

مدیریت ورزشی - زمستان ۱۳۹۶
دوره ۹، شماره ۴، ص: ۷۲۶-۷۱۵
تاریخ دریافت: ۲۳ / ۰۱ / ۹۵
تاریخ پذیرش: ۰۱ / ۰۸ / ۹۵

بررسی رابطه هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی هوش هیجانی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان

بهادر عزیزی*^۱ - حسن فهیم دوین^۲ - زهرا سادات میرزازاده^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران ۲. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، مشهد، ایران ۳. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی هوش هیجانی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی بود. این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی، و از نوع همبستگی است که به صورت میدانی اجرا شد. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان بود، که به دلیل محدودیت در تعداد، کلیه کارکنان (تمام شمار) به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شدند ($N=n$). برای جمع آوری اطلاعات از سه پرسشنامه استاندارد استفاده شد. نتایج نشان داد که، بین هویت سازمانی و مؤلفه‌های آن با رفتار شهروندی سازمانی ($P \leq 0/001$)، بین هویت سازمانی و مؤلفه‌های آن با هوش هیجانی ($P \leq 0/041$)، و بین هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن با رفتار شهروندی سازمانی ($P \leq 0/001$)، رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد، اما هوش هیجانی نمی‌تواند نقش میانجی را در رابطه بین هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی ($0/21 \geq 0/127 = 0/44 * 0/29$) داشته باشد. بنابراین می‌توان گفت که بین دو متغیر هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی به طور طبیعی رابطه‌ای معنادار وجود دارد، و نیازی به نقش میانجی هوش هیجانی برای برقراری این ارتباط نیست.

واژه‌های کلیدی

رفتار شهروندی، کارکنان، ورزش و جوانان، هوش هیجانی، هویت سازمانی.

مقدمه

مدیریت یک سازمان برای انطباق با تغییرات و به‌منظور بقا و رشد در محیط‌های جدید، ویژگی‌های خاصی را می‌طلبد، که اغلب مدیران برای پاسخ به آنها با مشکلات بسیاری مواجه می‌شوند. یکی از مهم‌ترین خصیصه‌ها که می‌تواند به رهبران و مدیران در پاسخ به این تغییرات کمک کند، هوش هیجانی^۱ است. هوش هیجانی موضوعی است که سعی در تشریح و تفسیر جایگاه هیجان‌ها و احساسات در توانمندی‌های انسانی دارد. مدیران برخوردار از هوش هیجانی، رهبران مؤثری هستند که اهداف را با حداکثر بهره‌وری، رضایت‌مندی و تعهد کارکنان محقق می‌سازند (۱). مدیران برخوردار از هوش هیجانی می‌توانند اثربخشی را در تمام سطوح سازمانی گسترش دهند و نقشی مهم در کیفیت و اثربخشی تعامل اجتماعی با دیگران ایفا کنند. هوش هیجانی برای موفقیت شغلی ضروری است و ۶۰ درصد عملکرد در تمام شغل‌ها را در برمی‌گیرد. هوش هیجانی به افراد در زمینه آگاهی بیشتر از روش‌های بین‌فردی، شناسایی و مدیریت تأثیر عواطف بر تفکر و رفتار، توسعه توانایی تشخیص تحرکات اجتماعی در محیط کار و درک چگونگی مدیریت روابط و بهبود آنها کمک می‌کند (۲). از سوی دیگر، تحقیقات رفتار سازمانی در دو دهه گذشته، تمایل زیادی به مطالعه هویت سازمانی^۲ داشته است. هویت سازمانی شامل آن دسته از ویژگی‌هایی است که اعضای سازمان به‌عنوان ویژگی اصلی سازمان احساس می‌کنند؛ ویژگی‌هایی که سازمان را به‌طور منحصربه‌فرد توصیف می‌کنند و در طول زمان از ثبات نسبی برخوردارند (۳). ریکیتا^۳ (۲۰۰۵) در تحقیقی فراتحلیلی در مورد هویت سازمانی گفته است که، هویت سازمانی با بسیاری از رفتارها، نگرش‌ها و متغیرهای زمینه‌ای (وضعیتی) کاری در ارتباط است. اندیشمندان علوم اجتماعی معتقدند، هویت سازمانی نیروهای انگیزشی بسیار قوی و نهفته‌ای دارد که می‌تواند در قالب رفتارهای شهروندی سازمانی بروز یابد (۵).

