

The effect of employee-organization relationship on innovative behavior mediated by organizational trust

Ebrahim Rahimi¹, Iman Manjezi²

DOI: 10.22034/popsci.2021.281741.1084

Abstract

Organizations need employees who engage in innovative behaviors, in order to survive and maintain its competitive advantage. Considering the importance of the role of employee-organization relationship and organizational trust on the occurrence of employees' innovative behaviors, this study was conducted to investigate the effect of employee-organizational relationship on innovative behavior mediated by organizational trust. The research method is descriptive-analytical and correlational. In the present study, the statistical population includes the support staff of 100 branches of Saderat Bank in Isfahan province. Sample selection was performed using a simple random sampling method using Cochran's statistical formula and 80 people were selected as a sample. The data collection tool was a questionnaire.

In order to measure the employee-organization relationship, a researcher-made questionnaire was developed; In order to measure organizational trust, Alonen et al.'s (2008) questionnaire was used and in order to measure innovative behavior, Mismán and Mulder questionnaire (2012) was applied.

The validity of the questionnaire was measured based on the validity of the content and its reliability through Cronbach's alpha. The information was analyzed using PLS and SPSS software. The findings from the data analysis showed that the employee-organization relationship has a direct, positive and significant effect on innovative behavior and an indirect, positive and significant effect on innovative behavior through organizational trust. The results also showed that the employee-organization relationship has a direct, positive and significant effect on organizational trust and organizational trust has a direct, positive and significant effect on innovative behavior.

Keywords: employee-organization relationship, innovative behavior, organizational trust.

1 . PhD in Human Resource Management and Faculty Member, Technical and Vocational University, Qom Technical and Vocational College, Qom, Iran. Responsible author, Email: erahimi57@gmail.com.

2 . Master student of Public Administration, Finance and Budget, Payame Noor University, Delijan Center.



تاثیر رابطه کارمند-سازمان بر رفتار نوآورانه با میانجی گری اعتماد سازمانی

ابراهیم رحیمی^۱، ایمان منجزی^۲

DOI: 10.22034/popsci.2021.281741.1084

نوع مقاله: علمی-ترویجی تاریخ ارسال: ۱۳۹۹/۰۶/۰۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۲۰

چکیده

سازمان‌ها جهت حفظ بقا و حفظ مزیت رقابتی خود، نیاز به کارکنانی دارد که از خود رفتارهای نوآورانه بروز دهند. با توجه به اهمیت نقش رابطه کارمند-سازمان و اعتماد سازمانی بر بروز رفتارهای نوآورانه در کارکنان، این پژوهش با هدف بررسی تأثیر رابطه کارمند سازمان بر رفتار نوآورانه با میانجی‌گری اعتماد سازمانی انجام شده است. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کارکنان پشتیبانی شعب بانک صادرات استان اصفهان به تعداد ۱۰۰ نفر می‌باشد. انتخاب نمونه با استفاده از روش نمونه برداری تصادفی ساده و با استفاده از فرمول آماری کوکران انجام گرفت و تعداد ۸۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده‌ها پرسش‌نامه بود. به منظور سنجش رابطه کارمند-سازمان از پرسشنامه محقق ساخته؛ به منظور سنجش اعتماد سازمانی از پرسشنامه الونن و همکاران (۲۰۰۸) و به منظور سنجش رفتار نوآورانه از پرسشنامه میسمان و مولدر (۲۰۱۲) استفاده شد. روایی پرسشنامه بر اساس روایی محتوا و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت. اطلاعات به دست آمده با استفاده از نرم افزارهای PLS و SPSS تحلیل گردید. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که رابطه کارمند-سازمان تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه و تأثیری غیر مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه از طریق اعتماد سازمانی دارد. نتایج همچنین نشان داد که رابطه کارمند-سازمان تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر اعتماد سازمانی و اعتماد سازمانی تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه دارد.

واژگان کلیدی: رابطه کارمند-سازمان، رفتار نوآورانه، اعتماد سازمانی.

۱. دکترای مدیریت منابع انسانی و عضو هیات علمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای، دانشکده فنی و حرفه‌ای قم، قم، ایران.

نویسنده مسئول. Email: erahimi57@gmail.com.

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش مالی و بودجه، دانشگاه پیام نور مرکز دلیجان.

رفتارهای نوآورانه برای سازمان‌هایی که در پی بقا و اثربخشی هستند یک نیاز اساسی است و بسیاری از سازمان‌ها شدیداً به دنبال روش‌ها و رویکردهای نوآورانه به منظور بهبود اثربخشی و کارآمدی و انعطاف‌پذیری می‌باشند. علت توجه به این رفتار به این دلیل است که بهبود و افزایش این رفتارها می‌تواند نه تنها در بهره‌وری سازمان مفید باشد بلکه سبب موفقیت سازمان‌ها در دنیای رقابتی است (آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۸). رفتار کاری نوآورانه، شامل بررسی فرصت‌ها و تولید ایده‌های جدید است، اما همچنین می‌تواند شامل رفتارهای معطوف بر اعمال تغییر، بکار بستن دانش جدید یا بهبود فرایندهایی برای تقویت عملکرد شخصی و یا شغلی باشد. نوآوری در فرایندها یا محصولات جدید، رفتاری مفید است که در بافت کاری خاصی توسعه داده و اعمال می‌شود، تا از این طریق مشکلات سازمان را حل کرده و وضعیت آن را بهبود بخشد (موفق و همکاران، ۱۳۹۳).

نوآوری دغدغه‌ای برای سازمان‌هایی است که می‌خواهند سالم و رقابتی بمانند. بانک‌ها نیز به عنوان یکی از سازمان‌های دولتی نیاز به نوآوری و رفتارهای نوآورانه دارند. نوآوری کارکنان نقشی مهم و حیاتی در دستیابی این سازمان به اهداف و همچنین نرخ بالای عملکرد سازمان خواهد داشت.

کلید نوآوری در سازمان، بروز رفتارهای نوآورانه کارکنان است. بنابراین در سازمان‌ها کارکنان در صورتی می‌توانند به ایجاد نوآوری در سازمان‌های خود کمک کنند که دارای رفتار نوآورانه باشند. بانک‌ها نیز به مثابه سازمان‌های دیگر جهت حفظ بقا و حفظ مزیت رقابتی خود، نیاز به کارکنانی دارند که از خود رفتارهای نوآورانه بروز دهند که تحقق این نوع رفتارها به پیش‌نیازهایی نیاز دارد که در این پژوهش رابطه کارمند-سازمان و اعتماد سازمانی به عنوان متغیرهایی که می‌تواند منجر به بروز رفتارهای نوآورانه گردد، مورد مطالعه قرار خواهد گرفت. متغیر رابطه کارمند-سازمان به عنوان متغیر مستقل و متغیر رفتارهای نوآورانه به عنوان متغیر وابسته و متغیر اعتماد سازمانی به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شده است.

مبانی نظری پژوهش

رابطه کارمند-سازمان

ماهیت روابط کارکنان و سازمان به موضوع مهم در مدیریت منابع انسانی و ادبیات رفتار سازمانی تبدیل شده و مورد توجه بیشتری قرار گرفته است (Coyle-Shapiro & Shore, 2007). این رابطه غالباً در چارچوب مبادله توصیف شده است. یعنی، روابط کارکنان و سازمان تا حدود زیادی در تئوری تبادل اجتماعی پایه‌گذاری شده است.

در این چارچوب رابطه کارمندان به عنوان مبادله‌ای از تلاش و وفاداری کارکنان در ازای دریافت پاداش‌های سازمانی که نیازهای اقتصادی (به عنوان مثال؛ پرداخت، مزایا) و اجتماعی (مثلاً تعلق، به رسمیت شناختن، عزت نفس) را برآورده می‌کند، مفهوم‌سازی شده است (Thompson & Bunderson, 2001).

