

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛ شبکه های توجه گرافی (GAN)

مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



آموزش استفاده از وب آو ساینس

کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آو ساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی

بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و تعلق سازمانی

محمد جواد زکی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش مدیریت رفتار سازمانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
Javad.zaki10@ut.ac.ir

محمد صادق زکی

کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، گرایش سیستم های اطلاعاتی پیشرفته، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران مرکزی
Sadegh.z.1375@gmail.com

1

چکیده

شرایط کاملاً متحول و حاکم بر سازمانها، افزایش رقابت و لزوم اثربخشی آنها، چنین شرایطی نیاز سازمانها به نسل ارزشمندی از کارکنان را بیش از پیش آشکار نموده است. نسلی که از آنها به عنوان سربازان سازمانی یاد می‌شود. این کارکنان بی تردید، وجه تمایز سازمان‌های اثربخش از سازمان‌های غیر اثربخش هستند، چرا که در باور خود سازمان را موطن خود دانسته و برای تحقق اهداف آن، بی هیچ چشم داشتی افزون بر نقش رسمی خود عمل نموده و از هیچ تلاشی برای رسیدن به این اهداف دریغ نمیکنند. امروزه از این تلاش‌های فراتر از حد انتظار، داوطلبانه، مفید و سودمند، تحت عنوان رفتارهای فراتر از نقش یا رفتار شهروندی سازمانی یاد می‌کنند. آنها به دنبال کارکنانی هستند که به فراسوی انتظارات می‌روند، به میل خود به رفتارهایی دست می‌زنند که جزو وظایف رسمی شغلیشان نیست و به طور کلی رفتار شهروندی سازمانی بالایی دارند (رامین فر و همکاران، ۱۳۸۸). رفتارهای شهروندی سازمانی، مجموع رفتارهایی است که خارج از محدوده رفتارهای الزامی افراد در محیط کار محسوب میشود، ولی در ایجاد فضای روانی و اجتماعی مطلوب در محیط کار نقش اساسی و محوری بازی می‌کنند (بلیکلی، ۲۰۰۵). هدف این پژوهش بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و تعلق سازمانی است. پس از مقدمه، بیان مسأله اهمیت و ضرورت پژوهش و مبانی نظری و مفاهیم رفتار شهروندی سازمانی و تعلق سازمانی تعریف شده است. در نهایت پیشینه‌های پژوهش و بحث و نتیجه‌گیری بیان گردیده است.

واژگان کلیدی: رفتار شهروندی سازمانی، تعلق سازمانی، فضای روانی و اجتماعی

مقدمه

در دنیای کنونی اکثر مدیران خواهان کارکنانی هستند که بیش از وظایف شرح شغل خود فعالیت می کنند. آنها به دنبال کارکنانی هستند که به فراسوی انتظارات می روند، به میل و خواست خود به رفتارهایی دست می زنند که جزو وظایف رسمی شغلی شان نیست (زارع، ۱۳۸۳). به طور کلی، آن دسته از رفتارهای شغلی کارکنان که تأثیر زیادی بر اثربخشی عملیات سازمان دارد، توجه محققان و مدیران زیادی را به خود جلب کرده است. در گذشته محققان در مطالعات خود جهت بررسی رابطه میان رفتارهای شغلی و اثربخشی سازمانی، اکثرا به عملکرد درون نقشی کارکنان توجه می کردند، ولی رفتار شهروندی سازمانی شامل رفتارهای اختیاری کارکنان است که جزو وظایف رسمی آنان نیست و مستقیما توسط سیستم رسمی پاداش در نظر گرفته نمی شود و میزان اثربخشی کلی سازمان را افزایش می دهد. تقریبا از یک دهه و نیم قبل، محققان بین عملکرد درون نقشی و عملکرد فرانقشی تفاوت قائل شده اند (سو و یون، ۲۰۰۳). عملکرد فرانقشی به رفتارهای شغلی فراتر از نقش های رسمی کارکنان بر می گردد که این رفتارها اختیاری هستند و معمولا در سیستم پاداش رسمی سازمان در نظر گرفته نمی شوند (ارگان، ۱۹۹۸). امروزه تعلق کاری در سازمان ها از مولفه های اندازه گیری موفقیت در سازمان ها می باشد. در واقع، تعلق سازمانی کارکنان به منزله ی افزایش میزان کیفیت بالای خروجی سازمان عملکرد سازمانی و اثر بخشی می باشد. نیروی انسانی که با صرف هزینه های بالا در سازمان مشغول بکار شده اند، به کارشان اهمیت می دهند و سازمان رو به پیشرفت می گذارد. از شاخص های سنجش میزان برتری سازمان ها نسبت به هم، کارکنان شاغل در آن سازمانها هستند که میزان وفاداری، تعلق خاطر و تعهد باعث می شود وظایف محوله را با کیفیت بالاتری به انجام برسانند. این امر موجب افزایش عملکرد، بهره وری و اثربخشی سازمان می شود. برعکس، افراد بی تفاوت یا بی مسئولیت در برابر اعمال محوله سازمان، این رفتار را به دیگران منتقل میکنند و باعث کاهش عملکرد افراد و تنزل سازمان از نظر کمی و کیفی میشوند. (تحریر، ۱۳۸۹) (هر و ابادی و دیگران، ۱۹۹۶).

