

بررسی عوامل مؤثر بر رفتار شهروندی

سازمانی در صنعت گردشگری

مسلم باقری^۱

استادیار مدیریت جهانگردی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

محمد صالحی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

علی رحیم پور

استادیار جغرافیای سیاسی، پژوهشکده گردشگری پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، تهران، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۱۱/۱۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۸/۳۰

چکیده

امروزه در سازمان‌ها به منابع انسانی به‌عنوان مهمترین منابع سازمان نگریسته می‌شود و مدیران دریافته‌اند که مهمترین عامل کسب مزیت رقابتی، منابع انسانی سازمان می‌باشد، از این رو امروزه توجه به مقوله تعهد منابع انسانی به سازمان و انجام هرچه بهتر نقش‌ها و حتی وظایف فرائضی توسط منابع انسانی یکی از دغدغه‌های جدی مدیران می‌باشد. یکی از مباحث مطرح در این زمینه مفهوم رفتار شهروندی سازمانی است که به‌عنوان اراده کارکنان برای انجام بیشتر و بالاتر از نقش‌هایی که به آن‌ها واگذار شده است تعریف می‌شود. در صنعت گردشگری به دلیل ماهیت خدماتی این صنعت انجام رفتار شهروندی سازمانی از سوی کارکنان از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است از این رو محققین در این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر بروز این رفتارها در صنعت گردشگری پرداخته‌اند. تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی، از نظر روش پیمایشی و جامعه آماری آن مدیران و کارشناسان گردشگری شهر شیراز می‌باشند. نویسندگان پس از استفاده از نرم افزار LISREL 8.5 و آزمون فرضیات نتیجه گرفته‌اند که هشت عامل کلیدی اعتماد سازمانی، رهبری، رضایت شغلی، عدالت سازمانی، ماهیت شغل، ویژگی‌های کارکنان، فرهنگ سازمانی و تعهد سازمانی به ترتیب بیشترین تأثیر را بر بروز رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان صنعت گردشگری دارا می‌باشند.

واژگان کلیدی: رفتار شهروندی سازمانی، صنعت گردشگری، اعتماد سازمانی، تعهد سازمانی، عدالت سازمانی، ماهیت شغل

مقدمه

امروزه توجه به صنعت گردشگری از رشد فزاینده‌ای برخوردار بوده و این صنعت توانسته است خود را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع در سطح جهانی مطرح نماید. سهم گردشگری در تولید ناخالص داخلی در سطح جهان در سال ۲۰۱۳ حدود ۹ درصد برآورد شده و این صنعت توانسته است یک شغل از هر یازده شغل موجود در سطح جهان و ۶ صادرات در سطح جهان را به خود اختصاص دهد (UNWTO, 2014).

شرکت‌ها و سازمان‌های فعال در صنعت گردشگری با توجه به ماهیت خدماتی این صنعت، همواره به دنبال ابزاری کارا به منظور بهبود رفتارهای خدمت‌گرای کارکنان خود می‌باشند زیرا این نوع رفتارها کیفیت خدمت‌رسانی، مزایای رقابتی و عملکرد مناسب مالی سازمان را به دنبال دارند (Karatepe, et.al. 2006). در ادبیات معاصر مدیریت از این رفتارها به‌عنوان رفتار شهروندی سازمانی یاد می‌شود که در محیط غیر قابل پیش بینی گردشگری، رفتار شهروندی سازمانی خدمت‌گرا نه تنها سبب بهبود کیفیت خدمات دهی می‌شود بلکه پایه گذار تعامل دوستانه با مشتری و ارائه تفکرات خلاقانه‌تر به منظور خدمات دهی بهتر به مشتری را نیز به همراه دارد. (et al. 2009; Raub, 2008). (Podsakoff).

با توجه به اهمیت وجود رفتارهای شهروندی سازمانی در صنعت گردشگری به‌ویژه در ایامی که شرکت‌ها و سازمانهای صنعت در ایام پرتراфик فعالیتی خود قرار دارند لازم است مدیران این صنعت از دانش لازم پیرامون عوامل مؤثر بر ایجاد و بروز این رفتارها برخوردار باشند تا بتوانند آن‌ها را تقویت کرده و در نتیجه میزان و کیفیت خدمات خود را ارتقاء بخشند از این رو محققین در این پژوهش با استخراج عوامل مؤثر بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی بر اساس منابع نظری (متشکل از ادبیات عام رفتار شهروندی سازمانی و ادبیات نظری مربوط به این رفتارها در صنعت گردشگری) به بررسی این عوامل در صنعت گردشگری شهر شیراز پرداخته‌اند تا بتوانند دانش لازم پیرامون عوامل مؤثر بر بروز این رفتارها در صنعت گردشگری را برای مدیران و مراجع ذیربط فراهم سازند.

تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش، پیمایشی و تحلیلی است که در آن برای سنجش عوامل مؤثر بر رفتار شهروندی سازمانی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که برای اطمینان از روایی ابزار پژوهش از اعتبار محتوا (نظر استادان و خبرگان در حوزه مدیریت) و همچنین تحلیل عاملی تاییدی بهره گرفته شده است. به منظور تعیین پایایی پرسشنامه نیز از آلفای کرونباخ بهره گرفته شده است. آلفای کرونباخ کل پرسشنامه ۰.۹۴۶ بوده که با توجه به اینکه در هر یک از عوامل مؤثر آلفای کرونباخ به دست آمده بالاتر از ۰.۷۵ بوده است می‌توان گفت که پرسشنامه پژوهش از پایایی مقبولی برخوردار بوده و بنابراین یافته‌ها حاکی از قابلیت اعتماد لازم برای ابزار پژوهش است.

جامعه آماری تحقیق کارشناسان بخش دولتی و خصوصی حوزه گردشگری شهر شیراز می‌باشند که با توجه به بررسی‌ها و استعلام‌های صورت گرفته تعداد آن‌ها حدود ۲۰۰۰ نفر برآورد شده است که بر اساس جدول مورگان میزان نمونه ۳۲۲ نفر می‌باشد که محققین اقدام به توزیع ۳۵۰ پرسشنامه نموده و موفق به جمع‌آوری ۲۹۰ پرسشنامه کاملاً تکمیل شده و داده‌های حاصل از این پرسشنامه‌ها را مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند.

مبانی نظری

امروزه در سازمان‌ها به منابع انسانی به‌عنوان مهمترین منابع سازمان نگریسته می‌شود و مدیران به خوبی دریافته‌اند که مهم‌ترین عامل کسب مزیت رقابتی، منابع انسانی سازمان می‌باشند، از اینرو امروزه توجه به مقوله تعهد و وفاداری منابع انسانی به سازمان و انجام هرچه بهتر نقش‌ها یا اختصاص یافته به آن‌ها و حتی وظایف فرآینقی توسط منابع انسانی یکی از دغدغه‌های جدی مدیران سازمان‌ها می‌باشد، یکی از مباحث مطرح در این زمینه مفهوم رفتار شهروندی سازمانی است که به‌عنوان اراده کارکنان برای انجام بیشتر و بالاتر از نقش‌هایی که به آن‌ها واگذار شده است تعریف می‌شود.

رفتار شهروندی سازمانی آن دسته از رفتارهایی هستند که به‌عنوان اراده کارکنان برای انجام بیشتر و بالاتر از نقش‌هایی که به آن‌ها واگذار شده است تعریف می‌شود، محققان تاثیرات قابل ملاحظه این دسته از رفتارها را بر روی عملکرد سازمانی شناسایی نموده‌اند، این رفتارها از این حیث مهم هستند که سازمانها در زمان توصیف رسمی شغل و تعیین وظایف کارکنان نمی‌توانند همه رفتارهای مورد نیاز شغل برای دستیابی به اهداف سازمانی را به درستی پیش‌بینی نمایند. سامک و رونتی (۲۰۰۴) بر اساس دیدگاه کتز و کان (۱۹۶۶) عقیده دارند که با وجود اینکه سیستم‌های سازمانی تعریف نقش هر کارمند را بر عهده دارند و عنصر مهمی از طراحی سازمان محسوب می‌شوند اما آن‌ها به خودی خود به منظور ضمانت موفقیت سازمان‌ها کافی نیستند. گاهی اوقات لازم است رفتارهای نوآورانه و خودجوش مکمل رفتارهای قابل اعتماد یک نقش شوند (Katz and Kahn, 1996) که یکی از این رفتارهای مکمل، رفتارهای رفتار شهروندی سازمانی می‌باشد.

اگرچه رفتار شهروندی سازمانی اولین بار توسط ارگان و همکارانش در سال ۱۹۸۳ مطرح شد اما قبل از وی کتز و کان با تمایز بین عملکرد نقش و رفتار خلاق و خودجوش در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ و قبل از آن‌ها چستر برنارد با بیان مفهوم ((تمایل به مشارکت)) در سال ۱۹۷۳ این مسئله را مورد ملاحظه قرار دادند (2000:513, et al. Podsakoff) اریلی و همکاران این واژه را این گونه تشریح می‌کنند: "اگر چه این نوع رفتارها نیاز واقعی شغل نیست ولی افراد تمایل برای ابراز بیشتر آن و کمک به دیگران دارند." (O'Reilly et al., 1991: 475) سینار و همکاران نیز رفتار شهروندی سازمانی به‌عنوان رفتارهایی ارادی فراتر از نقشها و وظایف رسمی تعریف می‌کنند (Cinar et al, 2013:315).

