مقـــاله تحقیقی

رابطه بیـــن هوش هیجـــانی و رفتـــار شهروندی ســـازمانی با کارآفرینی اجتماعی در کارکنان ســـازمان نظام پزشکی تهران

زمینه: هوش هیجانی نه تنها با رفتارهای شغلی بلکه با برآیندهای مرتبط با کار نظیر رضایت و انگیزش شغلی نیز مرتبط است. هدف اصلی این تحقیق رابطه بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی با کارآفرینی اجتماعی کارکنان سازمان نظام پزشکی تهران می‌باشد.

روش کار: روش تحقیق در این مطالعه توصیفی از نوع پیمایشی بوده و جامعه آماری، کارکنان واحدهای مذکور بوده که به کمک جدول مورگان و از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۹۲ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، شامل پرسشنامه سنجش هوش هیجانی گلمن (۲۰۰۱)، پرسشنامه سنجش رفتار شهروندی سازمانی اورگان (۱۹۹۸)، و همچنین پرسش نامه کارآفرینی اجتماعی دیز (۱۹۹۸) می‌باشد. روش تجزیه و تحلیل داده ها، با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی(شامل: آزمون کولموگروف- اسمیرنف، آزمون ضریب همبستگی و آزمون رگرسیون گام به گام) به کمک نرم افزار SPSS انجام شد.

یافته‌ها: بین هوش هیجانی و مولفه‌های آن (خودآگاهی، مدیریت خویشتن، آگاهی اجتماعی و مهارت اجتماعی) و همچنین بین رفتار شهروندی سازمانی و مولفه‌های آن (وجدان کاری، نوع دوستی، جوانمردی و نزاکت) با کارآفرینی اجتماعی کارکنان سازمان نظام پزشکی تهران رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. همچنین نتایج رگرسیون گام به گام نشان داد که ۷۴/۸ درصد تغییرات کارآفرینی اجتماعی به وسیله دو متغیر هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی تبیین می‌شود.

نتیجه‌گیری: بر اساس یافته‌های تحقیق حاضر، بین هوش هیجانی و مولفه‌های آن و همچنین بین رفتار شهروندی سازمانی و مولفه های آن با کارآفرینی اجتماعی کارکنان سازمان نظام پزشکی تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: هوش هیجانی، رفتار شهروندی سازمانی، کارآفرینی اجتماعی.

رحمن اله یاری[1]*، فرشاد بزرگی[2]

[1] کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس، چالوس، ایران.

[2] مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس، ایران.

* نشانی نویسنده مسئول:

سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران، تهران، ایران.