بیان مساله

رفتار شهروندی سازمانی یک تفکر و ایده است و آن مشتمل بر رفتارهای متنوع کارکنان نظیر، پذیرش و به عهده گرفتن مسئولیت های اضافی، پیروی از قوانین و رویه های سازمانی، حفظ و توسعه نگرش مثبت، شکیبایی و تحمل نارضایتی و مشکلات در سر کار است. محیط رقابتی کسب و کار امروز، عمده نگرانی و تکاپوی سازمان ها، بقا، توسعه و پیشرفت فراگیر است. در راستای این هدف، مدیران درصدد شناسایی و بهره گیری بهینه از منابع و سرمایه هایی هستند که تحصیل آنها هزینه و چالش فراوانی می طلبد؛ بنابراین، مدیرانی اثربخش تر هستند که این سرمایه ها را با روش های ممکن برای بهره وری به کار گیرند. منابع عمده هر سازمان، منابع انسانی، مالی، فنی و تکنولوژیکی است و مسلما سرمایه انسانی، تعیین کننده سمت و سوی دیگر سرمایه هاست (باتمن و ارگان، ۱۹۸۳)^۱. زیرا منابع انسانی با توانایی های خود و با برنامه ریزی، دیگر منابع را به خدمت میگیرند. رفتار شهروندی سازمانی در اشکال مختلفی در سازمان به وقوع می پیوندد؛ مانند وفاداری، کمک به دیگران، انطباق رفتارها با سازمان و وجود کارکنان سودآور برای سازمان که حتی در صورت نبود درخواست رسمی سازمان، تمایل دارند توانایی های خود را برای پیشرفت سازمان ارائه دهند. رفتار شهروندی، رفتاری خودجوش و آگاهانه است که به طور مستقیم یا صریح، از طریق سیستم پاداش دهی رسمی سازمان تقویت نشده است، اما در مجموع، اثربخشی سازمانی را ارتقا میدهد. منظور از خودجوشی و آگاهانه بودن، اجباری نبودن آنهاست که نه تنها مبتنی بر شرح شغل نیست، بلکه رفتاری

¹ : Organ, D.W

عمدتاً مبتنی بر انتخاب شخصی است و انجام ندادن آن نیز تنبیهی به دنبال نخواهد داشت (فله و یان^۲، ۲۰۰۹؛ بولینو و همکاران^۳، ۲۰۱۰). (اشنیک ۱۹۹۱) معتقد است رفتار شهروندی سازمانی به قصد کمک به همکاران و سازمان، اغلب از طرف کارکنان برای حمایت از منابع سازمانی صورت می‌گیرد و ممکن است به‌طور مستقیم، منافع شخص خاصی را به دنبال نداشته باشد (سبحانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۹). تعلق سازمانی را می‌توان به پیوند و وابستگی افراد به سازمان تعریف نمود که در آن احساس درگیر بودن شغلی، وفاداری و باور به ارزش‌های سازمانی جای دارد. در تعلق سازمانی سه مرحله وجود دارد: پذیرفتن، همانند شدن و درونی کردن. در ابتدا یک عنصر سازمان از راه پذیرفتن نفوذ دیگران بر خود به یک رابطه خشنودی بخش دست می‌یابد و خویشتن را برجسته می‌سازد. در این مرحله، فرد از تعلق به سازمان احساس سربلندی می‌کند. در مراحل بعد، عضو سازمان درمی‌یابد که ارزش‌های سازمان به گونه‌ای درونی و ذاتی او را خشنود و راضی می‌سازد و با ارزش‌های وی سازگار و همانند است و هر گاه تعلق سازمانی به گونه‌ای که گفته شد، به مرحله نهایی برسد، آن گاه عضو سازمانی در شمار کسانی قرار می‌گیرد که به آنان اعتماد فراوان می‌شود و آنان در راه پاسداری و محافظت از سازمان تعلق خواهند کرد (پارسایان، اعرابی، ۱۳۷۴).