پویایی صنعت گردشگری و مشاغل آن موجب گسترش شرح شغل رسمی و تمرکز بر نتایج به جای فرایندها شده است و در این صنعت مدیران قادر نخواهند بود همه موقعیت‌های پیش روی کارمندان را پیش‌بینی کنند. بنابراین از آنجا که کارمندان باید فراتر از محدودیت‌های دست و پا گیر شرح شغلی عمل کند و حداکثر رضایت مندی مشتریان با نیازهای متنوع و متغیر را فراهم کنند، رفتار شهروندی سازمانی برای این صنعت امری حیاتی است.

تحقیقات ویو و همکاران (۲۰۱۲) تحت عنوان "مکانیزم قاطع رفتار شهروندی سازمانی در صنعت هتلداری" نشان می‌دهد که رفتار شهروندی سازمانی در واقع رفتاری از روی علاقه‌ی شخص است که در شکل رفتار نوع دوستانه ظاهر می‌شود. همچنین انگیزه اصلی اشخاص از این نوع رفتارها به حداکثر رساندن سودمندی خود به‌عنوان یک کل است. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که حجم کار تأثیر مثبت و قابل توجهی بر رفتار شهروندی سازمانی دارد؛ در

حالی که هزینه‌های رفتار شهروندی سازمانی و اهمیت کار درون نقش تأثیر قابل توجه و منفی بر این گونه رفتارها دارد. هرچند رفتار شهروندی سازمانی می‌تواند برای سازمان مفید باشد اما ممکن است هزینه‌هایی را برای فرد به دنبال داشته باشد (Bergeron, 2007:1078). آن‌ها نیز معتقدند از آنجا که رفتار شهروندی سازمانی ممکن است انرژی و زمان زیادی را از فرد بگیرد و به ارزیابی عملکرد وی آسیب وارد کند، هزینه آن بیش از منفعت می‌شود و کمک به وقوع کمتر آن می‌کند. همچنین به میزانی که کار در نقش فرد کم رنگ‌تر شود، کارکنان فرصت بیشتری را به منظور بروز رفتار شهروندی سازمانی به دست می‌آورند. در راستای تأیید این موضوع اتق و همکاران (۲۰۱۲) به این نتیجه دست یافتند که زمانی که عوامل استرس‌زا در نقش بیشتر باشد و کار شخص در خروجی سازمان اثر گذارتر باشد، اثر منفی بر عملکرد رفتار شهروندی سازمانی خواهد داشت. از این بابت سازمان‌ها باید در ایجاد محیط کاری عاری از عوامل استرس‌زا (موانع، حجم اضافه کار، ابهام نقش) به منظور تشویق کارکنان به بروز رفتار شهروندی سازمانی کوشا باشند. همچنین یافته‌های ویو و همکاران (۲۰۱۲) در زمینه متغیرهای جمعیت شناختی نیز نشان می‌دهد که جنسیت و تأهل تأثیر قابل توجهی بر این نوع رفتارها دارد به طوری که ظهور آن در زنان و متاهل‌ها بیش از مردها و مجردهاست؛ از این بابت که آن‌ها اجتماعی محورتر از مردان هستند.

اتیار و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیقات خود تحت عنوان "نقش رفتار شهروندی سازمانی در موفقیت دانشگاهی دانشجویان" این موضوع را بسیار محبوب در ادبیات مدیریت توصیف کردند و خاطر نشان کردند نهادهایی که در زمینه گردشگری مشغول به آموزش هستند، توجه کافی را به اهمیت رفتار شهروندی سازمانی ندارند. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد رابطه قوی بین سطح رفتار شهروندی سازمانی و محبوبیت مدرسه نزد آن‌ها وجود دارد و دانش آموزانی که مدرسه خود را دوست دارند و به‌طور داوطلبانه کار می‌کنند، در کلاس‌ها موفق‌ترند. یافته‌ها نشان می‌دهد هر چه سن دانش آموزان بیشتر می‌شود، علایق اجتماعی آن‌ها تغییر و جستجوی شغل بین آن‌ها شدیدتر می‌شود و در نتیجه بر بروز رفتار شهروندی سازمانی از سوی آن‌ها اثر می‌گذارد.

پیرامون ابعاد رفتار شهروندی پژوهشگران مختلف نظریات متفاوتی را ارائه نموده‌اند که جداول ۱ به برخی از این نظریات اشاره می‌کند:

جدول ۱: ابعاد رفتار شهروندی سازمانی از نظر پژوهشگران مختلف

ردیف	عوامل رفتار شهروندی سازمانی	پژوهشگر / پژوهشگران	سال
۱	۱) فرمانبرداری (۲) نوع دوستی (۳) قابل اعتماد بودن (۴) تمیز کردن محیط کار (۵) عیب جویی نکردن (۶) عدم اتلاف وقت (۷) تشریک مساعی کردن (۸) پرهیز از بحث با دیگران (۹) وقت‌شناسی	باتمن و اورگان	۱۹۸۳
۲	۱) رفتار شهروندی سازمانی (۲) رفتار شهروندی فردی	ویلیامز و اندرسون	۱۹۹۱
۳	۱) کمک به همکاران (۲) محافظت از سازمان (۳) عرضه پیشنهادهای سازنده (۴) توسعه فردی (۵) گسترش حسن نیت	جرج و بریف	۱۹۹۲
۴	۱) فرمان برداری و وفاداری (۲) مشارکت اجتماعی (۳) مشارکت حمایتی (۴) مشارکت وظیفه‌ای	ون دائن و گراهام	۱۹۹۴
۵	۱) نوع دوستی (۲) وجدان کاری (۳) مشارکت (۴) موافقت	موریسون	۱۹۹۶
۶	۱) اجابت نوع دوستانه (۲) خیر خواهی (۳) با شخصیت	تورنیسپ سید و موریسون	۱۹۹۶
۷	۱) همانند سازی (۲) نوع دوستی (۳) وجدان کاری (۴) ایجاد هماهنگی بین افراد (۵) محافظ منابع سازمان	فارج، ایرلی و لین	۱۹۹۷

۱۹۹۸	مورمن، بلک لی و نایهوف	(۱) یاریگری (۲) پیشقدمی (۳) کوشا بودن (۴) وفاداری	۸
۱۹۹۹	بین و نایهوف	(۱) نوع دوستی (۲) وظیفه‌شناسی (۳) آداب اجتماعی (۴) ایجاد هماهنگی بین افراد (۵) محافظت از منابع سازمان	۹
۱۹۹۹	هوئی، لو و چن	(۱) نوع دوستی (۲) وظیفه‌شناسی (۳) همانند سازی با سازمان (۴) ایجاد هماهنگی بین افراد (۵) محافظت منابع سازمان	۱۰
۲۰۰۰	ماترسون، لويس، گلدمن	(۱) رفتار شهروندی سرپرست گرا (۲) رفتار شهروندی سازمان گرا	۱۱
۲۰۰۰	لامبرت	(۱) یاریگری (۲) عرضه پیشنهاد (۳) حضور در جلسات	۱۲
۲۰۰۲	کاردونا اسپی جو	(۱) نوع دوستی (۲) وظیفه‌شناسی (۳) وفاداری	۱۳
۲۰۰۲	کویل شفیرو	(۱) یاریگری (۲) وفاداری (۳) فرمانبرداری (۴) مشارکت حمایتی (۵) مشارکت اجتماعی و وظیفه‌ای	۱۴
۲۰۰۳	بین استوک، دی موران ویلی و اسمیت	(۱) وفاداری (۲) فرمانبرداری (۳) مشارکت (۴) آداب اجتماعی	۱۵
۲۰۰۴	فارج، ژونگ و اورگان	(۱) پیشقدم (۲) کمک به همکاران (۳) نماینده همکاران بودن (۴) مشارکت در فعالیتهای گروهی (۵) عرضه‌ی چهره مثبت از سازمان (۶) خود یادگیرنده (۷) مشارکت در امور خیریه (۸) محافظت از منابع سازمانی (۹) تمیز نگه داشتن محیط کار (۱۰) ایجاد هماهنگی بین افراد	۱۶
۲۰۰۶	ریگو و ای چن‌ها	(۱) وفاداری (۲) فرمانبرداری (۳) مشارکت حمایتی (۴) مشارکت	۱۷
۲۰۰۹	ریگو و ای چن‌ها	(۱) ایجاد هماهنگی بین افراد (۲) وظیفه‌شناسی (۳) پیشقدمی (۴) همانند سازی با سازمان	۱۸
۲۰۰۹	کومار و راج	(۱) کمک به همکاران (۲) جوانمردی (۳) وفاداری سازمانی (۴) فرمانبرداری (۵) ابتکارات فردی (۶) آداب اجتماعی (۷) خود توسعه‌ای	۱۹
۲۰۱۰	وندی	(۱) کمک به همکاران (۲) ابتکارات فردی (۳) کوشایی فردی (۴) وفاداری به سازمان	۲۰
۲۰۱۰	زارعی متین، جندقی و احمدی	(۱) نوع دوستی (۲) وجدان کاری (۳) جوانمردی (۴) ایجاد هماهنگی بین افراد (۵) آداب اجتماعی (۶) نزاکت و تواضع (۷) محافظت از منابع سازمانی (۸) وفاداری به سازمان	۲۱
۲۰۱۱	اینسی، مهمتبی و برلسکسی	(۱) یاریگری (۲) مراقبت از کار (۳) جوانمردی (۴) ابراز تعصب نسبت به سازمان (۵) پیش قدمی (۶) خود توسعه‌ای	۲۲
۲۰۱۲	روحی محمد، فیضی و دمیرچی	(۱) ارائه پیشنهاد (۲) آداب اجتماعی (۳) ابراز تعصب نسبت به سازمان (۴) کمک به همکاران (۵) گسترش حسن نیت (۶) جوانمردی	۲۳
۲۰۱۳	لی یان و یویان	(۱) نوع دوستی (۲) آداب اجتماعی (۳) گسترش صلح و آشتی در نزاع‌های میان فردی (۴) تعصب نسبت به سازمان (۵) فضیلت (۶) جوانمردی	۲۴
۲۰۱۴	صادقیان قرقیه سعید و شکری	(۱) جوانمردی (۲) آداب اجتماعی (۳) وظیفه‌شناسی	۲۵

