

بررسی رابطه حمایت سازمانی ادراک شده با رفتارهای سازمانی

اجتماعی کارکنان در دوران شیوع ویروس کووید-۱۹

(مورد مطالعه: شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه)

راحیل کردحیدری^۱، علی قاسمیان صاحبی^۲، محمد آقایی^{۳*}

۱- کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

۲- کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

۳- استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

پذیرش: ۱۴۰۰/۴/۲۸

دریافت: ۱۴۰۰/۳/۲۶

چکیده

با شیوع ویروس کووید-۱۹ و بحرانی شدن شرایط کسب‌وکار هم برای سازمان‌ها و هم کارکنان، موضوع حمایت‌های سازمانی و رفتارهای سازمانی اجتماعی بیش از پیش اهمیت یافته است. بنابراین، مطالعه حاضر به بررسی رابطه حمایت سازمانی ادراک شده با رفتارهای سازمانی اجتماعی کارکنان در دوران شیوع ویروس کووید-۱۹ می‌پردازد و روابط واسطه‌ای تعهد عاطفی و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش را نیز سنجش می‌کند. این پژوهش، از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی است. برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. پس از تأیید روایی و پایایی پرسشنامه، داده‌ها با انتخاب ۶۷۵ نمونه، جمع‌آوری شد. نمونه آماری با روش نمونه‌گیری در دسترس از بین کارکنان شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه انتخاب شد و داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که همه‌گیری ویروس کووید ۱۹ منجر به توجه بیشتر سازمان‌ها به کارکنان و درک بالاتر کارکنان از حمایت



سازمانی شده است. همچنین، رابطه مثبت و معنادار حمایت سازمانی ادراک‌شده بر تعهد عاطفی و اشتراک‌گذاری دانش تأیید شد. تعهد عاطفی نیز با فضیلت مدنی و رفتار نوآورانه سازمانی رابطه معنادار و مثبت، اما با نوع دوستی رابطه غیر معنادار داشته است. در نهایت، نقش‌های واسطه‌ای و تقویت‌کننده تعهد عاطفی و اشتراک‌گذاری دانش نیز تأیید شد. نتایج و پیشنهادهای این پژوهش، در شناخت و بهینه‌سازی مدیریت منابع انسانی برای مدیران کاربرد دارد.

واژه‌های کلیدی: کووید-۱۹، حمایت سازمانی درک‌شده، تعهد عاطفی، رفتار اشتراک‌گذاری دانش، رفتارهای سازمانی اجتماعی.

۱- مقدمه

در عصر حاضر، با افزایش رقابت و حرکت جهان به سمت اقتصاد دانش‌بنیان، داشتن نیروی انسانی باانگیزه و کارا، از شرط‌های موفقیت و کسب مزیت رقابتی برای سازمان محسوب می‌شود [۱]. دستاوردهای توأم برای کارمندان و سازمان، در سناریوی کسب‌وکار کنونی تبدیل به یک موضوع غالب در پژوهش‌ها شده است. این مفهوم متضمن هدایت سازمان نه فقط به سمت منافع اقتصادی، بلکه به سمت رفاه اجتماعی و بروز رفتارهای اجتماعی است [۲]. رفتارهای سازمانی اجتماعی به صورت پنهان و ضمنی نسبت به پایداری درک می‌شوند و شامل رفتارهای داوطلبانه‌ای می‌شوند که اعضای یک سازمان در طول عملکرد و کارکردهای خود انجام داده‌اند و قصدشان ارائه منافع به شخص، گروه یا سازمانی است که در آن کار می‌کنند [۳]. پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد رفتارهای فراتر از همکاری و همبستگی، روابط اجتماعی بین شخصی را بهبود می‌بخشد [۴]. در واقع این رفتارها هم به نفع رفاه کارمندان است و هم به رشد و مزیت پایدار سازمان کمک می‌کند [۳].

در میان تنوع گسترده‌ای از شکل‌های رفتارهای اجتماعی، بیشتر پژوهش‌ها متمرکز بر مطالعه رفتارهای شهروندی سازمانی^۱ است [۴]. بیشتر پژوهش‌ها این مؤلفه را با استفاده از پنج دسته‌بندی اصلی از آنها عملیاتی کرده‌اند که عبارتند از نوع دوستی^۲، تواضع، فضیلت مدنی^۳، با

1. Organization citizenship behaviour
2. Altruism
3. Civic virtue



وجدانی و هواداری [۵]. بعد ششمی نیز به این مؤلفه‌ها اضافه شد که در بعضی از پژوهش‌ها به آن اشاره شده است و شامل رفتار نوآورانه سازمانی است [۶]. به این دلیل، پژوهشگران مختلف پیشنهاد کرده‌اند که این دو بعد براساس هدف تفکیک شوند: رفتار شهروندی سازمانی فردی (مانند نوع دوستی) و رفتار شهروندی سازمانی سازمان (مانند فضیلت مدنی و رفتار نوآورانه سازمانی) [۷].

جانگ و همکاران^۱ [۸] در پژوهش‌های خود اشاره کرده‌اند که حمایت سازمانی درک شده^۲ می‌تواند تأثیرات انگیزشی اعمال کند که منجر به رفتارهای سازمانی اجتماعی شود. موضوع حمایت سازمانی به خصوص در پژوهش‌های گذشته و در پی شیوع ویروس کووید-۱۹^۳ اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. همه‌گیری کووید-۱۹ باعث وقوع زنجیره‌ای از حوادث و بحران‌های اقتصادی شده است [۹]. در پی این بحران، بیشتر کسب‌وکارها دچار رکود شده است و بسیاری از آنها مجبور به تعدیل نیروی انسانی شده‌اند. به همین جهت، حمایت سازمانی درک شده، چه از بعد سلامت و چه از بعد امنیت شغلی و اقتصادی، در این دوران برای کارکنان اهمیت پیدا کرده است. درک احساس حمایت شدن و ارزش قائل شدن از سوی سازمان و تعهد به آن، مربوط به رفتارهای مازاد نقش بوده و یک ماهیت سازمانی اجتماعی دارد [۱۰]. در میان این مؤلفه‌ها، تعهد عاطفی^۴ با یک باور قوی و پذیرش اهداف و ارزش‌ها و تمایل و تعلق به سازمان مشخص می‌شود [۱۱].

براساس ادبیات موجود، حمایت سازمانی درک شده، تعهد عاطفی را ارتقا می‌دهد [۱۱] و دلبستگی عاطفی نسبت به سازمان، نقش مهمی در بروز رفتار به اشتراک‌گذاری دانش^۵ را می‌کند. رفتار به اشتراک‌گذاری دانش شامل ارائه اطلاعات و دانش نحوه کار و همکاری با دیگران برای آسان‌شدن حل مسئله، خلاقیت، نوآوری یا تغییر می‌شود [۱۲]. این موضوع، به سازمان در برخورد با محیط متلاطم خارجی کمک می‌کند [۱۳]. بنابراین، مهم است که سازمان‌ها نحوه بهبود در رفتار تسهیم دانش کارکنان را بدانند. رفتار اشتراک‌گذاری دانش

1. Jeung et al
2. Perceived organizational support
3. COVID-19
4. Affective commitment
5. Knowledge sharing behavior



به‌ضرورت خودانگیخته نیست و مدیران می‌توانند این رفتار را از راه حمایت‌ها هدایت کنند [۱۲].

باتوجه به اهمیت متغیرهای بیان‌شده، هدف از این پژوهش، بررسی رابطه حمایت سازمانی درک‌شده، تعهد عاطفی و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش با رفتارهای فرانش سازمانی، نظیر نوع دوستی، فضیلت مدنی و رفتار نوآورانه سازمانی در دوران بحران ویروس کووید-۱۹ و در میان کارکنان شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه است. در این پژوهش، شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه مطالعه شده است، زیرا این شرکت یکی از قدیمی‌ترین شرکت‌های حوزه خرده‌فروشی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای ایرانی بوده و با داشتن حدود ۸۰۰۰ نیروی کار ستادی و فروشگاه‌ها، با چالش مدیریت پایدار منابع انسانی به‌خصوص پس از شیوع ویروس کووید-۱۹ و مطرح‌شدن مباحث حمایت‌های سازمانی مواجه شده است. بررسی پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهد که نقش واسطه‌ای تبادل دانش و تأثیرات ترکیبی آن به‌ندرت موردنظر قرار گرفته است. علاوه بر این، پژوهش‌های پیشین رفتار شهروندی سازمانی را تحلیل کرده‌اند و پژوهش خاص درباره ابعاد مختلف آن نیز کمیاب است. همچنین به انتخاب نوع دوستی، فضیلت مدنی و رفتار نوآورانه سازمانی به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده رفتارهای اجتماعی، نیز کمتر توجه شده است. رفتار نوآورانه سازمانی نیز بسیار محدود ارزیابی شده است. انجام پژوهش جامع بر رفتار سازمانی در زمان بحران کووید-۱۹ نیز به‌خصوص در ایران بسیار محدود بوده و مورد مطالعه این پژوهش نیز از وجوه تمایز این مطالعه است.