رابطه کارمند - سازمان (EOR) اصطلاحی برای توصیف رابطه بین کارمند و سازمان است (Shore et al, 2004). با توجه به مطالعات بل و منگاس (۲۰۰۰) روابط کارمند - سازمان در دو بعد حمایت سازمانی درک شده و هویت سازمانی قرار می‌گیرد. حمایت سازمانی درک شده، درک کلی افراد از میزان ارزشی است که سازمان برای کارکنان خود قائل است. در حمایت سازمانی، حمایت سرپرست از آن جهت مورد توجه است که رفتار و واکنش سرپرست به عنوان یکی از عواملان هر سازمان، در جهت‌گیری مناسب یا نامناسب بر اساس نظریه هویت سازمانی، ارائه رفتارهای مشارکتی خارج از نقش کارکنان سازمان‌ها، وابسته به هویت سازمانی، و یا به عبارت دیگر همان حد و حدودی است که اعضای سازمان خود را جزء سازمان و با آن یکی می‌دانند، و هویت خود را در آن تصور می‌کنند. هویت سازمانی، با درک این که یک عضو چگونه با اهداف و ارزش‌ها ارتباط برقرار می‌کند، ایجاد می‌شود. به عبارت دیگر، اعضای که با سازمان احساس هویت می‌کنند، به احتمال زیاد در سازمان می‌مانند و در نتیجه به خاطر سازمان خود تلاش بیشتری می‌کنند (همایونی راد و لگزیان، ۱۳۹۴).

تئوری حمایت سازمانی به همراه تئوری قرارداد روانشناختی به عنوان دو نظریه مهم مبادله اجتماعی مطرح می‌باشند که با وجود ارتباط نزدیکی که با یکدیگر دارند، به عنوان تئوری‌های اساسی در بحث روابط بین فرد و سازمان نیز مطرح می‌باشند (مقصودی، ۱۳۹۵).

براساس هنجارهای متقابل و نظریه مبادله اجتماعی، روابط کارمند سازمان (EOR) یک ارتباط رسمی یا غیررسمی بین یک کارفرما و کارمندان آن است. رابطه کارمند-سازمان یک رابطه مبادله‌ای طولانی مدت و باز است که با تعهد متقابل و سرمایه‌گذاری عاطفی مشخص می‌شود (Yu et al, 2018).

زمینه‌ساز بررسی رابطه کارمند و سازمان دو فرض است: الف) کارمند سازمان را با خصوصیات انسان‌دوستانه توصیف می‌کند و (ب) از دیدگاه سازمان، عوامل سازمانی منافع سازمان را در رابطه با اشتغال کارگران دنبال می‌کند (Coyle-Shapiro & Shore, 2007). مسئله دیگر نقش کارمند در تعیین رابطه کارمند-سازمان (EOR) است. تحقیقات در مورد استخدام و انتخاب شغل بر اهمیت کارمند در تعیین توافقنامه کاری اولیه بین کارکنان و سازمان تأکید دارد. با این حال، مدل‌های EOR بر تأثیر القائات سازمانی بر مشارکت کارکنان متمرکز شده‌اند، بدون اینکه ماهیت متقابل رابطه را بررسی کنند. به همین ترتیب، ادبیات EOR هدف استراتژیک کارکنان را برای مذاکره و به‌دست آوردن EOR های سودمند در طول رابطه اشتغال، و نه فقط در ورود سازمانی، در نظر نمی‌گیرد. مدل‌های پویا EOR باید کارمند را به عنوان یک طرف مهم برای ایجاد و حفظ روابط در نظر بگیرد (Coyle-Shapiro & Shore, 2007).

رابطه کارمند-سازمان از اهمیت زیادی در سازمان‌ها برخوردار است. رابطه کارمند-سازمان، یک رابطه مبادله‌ای طولانی مدت و باز است، که با تعهد متقابل و سرمایه‌گذاری عاطفی مشخص می‌شود. رابطه کارمند-سازمان می‌تواند نتایج سودمندی برای سازمان، مانند تعهد سازمانی و عملکرد فردی به ارمغان بیاورد (Shore et al, 1990).

رابطه بین کارکنان و سازمان رابطه‌ای دو سویه است. وجود و بقای سازمان و کارکنان ارتباط مستقیمی با هم دارد و هیچ یک بدون دیگری نمی‌تواند ادامه حیات دهد. رابطه سازمان - کارمند به عنوان یک سازه ارتباطی جامع با ابعاد مختلف ارائه شده است. کیم و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش خود از مقیاس (OPRA) به منظور بررسی کیفیت رابطه کارمند-سازمان استفاده کرده‌اند. آنان در پژوهش خود رابطه کارمند-سازمان را یک متغیر چندبعدی با ابعاد اعتماد، کنترل متقابل، تعهد و رضایت در نظر گرفتند. در پژوهش حاضر نیز از مدل رابطه کارمند-سازمان کیم و همکاران (۲۰۱۷) استفاده می‌شود.

رفتار نوآورانه

کلید نوآوری در سازمان‌ها، رفتار نوآورانه کارکنان است. برای کنار آمدن با رقابت و عدم قطعیت محیطی، شرکت‌ها و سازمان‌ها به کارکنانی نیاز دارند که نه تنها وظایف رسمی و اصلی شغل را انجام می‌دهند، بلکه با نوآوری، از رفتارهای کاری استاندارد فراتر روند. رفتار نوآورانه مفهومی چند بعدی بوده و به رفتارهایی اطلاق می‌شود که به فرایند نوآوری در سازمان کمک کند (Duverger, 2012). رفتار نوآورانه شامل سه بعد تولید ایده، ترویج ایده و پیاده‌سازی ایده است. این رفتار نه تنها باید فرایند ذهنی تولید ایده‌های جدید را توصیف کند، بلکه باید به معرفی و به کارگیری ایده‌های جدید، با هدف بهبود عملکرد سازمانی نیز بپردازد. در رفتار نوآورانه، منظور از تولید ایده، ایده‌پردازی و ارائه ایده‌های نو از سوی کارکنان است. ترویج ایده به تلاش افراد برای جلب حمایت و پشتیبانی مدیران و همکاران از ایده‌های جدید آنان اشاره دارد. پیاده‌سازی ایده، شامل تلاش‌هایی برای تبدیل ایده‌های نو به راهکارهای عملی و پیاده‌سازی آنها در فعالیتهای کاری سازمانی است (جهانگیر و همکاران، ۱۳۹۵).

رفتارهای کاری نوآورانه مزایایی همچون توسعه محصولات، خدمات و رویه‌های کاری جدید، اثربخشی فردی و سازمانی و ... در پی دارد (Madrid et al, 2014). رفتارهای کاری نوآورانه به عنوان یک فرایند چندمرحله‌ای قابل قبول شامل خلق ایده، مشارکت در ایده و به کارگیری آن تعبیر می‌شود. نگرش‌های جدید رفتارهای کاری نوآورانه را مجموعه‌ای به هم پیوسته‌ای از ۴ مرحله فعالیت‌های رفتاری قلمداد کرده‌اند که شامل ۱. شناخت مسئله؛ ۲. خلق ایده؛ ۳. پیشبرد ایده؛ ۴. تحقق ایده است. دو مورد اول که متشکل از شناخت مسئله و خلق ایده هستند، ارائه دهنده رفتارهای کاری خلاق‌گرا می‌باشند. دو مورد آخر به رفتارهای کاری عملگرا مربوط می‌شود؛ یعنی جایی که افراد تلاش می‌کنند تا ایده‌های جدید خود را به همکاران و سایرین منتقل کنند و آنها را در نقش‌های کاری، گروه‌ها و کل سازمان عملی سازند (میرمحمدی و همکاران، ۱۳۹۴).

رفتار نوآورانه یک فرایند چند مرحله‌ای است، که شامل شناسایی مسئله، تولید ایده و اجرای آن است. رفتار نوآورانه می‌تواند تحت تأثیر نگرش یک کارمند باشد. توجه به مشارکت‌های

مورد انتظار و القای ارائه شده می‌تواند به ما کمک کند تا اثرات رابطه کارمند-سازمان را در رفتارهای فردی بهتر بشناسیم (Yu et al, 2018).

علت توجه با این رفتارها به این دلیل است که بهبود و افزایش این رفتارها می‌تواند نه تنها در بهره‌وری سازمان‌ها مفید باشد بلکه سبب موفقیت سازمان‌ها در دنیای رقابتی است (آقاجانی و مهداد، ۱۳۹۸). رفتار نوآورانه در محیط‌کار، درک مسأله، ارائه ایده‌ها و راه‌حل‌های جدید، ارتقاء و یافتن اثبات منطقی برای آنها فرایند پیچیده‌ای است که اغلب با دشواری‌ها، موانع و ناکامی همراه است. شخص نوآور در طی این فرایند نه تنها نیاز به کوشش فراوان دارد، بلکه ممکن است در برابر این فعالیت‌ها با مقاومت‌هایی نیز روبه‌رو شود. بنابراین، ترویج فرهنگ نوآورانه و حمایت از رفتار نوآورانه از طریق توسعه شبکه‌های اجتماعی در سازمان، موجب کاهش مقاومت‌ها و موانع در نوآوری می‌شود (حکاک و همکاران، ۱۳۹۵).

