

## طراحی مدل ساختاری عدالت سازمانی، تعیین پیشایندها (جو سازمانی، هوش هیجانی، ارزش‌های اخلاقی سازمان) و پیامدها (کار آفرینی سازمانی)

زهره تواتگر مروستی<sup>۱</sup>، محمدعلی محمدی‌فر<sup>۲</sup>، علی‌اکبر امین‌بیدکختی<sup>۳</sup>

### Designing a structural model of organizational justice, determining antecedents (organizational climate, emotional intelligence, organizational ethical values) and outcomes (organizational entrepreneurship)

Zahra Tavangar Marvasti<sup>1</sup>, Mohammad Ali MohammadiFar<sup>2</sup>, Ali Akbar Aminbeidokhti<sup>3</sup>

#### چکیده

**زمینه:** عدالت از قوانین حقوق بشر می‌باشد. نوعی از عدالت، عدالت سازمانی بوده که تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرد. اما مسئله اصلی اینست، آیا هوش هیجانی اثر مستقیم بر عدالت سازمانی و کارآفرینی سازمانی دارد؟ و با میانجی‌گری عدالت سازمانی اثر غیر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی دارد؟ **هدف:** طراحی مدل ساختاری عدالت سازمانی، تعیین پیشایندها (جو سازمانی، هوش هیجانی، ارزش‌های اخلاقی سازمان) و پیامدها (کار آفرینی سازمانی) بود. **روش:** پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی بود، جامعه آماری شامل تمامی کارکنان اداری و آموزشی که همه به عنوان نمونه انتخاب شدند، بود. ابزار پژوهش عبارتند از: پرسشنامه‌های استاندارد جو سازمانی هالپین و کرافت (۲۰۰۰)، کارآفرینی سازمانی مارگریته هیل (۲۰۰۳)، پرسشنامه عدالت سازمانی نیهوف - مورمن (۱۹۹۳)، مقیاس هوش هیجانی شوت و همکاران (۱۹۹۸) و پرسشنامه ارزش‌های اخلاقی سازمانی آمیکس و همکاران (۲۰۰۸). تحلیل داده‌ها با روش معادلات ساختاری انجام شد. **یافته‌ها:** نتایج نشان داد هوش هیجانی به عنوان متغیر فردی بر عدالت و کارآفرینی سازمانی، اثر نداشت ( $P < 0/001$ ). ارزش‌های اخلاقی بر عدالت سازمانی اثر مستقیم دارد، ولی بر کارآفرینی ندارد، اما با واسطه عدالت سازمانی تأثیر غیرمستقیمی دارد. از ابعاد جو سازمانی، تأکید بر تولید اثر مثبت مستقیم بر عدالت سازمانی و کارآفرینی سازمانی دارد. مزاحمت بر عدالت و کارآفرینی سازمانی اثر مستقیم منفی دارد. تأثیر این دو با میانجی‌گری عدالت سازمانی بر کارآفرینی افزایش می‌یابد. فاصله‌گیری بر کارآفرینی سازمانی اثر مستقیم منفی معناداری دارد. روحیه گروهی اثر مستقیم منفی معناداری بر عدالت سازمانی دارد همچنین با میانجی‌گری عدالت سازمانی، اثر غیرمستقیم منفی بر کارآفرینی دارد. ملاحظه‌گری اثر مستقیم مثبت و معناداری بر عدالت سازمانی دارد، بر کارآفرینی سازمانی تنها با میانجی‌گری عدالت سازمانی تأثیر مثبت معناداری دارد. عدالت سازمانی اثر مستقیم و مثبت بر کارآفرینی سازمانی دارد. ارزش‌های اخلاقی و جو سازمانی بر درک عدالت سازمانی مؤثرند که با نقش میانجی عدالت بر کارآفرینی سازمانی نیز اثرگذارند ( $P < 0/05$ ). **نتیجه‌گیری:** ارزش‌های اخلاقی و جو سازمانی بر درک عدالت سازمانی مؤثرند که با نقش میانجی عدالت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی اثرگذارند. **واژه کلیدی‌ها:** عدالت سازمانی، تعیین پیشایندها، جو سازمانی، هوش هیجانی، ارزش‌های اخلاقی سازمان، پیامدها، کار آفرینی سازمانی

**Background:** Justice is a human rights law. One type of justice is organizational justice, which is affected by various factors. But the key question is, does emotional intelligence have a direct impact on organizational justice and organizational entrepreneurship? And does mediating organizational justice have an indirect effect on organizational entrepreneurship? **Aims:** To design a structural model of organizational justice, identifying antecedents (organizational climate, emotional intelligence, organizational ethical values) and outcomes (organizational entrepreneurship). **Method:** The research was descriptive-correlational. The statistical population included all administrative and educational staff who were all selected as sample. Research tools include: Halpin & Craft (2000), Organizational Entrepreneurship Questionnaire, Marguerite Hill (2003), Nihof-Moorman Organizational Justice Questionnaire (1993), Shout et al. (1998), and Ethical Values Questionnaire. Organization Amix et al. (2008). Data were analyzed using structural equation method. **Results:** The results showed that emotional intelligence as an individual variable of organizational justice and entrepreneurship had no effect ( $P < 0/001$ ). Ethical values have a direct effect on organizational justice, but it does not affect entrepreneurship, but has an indirect effect on organizational justice. From the dimensions of organizational climate, the emphasis on production has a direct positive effect on organizational justice and organizational entrepreneurship. Harassment has a direct negative effect on organizational justice and entrepreneurship. The impact of these two is enhanced by the mediation of organizational justice on entrepreneurship. Spacing on organizational entrepreneurship has a significant negative direct effect. Group spirit has a significant negative direct effect on organizational justice. Also, mediating organizational justice has an indirect negative effect on entrepreneurship. Consideration has a positive and meaningful direct effect on organizational justice; it has a significant positive effect on organizational entrepreneurship only through the mediation of organizational justice. Organizational justice has a direct and positive effect on organizational entrepreneurship. Ethical values and organizational climate influence perceptions of organizational justice that mediate the role of justice in organizational entrepreneurship ( $P < 0/05$ ). **Conclusions:** Ethical values and organizational climate are influenced by perceptions of organizational justice that mediate the role of organizational justice in organizational entrepreneurship. **Key Words:** Organizational justice, antitrust determination, organizational climate, emotional intelligence, organizational ethics, consequences, organizational entrepreneurship

Corresponding Author: alimohammadyfar@semnan.ac.ir

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

<sup>۱</sup> Ph.D Student in Educational Management, Semnan University, Semnan, Iran

<sup>۲</sup> استادیار، گروه روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران (نویسنده مسئول)

<sup>۲</sup> Assistant Professor, of Psychology and Educational Sciences, Semnan University, Semnan, Iran (Corresponding Author)

<sup>۳</sup> استاد، گروه روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

<sup>۳</sup> Professor, of Psychology and Educational Sciences, Semnan University, Semnan, Iran

پذیرش نهایی: ۹۸/۱۲/۰۵

دریافت: ۹۸/۱۰/۱۴

## مقدمه

عدالت یکی از میراث‌های باشکوه و جدایی‌ناپذیر بشریت است که بنیان حقوق بشر را تشکیل داده است. در جهان معاصر، عدالت به عنوان حلقه مفقودی است که اغلب فعالیت‌های ناعادلانه بشر را تحت تأثیر قرار داده است (لیم و لسمور، ۲۰۱۷).

در واقع عدالت نقشی انسجام بخش را در سازمان‌ها ایفا می‌کند. همچنین اجرای عدالت در جامعه، منوط به وجود عدالت در سازمان‌ها می‌باشد. از طرفی انسان‌ها موجودی اجتماعی بوده که دوست دارند توسط افراد مهم پذیرفته شوند. باید توجه کرد که در درون سازمان‌ها بخشی از افراد مهم مدیران هستند. کارکنان دوست دارند که توسط این مدیران پذیرفته شده و از طرفی تمایلی به این ندارند که توسط آنها استعمار شوند (اسچلیزاند، مارتینز، کیریکن، لوو و چن، ۲۰۱۳).