باتوجه به شکاف‌های بیان‌شده، پژوهش حاضر به‌دنبال پرکردن خلأهای موجود است. از این رو، نتایج و پیشنهادهای این پژوهش به‌عنوان مسیر راه مدیران سازمان در جهت مدیریت پایدار منابع انسانی و تقویت رفتارهای فرانش برای موفقیت و توسعه سازمان کاربرد دارد. بنابراین، این سؤال کلی پژوهش به وجود می‌آید: تأثیر درک و دریافت حمایت سازمانی، بر انجام رفتارهای اجتماعی سازمانی^۱ نوع دوستی، فضیلت مدنی و رفتار نوآورانه سازمانی از راه تعهد عاطفی و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش در دوران بحران ویروس کووید-۱۹ چگونه است؟



۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در این بخش، به تشریح مبانی نظری پژوهش از راه تبیین پیشینه‌های مرتبط با روابط مورد بررسی پرداخته شده است.

۲-۱- شیوع ویروس کووید-۱۹ و حمایت سازمانی ادراک شده

ویروس کووید-۱۹ اولین بار در ۱۲ دسامبر ۲۰۱۹ در شهر ووهان ظاهر شد و بلافاصله پس از شیوع اولیه آن، در سراسر جهان گسترش پیدا کرد. این ویروس اثرهای منفی فراوانی بر انواع کسب‌وکارها داشته است. این بحران، باعث درخطرافتادن موقعیت شغلی میلیون‌ها کارمند و افزایش بیکاری شده است و منجر به احساس نداشتن امنیت شغلی شده است [۱۴]. یک توافق کلی وجود دارد که نداشتن امنیت شغلی، عامل استرس‌زایی است که ممکن است مسائل روانی و جسمی، واکنش‌ها و نگرش‌های منفی مرتبط با شغل، افسردگی و اختلال عملکرد را ایجاد کند [۱۵]. مطالعه گذشته درباره تأثیر کووید-۱۹ بر اشتغال در آمریکا نشان داد که ۲۱/۱ درصد از شرکت‌کنندگان ترس خود را از دست دادن شغل خود ابراز کرده‌اند و ۵۱/۹ درصد نیز معتقد بودند که این ویروس حتی بر فرصت‌های شغلی آینده نیز تأثیر منفی خواهد داشت [۱۶]. در این شرایط، یکی از اقدام‌هایی که می‌تواند باعث احساس امنیت شغلی و تعهد بیشتر کارکنان نسبت به سازمان شود، اقدام‌های حمایتی سازمان و درک مثبت کارکنان از پشتیبانی سازمان از آنها در این شرایط است. حمایت سازمانی ادراک شده، به تصویری که کارکنان از میزان توجه کارفرما برای مشارکت و نگرانی درباره رفاه کارکنان دارد، اشاره می‌کند. همچنین، مشخص شد که حمایت سازمانی ادراک شده، احساس وظیفه کارمندان را افزایش می‌دهد و آنها با کمک به سازمان در رسیدن به اهداف سازمان و خود، متقابل عمل می‌کنند [۱۷]. بنابراین، فرضیه زیر بررسی می‌شود:

فرضیه ۱: شیوع ویروس کووید-۱۹ با حمایت سازمانی ادراک شده کارکنان رابطه معنادار

دارد.



۲-۲- حمایت سازمانی درک‌شده، تعهد عاطفی و به‌اشتراک‌گذاری دانش

حمایت سازمانی درک‌شده، سازه‌ای است که برای در نظر گرفتن ارزیابی‌های کارمند از حمایت دریافتی از سازمان خود استفاده می‌شود [۷]. براساس پژوهش‌ها، میزان بالای حمایت سازمانی درک‌شده تعهداتی را در افراد برای جبران در سازمان ایجاد می‌کند [۱۸]. بنابراین، حمایت سازمانی درک‌شده روابط قوی با خروجی‌های متفاوت نگرش نظیر تعهد سازمانی عاطفی ایجاد می‌کند [۱۱]. وقتی کارکنان درک می‌کنند که سازمان قدر دان مشارکت آنها است، بر فرایندهای خودسازی تأکید می‌کنند که در نهایت منجر به تعهد عاطفی بیشتر به سازمان‌ها می‌شود [۱۲]. بنابراین، فرضیه بررسی شده عبارت است از:

فرضیه ۲: حمایت سازمانی درک‌شده با تعهد عاطفی رابطه معنادار دارد.

تعهد سازمانی مرتبط با دو عامل مهم: ۱. اعتقاد قوی به پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمان و ۲. تمایل به ماندن در سازمان، است [۱۹]. تعهد، دستاوردهای مهمی را برای رفتارهای فرانش کارکنان که به نوعی یک ماهیت داوطلبانه یا اختیاری است، داشته که شامل اهدا و دریافت دانش، برای خلق و به‌اشتراک‌گذاری دانش می‌شود [۲۰]. به این منظور، نویسندگان متعددی دریافتند که تعهد عاطفی یک پیش‌بینی‌کننده رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش است [۲۱]. هویت‌یابی کارمند با ارزش‌های سازمانی و ایجاد پیوندهای احساسی با سازمان و همکاران، تعامل اجتماعی را ارتقا می‌دهد که به نوبه خود رفتار اشتراک‌گذاری دانش را تسهیل می‌کند [۲۲]. به این ترتیب، فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه ۳: تعهد عاطفی با رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش رابطه معناداری دارد.

علاوه بر تأثیر مستقیم تعهد عاطفی بر قصد تبادل دانش به‌صورت مداوم، به‌عنوان یک واسطه، نقش کلیدی در حفظ رفتار مثبت با سایر اعضای سازمان و در ارتباط بین پیش‌بینی‌کننده‌های مختلف رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش ایفا می‌کند [۲۰]. همچنین بیان شده است که سایر تعامل‌ها با متغیرهای واسطه‌ای و تعدیلگر در این رابطه مداخله می‌کنند [۲۳]. حمایت سازمانی درک‌شده رابطه مثبتی با تعهد عاطفی دارد که به نوبه خود تأثیر مثبتی بر رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش دارد [۲۲]. تحت رهبری با قابلیت اتکا بیشتر، کارمندان شاید دلبستگی



احساسی خود را به سازمان ارتقا می‌دهند؛ رفتارهای همکارانه اتخاذ می‌کنند و بیشتر تمایل به اشتراک‌گذاری دانش با همکاران دارند [۳]. بنابراین، فرض شده است که: فرضیه ۴: تعهد عاطفی نقش واسطه‌ای بین حمایت سازمانی و رفتار اشتراک‌گذاری دانش دارد.

۲-۳- تعهد عاطفی و نوع دوستی از راه رفتار به اشتراک‌گذاری دانش

نقش واسطه‌ای خروجی‌های مربوط به حمایت سازمانی درک‌شده نظیر درگیری عاطفی، سازوکاری است که به ایجاد روابط حمایت سازمانی درک‌شده با خروجی‌های رفتاری مثبت مختلف نظیر عملکرد فرانش بهتر کمک می‌کند [۱۱]. پژوهش‌ها فرض کرده‌اند که تعهد عاطفی به دلیل ریشه‌های آن در هویت‌یابی با ارزش‌های بین‌سازمانی و درون‌سازمانی ارتباط قوی با رفتارهای فرانش یا سازمانی اجتماعی دارد [۲۴].