اعتماد سازمانی

در سازمان‌ها، اعتماد می‌تواند یک پیش‌بینی‌کننده مؤثر در نگرش و رفتارهای مثبت کارکنان باشد مانند: رفتار مشارکتی، رفتار شهروندی سازمانی، تعهد سازمانی و وفاداری کارکنان. بنابراین، افزایش اعتماد کارمندان به سازمان خود، هدف ایده‌آل همه کارفرمایان است، اما چگونگی ایجاد اعتماد سازمانی هنوز یک چالشی است که سازمان‌ها با آن روبرو هستند (Yu et al, 2018).

برخی از مطالعات عنوان کردند که اعتماد به تدریج در روند تبادل اجتماعی بین دو طرف شکل می‌گیرد. در چارچوب سازمانی، میزان تبادل اجتماعی بین کارمندان و سازمان، سطح روابط کارکنان با سازمان را نشان می‌دهد. بنابراین، رابطه کارمند-سازمان، پیش‌بینی‌کننده مهم اعتماد سازمانی است (Yu et al, 2018).

اعتماد به معنی داشتن اطمینان به نیت و اعمال دیگران است و عاملی کلیدی در روابط متقابل نوین به شمار می‌رود. اعتماد به سازمان، در دستیابی به اهداف آن نقش مهمی دارد. آزرین بیان می‌کند، پیچیدگی و نداشتن اطمینان ذاتی در ماهیت کسب و کار امروزی و حجم همکاری‌های متقابل، اثربخشی روابط کاری را پیچیده کرده است. تحت شرایط پیچیدگی و عدم قطعیت، تنها هنگامی حفظ همکاری‌های اثربخش امکان‌پذیر خواهد بود که ارتباطات

روشن باشند و این اتفاق زمانی صورت می‌پذیرد که اعتماد و اطمینان متقابل به وجود آید. اعتماد به دنبال خود وفاداری را به ارمغان خواهد آورد و نیروی انسانی وفادار، حاضر است فراتر از وظایف مقرر در شرح شغلش فعالیت کند و عامل مهمی در اثربخشی سازمان محسوب می‌شود (رضاییان و رحیمی، ۱۳۷۸).

اعتماد، باور ما به این امر است که دیگران همان کاری را انجام می‌دهند که ما از آنها انتظار داریم بدون اینکه آنها تحت نظارت باشند (Lewis, 2007: 76). اعتماد منافع زیادی را در زندگی سازمانی به وجود می‌آورد. در سازمان‌هایی که اعتماد حکمفرماست، می‌توان یک جو مشارکتی باز، کارکنان پاسخگو، بهره‌وری، تعهد سازمانی، فرهنگ توافق، کار تیمی، رضایت شغلی بالا و مشارکت در تصمیم‌گیری را مشاهده کرد. این صفات نیازمند کاهش ناسازگاری‌ها، مخالفت‌ها، درصدی از قصد ترک سازمان و عدم پیوستگی است و به همان اندازه نیازمند افزایش مولد بودن، انگیزش و خلاقیت است (نادی و مشفق، ۱۳۸۸).

اعتماد، یک عنصر سازمانی مهم برای موفقیت سازمان است. اعتماد سازمانی عبارت است از انتظارات مثبتی که افراد نسبت به صلاحیت، خیرخواهی و اعتبار اعضاء سازمان دارند (Ellonen et al, 2008: 162). الونن و همکاران (۲۰۰۸) اعتماد سازمانی را به دو بعد اعتماد بین شخصی (ارتباطی) و غیر شخصی تفکیک کردند. اعتماد شخصی می‌تواند به دو بعد شکسته شود: اعتماد افقی، که به اعتماد بین کارکنان مربوط می‌شود و اعتماد عمودی، که به اعتماد بین کارکنان و رهبرانشان برمی‌گردد. این اعتمادها بر اساس صلاحیت، خیرخواهی و یا اعتبار می‌باشند. نوع غیرشخصی اعتماد سازمانی، اعتماد نهادی نام گرفته است و به عنوان اعتماد اعضاء سازمان نسبت به استراتژی و چشم‌انداز سازمان، قابلیت تجاری و فناورانه، فرایندها و ساختارهای منصفانه و سیاست‌های منابع انسانی معرفی می‌شود (Ellonen et al, 2008: 162).

چارچوب نظری

یافته‌های قبلی شواهدی ارائه می‌دهد که رابطه با کیفیت بالا بین کارمند-سازمان، می‌تواند باعث ارتقاء رفتارهای نوآورانه کارکنان شود. به عنوان مثال، لیائو و همکاران. (۲۰۱۰) کشف کردند که رابطه تبادلی با کیفیت بالا، بین مدیران و کارمندان، می‌تواند خلاقیت کارکنان را ارتقا بخشد. براساس هنجارهای متقابل و نظریه مبادله اجتماعی، روابط کارمند سازمان یک

ارتباط رسمی یا غیررسمی بین یک کارفرما و کارمندان آن است. سازمان‌ها (کارفرما) انتظار دارند که کارمندان متعهد به سازمان باشند؛ عملکرد بالا داشته باشند؛ و ایده‌هایی برای بهبود عملکرد سازمان ارائه دهند. هم‌زمان، کارکنان انتظار دارند سازمان‌ها (کارفرما) یک سری پاداش‌ها و مشوق‌هایی را برای آنان فراهم کنند (Tsui et al, 2005).

نویسندگان دیگر نیز اظهار داشتند تعاملات با کیفیت بالا بین رهبر تیم و کارکنان می‌تواند با تأثیرگذاری بر قضاوت کارکنان، رفتارهای نوآورانه کارکنان را افزایش دهد. مطالعات دیگر دریافتند که تعاملات با کیفیت بالا در سازمان‌ها همچنین می‌تواند نتایج مثبتی را به همراه آورد (به عنوان مثال، تعهد سازمانی، عملکرد فردی، رفتار شهروندی سازمانی) (Tierney and Farmer, 2002).

این مطالعات شواهدی ارائه می‌دهند که نشان می‌دهد رابطه با کیفیت بالا بین کارمند-سازمان باعث ایجاد رفتارهای نوآورانه می‌شود. رابطه با کیفیت بالا بین کارمند-سازمان به معنای این است که کارفرما از طریق یک‌سری شیوه‌های مدیریت، القائات زیادی را به کارمندان ارائه می‌دهد، و به نوبه خود کارکنان تمایل دارند که بیشتر درگیر رفتارهای مثبت مانند رفتارهای نوآورانه باشند (Schepers et al, 2007). بنابراین، هنگامی که کارکنان از سازمان‌ها برخورد منصفانه یا سرمایه‌گذاری بالایی را دریافت کنند، در ایجاد و اجرای ایده‌ها برای تحقق تعهدات و مسئولیت‌های سازمانی تلاش می‌کنند.

بنابراین می‌توان فرضیه زیر را مطرح کرد:

فرضیه اول: رابطه کارمند-سازمان تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه دارد. در زمینه رابطه با کیفیت بالا بین کارمند-سازمان، سازمان‌ها به منظور حفظ روابط تعاملی بلند مدت با کارمندان، انگیزه‌های بالا از جمله برنامه‌های شغلی طولانی مدت و اشتغال امن را ارائه می‌دهند. بنابراین، کارکنان به دلیل القاء این رفتارها دارای نگرش مثبت شده و درگیر رفتارهایی می‌شوند که برای سازمان مفید هستند، مانند اعتماد سازمانی، وفاداری زیاد به سازمان؛ و به احتمال زیاد شغل خود را با تلاش بیشتر انجام می‌دهند (Tsui et al, 2005).

در سازمان‌هایی با سطح پایین کیفیت رابطه کارمند با سازمان، کارفرما تمایل دارد آموزش کمتر و مشوق‌های رفاهی کمتری را برای کارمندان فراهم کند که این امر به نوبه خود باعث کاهش وفاداری و اعتماد به نفس در کارکنان می‌گردد (Tsui et al, 2005).

