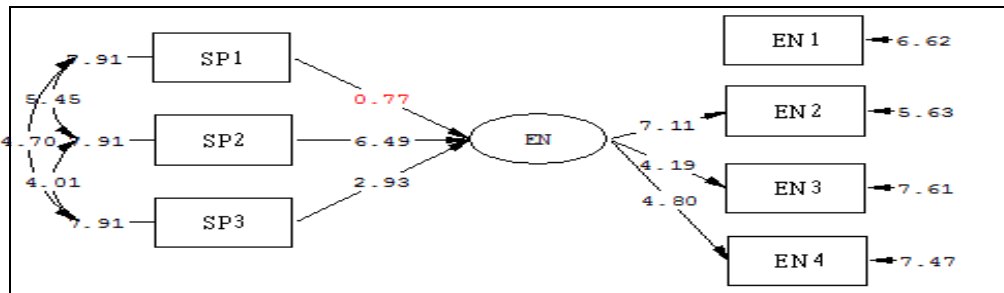
ضرائب استاندارد معنی دار باشند. اگر مقدار χ^2 کم، نسبت χ^2 به درجه آزادی (df)، کوچکتر از ۳، RMSEA کوچکتر از ۰،۱۰، و نیز GFI و AGFI بزرگتر از ۹۰ درصد باشد، هم چنین NFI و NNFI هم بزرگتر از ۹۰ درصد باشند، می توان دریافت که مدل مفهومی ارائه شده دارای برازشی مناسب می باشد. هم چنین مقادیر T-Value نیز اگر کمتر از ۱،۹۶- و یا بیشتر از ۱،۹۶ باشد، در سطح ۹۵ درصد می توان به معنی داری آن یقین داشت. جدول ذیل نتایج حاصله برای پژوهش حاضر را نشان می دهد.

جدول (۳): شاخص های برازش مدل (مولفه های معنویت در محیط کار بر فرهنگ کارآفرینی)

مطلوبیت	مقدار	نام کامل	شاخص ها
تایید مدل	۲/۲۷	Chi Square Divided to Degrees of Freedom	χ^2/df
تایید مدل	۰/۰۸۹	Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA
تایید مدل	۰/۹۴	Non-Normed Fit Index	NNFI
تایید مدل	۰/۹۲	Normed Fit Index	NFI
تایید مدل	۰/۸۶	Adjusted Goodness of Fit Index	AGFI
تایید مدل	۰/۹۴	Goodness of Fit Index	GFI
تایید مدل	۰/۹۶	Comparative Fit Index	CFI

الگویابی ساختاری (مولفه های معنویت در محیط کار بر فرهنگ کارآفرینی): شایان به ذکر است همان گونه که در جدول فوق مشاهده می شود (جدول شماره ۳) و با توجه به نمودار ارائه شده، اعتبار و برازندگی مناسب مدلها تایید می شود، چرا که نسبت χ^2 به درجه آزادی (df)، کوچکتر از ۳ است. هم چنین در مدل ارائه شده تمامی T-valueها بیشتر از ۱،۹۶ هستند، و یا به عبارتی دیگر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار هستند. میزان χ^2 بدست آمده برای آزمون نیز در حد مطلوب بوده است. از طرفی P-value مدل نیز که حکم سطح معنی داری را در آزمون تحلیل مسیر دارد، کوچکتر از ۰،۰۵ بوده و میزان RMSEA نیز از ۰،۱۰ کم تر است. در نهایت این که GFI و AGFI مدل نیز بالای ۹۰ درصد هستند. نمودار ذیل مدل پژوهش در حالت تخمین استاندارد و عدد معنی داری را نشان می دهد.





شکل (۲): مدل ابتدایی و مستقیم پژوهش (مولفه‌های معنویت در محیط کار بر فرهنگ کارآفرینی)