نشانی الکترونیک: rahman4864@yahoo.com

مقدمه

داشتن یک الگوی سرمایه گذاری در ذهن کارآفرین و اینکه بداند چه موقع یک کسب و کار یا مخاطره را شروع کند، حائز اهمیت است. اولین الگو، یک مدل درآمدی است که در آن کارآفرین به کسب و کار یا مخاطره، براساس جایگزین درآمد نگاه می کند. یعنی بعد از یک دوره شروع اولیه و در نظم کوتاه منطقی مخاطره، جریان منظمی از درآمد را فراهم می آورد که استاندارد کارآفرینی بسیار بالایی را حمایت می کند. دومین مورد، یک الگوی رشد است که در آن کارآفرین مخاطره را مشابه رشد بسیار بالای موجودی می بیند که برخی پاداشهای اضافی را پرداخت می کند، اما کارآفرین کسب سرمایه عمده را در پنج سال یا بیشتر از آن تشخیص می دهد. کارآفرین زمانی یک درآمد پایین را می پذیردکه سرمایه گذاری مجدد، به همان اندازه ممکن بوده و یا حتی سرمایه اضافی برای حمایت از رشد اجتماعی صرف شود. اما در این مسیر نتیجه مهمی که کارآفرین تشخیص می دهد، زمان مخاطره جویی عمومی یا خریداری سهام است. سومین الگو، کوتاه مدت است که یک الگوی فرضی بوده و در آن کار آفرین به شکلی اساسی، خواستار آغاز مخاطره و کار آیی در بازار است و در این جا کالا یا محصول و خدمت فقط به بهترین پیشنهاد دهنده فروخته می شود. می توان این پدیده را با تعدادی از شرکتهای اینترنتی امروزی تطبیق داد. این مدلها همچنین اشارات ضمنی مهمی به چگونگی ایجاد کسب و کار و مخاطره دارد. بعنوان مثال کارآفرینان، الگوی درآمد را اغلب در مراحل اولیه مخاطره یا سبک زندگی انواع کسب و کارها به کار می گیرند. آنها احتمالا بر پس انداز و بدهی و وام تاکید بسیاری دارند در حالی که افرادی که بر الگوی رشد تاکید می کنند، مستعد افزایش کنترل بوده و بر شرکاء و برابری مالی صحه می گذارند و در مقابل افرادی که از یک الگوی فرضی استفاده می کنند، تمایل شدیدی به اجاره کردن و به دست آوردن منابع و برون سپاری بخشهای اصلی کسب و کار دارند(۱). در بیشتر مطالعاتی که در زمینه رفتار شهروندی سازمانی صورت گرفته، این رفتار را، رفتاری سازنده، خود ابداع، خودجوش و یا رفتاری داوطلبانه که هدفش افزایش بهره وری محیط کار است، در نظر می‌گیرند. در مطالعات مذکور به این موضوع پرداخته نشده که ممکن است، رفتار شهروندی سازمانی از سایر انگیزه‌ها که احتمالاً کمتر داوطلبانه و خودجوش می‌باشند، نشأت گرفته باشد. در این جا می‌توان از رفتارهای منفعت طلبانه و سوء استفاده گرایانه سرپرستان مستقیم و فشار مدیریت و همکاران برای به کار گماردن اجباری کارمندان در اقداماتی که نمی‌خواهند خود را درگیر آن‌ها کنند، از جمله فشارهای سرپرستان و مدیران اشاره کرد. اخیراً این رفتارها در ادبیات مدیریت تحت عنوان «رفتار شهروندی اجباری» آمده است (۲). امروزه هوش هیجانی به عنوان نوعی هوش تبیین شده است که هم شامل درک دقیق هیجان‌های خود شخص و هم تعبیر دقیق حالات هیجانی دیگران است. هوش هیجانی، فرد را از نظرهیجانی ارزیابی می‌کند، به این معنی که فرد به چه میزانی از هیجان‌ها و احساس‌های خود آگاهی دارد و چگونه آنها را کنترل و اداره می‌کند. نکته قابل توجه در راستای هوش هیجانی این است که توانایی‌های هوش هیجانی ذاتی نیستند، آنها می‌توانند آموخته شوند. در دو دهۀ اخیر، شواهد پژوهشی متعددی به تأثیر فراگیر هیجان در اکثر جنبه های شناختی و رفتاری اشاره داشته‌اند (۳). "کوهن"، تعارض در سازمان ها را در هم شکستن همکاری یا تهدیدی برای آن به حساب می آورد و معتقد است که بروز تعارض در سازمانها هم طبیعی است و هم در روابط افراد مورد انتظار است. پس تعارض امری اجتناب ناپذیر است و کسی نمی تواند ادعا کند که با آن روبرو نشده یا نخواهد شد. نکته اساسی، نگرش ما نسبت به تعارض و برخورد درست با آن و تشخیص حق و یا ناحق بودن آن، بر اساس علل و عوامل بوجود آورندۀ آن و پیشنهاد راه حلی منطقی و درست برای بهره برداری بهینه از آن است (۴).