اهمیت تحقیق

سازمانها، به ویژه در کشورهای در حال توسعه که نیازمند جهشی عمده در افزایش کارآمدی هستند- باید اصول و قواعد رفتار شهروندی سازمانی را شناسایی کنند و بسترهای لازم برای پیاده‌سازی این رفتارها را فراهم سازند (مقیمی، ۱۳۸۴). تعلق سازمانی را میتوان به پیوند و وابستگی افراد به سازمان تعریف نمود که در آن احساس درگیر بودن شغلی، وفاداری و باور به ارزش‌های سازمانی جای دارد. در تعلق سازمانی سه مرحله وجود دارد: پذیرفتن، همانند شدن و درونی کردن. تعلق سازمانی با یک دورنمای کلی، تلاش در جهت بهبود کیفی خدمات سازمان و تسریع در کار ارباب رجوع با هدف کسب رضایت آنان و یکی از مهمترین رسالت‌های سازمانی در همه حال می‌باشد (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۲). تعلق سازمانی نیز به عنوان یکی از مقوله‌های مرتبط با نیروی انسانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که از علایق فرد و تمایل او به انجام وظایف و ماندگاری در سازمان ناشی می‌شود. جاری بودن این انرژی در مجموعه و سازمان علاوه بر انرژی مضاعفی که در افراد می‌دمد، برای خود شخص، مجموعه شغلی، سازمانش و حتی برای کل جامعه مفید و سازنده خواهد بود. بهترین حسی که یک شخص نسبت به محل کارش میتواند داشته باشد حس تعلق سازمانی است، حسی که فرد را جزء سازمان دانسته و منافع خود را منافع سازمان دانسته و از، هیچ تلاشی جهت توسعه و پیشرفت سازمانش دریغ نکنند (مورهد، جی، گریفن، آر، ۲۰۰۰). تعلق خاطر کاری، باعث می‌شود کارکنان برای کار در سازمان ارزش قائل شوند و محیط کاری جذاب تعلق خاطر کاری را برای کارکنان فراهم می‌آورد.

ادبیات نظری تحقیق

۱- رفتار شهروندی سازمانی

باتمان و ارگان (۱۹۸۳) برای اولین بار از اصطلاح رفتار شهروندی سازمانی استفاده کردند و آن را به عنوان اقدامات بخشی از کارکنان برای بهبود بهره‌وری و همبستگی و انسجام در محیط کاری می‌دانند که ورای الزامات سازمانی است (هادسون، ۲۰۰۶). نتایج تحقیقات اخیر نشان میدهد کارمندانی که فراتر از شغل و وظیفه خود عمل کرده و رفتار شهروندی سازمانی از خود بروز می‌دهند به گروه کاری و سازمانی تعلق دارند که هم بهره‌وری بالایی دارند و هم کاری با کیفیت عالی

² : Felfe, J. & Yan, W. H.