رفتار شهروندی سازمانی^۴، رفتاری خودجوش و اختیاری است که به‌طور مستقیم یا صریح توسط سیستم رسمی پاداش سازمان پیش‌بینی نشده است، ولی در مجموع عملکرد مؤثر سازمان را ارتقا می‌دهد (۷،۶). امروزه اهمیت مطالعه رفتار شهروندی سازمانی به‌طور فزاینده‌ای احساس می‌شود، زیرا رضایت شغلی، محافظت از سازمان و بهره‌وری سازمانی را در پی خواهد داشت (۸، ۵)، و کارایی سازمان،

-
1. Emotional Intelligence
 2. Organizational Identity
 3. Riketta
 4. Organizational Citizenship Behavior

نوآوری و مزیت رقابتی را افزایش می‌دهد (۹).

پژوهش‌ها حاکی از آن است که تحقق ابعاد رفتار شهروندی سازمانی موجب افزایش خودپنداری مثبت شخص، ارتقای روابط مثبت در میان کارکنان، فراهم کردن انعطاف لازم برای ابداع و نوآوری، کمک به استفاده اثربخش از منابع کمیاب و بهبود بهره‌وری و اثربخشی سازمانی، حفظ تعادل درون‌سازمانی و کاهش ترک خدمت و غیبت کارکنان می‌شود، و شکل‌گیری محیط کاری بهتر در درون سازمان را بهبود می‌بخشد (۱۱،۱۰).

هادیزاده مقدم و فرجیان (۱۳۸۷) در پژوهشی با بررسی تأثیر هوش عاطفی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان با لحاظ کردن نقش تعهد عاطفی، نتیجه گرفتند که از ابعاد هوش عاطفی، خودمدیریتی و مدیریت روابط با تأثیرگذاری بر تعهد عاطفی براساس مدل تحلیل مسیر، بر رفتار شهروندی سازمانی اثر مثبت و معناداری دارند، اما تأثیرگذاری سایر ابعاد هوش عاطفی، از جمله خودآگاهی و آگاهی اجتماعی از راه تعهد عاطفی بر رفتار شهروندی تأیید نشد. همچنین رضاییان و کشته‌گر (۱۳۸۷) در پژوهش خود رابطه هوش هیجانی با تعهد سازمانی را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که بین هوش هیجانی با تعهد سازمانی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد و از ابعاد هوش هیجانی، مدیریت روابط بیشترین تأثیر را بر تعهد سازمانی نشان داد. از سوی دیگر اللهیاری و همکاران (۱۳۹۰)، در پژوهشی با عنوان «رابطه هویت‌سازمانی و عوامل اجتماعی- جمعیت‌شناختی با رفتار شهروندی سازمانی در ورزش»، نشان دادند که هویت سازمانی از عوامل مرتبط و پیش‌بینی‌کننده رفتار شهروندی سازمانی است. همچنین یوسفی و همکاران (۱۳۹۲) در طرح خود ارتباط هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن با رفتار شهروندی سازمانی در اداره ورزش و جوانان کرمانشاه را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد. در پژوهشی دیگر بر روی بیمارستان‌های عمومی یونان، بلا^۱ و همکاران (۲۰۰۵) نتیجه گرفتند که عزت‌نفس و هویت سازمانی با رفتارهای شهروندی سازمانی ارتباط دارند. زنان بیشتر از مردان رفتارهای شهروندی سازمانی را بروز می‌دهند و میزان بروز این رفتارها در بین کارکنان تمام‌وقت، با کارکنان قراردادی متفاوت است. مداسیر و سینگ^۲ (۲۰۰۸) نیز رابطه بین هوش هیجانی و رهبری تحولی و رفتار شهروندی سازمانی را بررسی کردند و نشان دادند که هوش هیجانی مدیران با وجدان، فضیلت مدنی و نوع‌دوستی زیردستان

1. Bella

2. Modassir & Singh

رابطه‌ای مثبت داشت، اما بین هوش هیجانی و رهبری تحولی رابطه وجود نداشت. نتایج رگرسیون نشان داد که هوش هیجانی مدیران دو بعد رفتار شهروندی سازمانی یعنی وجدان و نوع‌دوستی را پیش‌بینی می‌کند. در همین زمینه، ایگلین^۱ و همکاران (۲۰۰۹) در بررسی رابطه بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی با اثر تعدیلی جنسیت در این زمینه نتیجه گرفتند که هوش هیجانی با تمامی ابعاد رفتار شهروندی سازمانی رابطه مستقیم دارد. جنسیت روی هوش هیجانی تأثیری نداشت، اما رابطه بین هوش هیجانی با رفتار شهروندی به‌جز بعد استفاده از هیجانات را تعدیل کرد. اکورام^۲ (۲۰۱۲) در پژوهش خود به بررسی تأثیر دیدگاه‌های رشد شغلی و دستگاه‌های حمایت رسمی بر رفتار شهروندی سازمانی در بخش بانکداری، به این نتیجه رسید که دیدگاه‌های رشد شغلی بر ابعاد جوانمردی، وجدان و رفتار مدنی و شهروندی مؤثر است. دستگاه‌های حمایت رسمی نیز بر ابعاد جوانمردی، نزاکت و نوع‌دوستی مؤثر است.