Source: Ranaei et al., 2013:48-49

عوامل مؤثر بر رفتار شهروندی سازمانی

با بررسی ادبیات نظری می‌توان عوامل مؤثر بر رفتار شهروندی را به شرح ذیل دسته بندی نمود:

(۱) عدالت سازمانی: در هر رابطه شغلی، انتظاراتی از تبادلات وجود دارد. عدالت در تبادلات، ادراک فرد از عدالت در عمل دریافت شده و عکس العمل وی به چنین ادراکاتی پایه و اساس عدالت سازمانی را تشکیل می‌دهد (Chou et al., 2013). عدالت سازمانی دارای سه عنصر اساسی است: الف) عدالت توزیعی: به انصاف ادراک شده بابت دریافتی‌های فرد از سازمان اشاره دارد. ب) عدالت رویه‌ای: به انصاف ادراک شده از رویه‌هایی که برای تعیین تصمیمات مرتبط با دریافتی‌های کارکنان مورد استفاده قرار می‌گیرد، عدالت رویه‌ای گفته می‌شود. پ) عدالت تعاملی: عدالت تعاملی بیانگر انصاف ادراک شده از ارتباطات متقابل شخصی با توجه به رویه‌های سازمانی است.

(Macdowall, Fletcher, 2004:10) ین و تنگ (۲۰۱۳) و یوجانگ سو و همکاران (۲۰۱۲) از جمله محققانی هستند که به نقش عدالت سازمانی در بروز رفتارهای شهروندی سازمانی اشاره کرده‌اند.

۲) فرهنگ سازمانی: فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها و مفروضات است که در بین یک گروه اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شود و شکل دهنده‌ی روش‌هایی است که اعضای گروه را در پاسخگویی به یکدیگر و محیط خارجی کمک می‌کند. (Ogbona, Harris, 2002:34) ابراهیم پور و همکاران (۲۰۱۱) رابطه‌ی بین فرهنگ سازمانی و رفتارهای فرا نقشی را معنادار توصیف کرده‌اند.

۳) تعهد سازمانی: محققان تعهد سازمانی را وضعیتی توصیف می‌کنند که کارمند سازمان و اهداف آن را درک می‌کند و امیدوار به حفظ عضویت خود در سازمان است. پورتر تعهد سازمانی را دارای سه عنصر می‌داند: الف) باور قوی و پذیرش در مورد اهداف و ارزش‌های سازمان. ب) تمایل در اعمال تلاش قابل توجه به خاطر سازمان. پ) تمایل قطعی برای ادامه همکاری با سازمان (Kusluvan, 2003, 524-525). سامک و رونتی (2004) در تحقیقات خود از تأثیر تعهد سازمانی بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی سخن به میان آورده‌اند.

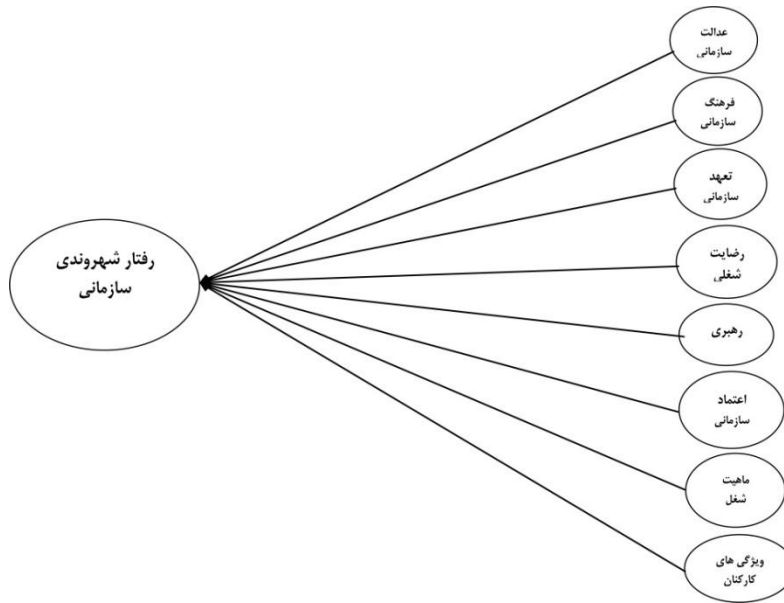
۴) رضایت شغلی: توجه مدل سنتی رضایت شغلی به همه‌ی احساساتی است که فرد پیرامون شغلش دارد. به هر حال آنچه که رضایت شغلی را باعث می‌شود فقط ماهیت شغل فرد نیست بلکه انتظارات وی از آنچه که شغل باید فراهم کند نیز بر رضایت شغلی اثر گذار است (Lu, et.al. 2012: 1018). کوسلوان (۲۰۰۳) و نجات و همکاران (۲۰۰۹) به‌طور مستقیم از رابطه‌ی بین رضایت شغلی و رفتار شهروندی سازمانی سخن گفته‌اند (Ebrahimpour, 2011:1923).

۵) رهبری: اگر چه رهبری به‌عنوان توانایی ذاتی برای تأثیرگذاری بر دیگران از طریق کنترل رفتارهای سایر اعضای گروه، مورد توجه قرار گرفته است؛ سبک‌های رهبری تکامل یافته چیزی فراتر از نفوذ بوده و مباحثی همچون ایجاد انگیزه و توانایی در افراد برای دستیابی به اهداف سازمان در آن‌ها مطرح می‌باشد (Jogulu, 2010:706). ما و کو (۲۰۱۱) به نقش به‌سزای میزان تعامل رهبر با کارکنان در بروز رفتارهای فرا نقشی اشاره کرده‌اند.

۶) اعتماد سازمانی: باتاچاریا و همکاران (۱۹۹۸) اعتماد را به‌عنوان "امید به نتایج مثبت (یا نامنفی) که طرفی بر مبنای عمل مورد انتظار از طرف دیگر در تعاملی همراه با عدم قطعیت می‌تواند دریافت کند" تعریف می‌کنند. بر مبنای این تعریف شاکلی و همکاران (۲۰۰۰) اعتماد سازمانی را به‌عنوان انتظارات افراد در مورد شبکه‌های روابط و رفتارهای سازمانی پایه‌گذاری می‌کنند. نجات و همکاران (۲۰۰۹) از اعتماد کارمند به سرپرست و سرپرست به کارمند را اثر گذار بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی دانسته‌اند. ابراهیم پور (Ebrahimpour, 2011:1923)

۷) ماهیت شغل: اتق و همکاران (۲۰۱۱) و وی و همکاران (۲۰۱۲) نیز در این رابطه به اهمیت کار درون نقش اشاره کرده‌اند.