³ : Bolino, M. C., Turnley, H., Gilstrap, B. & Suazo, M

انجام می‌دهند تا کارگرانی که از رفتار شهروندی سازمانی در سطوح پایین برخوردارند (مکنزی و پودساکوف، ۱۹۹۷). رفتار شهروندی سازمانی عبارت است از «مجموعه‌ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیستند، اما با این وجود توسط وی انجام و باعث بهبود مؤثر وظایف و نقشهای سازمان می‌شوند (اپلی بوم، ۲۰۰۴). بولینو، ترنلی و بلودگود (۲۰۰۲) رفتار شهروندی سازمانی را به عنوان میل و انگیزه کارکنان در فراتر رفتن از الزامات رسمی شغل به منظور یاری کردن یکدیگر، همسو کردن منافع فردی با منافع سازمانی و داشتن علاقه ای واقعی نسبت به فعالیت‌ها و مأموریت‌های کلی سازمان تعریف کرده‌اند. آنان بر این عقیده هستند که رفتارهای شهروندی به طور کلی دارای دو خصیصه عمومی هستند: اولاً آنها به طور مستقیم قابل تقویت نیستند (به عنوان مثال، نیازی نیست که آنها از جنبه فنی بخشی از شغل یک فرد باشند) و ثانیاً آنها ناشی از تلاش‌های ویژه و فوق العاده‌ای هستند که سازمان به منظور دستیابی به موفقیت، از کارکنانش انتظار دارد (کورکمز و آریاسی، ۲۰۰۹). با توجه به تعاریف ارائه شده، از انسان به عنوان شهروند سازمانی انتظارات خاصی وجود دارد. این توقع وجود دارد که رفتار کارمند طوری باشد که بیش از الزامات نقش و فراتر از وظایف رسمی در خدمت اهداف سازمان فعالیت کند. بر مبنای بررسی‌های محققان از رفتار شهروندی از جهت عملی و تئوریک، نتیجه گرفته‌اند رفتارهای شهروندی نوعاً از نگرش مثبت شغلی، ویژگی‌های وظیفه‌ای و رفتارهای رهبری ناشی می‌شوند. بنابراین، تحقیقات پیشین نشان می‌دهند افراد احتمالاً وقتی از شغل خود راضی باشند، و وقتی که به آنها وظایفی واگذار گردد که به خودی خود رضایت‌بخش هستند، یا وقتی که آنها رهبرانی حمایت کننده و الهام بخش دارند، خیلی بیش از الزامات رسمی شغلی شان کار می‌کنند (بولینو و ترنلی، ۲۰۰۳).

4

۲- مؤلفه های رفتار شهروندی سازمانی

شکل مهمی از رفتارهای شهروندی سازمانی که عملاً مورد توجه هر فردی که در زمینه رفتارهای کمکی کار کرده واقع شده است. از لحاظ مفهومی رفتارهای کمکی، به معنای کمک‌های داوطلبانه نسبت به دیگران (نوع دوستی، میانجیگری و تشویق) و جلوگیری از وقوع اتفاقات و مشکلات کاری (احترام) است (ارگان، ۱۹۹۰).

نوع دوستی: رفتارهای اختیاری از جانب کارمندان برای کمک به افرادی که درگیر مشکلات کاری هستند. میانجیگری: میانجیگری زمانی اتفاق می‌افتد که تعارض باعث جنگ شخصی بین دو یا بیش - تر افراد گروه شود. فرد میانجیگر برای رفع تعارضات گام برمی‌دارد و به آنها کمک می‌کند که تعارضات را به خاطر جلوگیری از آبروریزی کنار گذاشته و مسائل غیر شخصی را هم در نظر بگیرند (پودساکوف، ۱۹۹۴).

تشویق: تجلیل از موفقیت‌های همکاران (چه کوچک و چه بزرگ) که تقویت کننده‌های مثبتی را برای ایجاد همکاری‌های مثبت به دنبال دارد، به طوری که امکان بروز این همکاری‌ها را در آینده فراهم می‌کند. خوب است که مدیران از کارهای خوب زیردستان خود تقدیر کنند، اما وقتی که یک و یا بیشتر همکاران به آن توجه می‌کنند تأثیر بیشتری دارد. به دلیل اینکه افراد می‌دانند که همکاران ارزش آنچه را که آنها انجام می‌دهند درک کرده و از آن تقدیر به عمل می‌آورند.

احترام: اورگان بیان کرده است که احترام یک شکل متمایزی از رفتار شهروندی سازمانی است به دلیل اینکه بقیه ابعاد رفتار شهروندی به کاهش و یا حل مشکلات کمک می‌کنند، اما احترام شامل ابعادی است که از ایجاد مشکلات، قبل از این که اتفاقی بیفتند جلوگیری می‌کند (ارگان، ۱۹۹۰).