تحلیل مسیر مدل ابتدایی پژوهش: جدول (۴) خلاصه‌ای از آزمون مدل ابتدایی (نقش معنویت و مولفه‌های آن بر فرهنگ کارآفرینی) را نشان می‌دهد. برای بررسی معنی‌دار بودن تاثیر خشنودی شغلی بر تعهد سازمانی، ارزیابی چگونگی و میزان این تاثیر از مدل استاندارد و عدد معنی‌داری استفاده می‌شود. در مورد معنی‌دار بودن اعداد بدست آمده مدل می‌توان گفت که از آنجا که آزمون فرضیات در سطح ۰٫۹۵ انجام می‌شود، اعداد معنی‌دار خواهند بود که بین ۱٫۹۶ و -۱٫۹۶ نباشند. به این معنی که اگر عددی بین ۱٫۹۶ و -۱٫۹۶ قرار بگیرد، رابطه علی بی‌معنی خواهد بود، بر اساس این جدول، و با توجه به نتایج آزمون تحلیل مسیر، فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر اثر خشنودی شغلی بر تعهد سازمانی معنی‌دار است و ارتباط علی آن تأیید می‌شود.

جدول (۴): نتایج آزمون نقش مولفه‌های معنویت بر فرهنگ کارآفرینی

H	مسیر ارتباط	ضریب استاندارد	اعداد معناداری	نتیجه
H ₁₋₁	کار بامعنا ← فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰/۰۷	۰/۷۷	رد فرضیه
H ₁₋₂	وحدت و یگانگی ← فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰/۶۹	۶/۴۹	تایید فرضیه
H ₁₋₃	همسوئی با ارزش‌ها ← فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰/۲۵	۲/۹۳	تایید فرضیه

NNFI=0.94 و NFI=0.92 ، IFI = 0.96 ، AGFI = 0.86, CFI = 0.96 ، GFI = 0.94 ، RMSEA = 0.089
 مجذور خطاهای مدل (۰/۰۸۹) کوچک‌تر از ۰٫۱۰ است و همچنین χ^2/df (۲٫۲۷) نیز کوچک‌تر از ۳ است.

با توجه به نتایج آزمون تحلیل مسیر (جدول ۴)، فرضیات پژوهش مبنی بر اثر ابعاد معنویت در محیط کار (کار بامعنا، وحدت و یگانگی و همسوئی با ارزش‌ها)، بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی (جز کار بامعنا)، معنی‌دار است و ارتباط علی آن تأیید می‌شود. مقادیر t برای این فرضیات پژوهش هم، مبنی بر آن است که همه ابعاد معنویت (جز کار بامعنا)، بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی دارای تاثیر و رابطه علی دارند.

بررسی و آزمون مدل اصلی و فرضیات پژوهش: همان‌گونه که ملاحظه می‌گردد، مدل اصلی پژوهش از نظر شاخص‌های تناسب در وضعیت مطلوبی قرار دارد. همچنین در مورد روابط میان اجزای مدل نیز می‌توان این‌گونه نتایج را بیان کرد:

معنویت در محیط کار بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی دارای اثر مثبت و معناداری است (۰٫۳۲)، همچنین معنویت در محیط کار بر نوع دوستی (۰٫۷۷) و ادب اجتماعی (۰٫۲۳) اثر مثبت و معناداری دارد. نوع دوستی (۰٫۱۷) و ادب اجتماعی (۰٫۴۸) نیز به نوبه خود بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی دارای اثر مثبت و معناداری هستند.

فرضیات اصلی پژوهش مبنی بر اثر معنویت بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی به واسطه نوع دوستی (۰،۵۸) و ادب اجتماعی (۰،۳۶) نیز تأیید می‌گردد، یعنی این ارتباط به صورت مثبت، غیرمستقیم و معنادار می‌باشد.

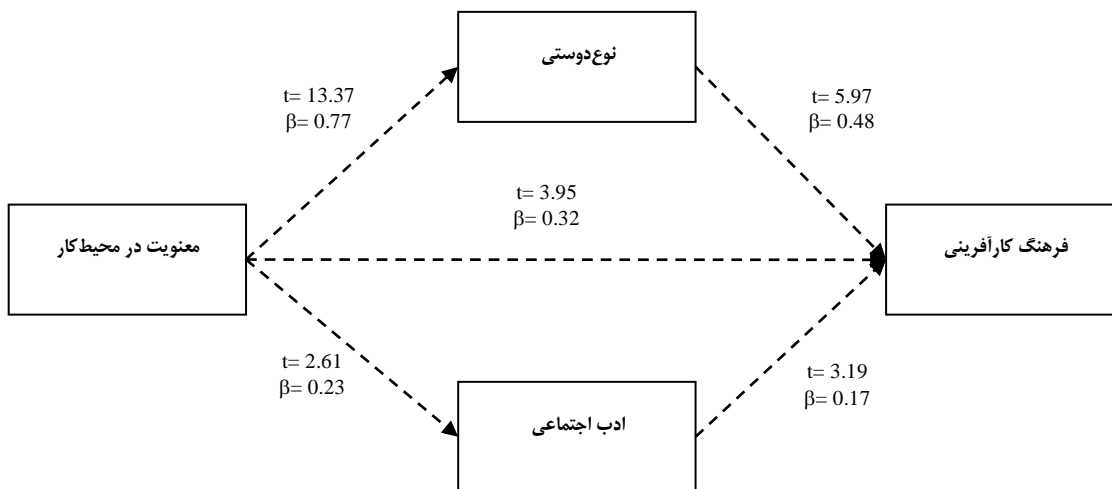
جدول (۵): اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم متغیرها بر یکدیگر