شواهد مختلفی تعهد عاطفی و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش را به هم پیوند می‌زنند [۲۱]. همچنین گزارش شده است که رفتار به اشتراک‌گذاری دانش با رفتار شهروندی سازمانی، به‌ویژه با رفتارهای نوع دوستی و فضیلت مدنی و قصد به اشتراک‌گذاری دانش در ارتباط است [۲۵]. همچنین بیان شده است که متغیرهای تعهد عاطفی و رفتار شهروندی سازمانی با تمایل برای اشتراک‌گذاری دانش در ارتباط هستند [۲۴]. با این حال، درباره رابطه علیت بین رفتار به اشتراک‌گذاری دانش و رفتار شهروندی سازمانی شک و شبهه وجود دارد. پژوهشگران استدلال کرده‌اند که رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبتی بر اشتراک‌گذاری دانش دارد، اما مطالعه‌هایی وجود دارند که نقش واسطه‌ای اشتراک‌گذاری دانش در رابطه تعهد عاطفی-رفتار شهروندی را تأیید می‌کنند [۲۲].

اقدام‌های نوع‌دوستانه زمانی تکرار می‌شوند که همکاری متقابل و به اشتراک‌گذاری دانش بیشتری وجود داشته باشند [۲۵]. رفتارهای نوع‌دوستانه متضمن یک حالت انگیزشی است که باعث می‌شود افراد با قراردادن نیازهای دیگران مقدم بر نیازهای خودشان دست به اقدام‌هایی بزنند که هدفشان سودرساندن به دیگران است [۲۶]. در آغاز هیچ‌گونه تأییدی برای رابطه بین تعهد سازمانی و هریک از پنج بُعد رفتار شهروندی سازمانی پیدا نشد. سایر مطالعه‌ها این رابطه را با ابعاد مختلف این سازه نظیر نوع دوستی تأیید کردند [۲۳]. علاوه بر این، پژوهشی نشان داد



که تعهد به‌طور مستقیم با رفتارهای سازمانی اجتماعی به‌ویژه سودرساندن به افراد در ارتباط است [۲۴].

وقتی کارمندان در رفتارهای سازمانی اجتماعی شرکت می‌کنند، احتمال بیشتری وجود دارد که دانش بین آنها به اشتراک گذاشته شود [۲۷]. در مقابل، رفتارهای شهروندی سازمانی در شغل‌هایی که با وظایف تکراری مشخص می‌شوند که کمتر دانش‌محور هستند، کمتر دیده می‌شوند [۶]. براین اساس، فرضیه‌های بعدی پژوهش تعیین شده است که عبارتند از:

فرضیه ۵: تعهد عاطفی کارکنان با رفتار نوع دوستی آنها رابطه معنادار دارد.

فرضیه ۶: رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش با رفتار نوع دوستی کارکنان رابطه معنادار دارد.

فرضیه ۷: رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش، در رابطه بین تعهد عاطفی و رفتار شهروندی سازمانی نوع دوستی نقش واسطه‌ای دارد.

۲-۴- تعهد عاطفی و فضیلت مدنی از راه رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش

فضیلت مدنی یک رفتار اختیاری در ارتباط با مشارکت مثبت کارمند در حاکمیت سازمان^۱ است [۸]. پژوهش‌های پیشین نقش واسطه‌ای تعهد عاطفی در رابطه بین قرارداد روانی و فضیلت مدنی و اشتراک‌گذاری دانش کارمند را تأیید کردند [۳].

در مورد رابطه بین تعهد و نوع دوستی، جدیدترین پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تعهد با رفتارهای جامعه‌پسندی که به نفع سازمان هستند (برای مثال، فضیلت مدنی) در ارتباط خواهد بود، اما با اقدام‌های جامعه‌پسندی که به‌ویژه به نفع افراد است، ارتباط مستقیمی ندارد. در واقع، میزان کم تعهد عاطفی منجر به مشارکت فردی در رفتارهای فضیلت مدنی نمی‌شود [۲۸]. براین اساس، رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش رابطه بین تعهد عاطفی و فضیلت مدنی را تعدیل می‌کند. به‌رغم شواهد مختلفی که این دو بخش از این رابطه را به هم پیوند می‌زند؛ یعنی رابطه بین تعهد عاطفی و رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش و بین رفتار شهروندی سازمانی و رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش، نقش واسطه‌ای تبادلات دانش به‌ندرت در نظر گرفته شده است. از آنجایی که این تبادلات نیز رفتار سازمانی اجتماعی را پیش‌بینی می‌کنند، دانش، ویژگی‌های

1. Organization governance



شغل را تعیین می‌کند، انتظار داریم رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش مکمل نقش تعهد عاطفی به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده فضیلت مدنی باشد. بنابراین فرضیه‌های زیر مطرح می‌شود:

فرضیه ۸: تعهد عاطفی کارکنان با رفتار فضیلت مدنی آنها رابطه معنادار دارد.

فرضیه ۹: رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش با رفتار فضیلت مدنی کارکنان رابطه معنادار دارد.

فرضیه ۱۰: اشتراک‌گذاری دانش، تعهد عاطفی را به‌عنوان یک عامل محرک برای رفتار شهروندی سازمانی فضیلت مدنی تقویت می‌کند.

۲-۵- تعهد عاطفی و رفتار نوآورانه سازمانی^۱ از راه رفتار اشتراک‌گذاری

دانش

رنادس و همکاران^۲ [۱۱] معتقدند افرادی که دارای سطح بالای تعهد عاطفی با سازمان‌های خود هستند، بهره‌وری بالاتر نسبت به کارمندان کم‌تعهد دارند و آنها در جهت شکوفایی سازمان برای تحقق راهبردهای خود و حل خلاقانه مسائل محیط کار، تلاش بیشتری می‌کنند. زمانی که سطح تعهد بالا باشد، رفتار نوآورانه کاری آنها نیز به‌عنوان رابطه تبادل اجتماعی بالا بروز می‌کند و این افراد از تعهد عاطفی بالایی برخوردار می‌شوند و تعهد بالا باعث رفتار کاری بسیار نوآورانه می‌شود [۲۱]. این موضوع زمانی اهمیت پیدا می‌کند که برخی از صاحب‌نظران، شرط حیات سازمان را نوآوری می‌دانند [۲۹]، زیرا نوآوری همواره منبع پیشرفت سازمان‌ها بوده و راه‌های جدید و مناسبی را پیش روی آنها قرار داده است [۳۰]. از لحاظ نظری می‌توان بین تعهد عاطفی و نوآوری کارکنان رابطه مثبتی ایجاد کرد [۶]. با انعکاس دیدگاه‌های متضاد نظری، حمایت تجربی از تعهد عاطفی سازمانی رابطه مبهمی با نوآوری کارکنان سازمان دارد و برخی از مطالعه‌ها ارتباط مستقیم مثبت [۳۱]، اما برخی دیگر ارتباط غیر معناداری را گزارش کرده‌اند [۱۶]. علاوه بر این، کاملو و همکاران [۳۲] نشان دادند که تعهد عاطفی با شکل‌دادن به رفتارهای تقسیم دانش به‌طور غیرمستقیم، عملکرد نوآورانه کارکنان پژوهش و توسعه را توسعه را پیش‌بینی می‌کند.

1. Innovative organizational behavior
2. Rhoades et al



اشتراک دانش نیز به‌عنوان عاملی مهم است که از راه آن کارمندان می‌توانند به‌طور معمول دانش خود را تبادل کرده و به نوآوری و موفقیت سازمانی کمک کنند. مدیریت مؤثر دانش می‌تواند منجر به مزیت رقابتی شود، زیرا از این راه سازمان‌ها خلاقیت، نوآوری و اعتبار را بهبود می‌بخشند که این موضوع به‌نوبه خود سود سازمان را افزایش می‌دهد. براساس نظر باتیلیسی [۳۳]، رفتار ابتکاری از سه رفتار مختلف تشکیل شده است: (۱) ایده‌پردازی؛ (۲) ارتقای ایده و (۳) تحقق ایده که مدیران باید به آن توجه کنند. بنابراین با توجه به اهمیت رفتار نوآورانه کارکنان برای سازمان و عوامل منجر به بروز این رفتارها، فرضیه‌های زیر مطرح می‌شود:

فرضیه ۱۱: تعهد عاطفی کارکنان با رفتارهای سازمانی نوآورانه آنها رابطه معنادار دارد.