۸) ویژگی‌های کارکنان: کوسلوان (۲۰۰۳) از تأثیر سوابق شغلی، توانایی‌های شخصی، درجه جهت‌گیری‌های حرفه‌ای، نیاز به استقلال و بی تفاوتی به پاداش بر رفتار شهروندی سازمانی سخن گفته است. در این زمینه می‌توان از اشاره‌ی مهدیون و همکاران (۲۰۱۰) به ابعاد شخصیتی (توافق‌پذیری، آگاهی، صراحت، برون‌گرایی و روان‌رنجوری) سخن به میان آورد. با توجه به عوامل بیان شده مدل مفهومی تحقیق به شرح ذیل می‌باشد:



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

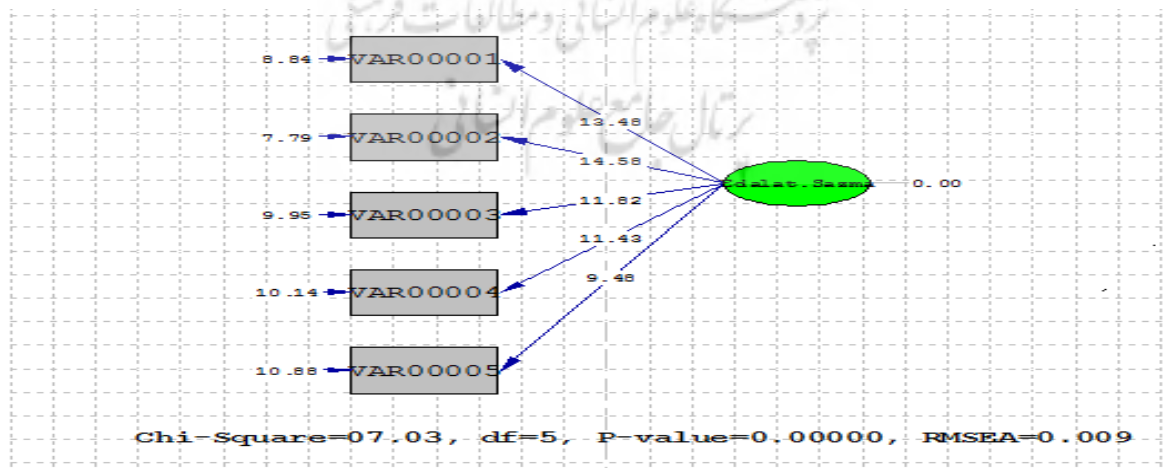
Source: Authors

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها ابتدا با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی به بررسی برازش متغیرهای تحقیق پرداخته می‌شود. این آزمون نشان می‌دهد که آیا شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق به درستی مفهوم مورد نظر را نشان می‌دهند یا خیر؟ در ادامه به منظور بررسی فرضیات پژوهش با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون t تک نمونه‌ای و از آزمون فریدمن برای رتبه بندی متغیرها استفاده شده است.

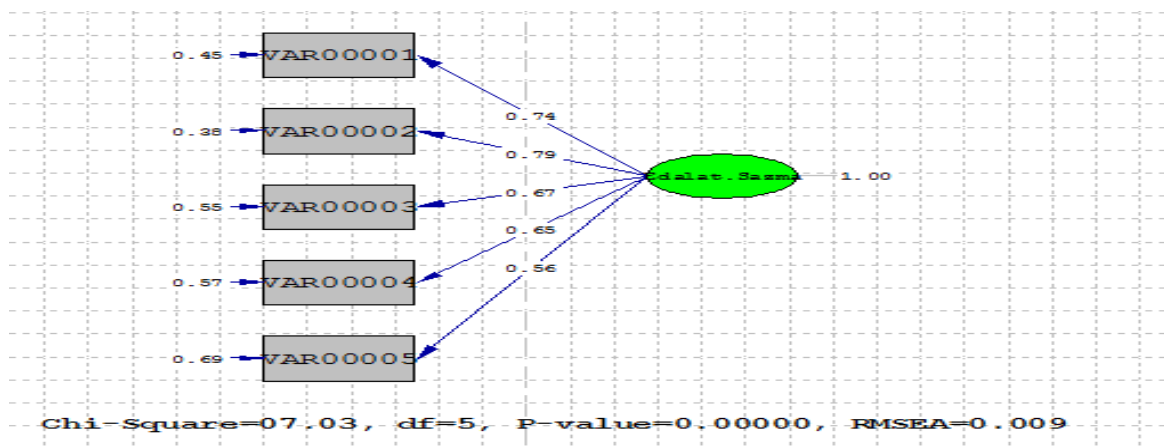
بررسی برازش متغیرهای تحقیق از طریق استفاده از تحلیل عاملی تاییدی و نرم افزار LISREL انجام گرفته است که نتایج حاصل از بررسی هر یک از عوامل مؤثر بر رفتار شهروندی سازمانی به صورت زیر می‌باشد:

۱. عدالت سازمانی:



شکل ۲: مدل عدالت سازمانی در حالت معنی داری

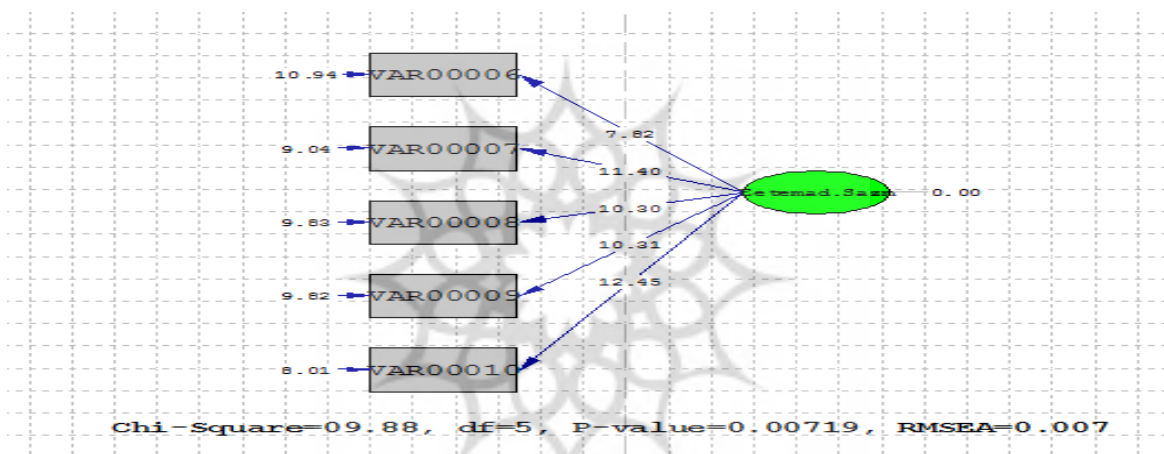
Source: Research Findings



شکل ۳: مدل عدالت سازمانی در حالت استاندارد

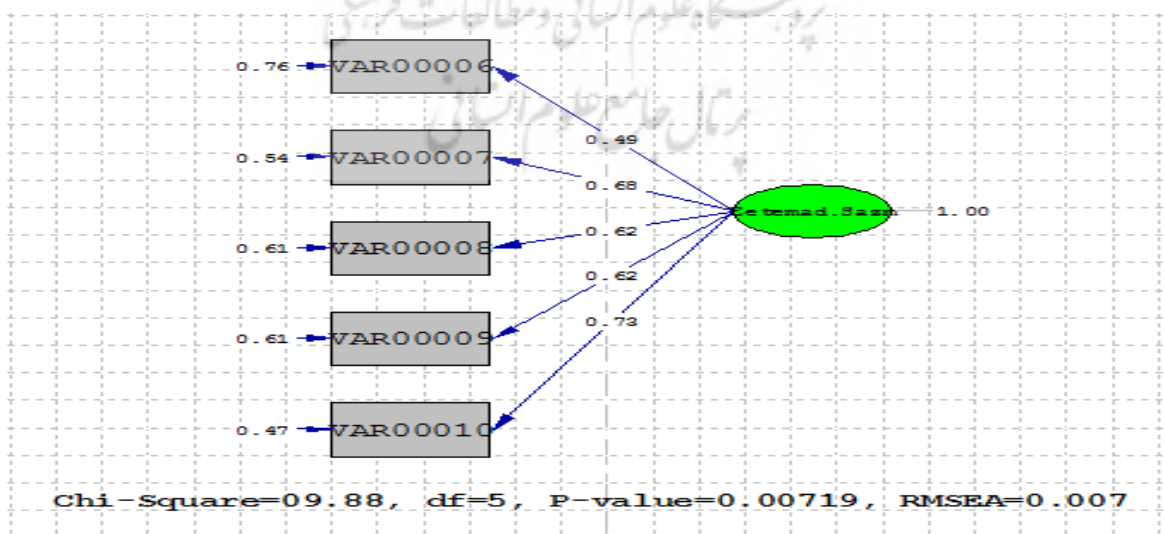
Source: Research Findings

۲. اعتماد سازمانی



شکل ۴: مدل اعتماد سازمانی در حالت معنی داری

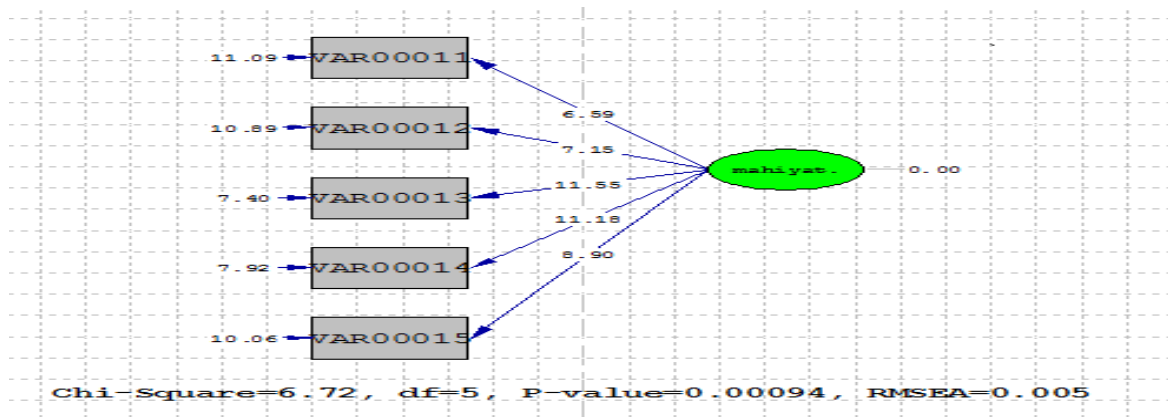
Source: Research Findings



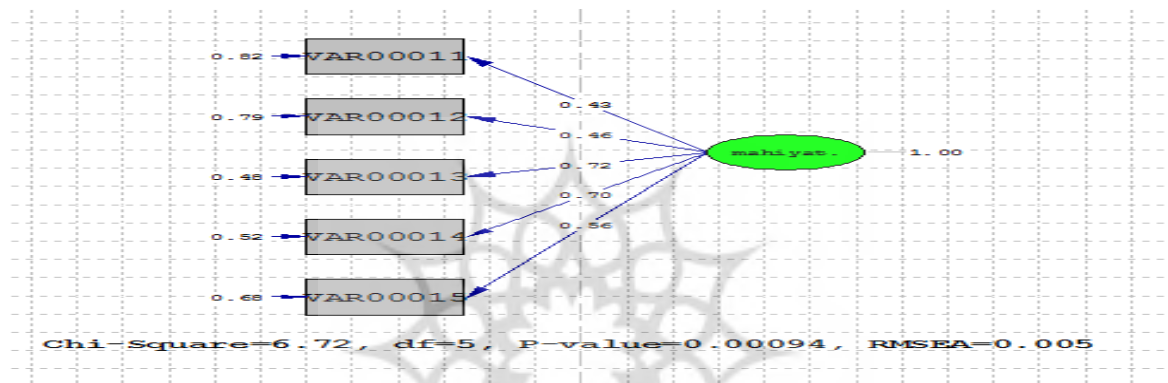
شکل ۵: مدل اعتماد سازمانی در حالت استاندارد