مسیر ارتباط	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل	نتیجه
معنویت در کار ← فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰/۳۲	۰/۹۴	۱/۲۶	تایید ارتباط
معنویت در کار ← نوع دوستی	۰/۷۷	xx	۰/۷۷	تایید ارتباط
معنویت در کار ← ادب اجتماعی	۰/۲۳	xx	۰/۲۳	تایید ارتباط
نوع دوستی ← فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰/۱۷	xx	۰/۱۷	تایید ارتباط
ادب اجتماعی ← فرهنگ کارآفرینی سازمانی	۰/۴۸	xx	۰/۴۸	تایید ارتباط
معنویت در کار ← نوع دوستی ← فرهنگ کارآفرینی	xx	۰/۵۸	۰/۵۸	تایید ارتباط
معنویت در کار ← ادب اجتماعی ← فرهنگ کارآفرینی	xx	۰/۳۶	۰/۳۶	تایید ارتباط

NNFI=0.93 و NFI=0.98 ، IFI = 0.99 ، AGFI = 0.85, CFI = 0.99 ، GFI = 0.98 ، RMSEA = 0.06

مجذور خطاهای مدل (۰/۰۷۵) کوچک‌تر از ۰،۱۰ است و همچنین χ^2/df نیز کوچک‌تر از ۳ است.

بررسی شاخص‌ها و تناسب مدل نهایی: شاخص‌های برازش مناسب مدل شامل: GFI (شاخص نیکویی برازش)، AGFI (شاخص تعدیل شده نیکویی برازش)، CFI (شاخص برازش مقایسه‌ای)، RMR (ریشه میانگین توان دوم باقی‌مانده) می‌باشد. یعنی مدلی از برازش مناسب برخوردار است که نسبت χ^2 به درجه آزادی (df) کمتر از ۳ باشد، و همان‌گونه که قبلاً هم اشاره شده شاخص‌های GFI، NFI، CFI و IFI بیشتر از ۰،۹۰ و RMSEA هم کمتر از ۰،۱۰ باشد. با توجه به ارغام مندرج در جدول فوق می‌توان دریافت که مدل نهایی ارائه شده دارای شاخص‌های برازش مناسبی می‌باشد. در نمودار ذیل برای تمامی روابط پژوهش، میزان (T-value) و (β) ارائه شده است.



شکل (۳): مدل نهایی آزمون شده پژوهش

بررسی وضعیت متغیرهای معنویت در محیط کار: برای بررسی وضعیت معنویت در محیط کار در بنیاد مسکن استان مازندران فرضیه پژوهشی پژوهش، به صورت ذیل ارائه می‌گردد:

فرضیه اصلی: سطح معنویت در محیط کار (و ابعاد آن)، در بنیاد مسکن استان مازندران در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

برای بررسی فرضیه فوق، فرضیه آماری متناظر H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف می شود:

$$H_0: \mu_X \leq 3$$

$$H_1: \mu_X > 3$$

به گونه ای که H_1 به منزله ای مناسب بودن سطح معنویت در محیط کار در بنیاد مسکن استان مازندران، و در مقابل، فرضیه H_0 به منزله ای نامناسب بودن سطح معنویت در محیط کار در بنیاد مسکن استان مازندران است. نتیجه بررسی فرضیه آماری H_0 و H_1 در سطح خطای ۵٪ و با توجه به یک دامنه بودن آزمون، بر اساس مقدار آماره آزمون تی، به صورت ذیل خواهد بود:

$$H_0 \rightarrow -1.645 \leq t_{\text{پذیرش فرضیه}}$$

$$H_0 \rightarrow -1.645 > t_{\text{رد فرضیه}}$$

قابل به ذکر است عدد ۳ به خاطر پنج گزینه ای بودن پرسشنامه حد وسط در نظر گرفته شده، که نتایج حاصله در غالب جدول ذیل قابل مشاهده است.