فرضیه ۱۲: رفتار اشتراک‌گذاری دانش با رفتارهای سازمانی نوآورانه کارکنان رابطه معنادار دارد.

فرضیه ۱۳: اشتراک‌گذاری دانش، تعهد عاطفی را به‌عنوان یک عامل محرک برای بروز رفتار سازمانی نوآورانه کارکنان تقویت می‌کند.

۳- روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی است و در زمره پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی محسوب می‌شود که به‌صورت مقطعی انجام شده است و به‌دنبال پیدا کردن روابط بین متغیرها است. جامعه آماری این پژوهش را تمام کارکنان شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه تشکیل می‌دهند. با توجه به حضور حدود ۷۵۰۰ نیروی کار در این شرکت، حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان، ۳۶۵ به دست آمده است، اما برای اطمینان از درستی نتایج، تعداد اعضای نمونه بیشتری انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از ابزار پرسشنامه و در بهار ۱۴۰۰ جمع‌آوری شد. نمونه‌ها با استفاده از نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند و در نهایت ۸۰۰ پرسشنامه ارسال شد و نرخ پاسخ ۸۴ درصد بود. با در نظر گرفتن قدرت آماری ۰/۸ و میزان آلفای ۰/۰۵، نمونه (n= ۶۷۵) امکان کشف تأثیرات کمی را هم داد. سؤال‌های پرسشنامه شامل ۳۹ سؤال بود که با ترجمه از پژوهش‌های پژوهشگران جهانی و نظریات کارشناسان تأیید شد.



سپس سوال‌ها به صورت آنلاین و چاپ‌شده در میان اعضای نمونه توزیع شد و در نهایت ۶۷۵ پرسشنامه کامل به دست آمد. برای تحلیل داده‌ها از روش مدلسازی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس استفاده شده است. همچنین، برای اطمینان از صحت داده‌ها و ابزار اندازه‌گیری پژوهش، روایی پژوهش از راه شاخص‌های AVE، CVI، CR و دیجکسترا-هنسلر^۱ (pA) بررسی و براساس نتایج به دست آمده تأیید شد. آن‌گاه پایایی پژوهش نیز از راه سنجش اعتبار تفکیکی با استفاده از بارهای متقاطع^۲، معیار فورنل-لارکر^۳ و نسبت هتروتریت-مونوتریت (HTMT)^۴ و آلفای کرونباخ ارزیابی و تأیید شد. نتایج حاصل از بررسی شاخص‌های سنجش روایی و پایایی پژوهش در بخش یافته‌ها ارائه شده است.

۴- یافته‌های پژوهش

در این بخش، نخست به بررسی اطلاعات جمعیت‌شناختی اعضای نمونه و ارائه روایی و پایایی پژوهش و در نهایت تبیین یافته‌های حاصل از مدلسازی معادلات ساختاری برای آزمون و تحلیل فرضیه‌ها پرداخته شده است.

بیشتر شرکت‌کنندگان را با جنسیت مرد (۶۷ درصد) حدود سنی ۲۶ تا ۴۰ سال (۷۰ درصد) و ۴۱ تا ۵۰ سال (۱۶ درصد) تشکیل می‌دهند که تحصیلات کاردانی و کارشناسی (۵۰ درصد) و تا دیپلم (۲۸ درصد) دارند. اکثریت پاسخ‌دهندگان جزء نیروهای ستادی (۵۳ درصد) محسوب می‌شوند و سابقه کاری ۱ تا ۵ سال (۵۷ درصد) و ۵ تا ۱۰ سال (۲۹ درصد) در شرکت دارند (به دلیل محدودیت حجم مقاله، اطلاعات کامل در فایل پیوست جدول‌ها ارائه شده است).

۴-۱- الگوی اندازه‌گیری

در این پژوهش، از روش‌های مختلف برای بررسی روایی استفاده شده است. یکی از این روش‌ها، شاخص CVI است [۳۴]. روایی محتوا و ظاهری (صوری) پرسشنامه با استفاده از

1. Dijkstra-Henseler
2. cross-loadings
3. Fornell-Larcker
4. Heterotrait-Monotrait



نظر خبرگان تأیید شد و شاخص CVI نیز با نظر کارشناسان، ۰/۷۹۴ به دست آمد که با توجه مقدار بیش از ۰/۷، پرسشنامه پژوهش از روایی مناسبی برخوردار است.

$$CVI = \frac{\sum CVR}{\text{Number of remaining questions}} = \frac{31}{39} = 0/794$$

در این پژوهش، الگوی اندازه‌گیری شاخص‌های انعکاسی با در نظر گرفتن روایی شاخص، انسجام درونی، اعتبار همگرا و اعتبار واگرا ارزیابی شده است. نخست اینکه، همه بارهای استاندارد بیشتر از ۰/۷ بودند (جدول ۱). دو گویه (تعهد عاطفی ۶ و حمایت سازمانی ۳) در تحلیل اولیه حذف شدند، چون معیار روایی هر گویه را نداشتند. دوم اینکه روایی انسجام درونی با استفاده از آلفای کرونباخ، دیجکسترا-هنسلر (pA) و روایی ترکیبی ارزیابی شد. جدول ۱ نشان می‌دهد تمام مقادیر آلفای کرونباخ و pA بالاتر از ۰/۷ و کمتر از ۰/۹۵ بودند و روایی ترکیبی نیز برای تمام شاخص‌ها بالای ۰/۷ بود. سوم اینکه، روایی همگرایی تمام سازه‌ها مانند میانگین واریانس (AVE) بالای ۰/۵ بود (اطلاعات کامل جدول ۱ در فایل پیوست جدول‌ها ارائه شده است).

جدول ۱. ارزیابی الگوی اندازه‌گیری

شاخص / گویه	منابع	آلفای کرونباخ	pA	CR	AVE
کووید-۱۹	[۹]	۰/۸۱۲	۰/۷۹۶	۰/۸۵۳	۰/۵۳۹
حمایت سازمانی ادراک‌شده	[۳۵]	۰/۸۸۵	۰/۸۸۸	۰/۹۰۸	۰/۶۲۷
تعهد عاطفی	[۳۶]	۰/۸۸۴	۰/۹۰۴	۰/۹۰۹	۰/۶۴۶
رفتار اشتراک‌گذاری دانش	[۲۲]	۰/۸۶۸	۰/۸۷۲	۰/۹۰۵	۰/۵۶۸
رفتار نوع‌دوستی	[۳۷]	۰/۸۲۲	۰/۸۲۵	۰/۸۷۱	۰/۵۹۰
رفتار فضیلت مدنی	[۲۵]	۰/۷۸۳	۰/۷۸۴	۰/۸۵۵	۰/۶۰۸
رفتار نوآورانه	[۳۸]	۰/۸۰۴	۰/۷۹۷	۰/۸۶۱	۰/۶۰۸

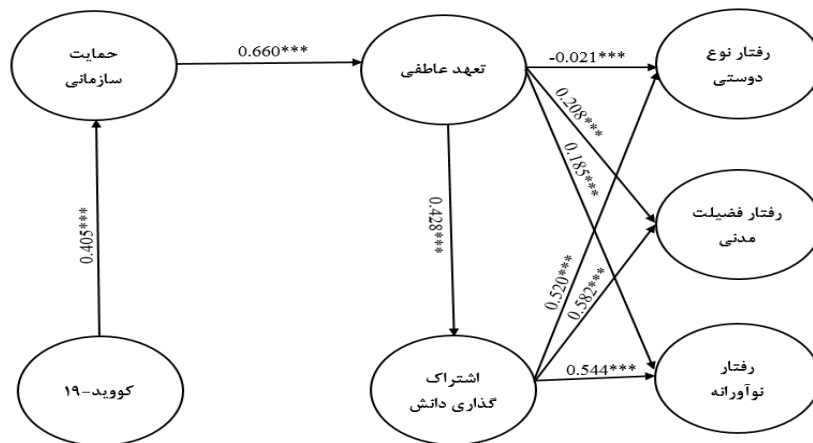
اعتبار تفکیکی با استفاده از بارهای متقاطع، معیار فورنل-لارکر و نسبت هتروتریت-مونوتریت (HTMT) بررسی شد. بارهای متقاطع به دست آمده نشان می‌دهد که سازه‌ها اعتبار تفکیکی دارند چون تمام شاخص‌ها در سازه مربوط به خود، امتیاز بالاتر از سایر متغیرهای در



نظر گرفته شده در الگوی بار گرفتند (جدول بارهای متقاطع، در فایل پیوست جدول‌ها ارائه شده است). علاوه بر این، همبستگی بین سازه‌ها در زیر قطر قرار گرفته کوچک‌تر از ریشه مربع میانگین واریانس استخراج شده هر سازه بودند. همچنین، نتایج اعتبار تفکیکی نشان می‌دهد که تمام مقادیر نشان داده شده با نسبت HTMT زیر ۰/۸۵ هستند و فاصله‌های اطمینان آمار HTMT برای تمام ترکیب‌ها از سازه‌ها شامل صفر نمی‌شود. براساس این نتایج، اعتبار تفکیکی تعیین شد (همبستگی و خروجی کامل اعتبار تفکیکی، در فایل پیوست جدول‌ها ارائه شده است).