مبانی نظری

هوش هیجانی نه تنها با رفتارهای شغلی بلکه با برآیندهای مرتبط با کار نظیر رضایت و انگیزش شغلی نیز مرتبط است. هوش هیجانی یکی از مفاهیمی است که از سال ۱۹۹۰ مطرح شده و در دو دهه اخیر در علم روانشناسی کار، توجه بسیاری را به خود جلب نموده است. تا قبل از مطرح شدن هوش هیجانی، محققان هوش شناختی را مهمترین عامل موفقیت افراد می دانستند، اما امروزه عقیده بر این است که هوش هیجانی و توانایی بهره‌گیری از آن، عامل مهمتری در موفقیت‌های فردی است. هوش هیجانی مجموعه‌ای از توانایی‌های شناختی و هیجانی به هم پیوسته است که به فرد کمک می‌کند تا با دریافت، ارزیابی و بیان دقیق هیجان‌ها، از احساس‌هایی که افکار را تسهیل می‌کنند، آگاهی یابد و با برقراری توازن میان افکار و هیجان‌های خود تصمیم‌گیری‌های عاقلانه و رفتاری مسئولانه داشته باشد (۵).

در این زمینه تعاریف مفهومی ذیل از گلمن[1](۶) استخراج شده اند:

– **خودآگاهی:** ضروری‌ترین توانایی مرتبط با هوش هیجانی این است که فرد از هیجانات و احساسات خودآگاهی داشته باشد. توانایی خودآگاهی به فرد اجازه می‌دهد تا نقاط قوت و محدودیت‌های خود را بشناسد و به ارزش خود اعتماد پیدا کند (۷).

– **مدیریت خویشتن:** توانایی کنترل و اداره کردن عواطف و هیجان‌ها، توانایی حفظ آرامش در شرایط بحرانی و استرس‌زا، توانایی خود انگیزشی و ابراز منویات درونی است. به عبارتی خود مدیریتی، توانایی کنترل عواطف و هیجانات و رفتارهای صادقانه و صحیح است. افراد بامهارت خود مدیریتی، اجازه بدخلقی‌ها در طول روز را به خود نداده و می‌دانند منشاء بدخلقی‌ها کجاست و ممکن است چقدر طول بکشد.

1. Goleman

– **آگاهی اجتماعی:** تشخیص فکر و احساس دیگران، که شامل برخورداری از همدلی در تمام سطوح فردی، گروهی و سازمانی هست. افراد دارای این مهارت دقیقاً می‌دانند که گفتار و کردارشان بر دیگران تأثیر می‌گذارد و می‌دانند اگر تأثیر رفتارشان منفی است؛ باید آن را تغییر دهند. یک نمونه از مهارت آگاهی اجتماعی، همدلی است. همدلی یعنی توانایی ورود به احساسات دیگران یا توانایی درک احساسات کارکنان در فرآیند تصمیم‌گیری هوشمند فردی یا گروهی است.

– **مهارت اجتماعی:** توانایی مرتبط باهوش هیجانی، شامل توانایی برقراری ارتباطات و مراودات آشکار و قانع‌کننده، تأثیرگذاری، تشریک‌مساعی، کار گروهی، فرونشاندن اختلالات و ایجاد پیوندهای قوی بین افراد است. از این مهارت می‌توان در جهت گسترش شور و اشتیاق و حل تعارض استفاده کرد. مهارت‌های خودآگاهی و خود مدیریتی مربوط به حوزه فردی است و مهارت‌های آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط به چگونگی رابطه با افراد و اجتماع برمی‌گردد و بیشتر به توانایی در حفظ صحیح روابط خود با دیگران می‌پردازند.

رفتار شهروندی سازمانی: رفتاری منحصر به فرد، اختیاری و فرا وظیفه ای است که در افزایش عملکرد اثربخش سازمان مؤثر است و بطور مستقیم یا غیر مستقیم، بوسیله سیستم پاداش رسمی سازمان، سازماندهی نمی‌شود. این تعریف بر سه ویژگی اصلی رفتار مدنی تاکید دارد: اول اینکه این رفتار باید داوطلبانه باشد، یعنی نه یک وظیفه ی از پیش تعیین شده و نه به عنوان بخشی از وظایف رسمی. دوم اینکه مزایای این رفتار، جنبه ی سازمانی دارد و ویژگی سوم این است که رفتار شهروندی سازمانی ماهیتی چند وجهی دارد (۸).