بنابراین می‌توان فرضیه زیر را مطرح کرد:

فرضیه دوم: رابطه کارمند-سازمان تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر اعتماد سازمانی دارد. اعتماد سازمانی نیز در بروز رفتارهای نوآورانه نقش بسزایی دارد. طبق نظریه مبادله اجتماعی، هرچه کارمندان به سازمان اعتماد بیشتری داشته باشند، تلاش بیشتری برای سازمان صرف خواهند کرد. کارمندان وقتی به کارفرمای خود اعتماد دارند، می‌خواهند سخت کار کنند و برای سازمان خود هزینه کنند (Yu et al, 2018).

اکوال و ریامار (۱۹۹۹) اظهار داشتند، اگر به کارمندان اعتماد شود و فضای اعتماد را درک کند، آنها درگیر رفتارهای مثبت‌تری به نفع سازمان خود می‌شوند (Ekvall and Ryhammar, 1999). بارکزاک و همکاران. (۲۰۱۰) متذکر شدند که فضای اعتماد مهم‌ترین عامل خلاقیت در یک گروه است (Barczak, et al, 2010). اگر کارمندان در یک محیط قابل اعتماد کار کنند، آنها هیچ خصومت و دشمنی از اعضای دیگر سازمان احساس نخواهند کرد. بنابراین، بیشتر به بحث و گفت‌وگو مشترک می‌پردازند، که به نوبه خود، ایده‌های مفید جدید را تحریک می‌کند و باعث ارتقاء رفتارهای نوآورانه کارکنان می‌شود.

بنابراین می‌توان فرضیه زیر را مطرح کرد:

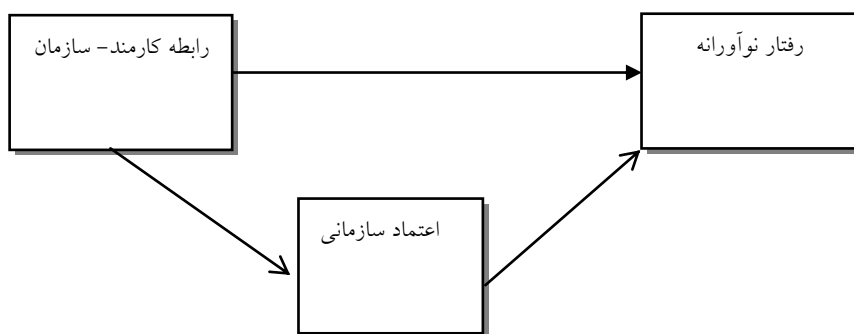
فرضیه سوم: اعتماد سازمانی تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه دارد. از طرفی اعتماد سازمانی می‌تواند نقش واسطه‌ای بین رابطه کارمند-سازمان و رفتارهای نوآورانه داشته باشد. رابطه کارمند-سازمان اعتماد کارمندان به سازمان را ارتقا می‌بخشد، که به نوبه خود منجر به رفتارهای مثبت فردی می‌شود. روابط باکیفیت بین کارمندان و سازمان بدان معنی است که سازمان رفاه، حمایت شغلی و پیشرفت شغلی برای کارکنان فراهم می‌کند که به این ترتیب، باعث می‌شود کارکنانشان به خوبی رفتار کنند و سازمان خود را قابل اعتماد بدانند، که این امر منجر به تلاش بیشتر و افزایش رفتارهای نوآورانه در محیط کار می‌گردد (Yu et ai, 2018). بنابراین، هنگامی که کارمندان و سازمان تعاملات سطح بالایی دارند، کارکنان درک می‌کنند که القاء‌های ارائه شده توسط سازمان بیش از یا مساوی با سهم واقعی آنها در سازمان است و قرارداد روانشناختی و اعتماد سازمانی آنها را تشکیل دهند. در این صورت کارکنان خود را موظف می‌دانند که به سازمان وفادار باشند،

مهارت‌های خاص مورد نیاز سازمان را بیاموزند و رفتارهای نوآورانه و خلاقانه‌تری را برای بهبود عملکرد شغلی خود انجام دهند (Coyle-Shapiro et al, 2000). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اعتماد سازمانی نقش واسطه‌ای بین رابطه کارمند-سازمان و رفتارهای نوآورانه دارد.

بنابراین می‌توان فرضیه زیر را مطرح کرد:

فرضیه چهارم: رابطه کارمند-سازمان تأثیری غیر مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه از طریق مدیریت اعتماد سازمانی دارد.

با توجه به مطالب ذکر شده، در شکل شماره (۱)، مدل مفهومی این پژوهش ارائه شده است. در این پژوهش رابطه کارمند-سازمان به عنوان متغیر مستقل و رفتار نوآورانه به عنوان متغیرهای وابسته و اعتماد سازمانی به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

پیشینه پژوهش

الف) پژوهش‌های داخلی

پژوهشی توسط رستگار و گلشاهی (۱۳۹۸) با هدف شناسایی چالش‌های پیش‌روی روابط فرد-سازمان در شرکت‌های دانش‌بنیان و ارائه راهبردهای مناسب جهت رفع موانع اشتغال کارکنان دانشی بر مبنای مطالعه‌ای تحلیلی-موردی و با رویکرد کیفی به روش تحلیل تم صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران فعال در شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری شهر تهران و ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با

تعداد ده نفر از مدیران خبره شرکت‌های مذکور با رویکرد نمونه‌گیری هدفمند و به روش گلوله‌برفی بوده است. نتایج یافته‌های تحلیل تم مشخص نمود که سه چالش عمده فردی، ساختاری و فرهنگی پیش‌روی تنظیم روابط فرد-سازمان در شرکت‌های مذکور وجود دارد که در این رابطه بایستی ضمن بازنگری در سیاست‌های کار و اشتغال و تنظیم صحیح روابط بین فرد-سازمان، در پی طراحی مشاغل هم‌راستای با اقتصاد دانایی محور بود.

مقاله‌ای با عنوان روابط و فرد سازمان توسط نجفی تمزایی و جباری اصل (۱۳۹۶) انجام شده است. این دو نویسنده بیان می‌کنند که اینکه چرا افراد به سازمان‌ها می‌پیوندند، می‌تواند علل متعددی داشته باشد. به طور کلی افراد به منظور ارضا و برآورده کردن هدف‌های فردی خود به یک سازمان می‌پیوندند. آنان درمی‌یابند که هدف‌هایی را که یک شخص به تنهایی نمی‌تواند به آنها دسترسی یابد، از طریق سازمان‌ها و با مساعدت و مشارکت آنها امکان‌پذیر است. درک روشن از اهداف افراد مستلزم شناخت سازمان‌ها است. از سویی دیگر در نتیجه تلاش افراد برای نیل به اهداف فردی‌شان یک سازمان تشکیل می‌شود. سازمان وسیله‌ای برای انجام و نیل به این اهداف است.

مقصودی (۱۳۹۵) پژوهشی با هدف بررسی نقش حمایت سازمانی ادراک شده در روابط فرد و سازمان انجام داده است. در این تحقیق سعی شده است تا به بررسی مهم‌ترین عواملی که سبب ایجاد این ادراک از حمایت سازمانی از جانب کارکنان می‌شود، پرداخته شود که در این بین سه عامل انصاف عدالت رویه‌ای، حمایت سرپرست و پاداش‌ها و شرایط شغلی به‌عنوان عوامل مهم ایجادکننده ادراک از حمایت سازمانی در کارکنان محسوب می‌شوند. همچنین مهم‌ترین تأثیراتی که این ادراک از حمایت ایجاد شده می‌تواند بر روی متغیرهای سازمانی مهم از جمله تعهد سازمانی، مشارکت، عملکرد، فشار شغلی، تمایل به ماندن و رفتار کناره‌گیری داشته باشد، مورد بررسی قرار گرفته است.

همایونی‌راد و لگزیان (۱۳۹۴) پژوهشی با هدف بررسی روابط کارمند-سازمان به عنوان یک عامل تأثیرگذار بر رفتار شهروندی سازمانی انجام داده‌اند. روابط کارمند-سازمان به صورت دو بعد حمایت سازمانی درک شده و هویت سازمانی مطرح شده است و استقلال شغلی به عنوان یک متغیر تعدیل‌کننده بین روابط کارمند-سازمان و رفتار شهروندی سازمانی در نظر گرفته شده است. بدین منظور کارکنان کتابخانه مرکزی یکی از دانشگاه‌های بزرگ دولتی به

روش سرشماری مورد آزمون قرار گرفتند و برای آزمون مدل مفهومی تحقیق از رویکرد همبستگی و تحلیل رگرسیون خطی (با استفاده از نرم افزار SPSS) استفاده شد. نتایج نشان داد علاوه بر اینکه، حمایت سازمانی با هویت سازمانی رابطه معناداری دارد، هر یک به طور مجزا نیز با رفتار شهروندی سازمانی نیز رابطه دارند. اما نقش استقلال شغلی به عنوان تعدیلگر رابطه حمایت سازمانی و هویت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی مورد تأیید قرار نگرفت.