۴-۲- الگوی ساختاری

پیش از ارزیابی الگوی ساختاری، مقادیر VIF بررسی شده تا مسائل چندخطی بودن تعیین شود [۳۹]. تمام مقادیر VIF بسیار کمتر از ۵ بودند، بنابراین نشان‌دهنده همخوانی نداشتن بین سازه‌های پیش‌بینی‌کننده هستند. سپس، الگوی ساختاری بررسی مقادیر R^2 متغیرهای پنهان درون‌زا، میزان تأثیر f^2 برای تمام روابط الگوی ساختاری، ارتباط پیش‌بینی‌کننده الگوی (Q^2)، باقیمانده میانگین ریشه استاندارد شده (SRMR) و معناداری آماری و اندازه‌ای ضریب مسیرها ارزیابی شده است (شکل ۱).



شکل ۱. الگوی ساختاری رفتارهای سازمانی اجتماعی



مشاهده شده است که تمام مقادیر R^2 بیشتر از مقدار حداقل ۰/۱۰ بودند که نشان می‌دهد الگوی به قدرت پیش‌بینی کافی در نمونه دست پیدا کرده است. فضیلت مدنی با تعهد عاطفی بررسی شد و به بالاترین واریانس دست یافتند (به ترتیب ۰/۵۰۳ و ۰/۴۴۵). اندازه‌های تأثیر f^2 نیز بررسی شد. حمایت سازمانی درک‌شده یک سازه اکتشافی کلیدی تعهد عاطفی بود و کووید-۱۹ همین نقش را برای حمایت سازمانی داشته است. همچنین، رفتار به اشتراک‌گذاری دانش یک پیش‌بینی‌کننده مهم نوع‌دوستی، فضیلت مدنی و رفتار نوآورانه بود (جدول ۲). به‌علاوه با در نظر گرفتن مقادیر منفصل کوهن^۱ [۴۰] دریافت شد که کووید-۱۹ بر حمایت سازمانی درک‌شده اثرگذار بوده است و حمایت سازمانی درک‌شده تأثیر زیادی بر تعهد عاطفی داشت و تعهد یک تأثیر واسطه‌ای بر رفتار به اشتراک‌گذاری دانش اعمال کرد. تعهد تأثیر زیادی بر فضیلت مدنی و تأثیر واسطه‌ای بر نوع‌دوستی و رفتار نوآورانه داشت. از روش بلایند فولدینگ^۲ برای ارزیابی ارتباط پیش‌بینی‌کننده الگوی ساختاری استفاده شده است. مقادیر Q^2 برای چهار متغیر درون‌زا به طرز قابل توجهی بالای صفر بود. این ارتباط پیش‌بینی‌کننده الگوی را تأیید می‌کند. همچنین، SRMR نیز برای الگوی ساختاری محاسبه شد که ۰/۰۷ بوده است. این مقدار زیر ۰/۰۸ است که نشان‌دهنده اعتبار الگوی ساختاری است (جدول ۲).

جدول ۲. خلاصه‌ای از آزمون روابط و تأثیرهای مستقیم

نتیجه آزمون	F^2	واریانس	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	t-Value	اثر مستقیم	مسیر ساختاری متغیر درون‌زا
تأیید	۰/۲۰۴	۱۶/۳	(۰/۳۷۳، ۰/۴۵۶) Sig.	۱۴/۳۵۱***	۰/۴۰۵	حمایت سازمانی کووید-۱۹ ← حمایت سازمانی ($R^2=0.314$; $Q^2=0.205$)
تأیید	۰/۸۰۷	٪ ۴۴	(۰/۶۳۲، ۰/۶۸۷) Sig.	۳۹/۲۳۷***	۰/۶۶۰	تعهد عاطفی حمایت سازمان ← تعهد عاطفی ($R^2=0.445$; $Q^2=0.280$)
تأیید	۰/۲۲۷	٪ ۱۸/۱	(۰/۳۸۷، ۰/۴۶۸) Sig.	۱۶/۷۸۰***	۰/۴۲۸	اشتراک‌گذاری دانش تعهد عاطفی ← اشتراک‌گذاری ($R^2=0.181$; $Q^2=0.106$)

1. Cohen
2. blindfolding



نتیجه آزمون	F ²	واریانس %	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	t-Value	اثر مستقیم	مسیر ساختاری متغیر درون‌زا
رد	۰/۰۰۱	% ۰	(-۰/۰۷۳؛ ۰/۰۳۱) N.S.	۰/۶۷۴	-۰/۰۲۱	نوع دوستی تعهد عاطفی ← نوع دوستی
تأیید	۰/۳۰۲	% ۲۶/۱	(۰/۴۵۵؛ ۰/۵۷۸) Sig.	۱۳/۳۱۷***	۰/۵۲۰	اشتراک‌گذاری ← نوع دوستی (R ² = ۰/۲۷۲; Q ² = ۰/۱۶۰)
تأیید	۰/۰۷۰	% ۹/۷	(۰/۱۵۷؛ ۰/۲۴۰) Sig.	۸/۴۵۳***	۰/۲۰۸	فضیلت مدنی تعهد عاطفی ← فضیلت مدنی
تأیید	۰/۵۶۲	% ۳۹/۵	(۰/۵۴۲؛ ۰/۶۲۱) Sig.	۲۳/۳۶۰***	۰/۵۸۲	اشتراک‌گذاری ← فضیلت مدنی (R ² = ۰/۵۰۳; Q ² = ۰/۳۰۹)
تأیید	۰/۰۵۴	% ۷/۱	(۰/۱۲۶؛ ۰/۲۴۳) Sig.	۵/۱۳۹***	۰/۱۸۵	رفتار نوآورانه تعهد عاطفی ← رفتار نوآورانه
تأیید	۰/۴۹۱	% ۳۲/۷	(۰/۴۸۶؛ ۰/۶۱۳) Sig.	۲۱/۲۰۶***	۰/۵۴۴	اشتراک‌گذاری ← رفتار نوآورانه (R ² = ۰/۴۳۸; Q ² = ۰/۳۰۹)

توجه: *** $p < 0.001$ ، آزمون یک‌طرفه. ضریب تعیین R²؛ ارتباط پیش‌بینی‌کننده Q²؛ اندازه تأثیر I².
N.S: معنادار نیست.