یکی از محققین رفتار شهروندی سازمانی را به عنوان رفتارهای فردی که اختیاری می‌باشند و به صورت مستقیم و آشکار به وسیله سیستم پاداشدهی رسمی سازمان تعریف نشده است اما در مجموع کارآیی سازمان را افزایش می‌دهد تعریف

کرده است. منظور از اختیاری این است که این رفتار جزء شرح وظایف شغلی و یا رفتارهای نقشی نمی‌باشد، در تعهد استخدامی کارکنان قرار نگرفته است، کاملاً انتخابی می‌باشد و کوتاهی در آن هیچگونه تنبیهی را به دنبال ندارد. تعریف دیگری که توسط محققان دیگری ارائه شده به این صورت است: مجموعه‌ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیستند اما با این وجود توسط فرد انجام میشود و باعث بهبود مؤثر وظایف و نقشهای سازمانی میشوند. به عنوان مثال یک کارکن ممکن است نیازی به اضافه کاری و تا دیر وقت در محل کار ماندن نداشته باشد، اما با وجود این برای بهبود امور جاری و تسهیل جریان کاری سازمان بیشتر از ساعات کاری رسمی خود در سازمان می‌ماند و به دیگران کمک میکند. رفتار شهروندی سازمانی، بیانگر فعالیت‌های کاری مرتبط، داوطلبانه و اختیاری است که به طور مستقیم از طریق توصیف رسمی شغل و سیستم‌های پاداش‌های سازماندهی نشده ولی در نهایت سطح کارایی و اثربخشی سازمانی را ارتقاء میدهند. تعریف مطروحه بیانگر این است که، رفتار شهروندی سازمانی باید در درجه اول داوطلبانه باشد یعنی نه یک وظیفه از پیش تعیین شده و نه بخشی از وظایف رسمی فرد است. همچنین مزیت‌های رفتار شهروندی سازمانی، جنبه سازمانی دارد یعنی این مزیتها به نفع سازمان هستند و رفتار شهروندی سازمانی ماهیتی چند وجهی دارد؛ یعنی به صورت‌های مختلفی ممکن است خود را نشان دهد. با این تعاریف، از انسان به عنوان شهروند سازمانی انتظار می‌رود بیش از الزامات نقش خود و فراتر از وظایف رسمی، در خدمت اهداف سازمان فعالیت کند. به عبارت دیگر ساختار رفتار شهروندی سازمانی به دنبال شناسایی، اداره و ارزیابی رفتارهای فراتر از نقش کارکنانی است که در سازمان فعالیت می‌کنند و در این رفتارهای آنان اثربخشی سازمانی بهبود می‌یابد (رامین‌مهر، هادیزاده مقدم و احمدی، ۱۳۸۸: ۶۹).