یکی از موضوعات مورد توجه پژوهشگران در سال‌های اخیر بررسی عوامل مؤثر بر عدالت سازمانی یا پیشامدها و پیامدهای آن بوده است. مطالعات نشان داده است که ویژگی‌های شخصی نظیر جنس، وضعیت انگیزش، چارچوب‌های اخلاقی، نیازها، ارزش‌ها و ایده آل‌ها و درجه حساسیت فرد به عدالت بر ادراک وی از عدالت سازمانی تأثیرگذار است. به همین علت نتایج پژوهش‌های انجام شده در مورد عدالت سازمانی در یک جامعه قابل تعمیم به جوامع دیگر نمی‌باشد (فانگ و لیم، ۲۰۰۲).

عدالت سازمانی بر سه محور عدالت توزیعی، رویه‌ای و تعاملی مبتنی است که در آن انصاف در قالب نتایج تصمیم‌گیری نسبت به تخصیص منابع تعریف می‌شود. وضعیتی که در آن انصاف، برابری و نیاز به استانداردهای مناسب «انصاف» مطرح می‌شود (اکرم، لی، حیدر و حسین، ۲۰۱۷).

هم اخلاقیات و هم عدالت سازمانی در مفهوم عدالت ریشه دارد و شامل قضاوت‌هایی است درباره آنچه درست و آنچه غلط است، افراد محیط خود را به اندازه‌ای منصفانه و برابر درک می‌کنند که این رویه‌ها و قوانین پیگیری شود و نتایج ناشی شده از خط مشی‌ها و رویه‌های سازمانی عادلانه و منصفانه باشد. ارزش‌های اخلاقی سازمان، عدالت رویه‌ای و عدالت توزیعی و تعهد سازمانی به عنوان پیش زمینه‌های مهم رفتار اخلاقی می‌باشند. سازمان نقش مهمی در رفتارهای فردی کارکنان ایفا می‌کند. ایجاد ارزش‌های اخلاقی در سطح سازمان می‌تواند از طریق تأثیر بر متغیرهای سازمانی دیگر منجر به افزایش عدالت سازمانی می‌شود و همان‌طور که تعهد سازمانی

افزایش می‌یابد، رفتار اخلاقی نیز بالا می‌رود (خدایاری فرد، احمدپور دریانی، هدهدی و مؤمنی، ۱۳۹۱).

رهبری اخلاقی مدیریت ارشد با ارتقاء جو اخلاقی و عدالت رویه‌ای در سطح شرکت به نتایج سازمانی کمک کند. رهبری اخلاقی مدیریت ارشد به طور قابل توجهی، جو اخلاقی را پیش‌بینی می‌کند، که منجر به بروز عدالت رویه‌ای می‌شود. همچنین تأثیرات رهبری اخلاقی مدیریت ارشد را بر رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد مالی شرکت نشان داد. شیوه‌های رهبری اخلاقی مدیران سطح عملیاتی بیشترین تأثیر را در رفتار کارمندان دارند. علاوه بر این، اگر مدیر سطح عملیاتی به وضوح رفتارهای ارزشی را در مورد زیردستان خود اجرا کند، با توجه به یادگیری اجتماعی منجر به رفتار ارزشی کارکنان خواهد شد (شین، سانگ، جوی و کیم، ۲۰۱۵).

مطالعات قبلی همچنین بر نقش رهبری اخلاقی و رفتار خیرخواهانه به عنوان محوری در تعیین رفتارهای سازمانی کارکنان تأکید کرده‌اند (بانگ و ویا، ۲۰۱۸). نتایج بررسی رابطه جو اخلاقی و عدالت سازمانی ادراک شده و درگیری شغلی معلمان با نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای نشان داد که متغیرهای ذکر شده با یکدیگر رابطه دارند. همچنین اخلاق حرفه‌ای ما بین درگیری شغلی و مراقبت و توجه، ابزاری و کارایی مداری از مؤلفه‌های جو اخلاقی و عدالت توزیعی و تعاملی از ابعاد عدالت سازمانی ادراک شده نقش میانجی دارد (پارقلی، گل محمدنژاد، بهرامی و فضل‌ی، ۱۳۹۸).

هوش هیجانی کاربرد هوشمندانه احساسات می‌باشد که مجموعه‌ای از مهارت‌ها و ویژگی‌های فردی را شامل می‌شود، معمولاً این ویژگی‌ها را مهارت‌های درون فردی و بین فردی می‌نامند. گروهی از اندیشمندان بر این باورند که به منظور عملکردی شایسته‌تر در سازمان کارکنان، بایستی هم بهره‌های بالا و هم بهره احساسی بالایی داشته باشند. کاربرد هیجان‌ها موجب تولید عقاید، بروز یک احساس یا تقویت روحیه همکاری گروهی می‌شود و بالاخره درک و فهم هیجان‌ها باعث دستیابی به بینش، نسبت به انگیزه‌های افراد شده، ما را به نسبت به نقطه نظر و دیدگاه‌های دیگران آگاه‌تر می‌سازد (دی ویلیز و نل، ۲۰۰۴). افراد برخوردار از سطح بالای هوش هیجانی دارای توانایی ارتباطی و مهارت‌های اجتماعی توسعه یافته بوده و قادر می‌باشند رفتارهای خود را آگاهانه هدایت نمایند. هوش هیجانی در محیط کار دارای اهمیت زیادی می‌باشد (اویانگ، سانگ و پنگ، ۲۰۱۵). در مطالعه‌ای نشان داده شد که سطح هوش هیجانی کارکنان

برای کارکنان کاری انجام می‌دهد. بی‌علاقگی و فقدان تعهد شغلی، به وضعیتی اشاره می‌کند که در آن کارکنان طبق دستورالعمل، عمل می‌کند از این رو انجام وظیفه از سوی آنان بیشتر به منظور رفع تکلیف است، نه از روی تعهد و علاقه شخصی. جو صمیمیت به وضعیتی اشاره می‌کند که در آن کارکنان از روابط اجتماعی دوستانه با یکدیگر لذت می‌برند. نفوذ و پویایی به رفتار پویا و پرتلاش مدیران برای رهبری گروه و ایجاد انگیزه در افراد از طریق نفوذ در آنها اشاره می‌کند. تحقیقات حاکی از آن است که سازمان‌هایی که بر جو حمایتی، جو باز، تشریک مساعی، آزاد اندیشی و پاداش دادن به موفقیت‌ها تأکید دارند، عملکردشان موفقیت‌آمیزتر از سازمان‌هایی که جوی محدود، خشک و سرد و فاقد شور و هیجان دارند. در واقع جوهای بازتر و حمایت‌گرا تر بیشتر از جوهای محدود و تحقیر کننده به عملکرد بالا منجر می‌شود (چن، وو، چانگ، لین، کانگ، ونگ و لی، ۲۰۱۵). در پژوهشی که با هدف بررسی جو سازمانی به عنوان یک میانجی بین عدالت سازمانی و نقش آن در عملکرد سازمان انجام شد به این نتیجه رسیدند که جو سازمانی رابطه قوی بین عدالت توزیعی و رویه‌ای دارد و این جو سازمانی نقش میانجی و پیش‌بینی کننده قوی برای ابعاد فداکاری در سازمان و عدالت در آن دارد (گوش و همکاران، ۲۰۱۷). امروزه یکی از معضلات پیش‌روی بسیاری از دانشگاه‌های غیردولتی، تبدیل شدن آنها به واحدهای زیان ده می‌باشد، یعنی مجموع درآمدها از هزینه‌هایشان کمتر می‌باشد. بدین جهت دانشگاه‌ها برای حفظ کیفیت و بقای خویش و افزایش درآمد برای تأمین بودجه‌های سازمان، ناچار به کارآفرینی سازمانی می‌باشند.

تحقیقات زیادی با تأکید بر متغیرهای نهادی، اقتصادی و جمعیتی از منظر کلان متمرکز شده‌اند. توجه به فرآیندهای خرد از جمله هویت، انگیزه، رهبری قهرمانی، آموزش، تعادل بین کار و زندگی و عدالت سازمانی که با کارآفرینی دانشگاهی در ارتباط هستند ضروری می‌باشد، برای ایجاد و گسترش کارآفرینی دانشگاهی، نیاز به ساز و کارهای رسمی هست. در نظر گرفتن فرآیندهای مختلف سطح خرد نیز برای بهبود درک از کارآفرینی دانشگاهی بسیار مفید است (بالوین، فترز، سی گل و والدمن، ۲۰۱۸).