با توجه به اهمیت هوش هیجانی در موفقیت افراد و نیز تأثیر آن بر هویت سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی و کارایی فردی و اجتماعی، این پژوهش درصدد است تا نقش میانجی هوش هیجانی را در رابطه هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی از جنبه توجه به راهبردهایی برای پرورش قابلیت هوش هیجانی و ارتقای هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در جامعه مورد نظر بررسی کند. با توجه به نقش و اهمیت هوش هیجانی در تقویت کارایی در انجام دادن کارها و استفاده از عواطف و هیجانات برای نفوذ و تأثیرگذاری در دیگران، استفاده از هیجانات برای مدیریت کردن روابط خود با دیگران و تقویت کار گروهی و نقش آن در کنترل و مدیریت تعارضات درون و بین‌گروهی و اهمیت آن، این پژوهش در نظر دارد به بررسی رابطه هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی هوش هیجانی بپردازد و در این زمینه سؤال اصلی خود را به این صورت مطرح می‌کند که آیا هوش هیجانی می‌تواند نقش میانجی را در رابطه هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان ایفا کند؟ به‌نظر می‌رسد پاسخ به این پرسش بتواند نقش هوش هیجانی را در تقویت هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بیش از گذشته برجسته سازد. با توجه به مطالب مذکور از آنجا که در محیط‌های آموزشی به‌طور اعم و جامعه مورد مطالعه به‌طور اخص، اطلاعات دقیق و کافی از رابطه هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی هوش هیجانی وجود ندارد، پژوهشگر سعی دارد تا با تعیین این

-
1. Iglin
 2. Okurame

رابطه در جامعه مورد نظر، زمینه‌های مطالعات بعدی را فراهم آورد و پیشنهادها لازم را در این زمینه ارائه دهد.

روش‌شناسی تحقیق

روش پژوهش حاضر، توصیفی از نوع همبستگی است و در دسته‌بندی پژوهش‌ها برحسب هدف، از نوع کاربردی است که به صورت میدانی اجرا شد. با توجه به ماهیت پژوهش، جامعه آماری شامل تمامی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی است که به صورت رسمی، پیمانی یا قراردادی در سال ۱۳۹۴ در این اداره کل مشغول به کارند. به استناد اطلاعات اداره کل، تعداد برابر با ۱۱۰ نفر است. از این رو با توجه به حجم جامعه مذکور، به منظور انتخاب نمونه آماری، کلیه کارکنان به صورت تمام‌شمار پژوهش شدند ($N = n = 110$). بر این اساس از ۱۱۰ پرسشنامه توزیع شده در بین جامعه آماری، ۹۸ مورد آن (۸۹ درصد) در موعد مقرر برگشت داده شد. برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از سه پرسشنامه استاندارد استفاده شد. شایان توضیح است که ابتدا پس از مکاتبات اداری برای کسب مجوز لازم، موافقت‌های اولیه صورت گرفت و در نهایت ضمن توضیح اجمالی که به همراه هر یک از پرسشنامه‌ها در اختیار کارکنان قرار گرفته بود، اقدام به توزیع و جمع‌آوری آنها شد. پرسشنامه هوش هیجانی برادبری و گریوز^۱ (۲۰۰۴) شامل چهار مؤلفه^۱، خودآگاهی (۶ گویه)، ۲. خودمدیریتی (۹ گویه)، ۳. آگاهی اجتماعی (۵ گویه)، و ۴. مدیریت رابطه (۸ گویه) و ۲۸ گویه که براساس طیف لیکرت ۵ درجه‌ای طراحی شده است؛ پرسشنامه هویت سازمانی چنی^۲ (۱۹۸۲) شامل ۳ مؤلفه^۱، عضویت (۱۲ گویه)، ۲. وفاداری (۳ گویه)، و ۳. شباهت (۱۰ گویه) و ۲۵ گویه و طیف لیکرت ۵ درجه‌ای؛ و پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی پادساکف^۳ و همکاران (۱۹۹۱) شامل پنج مؤلفه^۱، نوع‌دوستی (۵ گویه)، ۲. وجدان کاری (۵ گویه)، ۳. جوانمردی (۵ گویه)، ۴. نزاکت (۵ گویه)، و ۵. آداب اجتماعی (۴ گویه) و ۲۴ گویه و طیف ۵ درجه‌ای لیکرت. به منظور تعیین روایی محتوایی ابزار پژوهش برای جامعه مذکور، پرسشنامه‌ها در اختیار چند تن از استادان رشته مدیریت ورزشی قرار گرفت و با توجه به استاندارد بودن آن، اصلاحات مورد نیاز بررسی شد. همچنین به منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌ها در یک مطالعه مقدماتی، از طریق ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۸، ۰/۸۴ و ۰/۸۹ برای هوش هیجانی، هویت