تأثیرات مستقیم با به‌کارگیری آزمون یک‌طرفه برای توزیع t استیودنت (فاصله اطمینان ۹۵٪) ارزیابی شدند. همان‌طور که در جدول ۲ نشان داده شد، شیوع ویروس کوید-۱۹ تأثیر مستقیم معناداری بر حمایت سازمانی درک‌شده داشته است ($\beta=۰/۴۰۵$)، (بنابراین فرضیه ۱ را تأیید می‌کند) و حمایت سازمانی درک‌شده تأثیر مستقیم معناداری بر تعهد عاطفی داشت ($\beta=۰/۶۶۰$)، (بنابراین فرضیه ۲ را تأیید می‌کند) که تعهد عاطفی نیز به نوبه خود به صورت معناداری بر رفتار به اشتراک‌گذاری دانش تأثیر می‌گذارد ($\beta=۰/۴۲۸$) (فرضیه ۳ را تأیید می‌کند) و همچنین بر فضیلت مدنی ($\beta=۰/۲۰۸$) (فرضیه ۸ را تأیید می‌کند). تأثیر مستقیم تعهد عاطفی بر نوع دوستی معنادار نبود ($\beta= -۰/۰۲۱$) (فرضیه ۵ را رد می‌کند). همچنین تأثیر مستقیم معنادار بین تعهد عاطفی و رفتار نوآورانه برقرار بود ($\beta=۰/۱۸۵$) (فرضیه ۱۱ را تأیید می‌کند). یک تأثیر مستقیم معنادار بین رفتار به اشتراک‌گذاری دانش و نوع دوستی وجود داشت ($\beta=۰/۵۲۰$) و همچنین تأثیر آن بر فضیلت مدنی ($\beta=۰/۵۸۲$) (فرضیه ۶ و ۹ را تأیید می‌کند). در نهایت، رابطه مستقیم و معنادار بین اشتراک‌گذاری دانش و رفتار نوآورانه کارکنان پیدا شد



($\beta=0/544$) (فرضیه ۱۲ را تأیید می‌کند). علاوه بر این، نتایج جدول ۳ مشخص می‌کند که تأثیرات غیرمستقیم مطرح‌شده در الگو، از نظر آماری معنادار بودند. تعهد عاطفی در رابطه بین حمایت سازمانی درک‌شده و رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش نقش واسطه‌ای دارد که این نتیجه نیز فرضیه ۴ را تأیید می‌کند.

جدول ۳. خلاصه‌ای از آزمون روابط و تأثیرات غیرمستقیم

رابطه	تأثیر غیرمستقیم	انحراف معیار	آماره t	p-Values	Bootstrapp 95% CI
کووید ← حمایت ← تعهد	۰/۱۹۳	۰/۰۱۳	۱۴/۰۶۲	۰/۰۰۰	(۰/۱۵۹ ۰/۲۴۷)
کووید ← حمایت ← تعهد ← نوع دوستی	-۰/۰۰۹	۰/۰۱۹	۰/۸۲۶	۰/۱۷۳	(-۰/۰۳۴ ۰/۰۱۶)
کووید ← حمایت ← تعهد ← فضیلت مدنی	۰/۱۵۸	۰/۰۱۲	۱۲/۶۰۱	۰/۰۰۰	(۰/۱۰۶ ۰/۱۸۵)
کووید ← حمایت ← تعهد ← رفتار نوآورانه	۰/۲۰۳	۰/۰۱۱	۱۴/۵۷۳	۰/۰۰۰	(۰/۱۶۰ ۰/۲۳۸)
کووید ← حمایت ← تعهد ← اشتراک‌گذاری دانش	۰/۲۲۶	۰/۰۱۰	۱۵/۰۳۹	۰/۰۰۱	(۰/۲۰۵ ۰/۲۵۴)
کووید ← حمایت ← تعهد ← اشتراک دانش ← نوع دوستی	۰/۱۸۰	۰/۰۱۴	۱۳/۷۸۱	۰/۰۰۰	(۰/۱۳۶ ۰/۱۹۷)
کووید ← حمایت ← تعهد ← اشتراک دانش ← فضیلت	۰/۱۴۵	۰/۰۱۳	۱۱/۱۷۴	۰/۰۰۰	(۰/۱۱۳ ۰/۱۷۸)
کووید ← حمایت ← تعهد ← اشتراک دانش ← رفتار نوآورانه	۰/۲۱۱	۰/۰۱۰	۱۴/۸۴۰	۰/۰۰۰	(۰/۱۹۲ ۰/۲۴۱)
حمایت ← تعهد ← نوع دوستی	-۰/۰۱۴	۰/۰۲۱	۰/۶۷۳	۰/۲۳۶	(-۰/۰۴۰ ۰/۰۲۱)
حمایت ← تعهد ← فضیلت مدنی	۰/۱۳۰	۰/۰۱۶	۸/۱۳۲	۰/۰۰۰	(۰/۱۰۱ ۰/۱۵۸)
حمایت ← تعهد ← رفتار نوآورانه	۰/۱۶۷	۰/۰۱۰	۱۳/۷۸۳	۰/۰۰۰	(۰/۱۴۸ ۰/۱۹۱)
حمایت ← تعهد ← اشتراک‌گذاری دانش	۰/۲۸۴	۰/۰۱۸	۱۴/۰۸۶	۰/۰۰۰	(۰/۲۵۲ ۰/۳۱۵)
حمایت ← تعهد ← اشتراک دانش ← نوع دوستی	۰/۱۴۵	۰/۰۱۴	۱۰/۳۲۶	۰/۰۰۲	(۰/۱۲۳ ۰/۱۷۰)
حمایت ← تعهد ← اشتراک دانش ← فضیلت	۰/۱۶۴	۰/۰۱۱	۱۳/۴۴۲	۰/۰۰۰	(۰/۱۴۴ ۰/۱۸۴)
حمایت ← تعهد ← اشتراک دانش ← رفتار نوآورانه	۰/۲۶۳	۰/۰۱۰	۱۵/۱۶۸	۰/۰۰۰	(۰/۲۳۶ ۰/۲۹۴)
تعهد ← اشتراک دانش ← نوع دوستی	۰/۲۲۱	۰/۰۱۸	۱۱/۲۶۰	۰/۰۰۱	(۰/۲۰۱ ۰/۲۵۳)
تعهد ← اشتراک دانش ← فضیلت	۰/۲۵۰	۰/۰۱۵	۱۵/۵۵۰	۰/۰۰۰	(۰/۲۲۴ ۰/۲۷۵)
تعهد ← اشتراک دانش ← رفتار نوآورانه	۰/۲۳۵	۰/۰۱۶	۱۳/۰۵۲	۰/۰۰۰	(۰/۲۱۳ ۰/۲۶۰)



بخشی از نتایج ارائه شده در جدول ۳ نشان می‌دهد که تعهد عاطفی به صورت غیرمستقیم بر نوع دوستی ($\beta=0/221, p<0.001$)، فضیلت مدنی ($\beta=0/250, P<0.01$) و رفتار نوآورانه ($\beta=0/235, P<0.01$) از راه رفتار به اشتراک گذاری دانش تأثیر می‌گذارد. این نتایج نیز فرضیه‌های ۷، ۱۰ و ۱۳ مطرح شده را تأیید می‌کنند. نتایج چندین تأثیر واسطه‌ای متغیرهای بررسی شده در این پژوهش در جدول ۳ نشان داده شده است.

۴-۳- برازش الگو

در این پژوهش برای سنجش برازش الگوی ساختاری از شاخص GOF استفاده شده است. پژوهشگران سطح قابل قبول برای اشتراک آماری را بیشتر از ۰/۵ بیان کرده‌اند [۹]. در الگوسازی با استفاده از نرم افزار پی‌ال‌اس معیاری برای سنجش تمام الگو وجود ندارد. با وجود این، یک معیار کلی برای نیکویی برازش (GOF) پیشنهاد شده است. این شاخص، هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد و به عنوان معیاری برای پیش‌بینی عملکرد کلی الگو به کار می‌رود (جدول ۴).

$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2}$$

جدول ۴. میانگین اشتراک متغیرهای مکنون

مقدار R ²	AVE	متغیرهای مکنون
-----	۰/۵۳۹	کووید ۱۹
۰/۳۱۴	۰/۶۳۷	حمایت سازمانی ادراکی
۰/۴۴۵	۰/۶۴۶	تعهد عاطفی
۰/۱۸۱	۰/۵۶۸	رفتار اشتراک‌گذاری دانش
۰/۲۷۲	۰/۵۹۰	نوع دوستی
۰/۵۰۳	۰/۶۱۸	فضیلت مدنی
۰/۴۳۸	۰/۶۰۸	رفتار نوآورانه سازمانی
	۰/۴۶۴	مقدار GOF



مقادیر GOF به صورت بیشتر از ۰/۳۶ بسیار مناسب، ۰/۲۵ متوسط و ۰/۱ ضعیف است [۹]. مقدار ۰/۴۶۴ که برای GOF به دست آمده است، نشان می‌دهد که الگوی مورد مطالعه قدرت پیش‌بینی مناسبی دارد و از برازش مناسبی برخوردار است. بنابراین یافته‌ها اعتبار کلی مدل را تأیید می‌کنند.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

در محیط کنونی که در آن سازمان‌ها بر رفتارهای مبتنی بر همکاری بین کارمندان تأکید می‌کنند، راه‌های ایجاد رفتارهای فرانقشی در کارکنان و مؤلفه‌های اثرگذار در این فرایند، به‌خصوص در حدود یک سال گذشته و پس از ایجاد بحران ویروس کووید-۱۹، به‌عنوان یک ضرورت مورد توجه ویژه سازمان‌ها قرار گرفته است. بنابراین، پژوهش حاضر با هدف بررسی پیوند حمایت سازمانی درک‌شده، تعهد عاطفی و رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش با رفتارهای فرانقش سازمانی در دوران بحران ویروس کووید-۱۹ انجام شده است. برای دستیابی به این هدف با بررسی مبانی نظری در زمینه متغیرهای پژوهش و جمع‌آوری داده‌ها از کارکنان این شرکت با استفاده از ابزار پرسشنامه، روابط میان متغیرها و فرضیه‌های بیان‌شده در این پژوهش، با روش همبستگی و با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس سنجش شد. نتایج و پیشنهادهای این پژوهش به‌عنوان مسیر راه مدیران سازمان در جهت مدیریت پایدار منابع انسانی و تقویت رفتارهای فرانقش برای موفقیت و توسعه سازمان، کاربرد دارد.