نتایج یک تحقیق نشان داد که عدالت سازمانی و ابعاد مختلف آن دارای ارتباط معنادار مستقیم با کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک گیلان می‌باشند. بنابراین تقویت عدالت سازمانی در این

دارای رابطه مثبت با عدالت ادراک شده سازمانی است و این متغیر می‌توان نقش بسزایی در تبیین عدالت سازمانی داشته باشد (دی فابیو و پالازچی، ۲۰۱۲).

در دانشگاه اوهایو در یک تحقیق به این نتیجه رسیدند که ۲۰ تا ۲۵ درصد تفاوت‌ها در موفقیت‌های عملکرد شغلی به دلیل وجود هوش شناختی است ولی قابلیت‌های اجتماعی و احساسی حدود ۴ برابر هوش شناختی در رسیدن به موفقیت مهم‌تر هستند. مطالعات نشان داده است که بر خلاف بهره‌دهی آبی کیو، هوش هیجانی قابل یادگیری و ارتقا است. مطالعات نشان داده است که بر خلاف بهره‌دهی آبی کیو، هوش هیجانی قابل یادگیری و ارتقا است (مرکوئیز و ارنست، ۲۰۰۶).

در طی تحقیقی که به بررسی رابطه بین مؤلفه‌های هوش هیجانی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان با ابعاد عدالت سازمانی پرداخته شد به این نتیجه رسیدند که بین عدالت رویه‌ای، عدالت اطلاعاتی و عدالت توزیعی با مؤلفه‌های هوش هیجانی رابطه معناداری وجود دارد (پورکیانی، صفدریان و خیری، ۱۳۹۳). بررسی‌ها نشان داده است که جو سازمان تأثیر زیادی بر شیوه‌ای که با افراد آن سازمان برخورد می‌شود و تأثیر زیادی بر ادراک کارکنان از عدالت در سازمان می‌گذارد (بروکیو و مویانو ۲۰۰۷، گوش، سکیگوچی و گرانددن، ۲۰۱۷).

هالپین و کرافت در تعریف جو سازمانی می‌گویند، ویژگی‌های درونی که یک سازمان را از سازمان دیگر متمایز ساخته و روی رفتار افراد آن تأثیر می‌گذارد، جو سازمانی نامیده می‌شود. این جو سازمانی به وسیله ادراکات کارکنان و توصیف‌های آنان از ویژگی‌های درونی سازمان سنجیده می‌شود. انواع جو سازمانی: جو روحیه گروهی، وضعیتی است که در آن افراد از لحاظ نیازهای اجتماعی، احساس رضایت و خوشنودی کرده و در عین حال از انجام وظیفه و موفقیت در آن لذت می‌برند. جو تأکید بر تولید، زمانی است که مدیر دستورهای زیادی صادر می‌کند و به نظارت مستقیم کار زیردستان می‌پردازد. جو مزاحمت، وضعیتی است که در آن کارکنان احساس می‌کنند که طرز اداره سازمان، مشکلاتی برای آنها به وجود می‌آورد. جو فاصله‌گیری به رفتار غیرشخصی مدیر اشاره می‌کند، وی طبق مقررات عمل می‌کند، هنجارگراست و بر بعد ساختاری تأکید می‌ورزد. جو ملاحظه‌گری یا مراعات به رفتار دوستانه و گرم مدیر نسبت داده می‌شود. که مدیر به دیگران کمک کند و هر وقت که بتواند

پرسشنامه‌ها، چگونگی پاسخ‌دهی و دقت در پاسخ‌گویی به پرسش‌ها، نیز توضیح ارائه شده بود. همچنین خود‌کاری نفیسی به عنوان هدیه به آزمودنی‌ها داده شد تا جهت همکاری بیشتر تشویق شوند. مدت زمان اجرای کل پرسشنامه‌ها در حدود ۴۵ روز بود متوسط زمان تکمیل هر پرسشنامه یک ساعت بود. ملاک ورود به پژوهش عبارت بود از، رضایت آگاهانه جهت شرکت در پژوهش و داشتن حداقل ۱۰ سال تدریس، ملاک‌های خروج از پژوهش نیز عدم تمایل به ادامه شرکت در پژوهش بود. به منظور رعایت اصول اخلاقی در مورد محرمانه بودن اطلاعات به نمونه‌های پژوهش اطمینان داده شد. به منظور بررسی روابط ساختاری بین متغیرها از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شد. مدل ارائه شده در این پژوهش در برگیرنده کارآفرینی به عنوان متغیر درون‌زاد، عدالت سازمانی به عنوان متغیر میانجی و متغیرهای جو سازمانی، هوش هیجانی و ارزش‌های اخلاقی سازمان به عنوان متغیرهای برون‌زاد است. برای آزمون مدل نظری پژوهش از نرم‌افزار ایموس به روش مدل معادلات ساختاری (SEM) و تحلیل مسیر نسخه ۸/۵ استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح صورت گرفت، سطح آمار توصیفی و استنباطی که بعد از وارد کردن داده‌ها در رایانه با استفاده از نرم‌افزار ایموس اطلاعات مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

### ابزار

جو سازمانی: مقیاس جو سازمانی بر اساس مدل هالپین و کرافت (۲۰۰۰) تهیه شده است. این پرسشنامه دارای ۳۲ گویه می‌باشد که پاسخ‌ها بر اساس یک مقیاس پنج درجه‌ای، درجه‌بندی شده است که به ترتیب نمایان‌گر خیلی کم تا خیلی زیاد می‌باشد. نحوه امتیازدهی آنها به ترتیب ۱ تا ۵ در نظر گرفته شده با توجه به ساختار مربوطه حداقل و حداکثر نمره هر بعد از جو سازمانی به ترتیب ۴ و ۲۰ برآورد می‌شود. و شامل ۸ خرده مقیاس می‌باشد. ابعاد جو سازمانی و ضریب کرونباخ آن‌ها در این پژوهش به شرح زیر است: روحیه گروهی ۰/۶۴؛ مزاحمت ۰/۷۵؛ صمیمیت ۰/۶۰؛ علاقه‌مندی ۰/۷۲؛ ملاحظه‌گری ۰/۸۲؛ فاصله‌گیری ۰/۶۰؛ نفوذ و پویایی ۰/۸۷ و تأکید بر تولید ۰/۸۱.

پرسشنامه ارزش‌های اخلاقی سازمان توسط آمیکس و همکاران در سال ۲۰۰۸ ساخته شده است که به منظور سنجش ارزش‌های اخلاقی سازمان بکار می‌رود. از ۹ گویه و ۴ خرده مقیاس رفتارهای اخلاقی عمومی، اخلاق و موفقیت، تحمل رفتارهای غیر اخلاقی و

شرکت‌ها، منجر به تقویت کار آفرینی سازمانی در شرکت‌های مذکور می‌شود (رضایی دیزگاه، علی‌پور و رحیمی دیناچالی، ۱۳۹۰). با بررسی پیشینه تحقیقات، محققین در مورد عوامل مؤثر بر عدالت سازمانی و کارآفرینی پژوهش‌هایی فراوانی انجام داده‌اند که نشان دهنده روابط معنی‌دار این متغیر با هوش هیجانی، جو سازمانی، ارزش‌های اخلاقی سازمان می‌باشد. این پژوهش سعی دارد با دیدی جامع، برای اولین بار، عوامل تأثیرگذار را در سه سطح فردی یعنی هوش هیجانی، سطح گروهی یعنی جو سازمانی و سطح سازمانی که شامل ارزش‌های اخلاقی سازمان را مورد بررسی قرار دهد همچنین به بررسی نقش میانجی‌گری عدالت سازمانی بپردازد. بنابراین هدف پژوهش پاسخ‌گویی به این سؤال است، آیا هوش هیجانی اثر مستقیم بر عدالت سازمانی و کارآفرینی سازمانی دارد؟ و با میانجی‌گری عدالت سازمانی اثر غیر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی دارد؟

### فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: هوش هیجانی اثر مستقیم بر عدالت سازمانی و کارآفرینی سازمانی دارد و با میانجی‌گری عدالت سازمانی اثر غیر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی دارد.