Source: Research Findings

۳. ماهیت شغلی



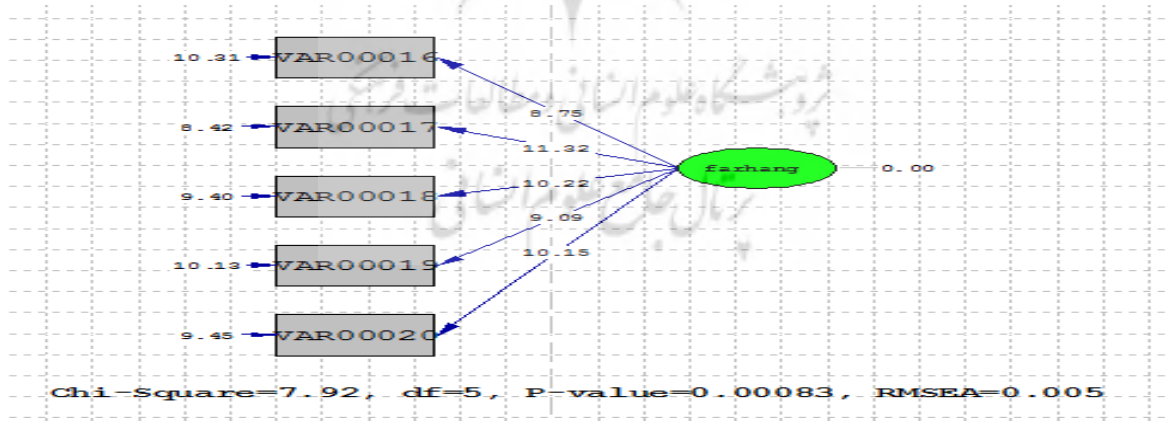
شکل ۶: مدل ماهیت شغلی در حالت معنی داری



شکل ۷: مدل ماهیت شغلی در حالت استاندارد

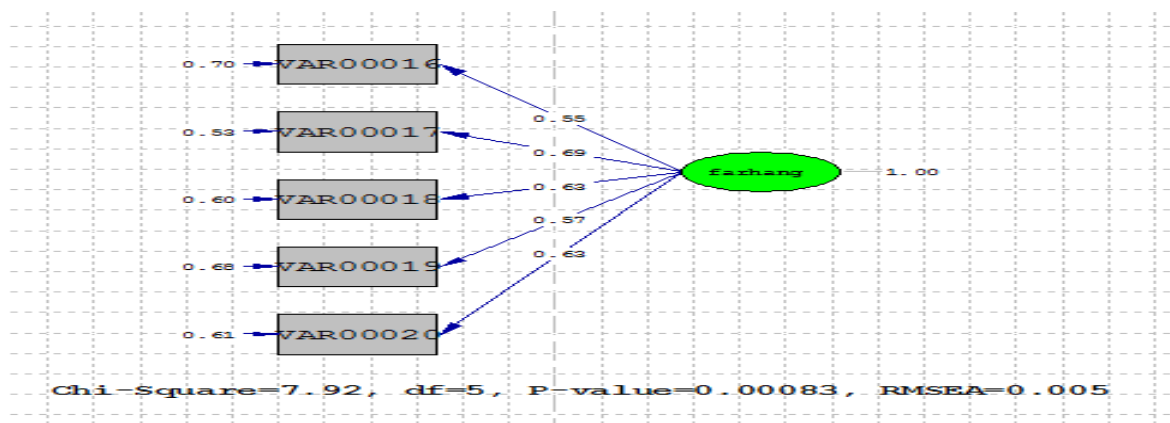
Source: Research Findings

۴. فرهنگ سازمانی



شکل ۸: مدل فرهنگ سازمانی در حالت معنی داری

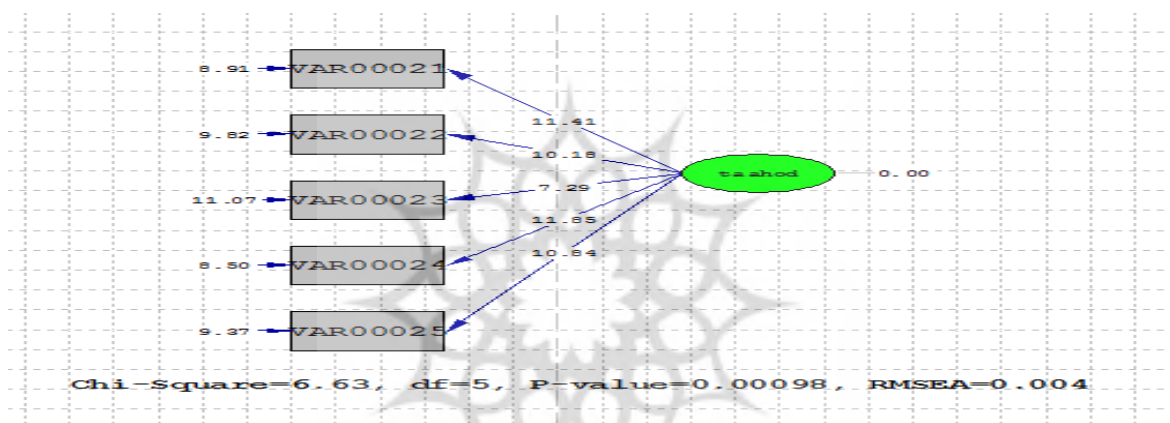
Source: Research Findings



شکل ۹: مدل فرهنگ سازمانی در حالت استاندارد

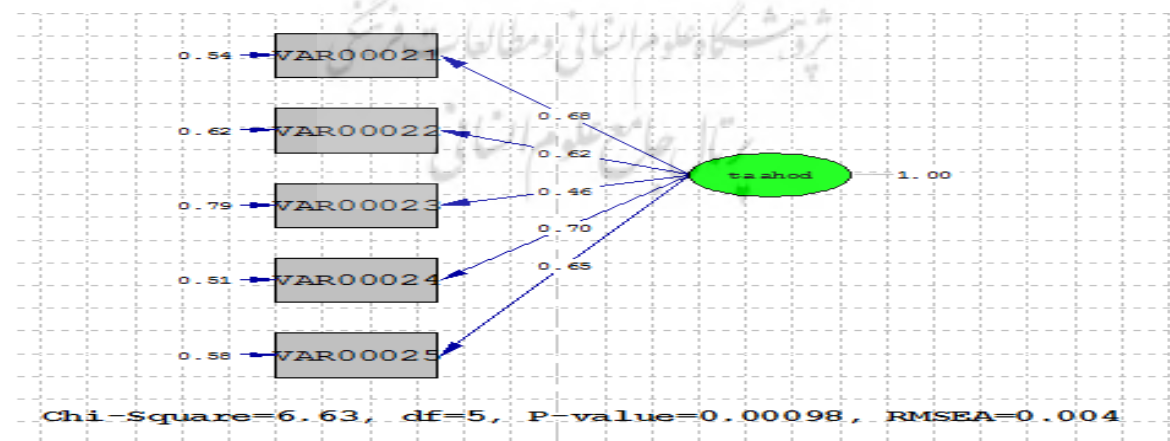
Source: Research Findings

۵. تعهد سازمانی



شکل ۱۰: مدل تعهد سازمانی در حالت معنی داری

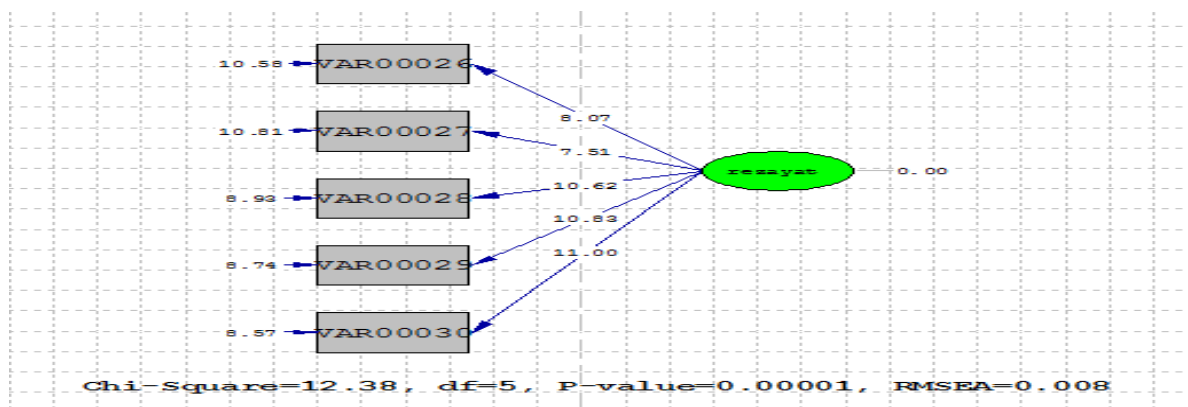
Source: Research Findings



شکل ۱۱: مدل تعهد سازمانی در حالت استاندارد

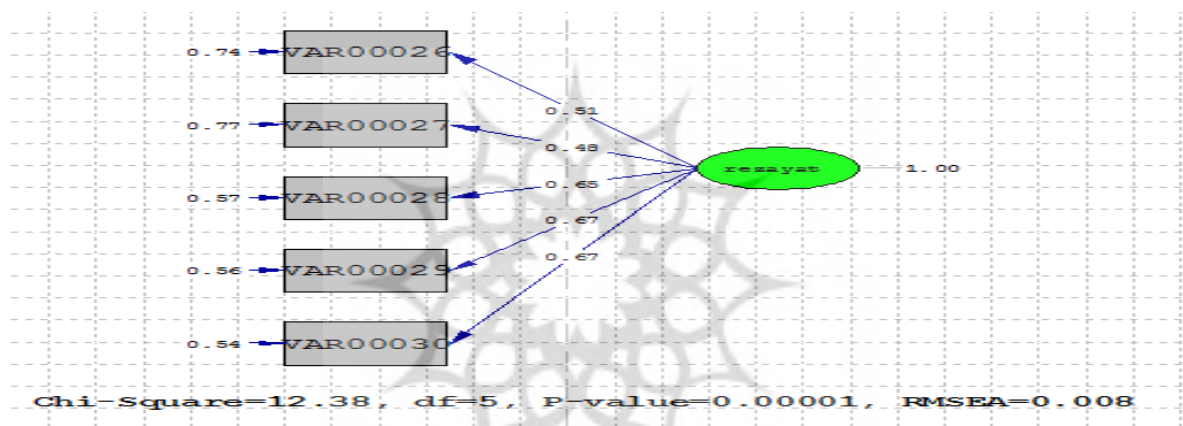
Source: Research Findings

۶. رضایت شغلی



شکل ۱۲: مدل رضایت شغلی در حالت معنی داری

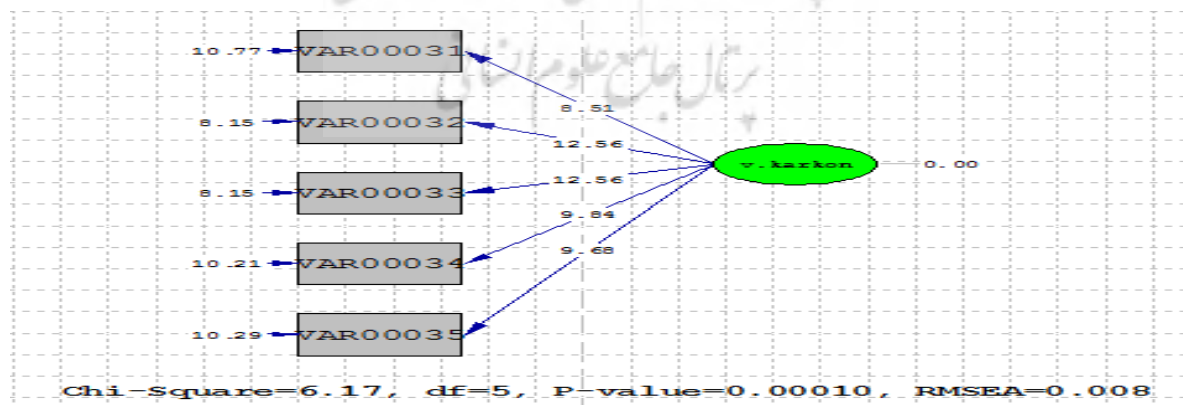
Source: Research Findings



شکل ۱۳: مدل رضایت شغلی در حالت استاندارد

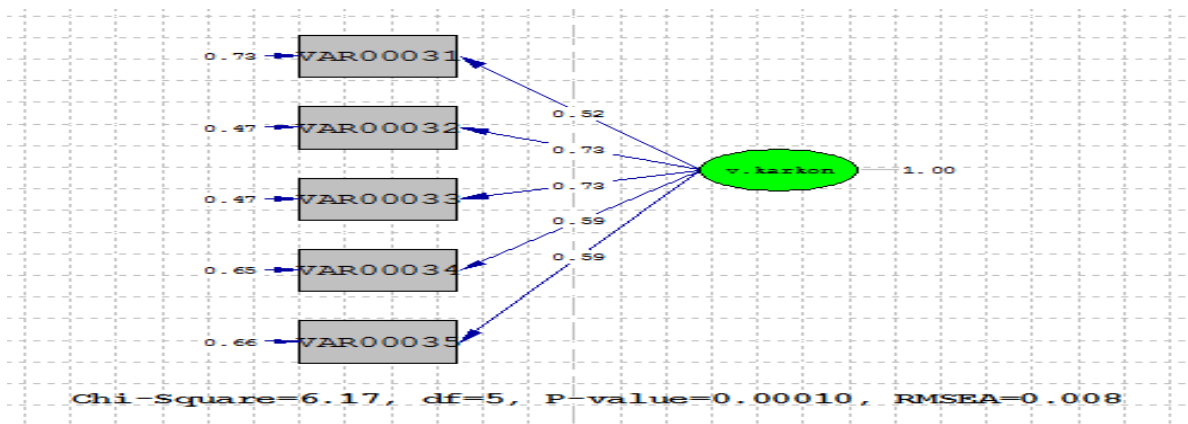
Source: Research Findings

۷. ویژگی‌های کارکنان



شکل ۱۴: مدل ویژگی‌های کارکنان در حالت معنی داری

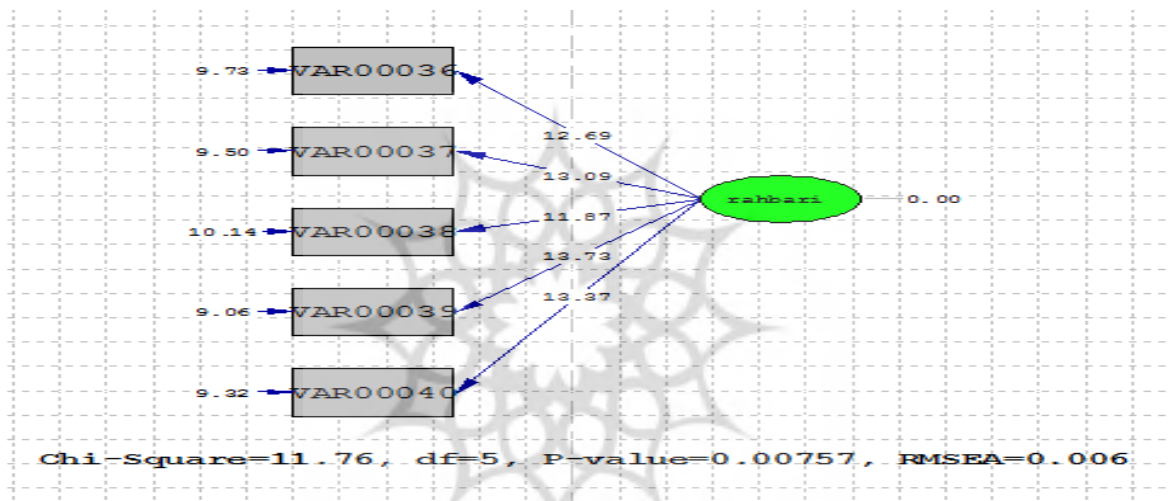
Source: Research Findings



شکل ۱۵: مدل ویژگی‌های کارکنان در حالت استاندارد

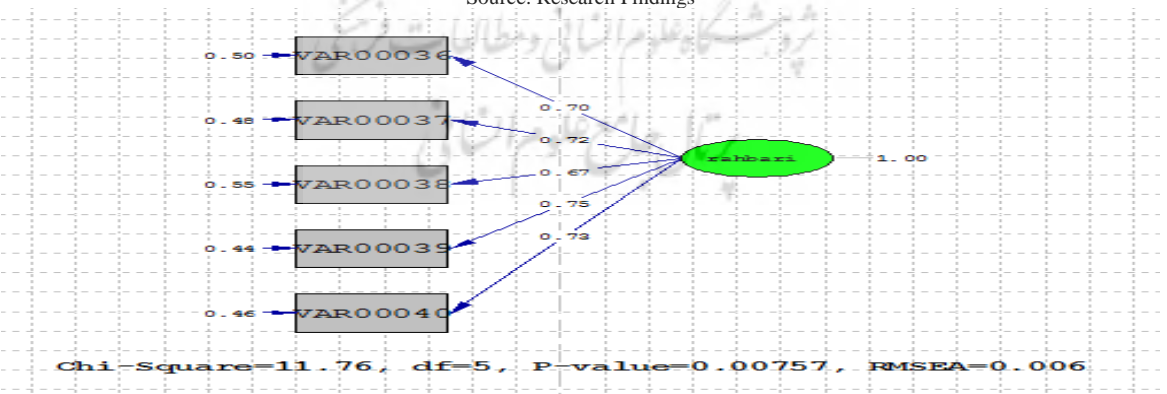
Source: Research Findings

۸ رهبری



شکل ۱۶: مدل رهبری در حالت معنی داری

Source: Research Findings



شکل ۱۷: مدل رهبری در حالت استاندارد

Source: Research Findings

نتایج تحلیل عاملی تاییدی نشان می‌دهد که مدل اندازه‌گیری عوامل مؤثر بر رفتار شهروندی سازمانی در صنعت گردشگری مدل مناسبی است چون که مقدار کای دو آن به درجه آزادی کوچکتر از ۳ می‌باشد و مقدار RMSEA آن کم بوده و مقدار GFI و AGFI بالای ۹۰ درصد و بار عاملی تمامی شاخص‌ها بزرگتر از ۰/۳ می‌باشند.

نتایج بررسی فرضیات با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای و آزمون فریدمن در جدول‌های ۱، ۲، ۳ و ۴ نشان داده شده‌اند.

جدول شماره ۲: آزمون t بررسی فرضیات

فرضیه	میانگین	انحراف معیار	t	درجه آزادی	P
عدالت سازمانی تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.	3.9972	80103	21.201	289	.000
اعتماد سازمانی تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.	4.1262	65392	29.329	289	.000
ماهیت شغل تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.	4.0531	59856	29.961	289	.000
فرهنگ سازمانی تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.	3.9731	66507	24.917	289	.000
تعهد سازمانی تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.	3.8607	69554	21.073	289	.000
رضایت شغلی تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.	4.0186	68463	25.337	289	.000
ویژگی‌های کارکنان تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.	3.9945	72539	23.346	289	.000
رهبری تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.	4.1021	74837	25.078	289	.000

Source: Research Findings

با توجه به جدول شماره ۱، t مشاهده شده برای هر سه فرضیه، در سطح $p \leq 0/05$ معنی دار بوده، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که: عدالت سازمانی، اعتماد سازمانی، ماهیت شغل، فرهنگ سازمانی، تعهد سازمانی، رضایت شغلی، ویژگی‌های کارکنان و رهبری بر ایجاد رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان صنعت گردشگری شهر شیراز تأثیر مثبتی دارند. به منظور رتبه بندی عوامل مؤثر بر ایجاد رفتار شهروندی سازمانی از آزمون فریدمن برای رتبه بندی عوامل استفاده شده است. در این آزمون فرضهای H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف شده است:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5 = \mu_6 = \mu_7 = \mu_8$$