یاسیی و منصور (۱۳۹۴) پژوهشی با هدف بررسی نقش اعتماد سازمانی در ارتقاء روحیه نوآوری سازمانی در دانشگاه انجام دادند. روش تحقیق مطالعه حاضر از نوع توصیفی همبستگی می‌باشد. جامعه آماری کارکنان دانشگاه ایلام به تعداد ۴۲۰ نفر بود و روش نمونه‌گیری نیز تصادفی ساده بود. ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه‌های استاندارد اعتمادسازی و نوآوری سازمانی می‌باشد. یافته‌های تحقیق نشان داد که اعتماد افقی، اعتماد عمودی و اعتماد نهادی رابطه معناداری با روحیه نوآوری سازمانی دارند.

فاضل و همکاران (۱۳۹۰) پژوهشی با هدف بررسی تأثیر اعتماد سازمانی بر نوآوری، با تأکید بر بخش خدمات انجام داده‌اند. جامعه آماری پژوهش، همه کارمندان یکی از بانک‌های خصوصی و بزرگ ایرانی در شهر شیراز است و ۱۶۴ نفر از کارمندان، به عنوان نمونه آماری انتخاب گردیدند. سنجش اعتماد سازمانی، بر اساس سه جنبه اعتماد سازمانی الونن و همکاران یعنی اعتماد عمودی، اعتماد افقی و اعتماد نهادی انجام شده است. همچنین برای سنجش نوآوری سازمانی در بخش خدمات، از پرسشنامه تعدیل شده وانگ و احمد استفاده شده است. نتایج پژوهش حاضر، نشان داد که جنبه غیرشخصی اعتماد، یعنی اعتماد نهادی بیشترین تأثیر را در ایجاد نوآوری سازمانی و در بخش خدمات دارد.

ب) پژوهش‌های خارجی

تاستان (۲۰۱۴) پژوهشی با هدف بررسی تأثیر روابط سازمان و کارکنان بر نتایج رفتاری افراد انجام داده است. از جمله نتایج رفتاری کارکنان، عملکرد وظیفه‌ای، عملکرد زمینه‌ای و تمایل به ترک شغل مشخص می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داده است که رابطه فرد-سازمان بر عملکرد وظیفه‌ای و عملکرد زمینه‌ای تأثیر مثبت و معناداری دارد. یافته‌ها همچنین نشان داده است که رابطه فرد-سازمان بر تمایل به ترک شغل، رابطه منفی و معناداری دارد.

مقاله‌ای توسط گیلیس (۲۰۱۳) با عنوان روابط کارمند-سازمان چاپ شده است. وی بیان می‌کند که روابط کارمند-سازمان سازه‌ای برای بررسی ادراکات پیچیده کارکنان و کارفرمایان و انتظارات آنها از یکدیگر در محیط کار است. براساس تئوری تبادل اجتماعی و الگوی مشارکت القایی، مطالعه روابط کارمند-سازمان محققان و متخصصان را قادر می‌سازد تا سهم ارتباطات داخلی و شیوه‌های توسعه سازمانی بر بهره‌وری، تعامل کارمندان، رضایت و اعتماد سازمانی را تجزیه و تحلیل کنند. روابط کارمند - سازمان با تأثیرگذاری بر این مفاهیم، بر نتایج سازمانی داخلی و خارجی تأثیر می‌گذارد.

الونن و همکاران (۲۰۰۸) پژوهشی با عنوان نقش اعتماد در نوآوری سازمانی انجام دادند. نتایج نشان داد که تمام ابعاد اعتماد با ابعاد چهارگانه نوآوری سازمانی همبستگی قابل ملاحظه‌ای دارند. همچنین نتایج آزمون رگرسیون خطی چندگانه نشان داد که اعتماد افقی با هیچکدام از ابعاد نوآوری رابطه‌ای ندارد. اعتماد عمودی با نوآوری رفتاری رابطه مستقیم اما با نوآوری فرایندی و نوآوری در محصول رابطه معکوس دارد و با نوآوری استراتژیک رابطه آن معنادار است و در نهایت اعتماد نهادی با تمام ابعاد نوآوری رابطه مستقیم دارد.

روپل و همکاران (۲۰۰۲) پژوهشی با عنوان بررسی رابطه ارتباطات جو اخلاقی محیط کار و اعتماد با تعهد و نوآوری انجام دادند. مطالعه حاضر با استفاده از نظرسنجی از ۱۱۱ مدیر برای پاسخگویی به دو سوال انجام شد: (۱) آیا برخورد صحیح و عادلانه بر اعتماد تأثیر می‌گذارد، چه به صورت مستقیم و چه به صورت غیرمستقیم از طریق ارتباطات؛ و (۲) آیا اعتماد بر درک تعهد و نوآوری تأثیر می‌گذارد؟. این مطالعه نشان داد که مدیران نه تنها به صورت مستقیم از طریق تشویق خیرخواهی فردی بلکه به صورت غیرمستقیم از طریق تشویق جو اخلاقی سازمان که ارتباطات کارکنان را القاء می‌بخشد می‌توانند جوی از اعتماد را در سازمان ایجاد کنند.

مورفی (۲۰۰۲) در پژوهشی به بررسی نقش سه سطح از اعتماد (اعتماد سطح خرد، سطح میانه و سطح کلان) بر فرایند خلاقیت و نوآوری پرداخت. نتایج نشان داد که رابطه مثبت بین اعتماد سطح خرد و خلاقیت وجود دارد. اعتماد سطح میانه هیچ رابطه معناداری با خلاقیت نداشت اما اعتماد سطح کلان، دارای تأثیر قابل توجهی بر خلاقیت بود.

یر (۲۰۰۰) پژوهشی با هدف تأثیر روابط کارمند-سازمان بر عملکرد و نگرش کارکنان انجام داده است. داده‌ها از ۱۹۱ کارمند موقت از ۷ آژانس کارایی سنگاپور جمع‌آوری شد. یافته‌ها نشان داد که روابط متقابل منجر به عملکرد شغلی بهتر، سطح بالاتری از تعهد عاطفی، بهبود رضایت شغلی، درک بالاتر از انصاف، درک بالاتر از گزینه‌های کار و ترک خدمت کمتر شده است.

مرور پیشینه پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که تاکنون پژوهشی که تأثیر رابطه کارمند-سازمان بر رفتارهای نوآورانه با میانجی‌گری اعتماد سازمانی را در ایران مورد بررسی قرار دهد انجام نشده است و این پژوهش اولین پژوهشی است که انجام می‌شود و این مسئله جنبه نوآوری پژوهش را نشان می‌دهد. از این رو، ارزش آن را دارد که تأثیر رابطه کارمند-سازمان در پیش‌بینی رفتار نوآورانه کارکنان مورد بررسی قرار گیرد. که پژوهش حاضر با این هدف انجام شده است و این مساله اهمیت پژوهش حاضر را می‌رساند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری شامل ۱۰۰ نفر از کارکنان پشتیبانی شعب بانک صادرات استان اصفهان می‌باشند که تعداد ۸۰ نفر با استفاده از فرمول کوکران به عنوان نمونه انتخاب شدند. جهت جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از پرسشنامه استفاده شده است. برای سنجش رابطه کارمند-سازمان از پرسشنامه محقق ساخته؛ برای سنجش اعتماد سازمانی از پرسشنامه الونن و همکاران (۲۰۰۸) و برای سنجش رفتارهای نوآورانه از پرسشنامه میسمان و مولدر (۲۰۱۲) استفاده شد. جهت تعیین روایی پرسشنامه از روایی محتوایی و اعمال نظر متخصصان استفاده گردیده است. جهت تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آن برای متغیر رابطه کارمند-سازمان ۰,۹۰۲؛ برای متغیر اعتماد سازمانی ۰,۹۳۲ و برای متغیر رفتار نوآورانه ۰,۸۲۵ به دست آمد که این مقادیر جهت تأیید پایایی پرسشنامه قابل قبول است. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از فنون آماری شامل: آزمون t -value، تحلیل عامل تأییدی و معادلات ساختاری و با نرم‌افزارهای SPSS و Smart PLS در راستای تبیین اجزای مدل و روابط بین آنها تجزیه و تحلیل شده‌اند.