– **وجدان کاری:** شامل رفتارهایی است که به شیوه ای فراتر از الزامات تعیین شده نقش سازمانی، یا آنچه انتظار می رود، از طرف کارمند در انجام وظایف روی می دهد (۹).

– **نوع دوستی:** رفتارهای یاری دهنده ای هستند که توسط یک فرد به منظور کمک به کارکنان مشخص در ارتباط با مسائل سازمانی معین است (۹).

– **جوانمردی:** رفتار جوانمردانه ای که از شکوه و شکایت زیاد در محل کار جلوگیری می کند. جوانمردی عبارت است از تمایل به شکیبایی در مقابل مزاحمت های اجتناب ناپذیر و اجحاف های کاری بدون اینکه گله و شکایتی صورت گیرد (۹).

– **نزاکت:** رفتارهای مودبانه‌ای هستند که از ایجاد مسئله و مشکل در محل کار جلوگیری می‌کنند (۱۰).

روش کار

تحقیق حاضر در دسته پژوهش های کاربردی قرار می گیرد؛ که اطلاعات آن به شیوه پیمایشی جمع آوری گردیده است، اما از نظر تجزیه و تحلیل اطلاعات زمینه یابی بوده و این تحقیق از نوع توصیفی- همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش، کارکنان سازمان نظام پزشکی تهران می باشند. برای نمونه گیری از جامعه مورد مطالعه، از روش نمونه گیری تصادفی ساده به کمک جدول مورگان استفاده شد و تعداد ۹۲ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. تحلیل عاملی تائیدی مقیاس سه پرسش نامه در نمودارهای زیر ارائه شده است. بارعاملی استاندارد تحلیل عاملی تائیدی برای سنجش قدرت بین هر عامل (متغیر پنهان) با متغیرهای قابل مشاهده آن (گویه‌های پرسشنامه) در تمامی موارد بزرگتر از ۳/۰ و در بیشتر موارد حتی بزرگتر از ۰/۶ بدست آمده است.

در این پژوهش از روش آلفای کرونباخ که در بیشتر پژوهش ها مبنای سنجش پایایی قرار می گیرد استفاده گردید. در این روش، اجزاء یا قسمت های آزمون برای سنجش پایایی آزمون به کار می روند. زمانی که این ضریب بزرگتر از ۷/۰ باشد، آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار است(جدول ۱).

جدول ۱: پایایی پرسشنامه‌ها

خرده مقیاس	ضریب آلفای کرونباخ
خود آگاهی	۰/۸۴۷
مدیریت خویشتن	۰/۷۵۰
آگاهی اجتماعی	۰/۷۱۳
مهارت اجتماعی	۰/۷۳۷
هوش هیجانی (مستقل)	۰/۹۰۱
رفتار شهروندی سازمانی (وابسته)	۰/۷۹۸
کارآفرینی اجتماعی (وابسته)	۰/۸۱۸

یافته‌ها

بین هوش هیجانی و مولفه های آن (خودآگاهی، مدیریت خویشتن، آگاهی اجتماعی و مهارت اجتماعی) و همچنین بین رفتار شهروندی سازمانی و مولفه های آن (وجدان کاری، نوع دوستی، جوانمردی و نزاکت) با کارآفرینی اجتماعی کارکنان سازمان نظام پزشکی تهران رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. همچنین نتایج رگرسیون گام به گام نشان داده ۷۴/۸ درصد تغییرات کارآفرینی اجتماعی به وسیله دو متغیر هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی تبیین گردید. جدول۲ مقادیرمعنی داری آزمون کولموگروف-اسمیرنف متغیرهای تحقیق را نشان می دهد.