5

۳- تعلق سازمانی

مقوله تعلق سازمانی، از جایگاه علایق فرد و تمایل او به انجام وظایف و ماندگاری در سازمان است و جاری بودن این انرژی در مجموعه علاوه بر انرژی مضاعفی که در افراد می‌دمد، برای خود شخص، مجموعه شغلی و در حقیقت برای کل جامعه مفید و سازنده خواهد بود. در سالهای اخیر، به دلایل مختلف شخصی و شغلی، کارمندان بعد از گذشت مدت زمانی کوتاهی از اشتغال، به فکر تعویض کار و نقل و انتقال می‌افتند و این موضوع به عنوان یک معضل مهم برای فرد و سازمان قابل تامل و بررسی است. وجود احساس تعلق سازمانی در مجموعه، به مدیران سازمان کمک خواهد کرد تا از حضور افراد اطمینان حاصل کرده و با توجه به این اطمینان خاطر بتوانند برنامه‌های بلندمدت را برای مجموعه طراحی کنند. از سوی دیگر آموزش‌های ضمن خدمتی که به افراد داده می‌شود و تجارب شغلی که با توجه به زمان اشتغال در مجموعه کسب نموده‌اند، از مجموعه خارج نشده و نیازی به تربیت مجدد نیروی متخصص در آن حوزه نخواهد بود و از مصرف بی‌رویه سرمایه‌های آموزشی و زمان کسب مهارت ممانعت به عمل خواهد آورد. امروزه منابع انسانی نقش و اهمیت ویژه‌ای در سازمان‌ها داشته و لازمه موفقیت هر سازمانی داشتن نیروی انسانی باکیفیت، خلاق و باانگیزه است. نیروهای انسانی با داشتن قوه تفکر و اندیشه در کالبد سازمان روح دمیده، آن را به حرکت درآورده و اداره میکنند. سازمانها بدون وجود نیروی انسانی نه تنها مفهومی ندارند، بلکه اداره آنها نیز میسر نخواهد بود. حتی با وجود پیشرفت تکنولوژی سازمانها و تبدیل آنها به توده‌ای از سخت‌افزار، همچنان نقش انسان به عنوان عاملی حیاتی و راهبردی در بقای سازمان، کاملاً مشهود است. بر این اساس منابع انسانی ارزشمندترین منبع سازمانهای امروزی به شمار می‌آیند چرا که به تصمیمات سازمانی شکل داده، مسایل و مشکلات سازمان را حل نموده و بهره‌وری را عینیت می‌بخشند. تعلق سازمانی به عنوان یکی از مقوله‌های مرتبط با نیروی انسانی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که از علایق فرد و تمایل او به انجام وظایف و ماندگاری در سازمان ناشی می‌شود. بهترین حسی که یک شخص نسبت به محل کار و سازمانش می‌تواند داشته باشد حس تعلق سازمانی است، حسی که فرد را جزء سازمان دانسته و منافع خود را منافع سازمان دانسته و از هیچ تلاشی جهت توسعه و پیشرفت سازمانش دریغ نکند. هر سازمانی به دنبال راهکارها و ایجاد فضایی است تا

بتواند حس تعلق سازمانی را در کارکنان خود بوجود آورد تا بدین وسیله علاوه بر ایجاد حس مثبت نسبت به سازمان رضایت شغلی، از بی‌انگیزگی و کسالت کارکنان جلوگیری کند تا به وسیله این کارکنان متعهد که ارزشمندترین سرمایه و دارایی سازمان هستند در مسیر تعالی و پیشرفت گام بردارند و اهداف تجاری و بازرگانی خود را محقق سازند. فعالیت در حوزه انگیزش، تعهد و تعلق سازمانی امری خالصانه و مستمر است و به هیچ وجه نمیتوان تصور کرد که میتوان با عزمی کوتاه مدت و مقطعی در کارکنان حس تعلق سازمانی ایجاد کرده و این حالت مثبت رفتاری را در کارکنان پایدار و ثابت نگه داشت. متأسفانه بسیاری از سازمانها از نداشتن انگیزه و تعلق سازمانی کارکنان و افراد سازمان رنج میبرند و آثار مخرب فقدان این حس بعضاً کاملاً قابل مشاهده است (کالینز، ۲۰۰۱).

۴- ابعاد تعلق سازمانی

تعلق سازمانی به عنوان یکی از مقوله‌های مرتبط با نیروی انسانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که از علایق فرد و تمایل او به انجام وظایف و ماندگاری در سازمان ناشی می‌شود. تعلق سازمانی در سطح وسیع معنایی فراتر دارد کسی که مذهب یا ملیت خاصی دارد، خودش را متعلق به آن مذهب یا ملیت می‌داند. یعنی فرد با یک نوع احساس وصل بودن در آن دیدگاه خودش را وابسته میداند. همچنین بهترین حسی که یک شخص نسبت به محل کار و سازمانش می‌تواند داشته باشد، حس تعلق سازمانی است که با آن حس فرد را جزء سازمان دانسته و منافع خود را منافع سازمان دانسته و از هیچ تلاشی جهت توسعه و پیشرفت سازمانش دریغ نمی‌کند. در سازمانها کارمندان نیز با راهبردها و راهنمایی‌هایی که از طرف سازمانها در جهت پیشرفت، ترقی و تکامل پیدا میکند، احساس تعلق سازمانی پیدا میکنند. بنابراین تعلق سازمانی میزان دلبستگی یا همانندسازی به آن سازمان است که میتواند عامل تعیین کننده‌ای در نحوه عملکرد نیروی انسانی هر سازمانی داشته باشد. نظریه پردازان، یک مدل سه وجهی را برای تعهد و تعلق سازمانی فرض می‌کنند. در این مدل سه وجهی، تعلق سازمانی از سه وجه تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری تشکیل شده است.