یافته‌های پژوهش

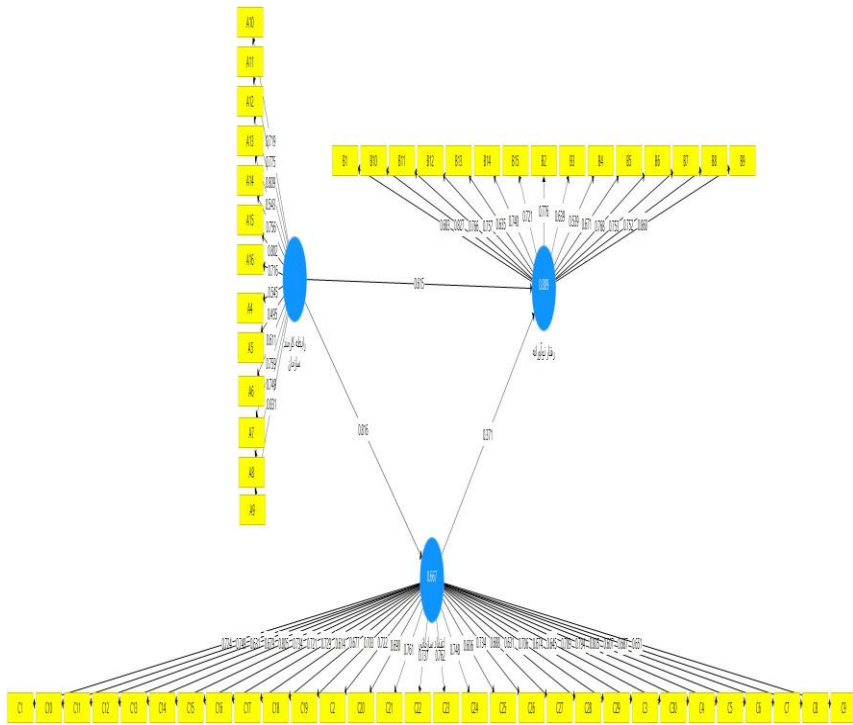
در مدل‌های PLS دو مدل آزمون می‌شود: مدل‌های بیرونی و مدل‌های درونی. مدل بیرونی مشابه اندازه‌گیری (CFA) و مدل درونی مشابه تحلیل مسیر در مدل‌های معادلات ساختاری است. پس از آزمون مدل بیرونی لازم است تا مدل درونی که نشانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش است، ارائه شود.

آزمون مدل بیرونی (ارزیابی مدل اندازه‌گیری)

در بررسی مدل بیرونی پژوهش ابتدا بار عاملی سوالات (یا شاخص‌های) پژوهش مورد

بررسی قرار می‌گیرد. سپس پایائی و به دنبال آن روائی مدل درونی بررسی می‌شود.

در روش مدل‌سازی معادلات ساختاری ابتدا لازم است تا روایی سازه مورد مطالعه قرار گرفته تا مشخص شود سوال‌های انتخاب شده برای اندازه‌گیری سازه‌های مورد نظر خود از دقت لازم برخوردار هستند. برای این منظور از تحلیل عاملی تأییدی (CFA) استفاده می‌شود. شکل ۲ مدل اصلاح شده و بار عاملی باقی سوالات را پس از فرایند حذف سوالات با بار عاملی پایین نشان می‌دهد. در Smart-PLS به منظور ارزیابی مدل اندازه‌گیری از شاخص‌های میانگین واریانس استخراج شده (AVE)، پایائی ترکیبی (CR) نیز استفاده می‌شود. میانگین واریانس توسعه یافته (AVE) به منظور بررسی روایی همگرای پژوهش به کار گرفته می‌شود. استاندارد بالای ۰/۵ برای این میانگین واریانس توسعه یافته مناسب می‌باشد.



شکل (۲): مدل گرافیکی مربوط به بارهای عاملی مدل پژوهش

آزمون الگوی درونی (الگوی ساختاری)

پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش می‌رسد. بخش مدل ساختاری برخلاف مدل‌های اندازه‌گیری، به سؤالات (متغیرهای آشکار) مربوط نیست و تنها متغیرهای پنهان همراه با روابط میان آنها بررسی می‌شود. آزمون الگوی ساختاری به منظور تأیید و یا رد فرضیه‌های پژوهش انجام می‌شود.

برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین معیار، ضرایب معناداری Z است. برازش مدل ساختاری با استفاده از ضرایب t به این صورت است که این ضرایب باید از $1/96$ بیشتر باشند تا بتوان در سطح اطمینان 95% معنادار بودن آنها را تأیید ساخت. البته باید توجه داشت که اعداد t فقط صحت رابطه‌ها را نشان می‌دهند و شدت رابطه‌ی بین سازه‌ها را نمی‌توان با آنها سنجید. در سطح اطمینان 95%

و در صورتی که مقدار آماره t بیشتر از $2/58$ گردد، ضریب مسیر در سطح اطمینان 99% معنادار می‌باشد.

جدول ۱: ضرایب معناداری Z (مقادیر T -VALUE)

T	مسیر
۸,۷۵۲	رابطه کارمند-سازمان ← رفتارنوآورانه
۱۸,۸۹۱	رابطه کارمند-سازمان ← اعتماد سازمانی
۵,۴۱۷	اعتماد سازمانی ← رفتارنوآورانه

با استفاده از ضریب معناداری Z مسیر میان دو متغیر مشخص می‌شود که تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته بصورت مثبت و معنادار است و یا خیر. اما اینکه چه مقدار از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل تبیین می‌شود با استفاده از ضریب استاندارد شده‌ی بار عاملی مربوط به هریک از فرضیه‌ها (ضریب رگرسیونی) مشخص می‌شود. جدول (۲) مقدار ضریب رگرسیونی مربوط به هر مسیر را نشان می‌دهد.

جدول ۲: ضریب رگرسیونی مسیرها

مسیر	ضریب مسیر
رابطه کارمند-سازمان ← رفتارنوآورانه	۰/۶۱۵
رابطه کارمند-سازمان ← اعتماد سازمانی	۰/۸۱۶
اعتماد سازمانی ← رفتارنوآورانه	۰/۳۷۱

R^2 معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به‌کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. نکته ضروری این است که مقدار R^2 تنها برای سازه‌های وابسته (درون‌زا) مدل محاسبه می‌گردد و در مورد سازه‌های برون‌زا، مقدار این معیار صفر است. هر چه مقدار R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. چاین (۱۹۹۸) سه مقدار $0,19$ ، $0,33$ و $0,67$ را به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی بودن برازش بخش ساختاری مدل به‌وسیله معیار R^2 در نظر می‌گیرد.

جدول ۳: ضریب تعیین R^2

سازه	R^2
رفتار نوآورانه	.۸۸۹
اعتماد سازمانی	.۶۶۷

معیار Redundancy، نشانگر مقدار تغییرپذیری شاخص‌های یک سازه‌ی درون‌زا است که از یک یا چند سازه‌ی برون‌زا تأثیر می‌پذیرد. هر سازه حاصل ضرب مقدار اشتراکی^۱ آن سازه در مقدار R^2 همان سازه است. هر قدر که مقدار این معیار بیشتر باشد، برازش مدل ساختاری مدل نیز بیشتر است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲: ۹۷).

جدول ۴: معیار REDUNDANCY

سازه	Red
رفتار نوآورانه	.۳۷۰
اعتماد سازمانی	.۲۹۰

بررسی مدل کلی پژوهش

بررسی مدل کلی پژوهش با استفاده از معیار GOF انجام می‌شود. مدل کلی شامل هر دو بخش اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می‌شود. این معیار از طریق جذر حاصلضرب میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای مدل^۲ و میانگین هندسی R^2 متغیرهای درون‌زای مدل پژوهش، محاسبه می‌گردد:

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

با توجه به سه مقدار ۰/۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶، که به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده اند (وتزلس^۳ و همکاران، ۲۰۰۹). حصول مقدار ۰/۶۱۸ برای GOF برازش بسیار مناسب مدل کلی آن تأیید می‌شود.