جدول ۲: آزمون کولموگروف–اسمیرنف متغیرهای تحقیق

متغیرها	سطح معنی‌داری	Z کلموگروف اسمیرنوف
خود آگاهی	۰/۳۰۹	۰/۹۶۶
مدیریت خویشتن	۰/۶۹۳	۰/۷۱۱
آگاهی اجتماعی	۰/۱۸۹	۱/۰۸۶
مهارت اجتماعی	۰/۱۵۴	۱/۱۳۲
وجدان کاری	۰/۳۰۴	۰/۹۶۹
نوع دوستی	۰/۴۲۹	۰/۸۷۵
جوانمردی	۰/۳۲۹	۰/۹۴۹
نزاکت	۰/۱۳۵	۱/۱۶۱
هوش هیجانی (مستقل)	۰/۷۷۷	۰/۶۵۹
رفتار شهروندی سازمانی (مستقل)	۰/۶۶۷	۰/۷۲۶
کارآفرینی اجتماعی (وابسته)	۰/۵۴۳	۰/۸۰۰

جدول۳ و ۴ نتایج آزمون همبستگی بین مولفه های هوش هیجانی و مولفه های رفتار شهروندی سازمانی را بطور جداگانه با کارآفرینی اجتماعی نشان می دهند.

جدول ۳. نتایج آزمون همبستگی بین مولفه های هوش هیجانی با کارآفرینی اجتماعی

متغیر	شاخص ها	کارآفرینی اجتماعی	تعداد نمونه(n)
خودآگاهی	مقدارهمبستگی (r)	۰/۴۱۸**	۹۲
	سطح معناداری(sig)	۰/۰۰۰۱	
مدیریت خویشتن	مقدارهمبستگی(r)	۰/۵۱۸**	۹۲
	سطح معناداری(sig)	۰/۰۰۰۱	
آگاهی اجتماعی	مقدارهمبستگی(r)	۰/۷۱۳*	۹۲
	سطح معناداری(sig)	۰/۰۰۰۱	
مهارت اجتماعی	مقدارهمبستگی(r)	۰/۴۵۴**	۹۲
	سطح معناداری(sig)	۰/۰۰۰۱	

جدول ۴. نتایج آزمون همبستگی بین مولفه های رفتار شهروندی سازمانی با کارآفرینی اجتماعی

متغیر	شاخص ها	کارآفرینی اجتماعی	تعداد نمونه(n)
وجدان کاری	مقدارهمبستگی (r)	۰/۷۸۹**	۹۲
	سطح معناداری (sig)	۰/۰۰۰۱	
نوع دوستی	مقدارهمبستگی(r)	۰/۷۱۸**	۹۲
	سطح معناداری(sig)	۰/۰۰۰۱	
جوانمردی	مقدارهمبستگی(r)	۰/۶۷۵**	۹۲
	سطح معناداری(sig)	۰/۰۰۰۱	
نزاکت	مقدارهمبستگی(r)	۰/۶۵۸**	۹۲
	سطح معناداری(sig)	۰/۰۰۰۱	

نتایج آزمون همبستگی بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی با کارآفرینی اجتماعی در جدول ۵ و معناداری ضرایب رگرسیونی در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول ۵. نتایج آزمون همبستگی بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی با کارآفرینی اجتماعی

عامل	شاخص ها	کارآفرینی اجتماعی	تعداد نمونه(n)
هوش هیجانی	مقدار همبستگی(r)	۰/۸۴۲**	۹۲
	سطح معناداری(sig)	۰/۰۰۰۱	
رفتار شهروندی سازمانی	مقدار همبستگی(r)	۰/۵۴۷**	۹۲
	سطح معناداری(sig)	۰/۰۰۰۱	

جدول ۶.معنادار بودن ضرایب رگرسیونی

مدل		ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد شده	t	.Sig
		B	Std. Error	Beta		
۱	مقدار ثابت	۰/۳۴۱	۰/۲۳۵		۱/۴۵۰	۰/۱۵۱
	هوش هیجانی	۰/۹۰۱	۰/۰۶۱	۰/۸۴۲	۱۴/۷۸۵	۰/۰۰۰۱
۲	مقدار ثابت	-۰/۲۲۰	۰/۲۵۸		-۰/۸۵۴	۰/۳۹۵
	هوش هیجانی	۰/۶۷۲	۰/۰۸۰	۰/۶۲۸	۸/۴۳۳	۰/۰۰۰۱
	رفتار شهروندی سازمانی	۰/۳۷۱	۰/۰۹۱	۰/۳۰۲	۴/۰۶۴	۰/۰۰۰۱
متغیر وابسته: کارآفرینی اجتماعی						