جدول (۶): بررسی وضعیت معنویت در محیط کار

مقدار آزمون (test value = 3)						
متغیرها	آماره T	درجه آزادی	سطح معنی -		فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
			سطح معنی -	اختلاف	حد بالا	حد پایین
کار با معنا	۹/۷۰	۱۲۵	۰/۰۰۰	۰/۶۲	۰/۴۹	۰/۷۵
احساس وحدت	۱۰/۶۱	۱۲۵	۰/۰۰۰	۰/۶۹	۰/۵۶	۰/۸۲
همسویی با ارزشها	۷/۸۶	۱۲۵	۰/۰۰۰	۰/۵۰	۰/۳۷	۰/۶۲
معنویت در محیط کار	۱۱/۷۰	۱۲۵	۰/۰۰۰	۰/۶۰	۰/۶۰۲	۰/۷۱

نتایج بدست آمده نشان می دهد، با توجه به مقادیر آماره ای آزمون، می توان دریافت که سطح معنویت در محیط کار و مولفه های آن در بنیاد مسکن استان مازندران در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

بحث و نتیجه گیری

هدف از پژوهش حاضر، بررسی رابطه میان معنویت در محیط کار و فرهنگ کارآفرینی سازمانی با تاکید بر نقش میانجی نوع دوستی و ادب اجتماعی در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران می باشد. در این پژوهش، به منظور تحلیل داده های جمع آوری شده، از نرم افزارهای اس.پی.اس.اس و لیزرل استفاده شده است. یافته های این پژوهش را می توان به شرح زیر بیان کرد:

فرضیه ای اول پژوهش مبنی بر وجود رابطه مثبت و معنی دار میان معنویت در محیط کار و فرهنگ کارآفرینی سازمانی مورد تأیید قرار گرفت. به طور کلی می توان چنین نتیجه گیری نمود که در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران، معنویت در محیط کار بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی دارای اثر می باشد. نتایج بدست آمده از آزمون این فرضیه، از حیث ارتباط با برخی از یافته های محققانی چون: (کینگ-کوانوی و همکاران، ۲۰۰۵؛ آگیبم و همکاران، ۲۰۱۳؛ ناندرا، ۲۰۰۹؛ دیزگاه و همکاران، ۲۰۱۱؛ زهیر و همکاران، ۲۰۱۲) همخوانی دارد.

باید اشاره کرد که در مورد فرضیات (بین ابعاد معنویت در محیط کار و فرهنگ کارآفرینی سازمانی رابطه معنی - داری وجود دارد)، وجود رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار بین ابعاد معنویت در محیط کار و فرهنگ کارآفرینی سازمانی مورد تأیید قرار گرفت (به‌جزء کاربامعنا). و باید چنین نتیجه‌گیری نمود که در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران ابعاد معنویت در محیط کار بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی دارای اثر می‌باشند. نتایج بدست آمده از آزمون این فرضیات با نتایج (دهقان و پیران، ۱۳۹۱؛ مقیمی و همکاران، ۱۳۸۶؛ کینگ-کوانوی و همکاران، ۲۰۰۵) مطابقت دارد.

در مورد فرضیات اصلی پژوهش (میان معنویت در محیط کار و فرهنگ کارآفرینی سازمانی با لحاظ نقش متغیرهای میانجی، رابطه معنی‌داری وجود دارد)، وجود این رابطه‌ی غیر مستقیم، مثبت و معنی‌دار مورد تأیید قرار گرفت و باید چنین نتیجه‌گیری نمود که در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان مازندران معنویت در محیط کار بواسطه نوع‌دوستی و ادب اجتماعی بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی دارای اثر می‌باشد. از طرفی نیز ارتباط مستقیم میان نوع‌دوستی و ادب اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی نیز مورد تأیید قرار گرفت، که نتایج این یافته‌ها را می‌توان با نتایج (دیزگاه و همکاران، ۲۰۱۱؛ زهیر و همکاران، ۲۰۱۲؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۰۸)، مقایسه کرد.