1. Communality
2. Communalities
3. Wetzels

جدول ۵: معیار برازش کلی مدل (GOF)

سازه	Communality	R ²
رابطه کارمند-سازمان	.۵۴۲	-
رفتار نوآورانه	.۴۱۷	.۸۸۹
اعتماد سازمانی	.۴۳۶	.۶۶۷
میانگین	.۴۶۵	.۷۷۸
GOF = .۶۰۱		

نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها

با استفاده از مدل معادلات ساختاری می‌توان به بررسی فرضیه‌ها و ضریب تبیین متغیرها پرداخت. از این رو می‌توان با مقایسه‌ی مقدار t محاسبه شده برای ضریب هر مسیر با مقدار بحرانی $1/96$ تأیید یا عدم تأیید فرضیه پژوهشی را بررسی کرد. اگر مقدار t محاسبه شده از مقدار بحرانی کمتر و یا با آن مساوی باشد فرضیه پژوهشی رد و در صورت بزرگتر بودن از مقدار بحرانی، فرضیه بیان شده تأیید می‌شود. جدول ۶ خلاصه نتایج حاصل از تحلیل PLS را برای آزمون مدل ساختاری به ویژه ضریب مسیر استاندارد شده فرضیه‌های اصلی و فرعی (β) و T آماری را نشان می‌دهد.

جدول ۶: نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها

نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش به روش حداقل مربعات جزئی				
فرضیه	ضریب مسیر	تأیید/رد	مقطع معناداری	تأیید/رد
رابطه کارمند-سازمان تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه دارد.	.۶۱۵	۸/۷۵۲	<۰/۰۵	پذیرش فرضیه
رابطه کارمند-سازمان تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر اعتماد سازمانی دارد.	.۸۱۶	۱۸/۸۹۱	<۰/۰۵	پذیرش فرضیه
اعتماد سازمانی تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه دارد.	.۳۷۱	۵/۴۱۷	<۰/۰۵	پذیرش فرضیه
رابطه کارمند-سازمان تأثیری غیرمستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه از طریق اعتماد سازمانی دارد.	.۳۰۲	۱۰۲/۳۳	<۰/۰۵	پذیرش فرضیه

همانطور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود مقدار ضریب مسیر برای فرضیه اول پژوهش (۰/۶۱۵) بوده که نشان‌دهنده رابطه مثبت بین متغیر مستقل و وابسته می‌باشد. با توجه به اینکه مقدار ضریب معناداری (آماره t) برای دو متغیر پژوهش بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین فرضیه پژوهش با عنوان رابطه کارمند-سازمان تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه دارد، تأیید می‌شود.

با توجه به جدول ۶، مقدار ضریب مسیر برای فرضیه دوم پژوهش (۰/۸۱۶) بوده که نشان‌دهنده رابطه مثبت بین متغیر مستقل و وابسته است. با توجه به اینکه مقدار ضریب معناداری (آماره t) برای دو متغیر پژوهش بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد، بنابراین فرضیه پژوهش با عنوان رابطه کارمند-سازمان تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر اعتماد سازمانی دارد، تأیید می‌گردد.

با توجه به جدول ۶، مقدار ضریب مسیر برای فرضیه سوم پژوهش (۰/۳۷۱) بوده که نشان‌دهنده رابطه مثبت بین متغیر مستقل و وابسته است. با توجه به اینکه مقدار ضریب معناداری (آماره t) برای دو متغیر پژوهش بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد، بنابراین فرضیه پژوهش با عنوان اعتماد سازمانی تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه دارد، تأیید می‌شود. همانطور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود مقدار ضریب مسیر برای فرضیه چهارم پژوهش (۰/۳۰۲) بوده است. با توجه به اینکه مقدار ضریب معناداری (آماره t) برای دو متغیر پژوهش بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین فرضیه پژوهش با عنوان رابطه کارمند-سازمان تأثیری غیرمستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه از طریق اعتماد سازمانی، تأیید می‌گردد.

نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر رابطه کارمند-سازمان بر رفتارهای نوآورانه کارکنان با میانجی‌گری اعتماد سازمانی انجام شد. به منظور آزمون فرضیات پژوهش از نرم افزار پی ال اس استفاده شد. همانگونه که خروجی نرم‌افزار نشان داده است، رابطه کارمند-سازمان تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه با ضریب مسیر ۰/۶۱۵ و مقدار آماره $T(۸/۷۵۲)$ و تأثیری غیر مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه از طریق اعتماد سازمانی با ضریب مسیر ۰/۳۰۲ و مقدار آماره $T(۱۰۲/۳۳)$ دارد. نتایج همچنین نشان داد که رابطه کارمند-سازمان تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر اعتماد سازمانی با ضریب مسیر ۰/۸۱۶ و

مقدار آماره T(۱۸/۸۹۱) و اعتماد سازمانی تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه با ضریب مسیر ۰/۳۷۱. و مقدار آماره T(۵/۴۱۷) دارد.

همانطور که بیان شد در پژوهش حاضر رابطه کارمند-سازمان تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه دارد. لیائو و همکاران. (۲۰۱۰) کشف کردند که رابطه تبدلی با کیفیت بالا، بین مدیران و کارمندان می‌تواند خلاقیت و نوآوری کارکنان را ارتقا بخشد. پژوهش حاضر گفته این پژوهشگران را تأیید کرده است.

نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که رابطه کارمند-سازمان تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر اعتماد سازمانی دارد. این نتیجه را می‌توان تأییدی بر این گفته یو و همکاران (۲۰۱۸) دانست که بیان کردند: " روابط با کیفیت بین کارمندان و سازمان بدان معنی است که سازمان رفاه، حمایت شغلی و پیشرفت شغلی برای کارکنان فراهم می‌کند که به این ترتیب، باعث می‌شود کارکنان‌شان به خوبی رفتار کنند و سازمان خود را قابل اعتماد بدانند".

همچنین گیلیس (۲۰۱۳) بیان داشت که روابط کارمند-سازمان بر بهره‌وری، تعامل کارمندان، رضایت و اعتماد سازمانی تأثیرگذار است. پژوهش حاضر نیز این گفته را تأیید می‌کند که بین این دو پژوهش همخوانی وجود دارد. از طرفی یو و همکاران (۲۰۱۸) بیان کردند که رابطه کارمند-سازمان، پیش‌بینی‌کننده مهم اعتماد سازمانی است. پژوهش حاضر نیز گفته آنان را تأیید کرده است؛ چرا که در پژوهش حاضر تأثیر رابطه کارمند-سازمان بر اعتماد سازمانی تأیید شده است.

نتایج پژوهش همچنین نشان داد که اعتماد سازمانی تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر رفتار نوآورانه دارد. این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش یاسیبی و منصور (۱۳۹۴)؛ و فاضل و همکاران (۱۳۹۰) مبنی بر وجود رابطه بین اعتماد سازمانی و نوآوری همخوانی دارد.

از طرفی الون و همکاران (۲۰۰۸) در پژوهشی که با هدف نقش اعتماد در نوآوری سازمانی انجام دادند به این نتیجه دست یافتند که تمام ابعاد اعتماد با ابعاد چهارگانه نوآوری همبستگی قابل ملاحظه‌ای دارند. پژوهش حاضر نیز تأثیر اعتماد بر رفتار نوآورانه را تأیید کرده است و در نتیجه می‌توان گفت که بین این پژوهش‌ها همخوانی وجود دارد.