H_1 : حداقل یکی از میانگین‌ها برابر نمی‌باشد.

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می‌گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از خطا باشد فرض یک را نتیجه می‌گیریم.

جدول شماره ۳: آزمون فریدمن

تعداد	کای - اسکوار	درجه آزادی	سطح خطا	P	نتیجه
290	82.323	7	۰.۰۵	۰.۰۰۰	پذیرش H_1

جدول شماره ۴: میانگین عوامل

Source: Research Findings

شاخص‌ها	میانگین رتبه‌ها
عدالت سازمانی	4.56
اعتماد سازمانی	5.06
ماهیت شغل	4.51
فرهنگ سازمانی	4.14
تعهد سازمانی	3.63
رضایت شغلی	4.58
ویژگی‌های کارکنان.	4.50
رهبری	5.02

Source: Research Findings

بنابراین با توجه به آزمون‌های ناپارامتری فریدمن و میانگین رتبه‌ها در آزمون فریدمن، رتبه بندی ۸ عامل به صورت زیر می‌باشد.

جدول شماره ۵: رتبه‌بندی عوامل

رتبه اول: اعتمادسازمانی
رتبه دوم: رهبری
رتبه سوم: رضایت شغلی
رتبه چهارم: عدالت سازمانی
رتبه پنجم: ماهیت شغل
رتبه ششم: ویژگی‌های کارکنان
رتبه هفتم: فرهنگ سازمانی
رتبه هشتم: تعهد سازمانی

Source: Research Findings

جمع بندی و نتیجه‌گیری

همانطور که در بخش ادبیات نظری تحقیق مورد اشاره قرار گرفت امروزه در سازمان‌ها توجه به منابع انسانی رشد بسیار چشمگیری یافته و از منابع انسانی به عنوان عامل کسب مزیت رقابتی منابع انسانی یاد می‌شود، از این رو امروزه توجه به مقوله تعهد و وفاداری منابع انسانی به سازمان و انجام هر چه بهتر نقش‌های اختصاص یافته به آن‌ها و حتی وظایف فرآینقی توسط منابع انسانی یکی از دغدغه‌های جدی مدیران سازمان‌ها می‌باشد. یکی از مباحث مطرح در این زمینه مفهوم رفتار شهروندی سازمانی است که به عنوان اراده کارکنان برای انجام بیشتر و بالاتر از نقش‌هایی که به آن‌ها واگذار شده است تعریف می‌شود آشکار است که در صنعت گردشگری به دلیل ماهیت خدماتی بودن آن و وجود ترافیک کاری در برخی از ایام سال انجام رفتار شهروندی سازمانی از اهمیت بیشتری برخوردار است از این رو محققین در این مقاله به عوامل مؤثر بر ایجاد این رفتارها در صنعت گردشگری پرداخته و به ۸ عامل کلیدی مؤثر بر بروز این رفتارها در صنعت دست یافتند که بر اساس تحلیل‌های صورت گرفته مهم‌ترین عاملی که در بروز رفتار شهروندی سازمانی در صنعت گردشگری مؤثر است متغیر اعتماد سازمانی است به این معنی که اگر مدیران بتوانند اعتماد کارکنان را جلب نموده و در بین کارکنان این اعتماد به یکدیگر وجود داشته باشد و آن‌ها انتظارات مثبت از رفتارهای یکدیگر داشته باشند آنگاه احتمال بروز رفتار شهروندی در کارکنان صنعت افزایش خواهد یافت. بعد از عامل اعتماد سازمانی، عاملی که بیشترین اهمیت را در ایجاد رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان دارد متغیر رهبری است که در صورتی که رهبر بتواند در مورد هر یک از این افراد از سبک مناسب استفاده نموده و رابطه مطلوبی را با آن‌ها برقرار نماید در این صورت احتمال بروز این رفتارها افزایش می‌یابد. متغیر مهم سوم، رضایت شغلی است به این معنی که فرد چنانچه در مجموع از شغل خود راضی بوده و از حضور در این شغل خود رضایت داشته باشد در این صورت می‌تواند اقدام به انجام وظایف فرآینقی نماید و مشخص است که در صورت عدم رضایت فرد از شغل خود به احتمال زیاد این فرد وظایف رسمی خود را هم به درستی انجام نداده و اقدام به انجام این گونه رفتارهای فرآینقی نخواهد کرد. عوامل مهم دیگر شناسایی شده در تحقیق عبارت‌اند از عدالت سازمانی (به این معنی که فرد احساس عدالت در هر سه حوزه عدالت توزیعی، رویه‌ای و تعاملی داشته باشد انگیزه او برای افزایش رفتارهای فرآینقی افزایش خواهد یافت و چنانچه فرد احساس بی‌عدالتی و تبعیض در سازمان داشته باشد انتظار بروز رفتار شهروندی سازمانی از ایشان بسیار بعید می‌باشد.)، ماهیت شغل (به این معنی که ماهیت شغل به گونه‌ای باشد که اجازه بروز رفتار شهروندی را به فرد بدهد که در این زمینه می‌توان در صنعت گردشگری