فرضیه دوم: ارزش‌های اخلاقی سازمان اثر مستقیم بر عدالت سازمانی و کارآفرینی سازمانی دارد و با میانجی‌گری عدالت سازمانی اثر غیر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی دارد.

فرضیه سوم: جو سازمانی اثر مستقیم بر عدالت سازمانی و کارآفرینی سازمانی دارد و با میانجی‌گری عدالت سازمانی اثر غیر مستقیم بر کارآفرینی دارد.

فرضیه چهارم: عدالت سازمانی اثر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی دارد.

### روش

پژوهش از نوع توصیفی، از نوع همبستگی بود. جامعه آماری تمامی کارکنان اداری، اعضای هیات علمی و استادان حق‌التدریس با سابقه کار بیش از سه سال در دانشگاه آزاد فسا بودند، که همه آنان به عنوان نمونه انتخاب شدند. جهت گردآوری داده‌ها، با توجه به اینکه محقق در آن سازمان مشغول به کار می‌باشد، شخصاً به افراد مراجعه کرده و با توجه به سابقه همکاری و آشنایی از آزمودنی‌ها درخواست شد که با دقت و توجه پرسشنامه‌ها را مطالعه کنند و مناسبترین پاسخ را انتخاب کنند. و هر گونه ابهامی در مورد سؤالات، برای افراد توسط محقق توضیح داده شد. البته در راهنمای این

است. ضریب پایایی آلفای کرونباخ در این تحقیق: عدالت توزیعی ۰/۷۷، عدالت رویه‌ای ۰/۸۸ و عدالت تعاملی ۰/۹۴ و نمره کل ۰/۸۵. پرسشنامه کارآفرینی مارگریت هیل با، ابعاد افعال سازمانی (سؤال ۱-۸)، نگرش فردی (۹-۱۶)، انعطاف‌پذیری (۱۷-۲۴)، وضعیت پاداش (۲۵-۳۲)، رهبری کارآفرین (۳۳-۴۰)، فرهنگ کارآفرین (۴۱-۴۸) را مورد بررسی قرار می‌دهد. این پرسشنامه دارای ۴۸ گویه می‌باشد. پاسخ‌ها بر اساس مقیاس پنج گزینه‌ای از ۱ تا ۵ از بسیار مخالف تا بسیار موافق درجه بندی شده است و حداقل نمره ۴۸ و حداکثر ۲۴۰ می‌باشد. زارح و زینلی (۱۳۹۵) نیز از این پرسشنامه در تحقیق خود استفاده کردند و پایایی آن را ۰/۶۶ اعلام کرده‌اند. که ضریب کرونباخ آنها به شرح زیر می‌باشد: افعال سازمانی: ۰/۹۲، نگرش فردی ۰/۷۵، انعطاف‌پذیری با حذف گویه‌ها ۲۲، ۲۳ و ۲۴: ۰/۶۲، وضعیت پاداش ۰/۹۰، رهبری کارآفرین ۰/۸۹، فرهنگ کار آفرین ۰/۸۹ و نمره کل ۰/۸۲.

#### یافته‌ها

تعداد ۳۳۰ پرسشنامه تکمیل شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. تعداد ۱۹۶ نفر (۵۹/۵) درصد پاسخ‌دهندگان، مرد و ۱۳۴ نفر (۴۰/۵) زن؛ تعداد ۵۸ نفر (۱۷/۵) درصد) از شرکت‌کنندگان سن بین ۲۵ تا ۳۵ سال، ۱۲۹ نفر (۳۹) درصد) سن بین ۳۶ تا ۴۵ سال، ۱۲۲ نفر (۳۷) درصد) سن بین ۴۶ تا ۵۵ سال، ۲۱ نفر (۶/۵) بین ۵۶ تا ۶۵ سال بودند. همچنین، تعداد ۱۰ نفر (۳) درصد) سیکل، ۲۱ نفر (۶/۵) درصد) دیپلم، ۳۵ نفر (۱۰/۵) درصد) کاردانی، ۱۰۹ نفر (۳۳) درصد) کارشناسی، ۹۰ نفر (۲۷/۵) درصد) کارشناسی ارشد و ۶۵ نفر (۱۹/۵) درصد) دکتری بودند. از نظر شغل نیز، تعداد ۶۹ نفر (۲۱) درصد) هیات علمی، ۵۶ نفر (۱۷) درصد) حق‌التدریس، ۱۰۵ نفر (۳۱/۵) درصد) کارمند، ۱۰۰ نفر (۳۰/۵) درصد) کارکنان معاونت و مدارس سماء بودند. بر اساس نتایج جدول ۱، میانگین هوش هیجانی ۱۱۳/۳۳، ارزش‌های اخلاقی ۳۶/۰۴، عدالت سازمانی ۵۵/۱۳، کارآفرینی سازمانی ۱۲۸/۵۵، و ابعاد ۸ گانه جو سازمانی روحیه گروهی ۱۵/۰۶، مزاحمت ۹/۵۹، صمیمیت ۱۵/۹۳، ملاحظه‌گری ۱۲/۳۱، فاصله‌گیری ۱۲/۲۷، نفوذ و پویایی ۱۲/۳۵ و تأکید بر تولید ۱۲/۳۴ بوده است. سایر شاخص‌های توصیفی در جدول گزارش شده است.

تنبیه برای رفتارهای غیر اخلاقی مرتبط با منافع شخصی تشکیل شده است. نمره گذاری پرسشنامه بصورت طیف لیکرت ۵ نقطه‌ای می‌باشد که برای گزینه‌های «کاملاً مخالفم»، «مخالفم»، «نظری ندارم»، «موافقم» و «کاملاً موافقم» به ترتیب امتیازات ۱ تا ۵ در نظر گرفته می‌شود. حداقل نمره ۹، حداکثر ۴۵ می‌باشد. همچنین با ضریب پایایی ۰/۷۲ درصد مورد تأیید قرار گرفته است. در این پژوهش، ضریب کرونباخ ۰/۷۸ برای این متغیر بدست آمد.

هوش هیجانی شوت توسط شوت و همکاران در سال ۱۹۹۸ و براساس الگوی اولیه هوش هیجانی مایر و سالووی (۱۹۹۰) ساخته شد. این مقیاس شامل ۳۳ جمله توصیفی مانند هنگامی که من دارای خلق مثبت (مانند شادی) هستم، حل مشکلات برای من آسان‌تر است» می‌باشد. ۳ خرده مقیاس آن با ضریب آلفا بدین شرح است: تنظیم هیجانی ۰/۷۶، ارزیابی و بیان ۰/۷۱، بهره‌برداری ۰/۵۳ و نمره کل ۰/۸۶. حداکثر نمره ۱۶۵ و حداقل ۳۳ می‌باشد. اجرای این پرسشنامه می‌تواند به صورت فردی، یا گروهی صورت گیرد، دستورالعمل اجرا در پرسشنامه‌ای که به آزمودنی داده می‌شود آمده است. بدیهی است آزمون بایستی در محیطی آرام و همراه با سایر شرایط لازم برای اجرای پرسشنامه که آرامش آزمودنی را ایجاد نماید اجرا شود. نمره گذاری: آزمودنی درجه توافقی یا مخالفت خود را با هر جمله در یک مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت که از کاملاً مخالف=۱ تا کاملاً موافق =۵ است، انتخاب می‌کند، البته جمله‌های (۵/۲۸ و ۳۳) بصورت معکوس نمره گذاری می‌شوند. همسانی درونی: همبستگی هر گویه با نمره کل هر خرده مقیاس. تنظیم هیجان: بین ۰/۴۵ تا ۰/۶۵، ارزیابی و بیان: ۰/۴۰ تا ۰/۶۳ با حذف گویه‌های ۳ و ۳۳ به دلیل پایین بودن ضریب همبستگی. بهره‌برداری: ۰/۴۰ تا ۰/۵۸ با حذف گویه‌های ۱ و ۵.