-
1. Bradberry & Greaves
 2. Cheney
 3. Podsakoff

سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی به دست آمد. به منظور تحلیل یافته‌های اصلی مطالعه پس از توصیف یافته‌ها با استفاده از شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف به منظور تعیین پیش فرض نرمال بودن توزیع داده‌ها استفاده شد. همچنین از آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای تعیین ارتباط بین متغیرها و به منظور تعیین نقش میانجی از شیوه معادلات ساختاری استفاده شد.

نتایج و یافته‌های تحقیق

جدول ۱، شاخص‌های آماری متغیرهای اصلی پژوهش را نشان می‌دهد. براساس این جدول میانگین نمره هوش هیجانی ۳/۹۳ از حداکثر نمره ممکن ۵، میانگین نمره هویت سازمانی ۳/۵۴ از حداکثر نمره ممکن ۵ و میانگین نمره رفتار شهروندی سازمانی ۳/۶۴ از حداکثر نمره ۵ است. همچنین براساس اطلاعات جمعیت‌شناختی پژوهش، بیشترین درصد فراوانی در گروه سنی ۳۰-۴۰ با ۴۹ درصد، در مقطع تحصیلی مقطع کارشناسی با ۳۷/۸ درصد، سابقه خدمت گروه ۱۵-۲۰ سال با ۳۳/۷ درصد و جنسیت آقایان با ۷۱/۴ درصد بیشترین آمار را در اختیار داشتند.

جدول ۱. متغیرهای اصلی پژوهش

ردیف	متغیرها	میانگین	انحراف معیار
۱	هوش هیجانی	۳/۹۳	۰/۴۱
۱-۱	خودآگاهی	۴/۲۱	۰/۵۱
۱-۲	خودمدیریتی	۳/۷۱	۰/۵۶
۱-۳	آگاهی اجتماعی	۳/۹۳	۰/۵
۱-۴	مدیریت رابطه	۳/۸۸	۰/۵۵
۲	هویت سازمانی	۳/۵۴	۰/۴
۲-۱	عضویت	۳/۷۱	۰/۴۵
۲-۲	وفاداری	۳/۳۶	۰/۵۸
۲-۳	شباهت	۳/۵۴	۰/۴۹
۳	رفتار شهروندی	۳/۶۴	۰/۴۸
۳-۱	نوع دوستی	۴/۰۳	۰/۵۷
۳-۲	وجدان کاری	۳/۶۴	۰/۴۹
۳-۳	جوایز	۲/۸۶	۰/۹۴
۳-۴	نزاکت	۴/۰۶	۰/۴۶
۳-۵	آداب اجتماعی	۳/۶	۰/۶۲

نتایج ضریب همبستگی پیرسون جدول ۲، نشان می‌دهد که بین هوش هیجانی و دو مؤلفه آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط با هویت سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($P < 0/05$)، اما بین دو مؤلفه خودآگاهی و خودمدیریتی با هویت سازمانی رابطه معناداری یافت نشد ($P > 0/05$).

جدول ۲. نتایج آزمون همبستگی بین هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن با هویت سازمانی

ردیف	متغیرها	همبستگی پیرسون	سطح معناداری	تعداد
۱	هوش هیجانی و هویت سازمانی	۰/۲۰۷	۰/۰۴۱	۹۸
۲	خودآگاهی و هویت سازمانی	۰/۰۷۱	۰/۴۸۹	۹۸
۳	خودمدیریتی و هویت سازمانی	۰/۱۶۷	۰/۱	۹۸
۴	آگاهی اجتماعی و هویت سازمانی	۰/۲۰۹	۰/۰۳۹	۹۸
۵	مدیریت روابط و هویت سازمانی	۰/۱۹	۰/۰۵۸	۹۸

نتایج آماری بین هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن با رفتار شهروندی سازمانی (جدول ۳) نشان می‌دهد بین هوش هیجانی و تمامی مؤلفه‌های آن با رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($P < 0/05$).