امروزه یکی از راه‌های خروج از معضلات محیط‌های سازمانی، تقویت فرهنگ کارآفرینی در سازمان جهت شکوفائی بیشتر اقتصادی و اجتماعی می‌باشد. حال پس از جمع‌بندی یافته‌ها، در قسمت ارائه پیشنهادات و نظرات به مدیران سازمان توصیه می‌شود که برای پیشبرد و توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی، از تکنیک‌های بهبود معنویت در محیط کاری و توسعه رفتار شهروندی سازمانی و مؤلفه‌های آن استفاده نمایند:

با توجه به نقش معنویت محیط کاری و سازه‌های آن در بهبود فرهنگ کارآفرینی سازمانی، پیشنهاد می‌شود تا مدیران در بُعد اجرایی معنویت، آن را از طریق برنامه‌ها، کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی گسترش دهند، تا کارکنان مهارت‌های چون: نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی و نوسازی را از خود بروز دهند. در واقع جو معنویت می‌تواند در سازمان باعث بهبود نتایج فوق گردد.

یکی از بهترین راه‌ها برای تقویت روحیه معنویت در محیط کاری، بلوغ و گسترش روحیه مذهبی کارکنان می‌باشد. آگاهی از حقایق و روحیات مذهبی در کارکنان، آن‌ها را با معنا و هدف زندگی آشنا می‌کند؛ و کمک می‌کند تا بُعد معنوی زندگی را درک و به آرامش دست یابند، و از طرفی با آشنایی با این حقایق و برخی از شعائر، می‌توانند آن را در محیط کاری خود پیاده‌سازی و اجرا کنند.

گسترش معنویت از طریق قرآن: معنویتی که قرآن نشان می‌دهد در واقع محدوده‌ای وسیع از مفاهیم است، و سرچشمه زندگی سعادت‌مند و ریشه فرهنگ و تمدن الهی - انسانی است و معنا دهنده به همه ابعاد عبادی - اجتماعی و حیات فردی، جمعی و سازمانی است. معنویت قرآنی پویا، کارآمد و رشد دهنده، خلاقیت‌زا، مولد و کارآفرین خواهد بود. پس پیروز در نبرد نامتقارن جهان مدرن، معنویتی است که توأم با عقلانیت دینی و ابزار باشد. پس مدیران سازمان باید قرآن را سرلوحه و منشوری برای پیشبرد معنویت در محیط کار قرار دهند.

عدالت سازمانی به عنوان ادراکات کارکنان از انصاف در سازمان‌ها، از عوامل موثر بر توسعه معنویت در محیط کار می‌باشد. مدیران در سازمان باید از طریق تخصیص مناسب و عادلانه منابع، مسؤلیت‌ها، و مزایای سازمانی؛ حس وجود عدالت را در میان کارکنان بگسترانند. توجه به اینکه دادن استقلال کاری به کارکنان نیز موجب بهبود این متغیر می‌شود، مدیران در سازمان می‌توانند به وسیله واگذاری مسؤلیت‌ها به کارکنان، مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها، دریافت نظرات کارکنان در مورد چگونگی روند کارها، موجب توسعه معنویت در افکار و رفتار افراد شوند.

برقراری عدالت در قوانین و مقررات سازمانی، می‌تواند ابزاری برای افزایش رفتار شهروندی سازمانی کارکنان نیز باشد، هم‌چون: آیین نامه‌ها و دستور العمل‌ها. ایجاد فضای آزادی بیان؛ با نظر سنجی از کارکنان در مورد ارزش‌های سازمانی، بیان عقاید و برگزاری نشست‌های صمیمانه و تشویق کارکنان.

تجدیدنظر در ساختار سازمانی و حرکت به سوی عدم تمرکز و دخیل کردن 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.

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 خود بروز دهند، می‌توان در جهت نیل به کارآفرینی سازمانی گام برداشت.