بحث و نتیجه گیری

بین هوش هیجانی و مولفه های آن (خودآگاهی، مدیریت خویشتن، آگاهی اجتماعی و مهارت اجتماعی) و همچنین بین رفتار شهروندی سازمانی و مولفه های آن (وجدان کاری، نوع دوستی، جوانمردی و نزاکت) با کارآفرینی اجتماعی کارکنان سازمان نظام پزشکی تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج رگرسیون گام به گام نشان داد که ۷۴/۸ درصد تغییرات کارآفرینی اجتماعی به وسیله دو متغیر هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی تبیین می شود.

فرضیه اصلی اول پژوهش حاضر عبارت بود از اینکه بین هوش هیجانی با کارآفرینی اجتماعی کارکنان نظام پزشکی استان تهران رابطه وجود دارد. این فرضیه مورد آزمون قرار گرفت و یافته ها نشان داد که بین هوش هیجانی با کارآفرینی اجتماعی کارکنان نظام پزشکی استان تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی با افزایش هوش هیجانی در نظام پزشکی استان تهران کارآفرینی اجتماعی ارتقا می‌یابد. خدائی و مقتدر زاده (۱۱)، در تحقیقی به بررسی تأثیر هوش هیجانی بر بهره وری کارکنان در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه میاندوآب پرداختند. نتایج نشان داد که هوش هیجانی کارکنان بر بهره وری تأثیر مثبت و معناداری داشت. همچنین بین مولفه های هوش هیجانی با بهره وری سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت که نتایج به دست آمده با یافته‌های محقق در این تحقیق همسو می‌باشد. بنابراین در تبیین فرضیه اصلی اول تحقیق می توان گفت که اگر در بین کارکنان سازمان نظام پزشکی تهران، عواملی از قبیل خودآگاهی، مدیریت خویشتن، آگاهی اجتماعی و مهارت اجتماعی در سطح بالایی باشند، آنگاه شرایط و مقتضیات لازم برای ارتقای کارآفرینی اجتماعی فراهم می‌گردد.

فرضیه اصلی دوم پژوهش حاضر عبارت بود از اینکه بین رفتار شهروندی سازمانی با کارآفرینی اجتماعی کارکنان نظام پزشکی استان تهران رابطه وجود دارد. این فرضیه مورد آزمون قرار گرفت و یافته ها نشان داد که بین رفتار شهروندی سازمانی با کارآفرینی اجتماعی کارکنان نظام پزشکی استان تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی با افزایش رفتار شهروندی سازمانی در نظام پزشکی استان تهران، بهره‌وری سازمانی ارتقا می یابد.یافته های به دست آمده از فرضیه اصلی دوم تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات تقی پور و همکاران (۱۲)، که به بررسی رابطه بین رفتار شهروندی

سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی در شرکت سایپا پرداختند، همسو بود. فرضیه اصلی تحقیق نشان داد که بین رفتار شهروندی سازمانی و بهره وری کارکنان شرکت سایپا رابطه معنی داری وجود داشت. یار احمدی و اسفیدان (۱۳)، در تحقیقی به بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و بهره وری در بین کارکنان دانشگاه شهید بهشتی تهران پرداختند و نتیجه‌گیری نمودند که رابطه مثبت و معناداری بین رفتار شهروندی سازمانی و بهره‌وری کارکنان وجود دارد.

مایل افشار و همکاران (۱۴)، در تحقیقی به بررسی ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی و بهره وری از دیدگاه کارکنان در بیمارستان های آموزشی تهران پرداختند. این پژوهش در شش بیمارستان منتخب دانشگاه علوم پزشکی تهران و شهید بهشتی با رویکرد نگرش سنجی انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد که بین رفتارشهروندی سازمانی و بهره وری رابطه معناداری وجود دارد.