به طور مثال به شغل راهنمای تور اشاره کرد که قابلیت بروز رفتارهای شهروندی سازمانی را دارا می باشد. ویژگی های کارکنان (فرد برای انجام وظایف فرانشی می بایست دارای ویژگی ها و روحیه های خاصی همانند دلسوزی و همدردی باشد که در غیر این صورت احتمال انجام این رفتارها کاهش می یابد.)، فرهنگ سازمانی (در صورتی فرد اقدام به انجام رفتارهای شهروندی سازمانی می نماید که فرهنگ مثبت تعاون و همکاری در سازمان وجود داشته و افراد سازمان آن را به عنوان یک ارزش پذیرفته باشند و در صورتی که برداشت مناسبی از انجام این رفتارهای شهروندی سازمانی در بین کارکنان وجود نداشته باشد قطعاً افراد هم کمتر به سمت انجام این نقشها خواهند رفت.) و تعهد سازمانی (به این معنی که فرد از حضور در سازمانی رضایت داشته و احساس تعلق به سازمان داشته و از حضور در آن افتخار نماید مشخص است که در صورتی که فرد دیدگاه مطلوبی به سازمان نداشته و سازمان را متعلق به خود نداند در این صورت نیز احتمال بروز رفتار شهروندی سازمانی در وی بسیار کاهش خواهد یافت.)

در پایان در بعد پژوهشی پیشنهاد می شود که محققین نسبت به بررسی وضعیت موجود بروز رفتارهای شهروندی و هر یک از عوامل هشت گانه شناسایی شده و شناسایی راهکارهای ارتقاء هر یک از آنها مبادرت ورزیده و مدیران و فعالین حوزه گردشگری نیز با توجه به این عوامل و زمینه سازی جهت ارتقاء و بهبود هر یک از آنها نسبت به افزایش بروز این رفتارهای شهروندی سازمانی در صنعت اقدام نموده تا بتوانیم انشاء الله شاهد رشد روزافزون صنعت گردشگری و نمایان شده هر چه بیشتر اثرات مطلوب اقتصادی، فرهنگی و زیست محیطی این صنعت برای کشور باشیم.

References

- Bateman, Thomas, Organ, Dennis W. (1983). "Job Satisfaction and the Good Soldier: The Relationship Between Affect and Employee Citizenship", *Academy of Management Journal*, 26 (4), 587-595.
- Bergeron, D. M. (2007). The potential paradox of organizational citizenship behavior: good citizens at what cost? *Academy of Management Review* 32 (4), 1078-1095.
- Bhattacharya, R., Devinney, T. M., Pillutla, M. M., 1998. A formal model of trust based on outcomes. *Academy of Management Review* 23 (3), 459-472.
- Chou, T. Y., Chou, S. T., Jiang, J. J., Kelin, G. (2013). The organizational citizenship behavior of IS personnel: Does organizational justice matter?. *Information and management*, 50, 105-111.
- Cinar orhan, karcioğlu faith, duygu aliogullari zisan. (2013): The relationship between organizational silence and organizational citizenship behavior: a survey study in the province of Erzurum, Turkey, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 99, 314 - 321.
- Eatough, E. M., Chang, C., Miloslavich, S. A., Johnson, R. E. (2011). Relationships of role stressors with organizational citizenship behavior: a meta-analysis. *Journal of Applied Psychology* 96(3), 619-632.
- Ebrahimpur, H., Zahed, A., Khaleghkhan, A., Sephiri, M. (2011). A survey relation between organizational culture and organizational citizenship behavior. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 30, 1920-1925. [In Persian].
- Ehtiyar, V. R., Aktaş, Alan, A., Omüriş, E. (2010): The role of organizational citizenship behavior on university student's academic success. *Tourism and Hospitality Management*, 16(1), 47-61.
- Gharagheieh, s. s., Shokri, s. (2014). The Relation of Corporate Social Responsibility with Organizational Justice and Organizational Citizenship Behavior. *Asian Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 4(3), 438-450. [In Persian].

- Ince, M., Mehmetbey, M., Yerleskesi, Y. E. (2011). The Effect of Employees' Perceptions of Organizational Justice on Organizational Citizenship Behavior: An Application in Turkish Public Institutions, 6 (6), 136-149.
- Jogulu, U. (2010). Culturally-linked leadership styles. *Leadership And Organization Development Journal*, 31(8), 705-719.
- Karatepe, O. M., Uludag, O., Menevis, I., Hadzimehmedagic, L., Baddar, L. (2006). The effects of selected individual characteristics on frontline employee performance and job satisfaction. *Tourism Management* 27 (4), 547-560.
- Katz, D., Kahn, R. L. (1966). *The Social Psychology of Organizations*. Wiley, New York.
- Kusluvan Salih (2003): *managing employee attitudes and behaviours in the tourism and hospitality industry*, Nova science publisher, United state of America.
- Lu, H., Bariribal, L. K., Zhang, X., While, A. E. (2012). Job satisfaction among hospital nurses revisited: A systematic review. *International Journal of Nursing Studies* 49 (2012) 1017-1038.
- 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(3), 680-688.
- Macdowall, A., Fletcher c. (2004). Employee development: an organizational justice perspective, *personnel review*, 33, 8-29.
- Mahdiuon, R., Gharamani, M., Sharif, A. R. (2010). Explanation of organizational citizenship behavior with personality. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 5 (2010), 178-184.
- Ogbona, E., Harris, L. C. 2002. Managing organizational culture: Insights from the hospitality industry. *Human Resource Management Journal*, 12(1), 33-53.
- O'Reilly, Charles A., Chatman, Jennifer, Caldwell David F. (1991). "People and Organizational Culture: A Profile Comparison Approach to Assessing Person-Organization Fit", *Academy of Management Journal*, 34 (3), 487-517.
- Ozdevecioğlu, Mahmut. (2003). "ürgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Üniversite öğrencilerinin Bazı Demografik özellikleri ile Akademik Başarıları Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yonelik Bir Araştırma", *Erciyes Üniversitesi İ. İ. B. F Dergisi*, 20, 117-135.
- Podsakoff, N. P., Whiting, S. W., Podsakoff, P. M., Blume, B. D. (2009). Individual- and organizational-level consequences of organizational citizenship behaviors: a meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 94(1), 122-141.
- Podsakoff, P. M., Mackenzie, S. B., paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). organizational citizenshipbehaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for futureresearch. *Journal of management*, 26(3), 513-563.
- Ranaei, H., Shokr, A., Pourmola, S. M. H., Shahidian, Z. S. (2013). Explaining the organizational citizenship behaviour based on Islamic teachings. *Islamic Management*, 21(1), 45-82. [In Persian].
- Raub, S. (2008). Does bureaucracy kill individual initiative: the impact structure on organizational citizenship behavior in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management* 27 (2), 179-186.
- Roohi, M., Feizi, M., Damirchi, Q. V. (2012). Surveying the relationship between organizational justice dimensions and organizational citizenship behaviour in Islamic Azad university branches of Ardebil provience. *International Journal of Marketing and Technology*, 11 (2), 70-81.
- Shockley-Zalabak, P., Ellis, K., Winograd, G. (2000). Organizational trust: what it means, why it matters. *Organization Development Journal* 18 (4), 35-48.
- Somech, A., Ronti, R. (2004): influence Of teacher empowerment on teachers' organizational commitment, professional commitment and organizational citizenship behavior in schools, teaching and teacher education, p277-289
- Su, Y., Lv, A., Shen, X., Cao, Y., Chen. (2012). Conscientiousness and organizational citizenship behaviour: The mediating role of organizational justice. *Journal of management*, 40(8), 1293-1300.
- UNWTO: Tourism Highlights2014, http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf

- Wei, X., Qu, H., Ma, M. (2012). Decisive mechanism of organizational citizenship behavior hotelindustry–An application of economic game theory. *International Journal Of Hospitalitymanagement*, 31, 619–632.
- Yan, L., Yan, J. (2013). Leadership, organizational citizenship behavior, and innovation in small business: an empirical study. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 26(2), 183-199.
- Yen, C. H., Teng, H. Y. (2013). The effect of centralization on organizational citizenship behavior anddeviant workplace behavior in the hospitality industry. *Tourism management*, 36, 401–410.
- Yen, H. R., Niehoff, B. P., (2004). Organizational citizenship behaviors and organizational effectiveness:Examining relationships in Taiwanese banks. *Journal of Applied Social Psychology* 34(8), 1617–1637.