در پایان نیز باید اشاره کرد که مطالعات نشان داده است که نیروی انسانی که از تعهد و معنویت سازمانی بالایی برخوردار باشند، عملکرد شغلی بهتر و رفتارهای فراتر از خود بیشتری خواهد داشت. به عبارتی مهم‌ترین نتایج رفتارهای فراتر از خود، تعهد و معنویت سازمانی که بر روی عملکرد سازمان مؤثر است عبارتند از: افزایش خلاقیت و نوآوری کارکنان، افزایش ماندگاری کارکنان در سازمان، توسعه فرهنگ کارآفرینی، و در نهایت موفقیت‌های مالی سازمان و افزایش اثربخشی و بهره‌وری سازمان را در پی دارد.

منابع و مأخذ

- Aghajani, H., Samadi, H., Samadi, H. (2013). Organizational Citizenship Behavior's Relationship and Staffs' Psychological Empowerment". *Journal of Public Management*. 5(2), 1-18. (In Persian)
- Ashmos, D.P., Duchon, D. (2000). Spirituality at work: a conceptualization and measure. *Journal of Management Inquiry*, Vol. 9, 2, pp9, 134-45.
- Ackfeldt, A L., Coote, L. V. (2005). A study of organizational citizenship behaviors in a retail setting. *Journal of Business Research*. 58,151-159.
- Agbim, K C., Oriarewo, G O., Ijje, N. (2013). The relative importance of spirituality in entrepreneurship development among graduates of Nigerian tertiary institutions. *Journal of Business and Management Invention*. 2, 4, 25-35.
- Arrow, K. (1974). Limited knowledge and economic analysis. *American Economic Review*, 64, 1, 1-10.
- Antončič, B., Hisrich, R D. (2001). Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation. *Journal of Business Venturing*, 16, 495-527.
- Antončič, B., Zorn, O. (2001). The Mediating Role of Corporate Entrepreneurship in the Organizational Support-Performance Relationship: An Empirical Examination. *Managing Global Transitions*, Vol. 2, 1, 5-14.
- Ahmadi, A A., Shahbazi, M., Taghaboni, S. (2013). The Mediating Role of Spirituality between Psychological Empowerment and Entrepreneurial Behaviors. *International Journal of Management & Organizational Studies*. 2, 3, 5-15.