۱. تعهد عاطفی، نشانگر وابستگی عاطفی و احساسی کارکنان برای تعیین هویت با سازمان و درگیر شدن عاطفی در فعالیت‌های سازمانی است. این بخش از تعهد سازمانی، به عنوان تعلق خاطر به یک سازمان که از طریق قبول ارزش‌های سازمانی و نیز به وسیله تمایل به ماندگاری در سازمان مشخص میگردد، تعریف می‌شود.
۲. تعهد مستمر شامل تعهدی است برای ادامه فعالیت در سازمان و عدم تمایل به ترک آن به دلیل زیانهای که از ترک سازمان نصیب فرد می‌شود است. این تعهد ناشی از درک افزایش یافتن هزینه‌های از دست رفته در یک سازمان است. هزینه‌های از دست رفته عبارت است از مخارج یک فعالیت یا پروژه که قابل بازیافت نباشند. بنابراین اگر کسی دارای تعهد مستمر باشد، نسبت به افزایش چنین هزینه‌هایی حساس خواهد شد.
۳. تعهد هنجاری یا تکلیفی: شامل الزام اخلاقی مبنی بر ضرورت ماندن در سازمان است. تعهد هنجاری، به عنوان یک وظیفه درک شده برای حمایت از سازمان و فعالیت‌های آن تعریف می‌شود و بیانگر احساس دین و الزام به باقی ماندن در سازمان است؛ که افراد فکر میکنند ادامه فعالیت و حمایت از سازمان، دینی بر گردن آنهاست. از میان مثلث تعهد سازمانی، تعهد عاطفی بهترین و تاثیرگذارترین نوع تعهد و تعلق میباشد که بر اثر آن میل به پیشرفت در کار افزایش و ترک کار کاهش می‌یابد. حفظ تعلق سازمانی با یک دور نمای کلی، می‌بایست تلاش در جهت بهبود کیفی خدمات سازمانی و تسریع در کار ارباب رجوع با هدف کسب رضایت آنان و یکی از مهمترین رسالت‌های سازمانی کارکنان در همه حال باشد.

۵- پیش شرطهایی برای وجوه گوناگون تعلق و تعهد سازمانی

الف) پیش شرط های تعهد عاطفی

ویژگی های شخصی: اهمیت ویژگی های فردی از آنجا ناشی می شود که بسیاری از این ویژگی ها نقش فزاینده یا کاهنده در تعهد دارند. این ویژگی ها شامل: سن، سابقه خدمت، سطح آموزش و تخصص، جنسیت، نژاد، وضعیت تأهل و عوامل شخصی دیگر است. سن و سابقه خدمت با تعهد ارتباط مستقیمی دارد. سطح آموزش با تعهد سازمانی رابطه معکوس دارد.

ویژگی های مرتبط با نقش: تحقیقات نشان می دهد که شغل تقویت شده و غنی چالش شغلی را افزایش داده و منجر به افزایش تعهد می شود. همچنین یافته ها نشان می دهند که تعهد با تضاد نقش و ابهام نقش ارتباط معکوس دارد

ویژگی های ساختاری: مطالعات در مورد اندازه سازمان، حیطه نظارت، تمرکز و پیوستگی شغلی نشان می دهد رابطه معناداری بین هیچ یک از متغیرها با تعهد سازمانی وجود ندارد. در مطالعه دیگر که توسط استیروز و همکارانش انجام گرفت نتیجه گیری شد که اندازه سازمان و حیطه نظارت با تعهد غیرمرتبط بودند ولی رسمیت و پیوستگی شغلی و تمرکز با تعهد مرتبط می باشند.

تجربیات کاری: در طی زندگی کاری فرد در سازمان رخ می دهد. بعنوان یکی از نیروهای عمده در فرآیند اجتماعی شدن یا اثرپذیری کارمندان محسوب شده و بر میزان وابستگی روانی کارمندان به سازمان تأثیر گذارند. احساس کارمندان در مورد نگرش های مثبت همکاران بر تعهد فرد موثر می باشد

ب) پیش شرط های تعهد مستمر

(۱) حجم و اندازه سرمایه گذاری و نیروی صرف شده در سازمان

(۲) فقدان فرصت های شغلی خارج از سازمان؛

ارائه کنندگان این مدل، معتقدند که بهتر است تعهد هنجاری، مستمر و عاطفی را به عنوان اجزای تشکیل دهنده تعهد در نظر گرفت؛ تا انواع خاص آن. به دلیل اینکه اگر انواع خاصی از تعهد باشند، فرد عضو، الزام و احساس وظیفه اندکی نسبت به باقی ماندن در سازمان در خود احساس میکند .