جدول ۳. نتایج آزمون همبستگی بین هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن با رفتار شهروندی سازمانی

ردیف	متغیرها	همبستگی پیرسون	سطح معناداری	تعداد
۱	هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی	۰/۴۸۷	۰/۰۰۱	۹۸
۲	خودآگاهی و رفتار شهروندی سازمانی	۰/۲۰	۰/۰۴۹	۹۸
۳	خودمدیریتی و رفتار شهروندی سازمانی	۰/۳۸۴	۰/۰۰۱	۹۸
۴	آگاهی اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی	۰/۴۲۳	۰/۰۰۱	۹۸
۵	مدیریت روابط و رفتار شهروندی سازمانی	۰/۴۹۷	۰/۰۰۱	۹۸

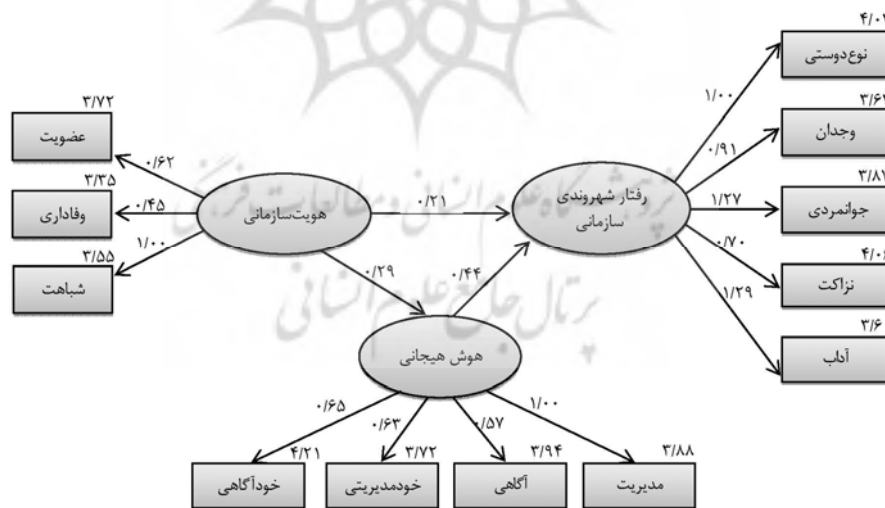
نتایج جدول ۴، نشان می‌دهد که بین هویت سازمانی و تمامی مؤلفه‌های آن با رفتار شهروندی سازمانی رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد ($P < 0/05$).

جدول ۴. نتایج آزمون همبستگی بین هویت سازمانی و مؤلفه‌های آن با رفتار شهروندی سازمانی

ردیف	متغیرها	همبستگی پیرسون	سطح معناداری	تعداد
۱	هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی	۰/۵۲	۰/۰۰۱	۹۸
۲	عضویت و رفتار شهروندی سازمانی	۰/۳۲	۰/۰۰۱	۹۸
۳	وفاداری و رفتار شهروندی سازمانی	۰/۴۷	۰/۰۰۱	۹۸
۴	شبهات و رفتار شهروندی سازمانی	۰/۴۲	۰/۰۰۱	۹۸

در ادامه پس از بررسی رابطه و همبستگی متغیرهای پژوهش با یکدیگر، با استفاده از نرم‌افزار لیزرل به آزمون تجربی ضرایب استاندارد شده پرداخته شد که در نمودار مربوط به نمره‌های تی هر یک از ضرایب مسیر در روی مدل مفهومی پژوهش قرار گرفته است.

براساس نتایج، شاخص کای دو که معیاری برای عدم تأیید مدل است، عدد $101/514$ به دست آمد. شاخص (RMSEA) نیز $0/046$ گزارش شد. همچنین درجه آزادی (DF) 51 ، و شاخص‌های GFI، AGFI، NFI و RFI که تمامی آنها معیاری برای تأیید مدل هستند، بین صفر و یک متغیر بودند. با توجه به شاخص‌ها و خروجی‌های نرم‌افزار لیزرل می‌توان گفت که داده‌ها نسبتاً با مدل منطبق‌اند و شاخص‌های ارائه شده نشان می‌دهند که در مجموع مدل ارائه شده مدل مناسبی است و داده‌های تجربی در اصطلاح به خوبی با آن منطبق‌اند. در ادامه به برآزش مدل در حالت استاندارد پرداخته می‌شود.