بنابراین در تبیین فرضیه اصلی دوم تحقیق می توان گفت که اگر در بین کارکنان سازمان نظام پزشکی تهران، عواملی از قبیل وجدان کاری، نوع دوستی، جوانمردی و نزاکت در سطح بالایی باشند، آنگاه شرایط و مقتضیات لازم برای ارتقای کارآفرینی اجتماعی فراهم می‌گردد.

مراجع

1. Elanain HM. An investigation of the relationship of the openness to experience and organizational citizenship behaviour. Journal of American Academy of Business. 2008;13(1):72-8.

۲. شاطری، کریم و همکاران. ارزیابی رفتار مدنی سازمانی کارشناسان دانشگاه تهران با استفاده از روش‌های پژوهش ترکیبی، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی (دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار)، سال ششم، شماره ۴، ص ۸۰– ۶۱.

۳. نصرآبادی، معصومه. بررسی تاثیر آموزش حل مساله اجتماعی در هوش هیجانی دانش آموزان دختر با پیشرفت تحصیلی ضعیف. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته روان شناسی دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس تهران، ۱۳۸۳.

۴. نصر اصفهانی، علی. نقد و بررسی سبک های مدیریت تعارض و شرایط استفاده از آن، نشریه علمی پژوهشی کتاب قیم، دانشگاه یزد، ۱۳۹۱.

۵. نوغابی فاطمه، بیات ریزی مهتاب، قربانی زهره، رمیم طیب. بررسی همبستگی هوش هیجانی و رضایت تحصیلی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی تهران. مجله دانشکده پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی تهران، ۱۳۹۴ دوره۷۳، شماره۲، ص ۱۱۶– ۱۱۰.

6. Goleman D, Boyatzis RE, McKee A. Primal leadership: Unleashing the power of emotional intelligence. Harvard Business Press; 2013.

۷. خائف الهی، احمدعلی؛ دوستار، محمد . ابعاد هوش هیجانی. نشریه مدیریت و توسعه. ۱۳۸۲ شماره ۱۸.

۸. غلام حسینی، اسماعیل؛ بجانی، حسین و عماد، ملکی. عوامل تاثیرگذار، مولفه ها و پیامدهای رفتار شهروندی سازمانی. ماهنامه توسعه انسانی پلیس ۱۳۸۹، شماره ۳۱، ص ۳۴–۱۱.

9. Barroso Castro C, Martín Armario E, Martín Ruiz D. The influence of employee organizational citizenship behavior on customer loyalty. International Journal of Service Industry Management. 2004;15(1):27-53.

10. Cohen A, Kol Y. Professionalism and organizational citizenship behavior: An empirical examination among Israeli nurses. Journal of Managerial Psychology. 2004;19(4):386-405.

۱۱. خدائی، سیامک و مقتدر زاده، احمد علی. بررسی تاثیر هوش هیجانی بر بهره وری کارکنان در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه میاندوآب، اولین همایش بین المللی انسجام مدیریت و اقتصاد در توسعه شهری، تبریز، دانشگاه اسوه، دانشگاه آتاتورک ترکیه، ۱۳۹۵.

۱۲. تقی پور، محمد؛ صفاری، کامبیز و محبوبی، مریم. بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و بهره وری نیروی انسانی (مطالعه موردی: شرکت سایپا)، کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع و مدیریت، تهران، دبیرخانه دایمی کنفرانس، ۱۳۹۵.

۱۳. یاراحمدی، فتانه و صفری اسفیدان، فاطمه. بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و بهره وری کارکنان در بین کارکنان دانشگاه شهید بهشتی تهران، چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۹۵.

۱۴. مایل افشار، مهناز؛ رجب زاده، علی و معمارپور، مهدی. بررسی ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی و بهره وری نیروی انسانی از دیدگاه کارکنان در بیمارستان های آموزشی تهران. مجله پیاورد سلامت، ۱۳۹۱، دوره ۶، شماره۲، ص ۶۹–۱۵۷.