روپل و همکاران (۲۰۰۲)؛ و مورفی (۲۰۰۲) نیز در پژوهش‌های خود رابطه اعتماد و نوآوری را بررسی کردند و با توجه به نتایج حاصل از پژوهش آنان مبنی بر رابطه بین اعتماد و نوآوری، می‌توان گفت بین این پژوهش‌ها و پژوهش حاضر همخوانی وجود دارد. از آنجا که یافته‌های پژوهش تأثیر مستقیم رابطه کارمند-سازمان بر رفتار نوآورانه و همچنین تأثیر غیرمستقیم رابطه کارمند-سازمان بر رفتار نوآورانه از طریق اعتماد سازمانی را تأیید می‌کند، بنابراین، به مدیران توصیه می‌شود تا به تقویت رابطه کارمند-سازمان در سازمان خود اقدام کنند. در ذیل پیشنهادهای برای تقویت رابطه کارمند-سازمان ارائه شده است:

-انتخاب نیروی انسانی کارآمد

ایجاد فرایندهای مشارکت گسترده و نظر سنجی از کارکنان

رویه‌های مناسب جهت بررسی شکایات کارکنان

ارزیابی عملکرد به موقع کارکنان و مبتنی بر شایستگی

فراهم کردن فرصت آموزش و توسعه کارکنان

ارائه آموزش‌های لازم به کارکنان برای انجام اثربخش کار

تشویق کار گروهی بین کارکنان

ارائه راهکارهایی برای بهبود ارتباط میان کارکنان

اتخاذ پاداش متناسب با عملکرد کارکنان

ارائه بازخورد عملکرد به کارکنان

مشارکت دادن کارکنان در تدوین دستورالعمل‌های کاری سازمان

استفاده از نظرات و انتقادات و پیشنهادهای کارکنان

منابع

آقاجانی، مینا و مهداد، علی. (۱۳۹۸). تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی و رفتارهای نوآورانه در کارکنان دانشگاه آزاد اصفهان: نقش میانجی‌گرانه اشتیاق شغلی، نشریه دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی، دوره ۲۰، شماره ۱، صفحه ۳۵-۴۶.

جهانگیر، مصطفی؛ خوراکیان، علیرضا و لگزیان، محمد. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر تعلق خاطر کاری بر رفتار نوآورانه با نقش میانجی به اشتراک گذاری خطاها، مجله مدیریت نوآوری، دوره ۵، شماره ۱، صفحه ۲۹-۵۲.

رضائیان، علی و رحیمی، فرج الله. (۱۳۷۸)، بررسی تأثیرگذاری عدالت رویه ای بر رفتار شهروندی سازمانی با لحاظ کردن نقش اعتماد سازمانی، چشم انداز مدیریت؛ شماره ۲۹، ص ۶۹-۸۷.

رستگار، عباسعلی و گلشاهی، بهنام. (۱۳۹۸). چالش‌های روابط فرد-سازمان در شرکت‌های دانش بنیان، مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، دوره ۲۸، شماره ۹۲، صفحه ۱۱۵-۱۳۳. فاضل، امیر؛ کمالیان، امین رضا؛ خجسته، غلامرضا و فاضل، علی. (۱۳۹۰). نقش اعتماد در نوآوری سازمانی: پژوهشی در یک سازمان ایرانی بخش خدمات، برنامه ریزی مدیریت و توسعه دوره ۲۴، شماره ۷۷.

موفق، خلیل؛ دلاور، علی؛ شفیق‌آبادی، عبدالله و درتاج، فریبرز. (۱۳۹۳). اعتبار سنجی مدل رفتار نوآورانه کاری میسمان و مولدر در میان مدیران و کارکنان بانک ملت، مجله ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۴، شماره ۲، پاییز ۱۳۹۳، صفحه ۱-۱۷. مقصودی، قمرتاج، (۱۳۹۵) بررسی نقش حمایت سازمانی ادراک شده در روابط فرد و سازمان، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و فناوری اطلاعات و ارتباطات، تهران، شرکت خدمات برتر.

میرمحمدی، سیدمحمد؛ کامرانی مهنی، محمدامین و رحیمیان، محمد. (۱۳۹۴). غنای سازی کارخانواده و رفتارهایی کاری نوآورانه؛ سرمایه روانشناختی به مثابه متغیر میانجی، چشم انداز مدیریت دولتی، شماره ۲۳، ص ۱۵-۳۶.

نادی، محمدعلی و مشفق، نزهت الزمان. (۱۳۸۸). شناخت ادراک معلمان از روابط ابعاد اعتماد سازمانی با تعهد مستمر و عاطفی به منظور ارائه یک مدل معادلات ساختاری مناسب در آموزش و پرورش اصفهان، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، سال سوم، شماره ۴، ص ۱۷۴-۱۵۵.

نجفی تمراپی، حسن و صمد جباری اصل، (۱۳۹۶). روابط فرد و سازمان، سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع، تهران، دانشگاه مقدس اردبیلی. همایونی راد، محمدحسین و لگزیان، محمد. (۱۳۹۴). روابط کارمند-سازمان و رفتار شهروندی سازمانی، پژوهشنامه مدیریت تحول سال هفتم بهار و تابستان ۱۳۹۴ شماره ۱۳.

یاسبی، علی و محمدحسین منصوری (۱۳۹۴) بررسی نقش اعتماد سازمانی در ارتقاء روحیه نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه ایلام)، دومین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی، شیراز، مؤسسه آموزشی مدیران خبره نارون.

Barczak, G.; Lassk, F.; Mulki, J. (2010). Antecedents of team creativity,(2010): An examination of team emotional intelligence team trust and collaborative culture. *Creat. Innov. Manag.*, 19, 332–345.

Coyle-Shapiro, Jacqueline A-M. and Shore, Lynn M (2007) The employee-organization relationship: where do we go from here? *Human resource management review*, 17 (2). pp. 166-179. ISSN 1053-4822.

Duverger, P. (2012). Using dissatisfied customers as a source for innovative service ideas. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 36(4), 537-563.

Ellonen, R., Blomqvist, K., & Puumalainen, K. (2008). The role of trust in organizational innovativeness. *European Journal of Innovation Management*, 11(2), 160-181.

Ekvall, G.; Ryhammar, L.(1999) The creative climate: Its determinants and effects at a Swedish university. *Creat. Res. J.*, 12, 303–310.

Gillis, T. L. (2017). *Employee–Organization Relationship*, First published, <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc069>.

Liao, H.; Liu, D.; Loi, R, (2010). Looking at both sides of the social exchange coin: A social cognitive perspective on the joint effects of relationship quality and differentiation on creativity. *Acad. Manag. J*, 53 , 1090–1109.

Lewis, D. E. (2007). An investigation into the relationship between productinnovation, trust, and diversity. *A PhD dissertation, Capella University*". P: 76.

Madrid T P.M., Paterson, M. G.T Birdi, K. S.T Leiva.T P. I.T & Kausel. E. E. (۲۰۱۴) The Role of Weekly High-Activated Positive Mood, Context, and Personality in Innovative Work Behavior: A Multilevel and Interactional Model. *Journal of organizational behavior*, 35, 234-256.

Murphy, J.T. (2002). Networks, Trust, and Innovation in Tanzania's Manufacturing Sector, *World Development*, 30(4), 591-619

Ruppel, P.C. & Harrington, J.S. (2002). The relationship of communication, ethical work climate, and trust to commitment and innovation, *Journal of Business Ethics*, 25, 313-328.

Schepers, P.; van den Berg, P.T.(2007) Social factors of work-environment creativity. *J. Bus. Psychol.*, 21 .۴۲۸–۴۰۷,

- Shore, L.M., Porter, L.W., and Zahra, S.A. (2004). *Employer-oriented strategic approaches to the employee-organization relationship (EOR)*. In J. Coyle-Shapiro, L.M. Shore, S. Taylor, and L. E. Tetrick, L.E. (Eds.), (2005) *The Employment Relationship: Examining Psychological and Contextual Perspectives* Oxford: Oxford University Press.
- Thompson, J.A., & Bunderson, J.S. (2003). *Violations of principle: Ideological currency in the psychological contract*. *Academy of Management Review*, 28: 571-586.
- Tierney, P.; Farmer, S.M. (2002) *Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance*. *Acad. Manag. J.*, 45, 1137–1148.
- Tsui, A.S.; Wu, J.B. (2005) *The new employment relationship versus the mutual investment approach: Implications for human resource management*. *Hum. Resour. Manag.*, 44, 115–121.
- Tasan, S. B. (2014). The Impact of employee-organization relationship on individuals behavioral outcomes of task-related performance, contextual performance and intention to turnover: an evaluation with social exchange theory, *international journal of bussines and management studies* , Vol 6, No 1, p. 42-53.
- Yer, K. K. (2000). *The impact of the employee-organization relationship on temporary employees' performance and attitude: Testing a Singaporean sample* Article in *The International Journal of Human Resource Management* 11(2):366-387 .
- Yu, M-C; Mai, Q; Tsai , S. B; and Dai, Y. (2018). An Empirical Study on the Organizational Trust Employee-Organization Relationship and Innovative Behavior from the Integrated Perspective of Social Exchange and Organizational Sustainabilit, *Sustainability* 2018, 10, 864; doi:10.3390/su10030864.