شکل ۱. نمودار مسیر معادلات ساختاری (در حالت استاندارد)

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به مبانی هوش هیجانی، می‌توان آن را توان استفاده از احساس و هیجان خود و دیگران در رفتار فردی و گروهی در جهت کسب حداکثر نتایج با حداکثر رضایت دانست. بنابراین تلفیق دانش مدیریتی و توانایی‌های هیجانی در مدیریت می‌تواند در سوق دادن افراد به سوی دستیابی به هدف کارساز و مفید باشد. هوش هیجانی محصول دو مهارت اصلی قابلیت فردی و قابلیت اجتماعی است. خودآگاهی و خودمدیریتی به فرد، و آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط به رابطه فرد با دیگران برمی‌گردد (۱۶). بر این اساس یافته‌های پژوهش حاضر بین هوش هیجانی و دو مؤلفه مدیریت رابطه و آگاهی اجتماعی با هويت سازمانی رابطه مثبت و معناداری ($r = 0/207, P \leq 0/041$) را نشان می‌دهد (جدول ۲)، که با نتایج تحقیقات کارملی (۲۰۰۳)، استوارت (۲۰۰۸) و ودادی و همکاران (۱۳۸۵) همخوانی دارد. در این زمینه ودادی و همکاران (۱۳۸۵) در پژوهش خود بیان می‌کنند که به‌منظور بقای سازمان و داشتن مدیرانی با حداکثر رضایت‌مندی و تعهد سازمانی در انتخاب رؤسا از افرادی استفاده شود که میان تفکرات و احساسات خود تمایز قائل‌اند، به‌دنبال اهداف شرافتمندانه‌اند، می‌توانند انرژی خود را مدیریت کنند و در پی موعظه، دستور، انتقاد، قضاوت و سخنرانی برای دیگران نیستند. همچنین گولریوز^۱ و همکاران (۲۰۰۸) با بررسی نقش میانجی رضایت شغلی در رابطه بین هوش هیجانی و تعهد سازمانی اذعان داشتند که با افزایش مؤلفه‌های خودآگاهی و خودمدیریتی در کارکنان می‌توان هويت سازمانی آنان را بهبود بخشید. با توجه به نتایج توصیه می‌شود تا مدیران این اداره کل در جهت افزایش مؤلفه‌های آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط کارمندان خود تلاش بیشتری کنند.

نتایج پژوهش نشان داد که بین هوش هیجانی و تمامی مؤلفه‌های آن با رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معناداری ($r = 0/487, P \leq 0/000$) وجود دارد (جدول ۳)، که با نتایج تحقیقات وایس و کروپانزانو (۱۹۹۶)، مک‌گاروی (۱۹۹۷)، آنتونکوپولو و گابریل (۲۰۰۱) و گوردون (۲۰۰۴) همسوست. در این زمینه نیز وایس و کروپانزانو^۲ (۱۹۹۶) معتقدند که هوش هیجانی برای تعیین رفتارهای اثرگذار مانند رفتارهای سازمانی برای شهروندان و اقدامات آن ضروری بوده و نقش تأثیرگذار عواطف بر نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان در این بین مهم است. همچنین چارونویو (۲۰۰۲) در پژوهش خود دریافت که همبستگی مثبتی بین هوش هیجانی با نوع‌دوستی و نزاکت به‌عنوان دو جز از مؤلفه‌های رفتار شهروندی

1. Golreaves
2. Vice & Kropanzano

سازمانی وجود دارد. در پژوهشی دیگر کارملی و کولاکلو (۲۰۰۵) اذعان داشتند که رابطه معناداری بین هوش هیجانی و نوع دوستی به عنوان یکی از مؤلفه‌های رفتار شهروندی دیده می‌شود. در همین زمینه و براساس یافته‌های کریمی و همکاران (۱۳۹۰)، کارمندی که هوش هیجانی بالایی دارند، در محیط کار علاوه بر کنترل همکاران مشکل‌ساز، با درایت و هوشمندی شرایط را مدیریت می‌کنند. این افراد گوش شنوایی برای شنیدن صحبت‌های دیگران دارند و به خوبی می‌توانند با آنها همدردی کنند.