هم‌راستا با پژوهش‌های گذشته در این زمینه (چن و ایون [۱۴]؛ اسپارک [۱۷])، نتایج فرضیه اول نشان داد که حمایت سازمانی درک‌شده از سوی کارکنان با شیوع ویروس کووید-۱۹ رابطه معناداری داشته و در این دوره کارکنان توجه بیشتری به حمایت‌های سازمانی داشته و آن را درک کرده‌اند. همچنین، فرضیه دوم پژوهش نشان داد که حمایت سازمانی درک‌شده، رابطه مثبت و معناداری با تعهد عاطفی کارکنان دارد. این نتیجه با نتایج ژنگ و همکاران [۲۰]، اختر و همکاران [۲۳] و نظیر و همکاران همکاران [۴۱] همخوانی دارد. سایر نتایج پژوهش نشان دادند که تعهد عاطفی به‌صورت مثبتی با رفتارهای سازمانی اجتماعی در ارتباط است و



می‌توانند به‌وسیله رهبران تشویق و تقویت شوند. نتایج نشان داد که تعهد عاطفی تأثیر مستقیمی بر نوع دوستی ندارد، اما تأثیر مستقیم معناداری بر فضیلت مدنی و رفتار نوآورانه دارد. علاوه بر این، نتایج پژوهش نشان داد که رفتار به‌اشتراک‌گذاری دانش نقش واسطه‌ای بین تعهد عاطفی و هرسه نوع رفتارهای کارکنان ایفا می‌کند. بنابراین، ۱۲ فرضیه پژوهش تأیید شد و فقط فرضیه پنجم شامل رابطه تعهد عاطفی و رفتار نوع دوستی رد شد. پژوهش‌های دانایی فرد و صالحی [۱۳]، کورتسیس و همکاران [۱۲]، چانگ و همکاران [۲۲]، بولینو و گرت [۳]، باتیستلی و همکاران [۳۳]، واندواوسی و همکاران [۳۸]، اودواردی و همکاران [۶] و اسدخان و همکاران [۵] با بخش‌هایی از نتایج این پژوهش همخوانی دارد، اما با نتایج تامپسون و هرون [۱۵] که رابطه معناداری بین تعهد عاطفی و رفتار نوآورانه سازمانی نیافتند، همخوانی ندارد.

براساس نتایج به‌دست‌آمده، سازمان‌ها باید اطمینان حاصل کنند که انگیزه‌ها، انواع دانش و اشکال تبادل اطلاعات را که رابطه بلندمدت با رفاه کارکنان دارند، ترویج می‌کنند. براین‌اساس، سازمان‌ها باید حضور دانش در جریان‌های استخدامی و روابط نیروی کار خود را تقویت کنند تا به‌اشتراک‌گذاری دانش را ترویج نمایند. به‌علاوه، رفتارهای سازمانی اجتماعی که تعامل اجتماعی یا رفاه^۱ سازمانی را ارتقا می‌دهند، برای راهبرد نوآوری مداوم ضروری هستند. خلاصه اینکه سازمان‌ها برای ایجاد رفتارهای اجتماعی سازمانی، نظیر نوع دوستی، فضیلت مدنی یا رفتار نوآورانه سازمانی باید راهبردهای تقویت و تبادل دانش را ترکیب کنند. سازمان‌ها باید از راه بهبود در راهبردها و طرح سازمانی، حمایت کافی از کارکنان را ارائه دهند. مأموریت سازمان (که به‌وسیله مدیریت عالی تعیین شده است)، یک محرک کلیدی رفتارهای سازمانی اجتماعی است. مدیران ارشد می‌توانند ارزش‌های سازمانی را ترویج کنند که سرپرستان و کارمندان را به اتخاذ رفتارهای فرائقش نظیر نوع دوستی، فضیلت مدنی و رفتار نوآورانه سازمانی ترغیب کنند. به‌این‌ترتیب، یک تأثیر هرمی^۲ نهان را می‌توان بیان کرد که در آن مدیران عالی می‌توانند به رفتار سرپرستان شکل دهند و سپس نگرش و رفتار کارمند را تحت تأثیر قرار دهند. بنابراین، مدیران و سرپرستان باید راهبردها و فرایندهای آموزشی اجرا کنند که یک فرهنگ سازمانی اعتماد و طرح کاری را پرورش دهند و همکاری و رفتارهای

1. Wellbeing
2. Trickle-down



همکارانه را تشویق کنند تا روابط کمک متقابل بین همکاران را ایجاد نمایند. در آخر، رفتارهای سازمانی اجتماعی می‌توانند از راه مدلسازی دوباره کار برانگیخته شوند تا آن را معنادارتر کنند. حمایت سازمانی درک‌شده را می‌توان از راه افزایش عدالت و انصاف در طراحی، نظارت و اجرای تمام عملیات‌های سازمانی که به کارمندان آموزش می‌دهند، ایجاد کرد. باید توجه داشت که این رفتارها باید در سازمان ارتقا پیدا کند. همچنین سازمان‌ها در شرایط بحران کووید-۱۹ باید با اهمیت‌دادن به سلامت کارکنان، پرداخت به موقع حقوق‌ها و ایجاد امنیت شغلی برای کارکنان، درک حمایت‌های سازمانی را برای آنها ایجاد کنند. سازمان‌ها همچنین باید با تشکیل اتاق‌های فکر، تسهیم اطلاعات، مشارکت کارکنان و بیان ایده‌های آنها، هم احساس مهم‌بودن و مشارکت را در کارکنان ایجاد کنند و هم از ایده‌ها و نوآوری‌ها استقبال و با تلخیص و تقویت از آنها برای رشد سازمان استفاده کنند.

۶- پیشنهاد‌های پژوهشی

پژوهش‌های آینده می‌توانند به سایر ویژگی‌های فردی، محیطی و سازمانی، با در نظر گرفتن تأثیرات تعدیلگر نهفته این نوع رفتار پردازند. پژوهش‌های آینده می‌توانند با بررسی تأثیر تعدیلگر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی اجتماعی، ابعاد غنای شغلی، نقش‌های سازمانی یا نوع سازمان یا بخشی که در آن فعالیت می‌کنند، همچنین با انجام مصاحبه، این نتایج را بسط و گسترش دهند. در پایان، مؤلفه‌های بین فرهنگی نیز می‌توانند در پژوهش‌های آینده در نظر گرفته شوند.

۷- منابع

[۱] سید جوادین، سید رضا؛ حسینی‌پور یاسوری، طهمورث؛ مانیان، امیر. طراحی مدل مدیریت منابع انسانی در شرکت‌های نوپا. *پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، ۱۳(۱)، (۱۴۰۰): ۱۳۱-۱۷۰.