عدالت سازمانی: توسط نیهوف و مورمن (۱۹۹۳) در ۲۰ گویه ساخته شده و شامل سه خرده مقیاس عدالت توزیعی با ۵ گویه، عدالت رویه‌ای ۶ گویه و عدالت تعاملی با ۹ گویه می‌باشد. پاسخ‌ها بر اساس طیف لیکرت از ۱ تا ۵ به ترتیب از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق درجه بندی شده است. حداقل نمره ۲۰ و حداکثر ۱۰۰ می‌باشد. حسینیان (۱۳۹۵) در تحقیق خود پایایی این پرسشنامه را ۰/۹۳ گزارش کرده است. از این پرسشنامه به دفعات زیاد در تحقیقات استفاده شده است و در همه گزارش‌ها، پایایی بالایی گزارش شده

داده‌ها کنار گذاشته شدند. همچنین، مقادیر کجی و چولگی داده‌ها نیز بیشتر از  $\pm 1$  نمی‌باشد. استقلال داده‌ها با آماره دوربین واتسون بررسی و تأیید شد. در بررسی هم‌خطی چندگانه از همبستگی پیرسون بین زوج متغیرها استفاده شد. با توجه به نظر تاباکنیک<sup>۲</sup> و فیدل<sup>۲</sup> (۲۰۰۱) که همبستگی دو متغیری  $0/90$  و بالاتر، هم‌خطی ایجاد می‌کند؛ این مقدار همبستگی در داده‌های پژوهش حاضر وجود نداشت. همچنین، برای بررسی دقیق‌تر هم‌خطی چندگانه از شاخص‌های اغماض و تورم واریانس (VIF) محاسبه شد. مقادیر شاخص اغماض کوچکتر از حد مجاز  $0/1$  و مقادیر شاخص VIF بزرگتر از حد مجاز  $10$  (استیون، ۲۰۰۲) نبود. پس از بررسی مفروضه‌ها و حصول اطمینان از برقراری آنها، به منظور ارزیابی مدل مورد بررسی از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. همان‌طور که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، شاخص‌ها قبل از پیرایش از برازش مطلوبی برخوردار نبود. پس از انجام اصلاحات و حذف مسیرهای غیرمعنادار از جمله مسیر صمیمیت و علاقه‌مندی به عدالت سازمانی و کارآفرینی، ارزش‌های اخلاقی به کارآفرینی، فاصله‌گیری به عدالت سازمانی و ملاحظه‌گری به کارآفرینی، برازش مدل مطلوب شد.

متغیر	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمرات	حداکثر نمرات
هوش هیجانی	۱۱۳/۲۳	۱۰/۸۰	۷۷	۱۳۷
روحیه‌ی گروهی	۱۵/۰۶	۲/۸۷	۵	۲۰
مزاحمت	۹/۵۹	۳/۷۲	۴	۲۰
صمیمیت	۱۵/۹۳	۲/۶۹	۶	۲۰
علاقه‌مندی	۱۴/۲۶	۳/۰۷	۵	۲۰
ملاحظه‌گری	۱۲/۳۱	۳/۸۴	۴	۲۰
فاصله‌گیری	۱۲/۲۷	۲/۹۷	۴	۲۰
نفوذ و پویایی	۱۲/۳۵	۳/۹۲	۴	۲۰
تأکید بر تولید	۱۲/۳۴	۳/۸۱	۴	۲۰
ارزش‌های اخلاقی	۳۶/۰۴	۳/۲۷	۲۱	۴۵
عدالت سازمانی	۵۵/۱۳	۱۵/۷۸	۲۰	۹۷
کارآفرینی سازمانی	۱۲۸/۵۵	۱۴/۸۵	۹۶	۲۱۴/۷۵

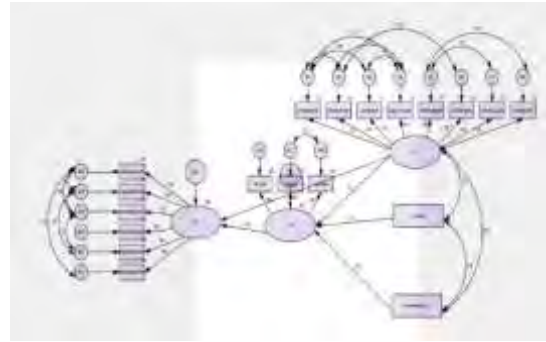
در ابتدا بین تمامی متغیرها ضریب همبستگی گرفته شد که تمامی آنها در سطح  $0/05$  و  $0/01$  معنادار شدند. وجود همبستگی بین متغیرها مجوز لازم را برای انجام تحلیل‌های آماری بعدی را می‌دهد. پیش از آزمون مدل معادلات ساختاری، به بررسی مفروضه‌ها پرداخته شد. با استفاده از نرم‌افزار SPSS 24 و از طریق نمودار مستطیلی و آماره ماهالانوبیس داده‌های پرت بررسی و از مجموعه

شاخص	$X^2/df$	P	CFI	NFI	IFI	RFI	TLI	AGFI	RMSEA	PCLOSE
قبل از پیرایش	۲/۳۹	۰/۰۰۰۱	۰/۹۳	۰/۸۹	۰/۹۳	۰/۸۱	۰/۸۸	۰/۷۸	۰/۰۸	۰/۰۰۰۱
بعد از پیرایش	۱/۵۹	۰/۰۰۰۱	۰/۹۷	۰/۹۳	۰/۹۷	۰/۸۷	۰/۹۵	۰/۸۶	۰/۰۵	۰/۳۰

مسیر					
متغیر پیش‌بین	متغیر واسطه‌ای	متغیر ملاک	اثر مستقیم	P	اثر غیرمستقیم
روحیه‌ی گروهی			---	---	---
مزاحمت			---	---	---
ملاحظه‌گری			---	---	---
فاصله‌گیری	عدالت سازمانی	کارآفرینی	۰/۱۶	۰/۰۲	۰/۱۰
تأکید بر تولید			۰/۴۰	۰/۰۰۹	۰/۱۵
ارزش‌های اخلاقی			---	---	---

<sup>2</sup> Fidell<sup>1</sup>Tabakhnick

سطح ۰/۰۰۵ تأثیر گذار می‌باشد. همچنین ابعاد جو سازمانی بر عدالت سازمانی، روحیه گروهی با ضریب  $(\beta = -0/14)$  و  $t = -2/84$  ملاحظه گری با ضریب  $(\beta = 0/21)$  و  $t = 2/26$  تأکید بر تولید با ضریب  $(\beta = 0/32)$  و  $t = 3/49$  در سطح ۰/۰۵ معنادار بود. نتایج بررسی اثر مستقیم ابعاد جو سازمانی بر کارآفرینی سازمانی نیز بدین شرح می‌باشد: مزاحمت با ضریب  $(\beta = -0/19)$  و  $t = -2/84$  در سطح ۰/۰۰۵، تأکید بر تولید  $(\beta = 0/40)$  و  $t = 4/98$  در سطح ۰/۰۰۱ و فاصله‌گیری  $(\beta = -0/16)$ ، و  $t = -2/79$  در سطح ۰/۰۰۵ معنادار بود. همچنین عدالت سازمانی با ضریب  $(\beta = 0/49)$  و  $t = 3/95$  در سطح ۰/۰۰۱ اثر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی داشت.