در نهایت نتایج پژوهش نشان داد که بین هویت سازمانی و مؤلفه‌های آن با رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معناداری ($P \leq 0/000$ ، $r = 0/52$) وجود دارد (جدول ۴) که با نتایج تحقیقات فزر و روتر^۱ (۲۰۰۴)، کرینر و اشفورث^۲ (۲۰۰۴)، اللهبیاری و همکاران (۱۳۸۹) و خفری و حسنی (۱۳۹۳)، همسوست. به عقیده کرینر و اشفورث (۲۰۰۴) زمانی که کارکنان خود را با سازمانشان معرفی می‌کنند، سطوح بالاتری از رفتار شهروندی سازمانی را نشان می‌دهند، زیرا این رفتارها را رفتارهایی فراتر از نقش نمی‌دانند. ریکیتا (۲۰۰۵) بیان می‌کند کارکنانی با هویت سازمانی بیشتر، رضایت بیشتری از شغل خود داشته و تمایل دارند با شغلشان بیشتر عجین شوند؛ به سازمانشان متعهد باشند و وابستگی بیشتری به گروه‌های کاری‌شان پیدا کنند. هویت سازمانی قوی‌تر همچنین با ارتقای عملکرد در رفتارهای در نقش، مشارکتی و فرانقشی همراه است که رفتارهای شهروندی سازمانی نامیده می‌شود و با عملکرد سازمانی ارتباط دارد. بلا^۳ و همکاران (۲۰۰۵) نیز بیان کردند که کارکنان تمام‌وقت، هویت سازمانی قوی‌تر و به دنبال آن، تمایل بیشتری برای بروز رفتارهای شهروندی سازمانی داشتند که ممکن است به این علت باشد که این کارکنان می‌دانند تمام زمان کاری خود را باید در محلی معین سپری کرده و هویت خود را با آن شناسایی کنند. براساس این یافته می‌توان گفت که هرچه کارکنان سازمان از هویت سازمانی بالاتری برخوردار باشند، انگیزه و تلاش بیشتری را در جهت بروز رفتار شهروندی سازمانی از خود نشان خواهند داد، که براساس نتایج تحقیقات گذشته می‌تواند سبب بهبود عملکرد و دستیابی به اهداف و ارزش‌های سازمانی شود؛ به عبارت دیگر، هویت سازمانی نگرش اجتماعی فردی را تغییر می‌دهد و سبب می‌شود افراد خود را با سازمانشان معرفی کنند.

بر مبنای نظری و یافته‌های مطالعه مذکور شاید بتوان گفت مدیران سازمان‌ها با فراهم ساختن شرایط سازمانی مناسب برای کارکنان و افزایش هویت سازمانی و توجه به فضای عاطفی آنان می‌توانند

-
1. Fezer & Router
 2. Kraner & Ashforth
 3. Bella

کارکنان را در ارائه کارایی سازمانی و گروهی و سازگاری کارکنان با فرهنگ حاکم بر سازمان به منظور تحقق اهداف سازمانی تشویق کنند؛ بنابراین با توجه به جایگاه کارکنان در سازمان و نقش رفتارهای آنان در پیامدها و فرایندهای سازمانی، مدیران سازمان‌های آموزشی- ورزشی می‌توانند با پرورش حس غرور، احساس هویت و ثمربخشی گروهی و عزت نفس مثبت در کارکنان و آشنا کردن آنان با ابعاد مختلف هوش هیجانی و توجه به عوامل اجتماعی- جمعیت‌شناختی به‌جا و مناسب در به‌کارگیری کارکنان در امور سازمانی، اهداف سازمان را تحقق بخشند و رضایت‌مندی کارکنان را فراهم آورند. در این زمینه تحقیقات انجام‌گرفته در زمینه هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن بیانگر تأثیر قابل قبول کنترل هیجانات و احساسات در افزایش بهره‌وری کارکنان، در موقعیت‌های مختلف و متغیر سازمان در افرادی که دارای هوش هیجانی بالا هستند، است. این مطالعات همچنین نشان‌دهنده موفقیت این افراد در پذیرش همکاران و ارتباطات مؤثر در گروه‌های کاری به‌منظور دستیابی به اهداف و اثربخشی سازمانی است.

منابع و مآخذ

1. Khodadadi M, Hasanpour A. The role of emotional intelligence in capacity of security managers. Quarterly Journal of Protective and Security Research at Imam Hossein University of Technology, 2013, Second Year, No. 5, pp. 131-117. (In Persian).
2. Karimi F, Hasoumi F, Leith Safar Z. The relationship between the components of emotional intelligence and organizational citizenship behavior of the high school secondary schools in Isfahan. Journal of A New Approach to Educational Management, 2012, Third Year, No. 9, pp. 151-166. (In Persian).
3. Rahimnia F, Nikkhah Farkhani Z. The effect of the organization's ethical climate on organizational identity and willingness to quit vendors. Journal of Ethics in Science and Technology, 2012, Vol. 6, No. 4, pp. 10-20. (In Persian).
4. Riketta M. Organizational identification: A meta-analysis. Journal of Vocational Behavior, 2005, 66, p 358-384.
5. Alahyari M, Hamidi M, Hematinejad MA, Alahyari F. The relationship between organizational identity and social demographics and organizational citizenship behavior in sport. Research in Sport Sciences, 2012, No. 9, pp. 112-95. (In Persian).
6. Organ DW. Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome. Lexington, MA: Lexington Books, 1988, p 325.
7. Sahertian P, Soetjijto BE. Implementation of task-oriented and relationship-oriented leadership behavior. The Business Review, 2011, Cambridge, Vol. 17 (2); pp. 48, 13 pgs.
8. Moghimi SM. Organizational citizenship behavior from theory to practice. Management Culture, 2006, Third Year, No. 11, pp. 48-19. (In Persian).