[2] Cillo, V., Petruzzelli, A. M., Ardito, L., & Del Giudice, M. Understanding sustainable innovation: A systematic literature



- review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(5), (2019): 1012-1025.
- [3] Bolino, M. C., & Grant, A. M. The bright side of being prosocial at work, and the dark side, too: A review and agenda for research on other-oriented motives, behavior, and impact in organizations. *Academy of Management Annals*, 10(1), (2016): 599-670.
- [4] Peng, X. P., Tian, X. Z., & Guo, X. D. Prosocial Behavior in Organizations: A Literature Review and Prospects. *Foreign Econ. Manag*, 41, (2019): 114-127.
- [5] Asad Khan, M. A., Ismail, F. B., Hussain, A., & Alghazali, B. The interplay of leadership styles, innovative work behavior, organizational culture, and organizational citizenship behavior. *SAGE Open*, 10(1), (2020): 2158244019898264.
- [6] Odoardi, C., Battistelli, A., Montani, F., & Peiró, J. M. Affective commitment, participative leadership, and employee innovation: a multilevel investigation. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 35(2), (2019): 103-113.
- [7] Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., Schroeder, D. A., & Penner, L. A. *The social psychology of prosocial behavior*. Psychology Press. New York, NY, USA, (2017): pp. 268-307.
- [8] Jung, H. S., & Yoon, H. H. The effects of emotional intelligence on counterproductive work behaviors and organizational citizen behaviors among food and beverage employees in deluxe hotel. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), (2012): 369-378.
- [9] Aghaei, M., Ghasemian Sahebi, A., & Kordheydari, R. The effect of covid-19 on marketing innovations and corporate social responsibility (case study: active companies in food industry). *International journal on customer relations*, 8(2), (2021): 15-26.
- [10] Jeung, C. W., Yoon, H. J., & Choi, M. Exploring the affective mechanism linking perceived organizational support and knowledge sharing intention: a moderated mediation model. *Journal of Knowledge Management*, 21, (2017): 946-960.
- [11] Rhoades, L., Eisenberger, R., & Armeli, S. Affective commitment to the organization: the contribution of POS. *Journal of applied psychology*, 86(5), (2001): 825-841.
- [12] Kurtessis, J. N. Perceived organizational support: A meta-analytic evaluation of organizational support theory. *Journal of management*, 43(6), (2017): 1854-1884.

[۱۳] دانایی‌فرد، حسن و صالحی، علی. بررسی نقش تسهیم دانش در رابطه میان اجزای سرمایه‌های فکری و رفتار نوآورانه. پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، ۵(۱)، (۱۳۹۴): ۱-۲۰.

- [14] Chen, Han, & Khalid Eyoun. "Do mindfulness and perceived organizational support work? Fear of COVID-19 on restaurant frontline employees' job insecurity and emotional exhaustion." *International Journal of Hospitality Management* 94, (2021): 102850.
- [15] Thompson, M., & Heron, P. Relational quality and innovative performance in R&D science technology firms. *Human Resource Management Journal*, 16(1), (2006): 28-47.
- [16] Baert, S., Lippens, L., Moens, E., Sterkens, P., Weytjens, J. How Do We Think the COVID-19 Crisis Will Affect Our Careers (if Any Remain)? IZA Discussion Paper No. (2021): 13164. <https://ssrn.com/abstract=3584927>.
- [17] Spurk, D., & Straub, C. Flexible employment relationships and careers in times of the COVID-19 pandemic. *Journal of Vocational Behaviour*, 119, (2020): 103-435.
- [18] Srivastava, A., Bartol, K. M., & Locke, E. A. Empowering leadership in management teams: Effects on knowledge sharing, efficacy, and performance. *Academy of management journal*, 49(6), (2006): 1239-1251.
- [۱۹] اخلاقی، طاهره؛ علیزاده‌ثانی، محسن؛ موقر، مرتضی. تأثیر تعهد سازمانی و ارتباط با مشتری بر نیت اخلاقی کارکنان. پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، ۸(۲)، (۱۳۹۷): ۱۹-۳۷.
- [20] Zheng, X., Li, L., Zhang, F., & Zhu, M. The roles of power distance orientation and perceived insider status in the subordinates' Moqi with supervisors and sustainable knowledge-sharing. *Sustainability*, 11(5), (2019): 1421.
- [21] Cugueró-Escofet, N., Ficapal-Cusí, P., & Torrent-Sellens, J. Sustainable human resource management: How to create a knowledge sharing behavior through organizational justice, organizational support, satisfaction and commitment. *Sustainability*, 11(19), (2019): 5419.
- [22] Chang, W. J., Liao, S. H., Lee, Y. J., & Lo, W. P. Organizational commitment, knowledge sharing and organizational citizenship behaviour: the case of the Taiwanese semiconductor industry. *Knowledge Management Research & Practice*, 13(3), (2015): 299-310.



- [23] Akhtar, M. W., Syed, F., Husnain, M., & Naseer, S. Person-organization fit and innovative work behavior: The mediating role of POS, affective commitment and trust. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 13(2), (2019): 311-333.
- [24] Teng, C. C., Lu, A. C. C., Huang, Z. Y., & Fang, C. H. Ethical work climate, organizational identification, leader-member-exchange & organizational citizenship behavior. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32, (2020): 212-229.
- [25] Wingate, T. G., Lee, C. S., & Bourdage, J. S. Who helps and why? Contextualizing organizational citizenship behavior. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, 51(3), (2019): 147-162.
- [26] Fehr, E. The nature of human altruism. *Nature*, 425(6960), (2003): 785-791.
- [27] Bartlett, M. Y., & DeSteno, D. Gratitude and prosocial behavior: Helping when it costs you. *Psychological science*, 17(4), (2006): 319-325.
- [28] Grant, A. M. Does intrinsic motivation fuel the prosocial fire? Motivational synergy in predicting persistence, performance. *Journal of applied psychology*, 93(1), (2008): 48-58.
- [29] منصورى مؤيد، فرشته؛ کردحیدری، راحیل و قاسمیان صاحبی، علی. نقش کارگزاران دانش در توسعه مدل بازاریابی دانش فنی شرکت‌های دانش‌بنیان. پژوهش‌های مدیریت در ایران، 24(2)، (1399): 35-60.
- [30] قاسمیان صاحبی، علی؛ مشبکی، اصغر و خداداد حسینی، سیدحمید. بررسی وفاداری به برند از طریق عجزین شدن مشتری در جوامع برند آنلاین. مدیریت برند، 5(1)، (1397): 13-34.
- [31] Vinarski-Peretz, H., Binyamin, G., & Carmeli, A. Subjective relational experiences and employee innovative behaviors. *Journal of vocational behavior*, 78(2), (2011): 290-304.
- [32] Camelo-Ordaz, C., Garcia-Cruz, J., Sousa-Ginel, E., & Valle-Cabrera, R. The influence of human resource management on knowledge sharing and innovation in Spain. *international journal of human resource management*, 22(07), (2011): 1442-1463.
- [33] Battistelli, A., Odoardi, C., Vandenberghe, C., Di Napoli, G., & Piccione, L. Information sharing and innovative work behavior: Role of organizational commitment. *Human Resource Development Quarterly*, 30(3), (2019): 361-381.

- [34] Aghaei, M., Ghasemian Sahebi, A., & Kordheydari, R. Design and explain the pattern of destination brand value creation strategies in Iranian tourism industry. *Journal of Tourism Quarterly*, 3(2), (2021): 68-97.
- [35] Allen, N. J., & Meyer, J. P. Affective, continuance, and normative commitment to the organization: examination. *Journal of vocational behavior*, 49(3), (1996): 252-276
- [36] Van Dyne, L., & Dienesch, M. OCB: Construct redefinition, measurement, and validation. *Academy of management Journal*, 37(4), (1994): 765-802.
- [37] Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of management*, 26(3), (2000): 513-563.
- [38] Vandavasi, R. K. Knowledge sharing, shared leadership and innovative behaviour: a cross-level analysis. *International journal of manpower*, 41(8), (2020): 1221-1233.
- [39] Sahebi, A. G., Kordheydari, R., & Aghaei, M. (2022). A New Approach in Marketing Research: Identifying the Customer Expected Value through Machine Learning and Big Data Analysis in the Tourism Industry. *Asia-Pacific Journal of Management and Technology (AJMT)*, 2(3), 26-42.
- [40] Cohen, J. The t test for means. *Statistical power analysis for the behavioral sciences*, 2, (1988): 20-26.
- [41] Nazir, S., Shafi, A., Atif, M. M., Qun, W., & Abdullah, S. M. How organization justice and perceived organizational support facilitate employees' innovative behavior at work. *Employee Relations: The International Journal*, 41(6), (2019): 1288-1311.