- 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*, 21, 8, 709-732.
- Chairy, A. (2012). Spirituality, Self-Transcendence, and Green Purchase Intention in College Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 57, 243-246, 2012.
- Conca, F. J., Liopis, J., Tarí, J. J. (2004). Development of a measure to assess quality management in certified firms. *European journal of operational research*, 156, 683-697.
- Dehghan, A., Piran, M. (2012). Study on the Relationship between Spiritual Leadership Role in the Mediation of Organizational Learning and Entrepreneurship"; *New Journal health insurance world*. 5-21. (In Persian)
- Dizgah, M R., Gilaninia, Sh., Alipour, H.R. Asgari, A. (2011). High Performance Human Resource and Corporate Entrepreneurship: the Mediating Role of Organizations Citizenship Behavior and Procedure Justice. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Vol. 5, 3, 492-499.
- Dehler, G E., Welsh, A. (1994). Spirituality and Organizational Transformation: Implications for the New Management Paradigm. *Journal of Managerial Psychology*. 9, 6, 17-26.
- Feiz, D., Zarei, A., & Karimi, B. (2013). Investigate the Impact of Information and Communication Technologies on Organizational Entrepreneurship in Small and Medium Enterprises (SMEs Survey Companies Around the industrial town of Semnan); *Journal of Information Technology Management*. 5(2). 170-151. (In Persian)
- Fry, L W., Matherly, L L., Ouimet, J R. (2010). The Spiritual Leadership Balanced Scorecard Business Model: the case of the Cordon Bleu-Tomasso Corporation. *Journal of Management, Spirituality & Religion*. 7, 4, 283-314.
- Ghanati, S., Kordnaej, A., Yazdani, H. (2010). Check the Status of an Entrepreneurial Culture at Tehran University"; *Journal of Entrepreneurial Development*. 3(10), 133-115. (In Persian)
- Jöreskog, K. G., Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: User's guide*. Chicago: Scientific Software.
- Jovanovic, B. (1982). Selection and the evolution of industry. *Econometrica*. 50, 30, 649-670.
- King-Kauanui, S., Thomas, K D., Waters, G R. (2005). Entrepreneurship and Spirituality: Integration of Spirituality into the Workplace. *Journal of Management, Spirituality & Religion*. 2, 2, 255-274.
- Kazemipour, F., Mohamad Amin, S., & Pourseidi, B. (2012). Relationship between workplace spirituality and organizational citizenship behavior among nurses through mediation of affective organizational commitment. *Journal of Nursing Scholarship*, 44(3), 302-310.
- Keat, O.Y., Selvarajah, C., Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *Journal of Business and Social Science*. 2, 4, 206-220.
- LePine, J.A., Van Dyne, L. (1998). Predicting Voice Behavior in Work Groups. *Journal of Applied Psychology*. 83, 6, 853-868.
- Moghimi, S M. (2006). Examine the relationship between organizational citizenship behavior and entrepreneurial culture in the organization, management", *organizational culture*; 4(13), 192-171. (In Persian)
- Moghimi, S. M. (2004). Factors affecting Entrepreneurship in the Social Services Sector Culture and Government of Iran"; *Journal of management culture*. 2(7), 78-27. (In Persian)
- Moghimi, S M., Rahbar, A., Islami, H. (2007). Organizational Spirituality and its Impact on Employee Creativity (adaptive approach); *Journal of Ethics in Science and Technology*. 2(3,4), 89-98. (In Persian)
- Mahmoudi, F., Hazrati, M., Jafari, A. (2013). Investigate the Relationship Between Workplace Spirituality and Perceptions of Servant Leadership"; *Public Management Research Journal*. 6(20). 164-145. (In Persian)
- Mahadevan, B. (2013). Spirituality in business: Sparks from the Anvil In conversation with Suresh Hundre, Chairman and MD, Polyhydron Pvt. (2013). *Ltd. IIMB Management Review*, 25, 91-103.
- Milliman, J., Czaplewski, A J., Ferguson, J. (2003). Workplace spirituality and employee work attitudes: An exploratory empirical assessment. *Journal of Organizational Change Management*. 16, 4, 426-447.
- McGuire, S. J. J. (2003). *Entrepreneurial Organizational Culture: Construct Definition and Instrument Development and Validation. Dissertation*. Washington University.
- Nandram, S S. (2009). Business Spirituality; The inner sense of entrepreneurs. *NRI Working Paper Series*. 1-21.
- Nasina, M D., Doris, K P P. (2011). The Workplace Spirituality and Affective Commitment Among Auditors in big Four Public Accounting Firms: Does it Matter?. *Journal of Global Management*. 2, 1, 216-226.