9. Vigoda GE, Itai Beeri TB, Shemeshsomech, T. Group level organizational citizenship behavior in the educational system: A scale reconstruction and validation, *Educational Administration quarterly*, 2007, 43 (4), p 462-493.
10. Rezaeian A, Keshtegar AA. The relationship between emotional intelligence and organizational commitment. *The Perspective of Business Management (Management Message)*, 2009, Volume 7, Issue 27, pp. 27-39.
11. Ahmadi F, Ahmadi A, Homayouni, G. Measurement of organizational citizenship behavior in general inspection organization in Iran. *Interdisciplinary Journal of contemporary research in business*, 2011, Vol. 3, No 1, p 618-628.
12. Hadizadeh Moghadam A, Farajian M. Investigating the effect of emotional intelligence on organizational citizenship behavior by considering the role of emotional commitment (A Case Study of the Mellat Bank). *Business Management Perspective*, 2009, No. 28, pp. 103-128. (In Persian).
13. Yousefi B, Eidi H, Moradi L. The relationship between emotional intelligence and its components with organizational citizenship behavior in the Department of Sports and Youth of Kermanshah. *North Sport Management and Physiology Journal*, 2014, Volume 1, No. 1, p. 73-83. (In Persian).
14. Bellou V, Chitiris L, Bellou A. The impact of organizational identification and self-esteem on organizational citizenship behavior: The case of Greek public hospitals. *Operational Research, an International Journal*, 2005, 5 (2), p 305-318.
15. Modassir A, Singh T. Relationship of emotional intelligence with transformational leadership and organizational citizenship behavior. *International Journal of Leadership Studies*, 2008, 4(1), p 3-21.
16. Charbonneau D, Nichol AAM. Emotional intelligence and leadership in adolescents. *Personality and Individual Differences*, 2002, 33, p 1101-1113.
17. Khefri S, Hasani M. Investigating the effect of organizational identity on job satisfaction and job abandonment considering the mediating role of organizational citizenship behavior (Case Study: Municipal Employees of District 2 of Tehran), 2015, *Public Management Publication*, pp. 130-109. (In Persian).
18. Zarei Matin H, Jandaghi G, Toure N. Identifying the organizational citizenship behavior and investigating its relationship with organizational performance. *Management Culture*, 2007, Year 4, No. 14, pp. 31-6. (In Persian).
19. Raub S. Bureaucracy kills individual initiative? The impact of structure on organizational citizenship behavior in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 2009, 27, p 179-186.

Investigating the Relationship of Organizational Identity and Organizational Citizenship Behavior with Mediating Role of Emotional Intelligence in Employees of Sport and Youth General Office

Bahador Azizi^{1*} - Hasan Fahim Davin² - Zahra Sadat Mirzazadeh³

1. PhD Student of Sport Management, Ferdowsi University Mashhad, Mashhad, Iran 2. Assistant Professor, Department of Sport Management, Islamic Azad University of Mashhad, Mashhad, Iran 3. Assistant Professor, Department of Sport Management, Ferdowsi University Mashhad, Mashhad, Iran

(Received: 2016/4/11 ;Accepted: 2016/10/22)

Abstract

The aim of the current study was to investigate the relationship of organizational identity (OI) and organizational citizenship behavior (OCB) with mediating role of emotional intelligence (EI) in employees of Sport and Youth general office of Khorasan Razavi province. This study was application in terms of aims, correlation conducted as a field. The statistical population consisted of all employees. Due to the limit to the number of employees, all of them were considered as the sample by census sampling method ($N=n$). 3 standard questionnaires were used for data collection. Results showed a positive and significant relationship between OI and its components and OCB ($r=0.52$, $P\leq 0.001$), between OI and its components and EI ($r=0.207$, $P\leq 0.041$) and between EI and its components and OCB ($r=0.487$, $P\leq 0.001$), but EI cannot play a mediating role in the relationship between OI and OCB ($0.21\geq 0.127=0.44*0.29$). So it can be stated that there is a naturally significant relationship between OI and OCB, and there is no need for the mediating role of EI to establish this relationship.

Keywords

Citizenship behavior, emotional intelligence, employees, organizational identity, Sport and Youth.

* Corresponding Author: Email: bahador.mu@gmail.com ; Tel: +989365980791