شکل ۱. دیاگرام خروجی نرم افزار ایموس با ضرایب استاندارد

با توجه به جدول ۳، با بررسی اثرات مستقیم، هوش هیجانی بر عدالت و کارآفرینی سازمانی اثر مستقیم نداشته است. ارزش‌های اخلاقی تنها بر عدالت سازمانی با ضریب  $(\beta = 0/13)$  و  $t = -2/15$  در

جدول ۴. ضرایب اثرات مستقیم موجود در مدل

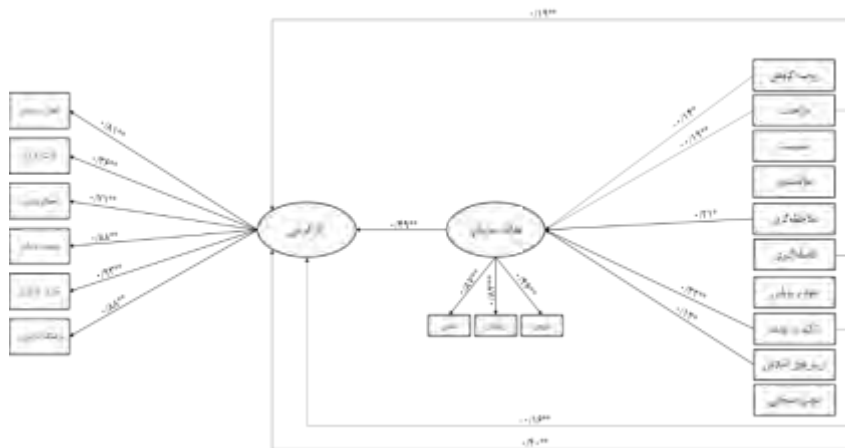
P	T	خطای استاندارد	مقدار استاندارد	مقدار برآورد	مسیر
۰/۴۲	۰/۸۱	۰/۰۳	۰/۰۵	۰/۰۳	هوش هیجانی بر کارآفرینی
۰/۰۶	۱/۸۶	۰/۰۱	۰/۱۲	۰/۰۲	هوش هیجانی بر عدالت سازمانی
۰/۹۹	-۰/۰۰۳	۰/۰۷	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱	ارزش‌های اخلاقی بر کارآفرینی
۰/۰۳	۲/۱۵	۰/۰۲	۰/۱۳	۰/۰۵	ارزش‌های اخلاقی بر عدالت سازمانی
۰/۰۶	-۱/۸۷	۰/۱۲	-۰/۱۰	-۰/۲۲	روحیه گروهی بر کارآفرینی
۰/۰۴	-۲/۰۹	۰/۰۴	-۰/۱۴	-۰/۰۹	روحیه گروهی بر عدالت سازمانی
۰/۰۰۵	-۲/۸۴	۰/۱۱	-۰/۱۹	-۰/۳۰	مزاحمت بر کارآفرینی
۰/۰۰۶	-۲/۷۶	۰/۰۳	-۰/۱۹	۰/۱۰	مزاحمت بر عدالت سازمانی
۰/۳۸	۰/۸۸	۰/۱۶	۰/۰۶	۰/۱۴	صمیمیت بر کارآفرینی
۰/۸۰	۰/۲۵	۰/۰۵	۰/۰۲	۰/۰۱	صمیمیت بر عدالت سازمانی
۰/۳۳	۰/۹۸	۰/۱۴	۰/۰۷	۰/۱۳	بی‌علاقگی بر کارآفرینی
۰/۷۱	-۰/۳۸	۰/۰۵	-۰/۰۳	-۰/۰۲	بی‌علاقگی بر عدالت سازمانی
۰/۷۲	۰/۳۵	۰/۱۵	۰/۰۳	۰/۰۵	ملاحظه‌گری بر کارآفرینی
۰/۰۲	۲/۲۶	۰/۰۵	۰/۲۱	۰/۱۰	ملاحظه‌گری بر عدالت سازمانی
۰/۰۰۵	-۲/۷۹	۰/۱۱	-۰/۱۶	-۰/۳۲	فاصله‌گیری بر کارآفرینی
۰/۱۳	۱/۵۰	۰/۰۴	۰/۰۹	۰/۰۶	فاصله‌گیری بر عدالت سازمانی
۰/۳۸	۰/۸۷	۰/۱۶	۰/۰۸	۰/۱۴	نفوذ و پویایی بر کارآفرینی
۰/۰۶	۱/۸۸	۰/۰۵	۰/۱۹	۰/۰۹	نفوذ و پویایی بر عدالت سازمانی
۰/۰۰۰۱	۴/۹۸	۰/۱۳	۰/۴۰	۰/۶۳	تأکید بر تولید بر کارآفرینی
۰/۰۰۰۱	۳/۴۹	۰/۰۵	۰/۳۲	۰/۱۶	تأکید بر تولید بر عدالت سازمانی
۰/۰۰۰۱	۳/۹۵	۰/۳۹	۰/۴۹	۱/۵۴	عدالت سازمانی بر کارآفرینی

یافته که در سطح ۰/۰۳ معنادار است. سازمانی افزایش یافته  $(\beta = 0/55)$  که در سطح ۰/۰۰۶ معنادار بود. همچنین تأثیر جو تأکید بر تولید نیز با واسطه‌گری عدالت جو روحیه گروهی با ضریب  $(\beta = -0/06)$  و

جدول ۴، نشان می‌دهد که با بررسی متغیر جو سازمانی، جو مزاحمت علاوه بر اثر مستقیم، با اثر غیر مستقیمی که با میانجی‌گری عدالت سازمانی بر کارآفرینی داشته ضریب اثر  $(\beta = -0/28)$  افزایش

( $\beta=0/06$ ) با سطح معناداری  $0/07$  با میانجی‌گری عدالت سازمانی اثر غیر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی داشت.

سطح معناداری  $0/02$  و ملاحظه‌گری با ضریب ( $\beta=0/10$ ) و سطح معناداری  $0/02$  به واسطه میانجی‌گری عدالت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی اثرگذار بودند. در نهایت ارزش‌های اخلاقی نیز با ضریب



شکل ۲. مدل نهایی پژوهش

## بحث و نتیجه‌گیری

عصر حاضر با توجه به تغییر و تحولات سازمان‌ها نیروی انسان عاملی مهم و راهبردی در افزایش اثربخشی و کارایی به حساب می‌آید. نیروی انسانی متعهد به اهداف سازمانی با رفتاری کارآفرینانه نه تنها می‌تواند عامل برتری سازمان‌ها به شمار آید بلکه به عنوان مزیت رقابتی نسبت به سایر سازمان‌های در نظر گرفته می‌شود یکی از مواردی که در هر سازمان مطرح می‌شود هوش هیجانی کارکنان و مدیران سازمان است اخیراً هوش هیجانی بیش از قبل مورد توجه دانشمندان قرار گرفته و نتایج حاصل از تحقیقات نشان می‌دهد که در موفقیت افراد و سازمان‌ها، هوش هیجانی دست کم به اندازه ضریب هوشی افراد مؤثر است و شواهد جدید نشان دهنده این موضوع است که در قرن بیست و یکم هوش هیجانی موجب تحولات خواهد شد (میسر، ۲۰۱۳).

فرضیه دوم مربوط به بررسی تأثیر ارزش‌های اخلاقی سازمان بر عدالت سازمانی و کارآفرینی سازمانی می‌باشد. این متغیر اثر مثبت و مستقیم بر عدالت سازمانی دارد و اما اثر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی نداشت ولی با میانجی‌گری عدالت سازمانی اثر غیر مستقیم داشت. تحقیقات زیادی رابطه بین ارزش‌های اخلاقی سازمان و عدالت و کارآفرینی سازمان را تأیید کرده‌اند (خدایاری فرد و همکاران، ۱۳۹۱ و یانگ و ویا، ۲۰۱۸). مجموعه باورهای اساسی، ارزش‌های حاکم و الگوهای رفتاری که معمولاً افراد سازمان بدان پایبندند و در طی دوره‌های زمانی بوجود آمده و توسعه یافته‌اند و این ارزش‌ها از باورهای اساسی ریشه گرفته‌اند بر نگرش فرد و رفتار فردی

در این پژوهش هدف بررسی پیشایندها و پسایندهای عدالت سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد فسا بوده است. پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها نتایج نشان داد که در مدل پیشنهاد پژوهش، شاخص‌های برآزش نسبتاً خوبی حاصل شده است. ضرایب بدست آمده برای مسیرهای بین متغیرها، نتایج زیر را نشان داد: فرضیه اول بعد فردی متغیر هوش هیجانی مورد بررسی قرار گرفت که اثر مستقیم و غیر مستقیم آن بر عدالت سازمانی و کارآفرینی سازمانی در مدل معادلات ساختاری تأیید نگردید، این متغیر علی رغم وجود ضریب همبستگی مثبت و معنادار با متغیرهای ملاک یعنی عدالت سازمانی و کارآفرینی سازمانی، در حضور سایر متغیرها که ویژگی‌های سازمانی را نشان می‌دادند، اثر معناداری نداشته است. می‌توان این موضوع را چنین تبیین کرد که متغیرهای سازمانی نقش قوی‌تر و مؤثرتری داشته‌اند و هوش هیجانی افراد سازمان توان تأثیر و ابراز وجود در کنار آنها را نداشته است. بنابراین فرضیه اول پژوهش بر خلاف انتظار محققین رد می‌شود که همسو با نتایج برخی از تحقیقات می‌باشد (قرایی و همکاران، ۱۳۹۲).