- 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*, 36, 3, 556-527.
- Obino Mokaya, S. (2012). Corporate Entrepreneurship and Organizational Performance: Theoretical Perspectives, Approaches and Outcomes. *Journal of Arts and Commerce*, Vol. 1, 4, 133-143.
- Organ, D. W., Konovsky, M. (1989). Cognitive versus affective determinants of organizational citizenship behavior. *Journal of Applied Psychology*, 74, 3-10.
- Organ, D.W. (1990). The motivational basis of organizational citizenship behavior. In B.M. Staw, & L.L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior*. 43-72.
- Pinga, N., Sumarib, M. (2012). Malaysia women survivors' perspective on healing from childhood sexual abuse through spirituality. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 455-461.
- 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*, 26, 3, 513-563.
- Peterson, R. A. (1994). A meta-analysis of chronbach,s coefficient alpha. *Journal of consumer research*. 381-391.
- Razi, S., Akbari, M., SHakiba, H., & Marzban, SH. (2015). Relation between Organizational Health and Spirituality with Organizational Entrepreneurship. *Ethics in science and Technology*. 10(2), 110-119. (In Persian)
- Samadi Miarkolaei, H., Aghajani, H., Masha Zamini, M., & Samadi Miarkolaei, H. (2014). Explanation and Evaluation of Organizational Citizenship Behavior Culture Components in Among Women Employees Education and Training Administration's. *Journal of Women in Culture and Art*, 6(2), 229-247. (In Persian)
- Samadi Miarkolaei, H., Aghajani, H., & Samadi Miarkolaei, H. (2015). Exploration the Role of Organizational Justice and its Components on the Development of Organizational Citizenship Behavior through (SEM) Inference System. *Quarterly Journal of Management Research*, 8(27), 119-144. (In Persian)
- Samadi Miarkolaei, H., Samadi Miarkolaei, H., & Aghajani, H. (2016). Verification of the Role of Transformational Leadership Style on Organizational Culture. *Journal of Organizational Culture*, 14(2), 499-519. (In Persian)
- Samadi Miarkolaei, H., & Samadi Miarkolaei, H. (2016). The Effects of Job Stress on the Emersion of Employees' Organizational Citizenship Behavior in a Finance and Credit Institute in Mazandaran Province. *Journal of Ergonomics*, 4(2), 52-59. (In Persian)
- Sackmann, S A. (1992). Culture and Subcultures: An Analysis of Organizational Knowledge. *Administrative Science Quarterly*. 37, 1, 140-161.
- Schein, E.H. (2004). *Organizational Culture and Leadership*. 3rd ed. Jossey-Bass: John Wiley & Sons, Inc.
- Silva, F., Hartman, A., Reis, D. (2006). *The Relationship between the: NT a preneurial culture and the degree of technological innovation in the productive organizations*. Third International Conference on Production Research-Americas' Region.
- Stamper, C.L., Van Dyne, L. (1999). Diversity at work: Do men and women differ in their organizational citizenship behavior?. *Performance Improvement Quarterly*, 12, 59-76.
- Smith, C. A., Organ, D. W., Near, J. P. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology*. 68, 653-663.
- Tabarsa, Gh., Mahbob, S., Esmaeili, M., Esmaeili, H. (2010). Effect of an Entrepreneurial Culture of Innovation at the Library "Public State"; *Public Information and Libraries Journal*. 16(1), 5-22. (In Persian)
- 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*, 17, 215-285.
- Van de ven, A., Ferry, D. (1979). *Measuring and assessing organizations*. John Wiley, New York.
- Vieira, A. L. (2011). *Interactive LISREL in Practice: Getting Started with a SIMPLIS Approach*. New York: Springer, Springer Briefs in Statistics.
- Van Dyne, L., Graham, J.W., Dienesch, R.M. (1994). Organizational citizenship behavior: Construct redefinition, measurement validation. *Academy of Management Journal*, 37, 765-802, 1994.
- Zahra, S A., Hayton, J C., Salvato, C. (2004). Entrepreneurship in Family vs. Non-Family Firms: A Resource-Based Analysis of the Effect of Organizational Culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 5, 2, 363-381.
- Zehir, C., Muceldili, B., Zehir, S. (2012). The Impact of Corporate Entrepreneurship on Organizational Citizenship Behavior and Organizational Commitment: Evidence from Turkey SMEs. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 924- 933.

- Zali, M., Razavi, M., Mohammad, N. (2013). Explain the role of the Entrepreneurial University Entrepreneurship Culture at Tehran University. *Journal of Business Administration*. 5(2), 114-89. (In Persian)
- Zhang, Z, Wan, D., Jia, M. (2008). Do high-performance human resource practices help corporate entrepreneurship? The mediating role of organizational citizenship behavior. *Journal of High Technology Management Research*, 19, 128-138.

یادداشت‌ها

- 1 Obino Mokaya
- 2 Ashmos & Duchon
- 3 Chairy
- 4 Pinga & Sumarib
- 5 Fry et al,
- 6 Mahadevan
- 7 Ackfeldt & Coote
- 8 Podsakoff et al,
- 9 Van Dyne et al,
- 10 Balthazard et al,
- 11 McGuire
- 12 Zahra et al,
- 13 King-Kauanui et al,
- 14 Agbim et al,
- 15 Nandram
- 16 Dizgah et al,
- 17 Zehir et al,
- 18 Zhang et al,
- 19 Keat et al,
- 20 Arrow
- 21 Jovanovic
- 22 Antončič & Hisrich
- 23 Antončič & Zorn
- 24 Sackmann
- 25 Schein
- 26 Silva et al,
- 27 Fry et al,
- 28 Dehler & Welsh
- 29 Milliman et al,
- 30 Nasina
- 31 Van Dyne et al,
- 32 LePine & Van Dyne
- 33 Stamper & Van Dyne
- 34 Smith et al,
- 35 Ashmos & Duchon
- 36 Niehoff & Moorman
- 37 Conca et al,
- 38 Peterson
- 39 Van de ven & Ferry
- 40 Vieira
- 41 Jöreskog & Sörbom