در حالی که در بعضی از پژوهش‌ها رابطه بین هوش هیجانی و عدالت سازمانی تأیید شده است، و این نتیجه نا همسو با برخی از آنان بود (اویانگ و همکاران، ۲۰۱۲ و نقابی و بهادری، ۱۳۹۱). این نتیجه ناهمسو در مطالعه کنونی می‌تواند ناشی از ابزار تحقیق، جامعه آماری، شرایط کاری متفاوت و یا فرهنگ حاکم در محیط کاری باشد. در



و منفی بر کارآفرینی سازمانی دارد. بدین معنا که با افزایش آن، کارآفرینی سازمانی کاهش می‌یابد، که این نتایج دور از انتظار محققین می‌باشد. البته در ارتباط با این موضوع می‌توان به مطالعات لاولاس و همکاران اشاره کرد، آنها مشاهده کردند فقدان همبستگی و توافق بین اعضا، باعث تعهد بیشتر افراد به موقعیت‌های فردی‌شان می‌شود (لاولاس، شاپیرو و وینگارت، ۲۰۰۱).

جو فاصله‌گیری با عدالت سازمانی رابطه مستقیم معناداری ندارد. ولی با قرار گرفتن در معادلات ساختاری در کنار سایر متغیرها اثر مستقیم و منفی بر کارآفرینی سازمانی داشته است. همچنین جو ملاحظه‌گری اثر مستقیم و مثبت بر عدالت سازمانی دارد. این متغیر با میانجی‌گری عدالت سازمانی اثر غیر مستقیم و مثبت بر کارآفرینی دارد. یکی دیگر از عوامل توسعه و تقویت قدرت خلاقیت در سازمان ایجاد جو سازمانی حمایتی است که به کارکنان اجازه کنترل بر مشاغل خود را می‌دهند و به این وسیله فشار شغلی را حذف می‌کنند یا حداقل کاهش می‌دهند (برومند، ۱۳۹۵).

جو نفوذ و پویایی، صمیمیت و علاقه‌مندی تأثیر مستقیم و یا غیر مستقیمی بر عدالت سازمانی و کارآفرینی سازمانی نداشتند. شاید بتوان گفت که ممکن است آزمودنی‌ها در پاسخ‌گویی به بعضی از قسمت‌های پرسشنامه‌ها در مورد مدیر سازمان، مدیر بلافصل خویش (مدیران میانی) را مدنظر داشتند و بعضی قسمت‌ها هیات رئیسه دانشگاه، که این موضوع می‌تواند در نتایج تحقیق تأثیرگذار باشد. آخرین فرضیه تأثیر عدالت سازمانی (به عنوان متغیر میانجی) بر کارآفرینی سازمانی می‌باشد. نتایج اثر مستقیم و مثبت را نشان داد که این نتیجه همسو با بسیاری از تحقیقات پیشین می‌باشد (کیکول، گاندردی و پوسیگک، ۲۰۰۵) و بالون و همکاران، ۲۰۱۸) و ناهمسو با تحقیق عزیز، حبیبی، نوروزی، حسینی‌فر و آل محمد (۲۰۱۵) می‌باشد.

اگر کارکنان بر این باور باشند که روابط عادلانه و منصفانه در سازمان جاری می‌باشد تمایل بیشتری دارند که بارکاری بیشتری را تحمل کنند. هنگامی که کارکنان بی‌عدالتی مشاهده کنند احساسات غیر ساختاری را تجربه کرده و به استنباط‌های منفی آنان از سازمان منجر می‌شود و می‌تواند بطور جدی بالقوه بر روی انگیزه آنان تأثیر بگذارد زیرا که احساسات منفی باعث کاهش انگیزه برای عملکرد خلاقانه می‌شود (رضایی دیزگاه و همکاران، ۱۳۹۱).

و عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارند و باعث مشارکت کارکنان در کارهای سازمان شده و درگیری آنها را در کار افزایش می‌دهند باورها و ارزش‌های مشترک به سازمان قدرت می‌دهد. ایجاد ارزش‌های اخلاقی در سطح سازمان می‌تواند از طریق تأثیر بر متغیرهای سازمانی دیگر منجر به افزایش عدالت سازمانی می‌شود و همان‌طور که تعهد سازمانی افزایش می‌یابد، رفتار اخلاقی نیز بالا می‌رود (خدایاری فرد و همکاران، ۱۳۹۱).

ارزش‌های شغلی بر نگرش، رفتار فردی، انگیزه، سطح تعهد سازمانی و دلبستگی شغلی کارکنان تأثیر مثبت دارد و زمینه را برای بقا و پیشرفت سازمان فراهم می‌کند. وجود اخلاق کاری در میان کارکنان می‌تواند زمینه‌ای را فراهم آورد که دلبستگی و علاقه به کار پشتمکار و جدیت در کار روابط انسانی و روح جمعی و انسانی در سازمان برقرار شود در نتیجه این شرایط می‌توان شاهد توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان‌ها بود. کارکنانی که در محل کارشان عدالت سازمانی را ادراک نموده‌اند به دنبال فرصتی برای بهبود و ترفیع موقعیت خود و سازمان هستند در غیر این صورت برای موازنه کردن و عدالت به شیوه‌های غیر اخلاقی دست می‌زنند (سرمدی، ۱۳۹۵).

در فرضیه سوم به بررسی تأثیر جو سازمانی، پرداخته شده است. با توجه به نتایج بدست آمده، بطور کلی جو سازمانی بر روی ادراک عدالت در سازمان مؤثر می‌باشد که این نتیجه همسو با نتایج چند تحقیق دیگر می‌باشد (گوش و همکاران، ۲۰۱۷، چن و همکاران، ۲۰۱۵ و بروکیو و مویانو، ۲۰۰۷).

جو مزاحمت اثر مستقیم و منفی هم بر عدالت سازمانی و هم بر کارآفرینی دارد. همچنین با واسطه عدالت سازمانی مقدار این اثر بیشتر هم شده است. بدین معنا که هر جا کارکنان مزاحمت بیشتری از مدیر دیده‌اند عدالت سازمانی کمتری را گزارش نموده‌اند و تمایل کمتری برای کارآفرینی سازمانی داشته‌اند.

تأکید بر تولید اثر مستقیم و مثبت هم بر عدالت و هم بر کارآفرینی سازمان داشت. که با میانجی‌گری عدالت سازمانی اثر آن افزایش یافته است. در تبیین این موضوع می‌توان اشاره کرد که سطوح خاصی از فشار کاری تأثیر مثبت بر نوآور بودن دارد (صالح و وانگ، ۱۹۹۳).

روحیه گروهی اثر مستقیم و منفی بر روی عدالت سازمانی داشته است. که این متغیر با میانجی‌گری عدالت سازمانی تأثیر غیر مستقیم

فصلنامه علمی - پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۷(۲۷)، ۶۱-۷۴.

قزایی، حجت اله؛ بهرامی، محمدامین؛ رجالیان، فرزانه؛ آتش بهار، ام البنین؛ همایونی، عباس؛ عطاء الهی، فاطمه و جمالی، الهام (۱۳۹۲). بررسی رابطه سطح هوش هیجانی کارکنان و ادراک آنان از عدالت سازمانی در بیمارستان‌های یزد. *مدیریت بهداشت و درمان*، ۲(۳)، ۴۹-۵۸.

رضایی دیزگاه، مراد؛ علی پور، حمیدرضا و رحیمی دیناچالی، عسکر (۱۳۹۰). رابطه ابعاد مختلف عدالت سازمانی با کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک. *مدیریت بهره‌وری (علوم مدیریت سابق)*، ۱۶، ۱۲۴-۱۰۷.

یاریقلی، بهبود؛ گل محمدنژاد بهرامی، غلامرضا و فضل‌ی، مهدی (۱۳۹۸). رابطه جو اخلاقی، عدالت سازمانی درک شده و درگیری شغلی با نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای معلمان مدارس. *مدیریت مدرسه*، ۳(۳)، ۳۳۱-۳۵۸.

Akram, T., Lei, S., Haider, M. J., Hussain, S. T., & Puig, L. C. M. (2017). The effect of organizational justice on knowledge sharing: Empirical evidence from the Chinese telecommunications sector. *Journal of Innovation & Knowledge*, 2(3), 134-145. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.09.002>

Azizi, A., Habibi, F., Noroozi, M., Alemohammad, S. H., & Hosseinifar, S. M. (2015). Investigating the relationship between organizational justice and organizational entrepreneurship by considering the intermediary role of job satisfaction. *Asian Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 5(8), 253-261.

Balven, R., Fenters, V., Siegel, D. S., & Waldman, D. (2018). Academic entrepreneurship: The roles of identity, motivation, championing, education, work-life balance, and organizational justice. *Academy of management perspectives*, 32(1), 21-42.

Bruque, S., & Moyano, J. (2007). Organisational determinants of information technology adoption and implementation in SMEs: The case of family and cooperative firms. *Technovation*, 27(5), 241-253.

Chen, S. Y., Wu, W. C., Chang, C. S., Lin, C. T., Kung, J. Y., Weng, H. C., ... Lee, S. I. (2015). Organizational justice, trust, and identification and their effects on organizational commitment in hospital nursing staff. *BMC health services research*, 15, 363.

De Villiers, W., & Nel, H. (2004). The relationship between emotional intelligence and job performance in a call centre environment. *SA Journal of Industrial Psychology*, 30(3), 75-81.

Di Fabio, A., & Palazzeschi, L. (2012). Organizational justice: personality traits or emotional intelligence? An empirical study in an Italian hospital context. *Journal of Employment Counseling*, 49(1), 31-42.

برخی رفتارهای مدیریت بویژه در برخورد با کارکنان، توزیع پاداش‌ها، رابطه سرپرستی، ارتقا و انتصاب برای کارکنان حائز اهمیت است و نادیده گرفتن عدالت سازمانی و مسائل مرتبط با آن بر روی عملکرد خلاقانه کارکنان و کارآفرینی سازمانی اثرگذار می‌باشد. به طور کلی نتایج تحقیق نشان داد که شدت تأثیر عوامل گروهی و سازمانی بر درک عدالت و کارآفرینی سازمانی از عامل فردی هوش هیجانی بیشتر است.

در این پژوهش برخی از محدودیت‌ها وجود داشت که تعمیم پذیری نتایج را محدود می‌کند. اول اینکه مطالعه حاضر طرح پژوهش همبستگی و مقطعی دارد بنابراین طرح‌های استنتاج‌های علی و معلولی، بر اساس یافته‌های آن برای ممکن نیست. بر این اساس به محققان علاقه‌مند توصیه می‌شود با استفاده از طرح تحقیقاتی آینده نگر که در آن اندازه‌گیری متغیرها در فواصل زمانی متفاوت انجام می‌شود، روابط علی بین متغیرها را بیازمایند و از طرح تحقیق طولی استفاده کنند. نتایج مطالعه حاضر مانند بسیاری از مطالعات دیگر به دلیل استفاده از ابزارهای خود گزارشی به جای مطالعه رفتار واقعی ممکن است، مشارکت کنندگان به جای گزارش واقعی به بیان ایده آل‌ها پرداخته باشند بنابراین پیشنهاد می‌شود که از سایر روش‌های جمع آوری اطلاعات نیز استفاده شود. سوم با توجه به اینکه نمونه مطالعه حاضر از بین کارکنان و اساتید دانشگاه آزاد فسا انتخاب شدند بنابراین در تعمیم‌دهی نتایج آن باید احتیاط کرد و این پژوهش بر روی سایر واحدها و سایر سازمان‌ها نیز انجام شود. چهارم با توجه به تأثیر فرهنگ هر جامعه در تفسیر متغیرهای پژوهش می‌توان به بافت فرهنگی هر منطقه به عنوان محدودیت پژوهش توجه کرد.

## منابع

برومند، زهرا (۱۳۹۵). *مدیریت رفتار سازمانی*. چاپ بیست و سوم، تهران، انتشارات پیام‌نور.

پورکیانی، مسعود؛ صفدریان، علی و خیری، بهناز (۱۳۹۳). رابطه بین مؤلفه های هوش هیجانی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان با ابعاد عدالت سازمانی. *تحقیقات نظام سلامت*، ۱۰(۱)، ۲۱-۲۹.

خدایاری فرد، محمد؛ احمدپورداریانی، محمود؛ هددهدی، بهزاد و مؤمنی، لیلا (۲۰۱۳). بررسی رابطه‌ی دینداری با موفقیت کارآفرینان ایرانی. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۵(۴)، ۲۵-۷. doi: 10.22059/jed.2013.36233

سرمدی، محمدرضا (۱۳۹۵). ارائه مدل علی اخلاق کار اسلامی و تعهد سازمانی با نقش واسطه‌ای عدالت سازمانی و ارزش‌های شغلی.

- Fang, R., & Lim, V. K. (2002). *Collectivism, machiavellianism, perceived organizational justice and organizational citizenship behavior: An empirical study of chinese employees*. Paper presented at the The second international conference on electronic business.
- Ghosh, D., Sekiguchi, T., & Gurunathan, L. (2017). Organizational embeddedness as a mediator between justice and in-role performance. *Journal of Business Research*, 75, 130-137. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.02.013>
- Kickul, J., Gundry, L. K., & Posig, M. (2005). Does trust matter? The relationship between equity sensitivity and perceived organizational justice. *Journal of Business Ethics*, 56(3), 205-218.
- Lim, B. T., & Loosemore, M. (2017). The effect of inter-organizational justice perceptions on organizational citizenship behaviors in construction projects. *International Journal of Project Management*, 35(2), 95-106.
- Lovelace, K., Shapiro, D. L., & Weingart, L. R. (2001). Maximizing cross-functional new product teams' innovativeness and constraint adherence: A conflict communications perspective. *Academy of management journal*, 44(4), 779-793.
- Meisler, G. (2013). Empirical exploration of the relationship between emotional intelligence, perceived organizational justice and turnover intentions. *Employee Relations*, 35(4), 441-455.
- Merkowitz, R. F., & Earnest, G. W. (2006). Emotional intelligence: a pathway to self-understanding and improved leadership capacities. *Journal of Extension*, 44(4).
- Ouyang, Z., Sang, J., Li, P., & Peng, J. (2015). Organizational justice and job insecurity as mediators of the effect of emotional intelligence on job satisfaction: A study from China. *Personality and Individual Differences*, 76, 147-152.
- Saleh, S. D., & Wang, C. K. (1993). The management of innovation: strategy, structure, and organizational climate. *IEEE transactions on engineering management*, 40(1), 14-21.
- Schilpzand, M. C., Martins, L. L., Kirkman, B. L., Lowe, K. B., & Chen, Z. X. (2013). The Relationship between Organizational Justice and Organizational Citizenship Behaviour: The Role of Cultural Value Orientations. *Management and Organization Review*, 9(2), 345-374. doi: 10.1111/more.12014
- Shin, Y., Sung, S. Y., Choi, J. N., & Kim, M. S. (2015). Top management ethical leadership and firm performance: Mediating role of ethical and procedural justice climate. *Journal of Business Ethics*, 129(1), 43-57.
- Yang, Q., & Wei, h. (2018). The impact of ethical leadership on organizational citizenship behavior: The moderating role of workplace ostracism. *Leadership & Organization Development Journal*, 39(1), 100-113.