ج) پیش شرط های تعهد هنجاری

(۱) اثرپذیری خانوادگی، فرهنگی و سازمانی

(۲) سرمایه گذاری های سازمان

(۳) جبران متقابل خدمات

۶- ضرورت توجه به تعلق سازمانی

دلایل زیادی وجود دارد مبنی بر اینکه چرا یک سازمان بایستی سطح تعلق سازمانی اعضایش را افزایش دهد:

(۱) لذا تلاش برای توسعه تعلق و تعهد در کارکنان امر مهمی است که مدیران باید به آن توجه داشته باشند. افراد متعهدتر با ارزشها و اهداف سازمان پایبندترند و فعالانه تر در سازمان نقش آفرینی خواهند کرد و کمتر به ترک سازمان و یافتن فرصت های شغلی جدید اقدام می کنند. مفهوم تعلق سازمانی بر نگرش مثبتی دلالت دارد که از احساس وفاداری کارکنان به سازمان حاصل می شود و با مشارکت افراد در تصمیمات سازمانی توجه به افراد سازمان و موفقیت و رفاه آنان تجلی می یابد.

۲) تعهد سازمانی یک مفهوم جدید بوده و به طور کلی با وابستگی و رضایت شغلی تفاوت دارد. برای مثال، کارکنان ممکن است کاری را که انجام می‌دهند دوست داشته باشند، ولی از واحد یا شعبه محل خدمت که در آن کار می‌کنند، ناراضی باشند که در آن صورت آنها شغل‌های مشابهی را در محیط‌های مشابه دیگر جستجو خواهند کرد یا بالعکس.

۳) تحقیقات نشان داده است که تعلق و تعهد سازمانی با پیامدهایی از قبیل رضایت شغلی، حضور، رفتار سازمانی فرااجتماعی و عملکرد شغلی رابطه مثبت و با تمایل به ترک شغل رابطه منفی دارد.

۷- اهم راهکارهای ایجاد و توسعه ی تعلق سازمانی

۱. استفاده از روش‌های دقیق، کارآمد و موثر اطلاع‌رسانی در مورد ارزشها و اهداف مدیریت سازمان و پیشرفت‌ها و دستاوردهای آن، به نحوی که اعضاء آن، بویژه ترکیب جوانتر این اعضاء با مدیریت به عنوان مجموعه‌ای که به کار کردن با او افتخار می‌کنند، همکاری صمیمانه داشته باشند.

۲. تأکید به مدیریت سازمان در این مورد که تعهد فرایندی تعاملی و دوطرفه است. نمی‌توان انتظار داشت که اعضاء آن نسبت به سازمان تعهد داشته باشند، مگر اینکه اثبات شود که تمامی مجموعه تصمیم‌گیران آن به مجموعه کارکنان متعهد هستند و سهم آنان را در کمک به کل مجموعه به عنوان یک ذینفع اصلی به رسمیت می‌شناسد.

۳. لازم است جو اعتماددورزی از طریق رفتاری صمیمانه با تمامی اعضای سازمان توسعه داده شود. بطور عادلانه و هماهنگ با همگان برخورد شده و به تمامی وعده‌های داده شده جامه عمل پوشانده شود. به اظهار نظرها و پیشنهادهای با اشتیاق گوش فرا داده و جو مشارکت موثر افراد با نفوذ در فرایند تصمیم‌گیریها توسعه داده شود.

۴. از فرصت‌های آموزشی و توجیهی برای انتقال خواسته‌های مدیریت استفاده شود. به جای رویکرد کنترل و اجبار از اجماع و همکاری استفاده شود. فرصت‌های فراگیری و یادگیری جمعی و فردی برای تمامی کارکنان بر اساس مرتبه و شأن شغلی فراهم گردد.

۵. مدیریت، طی مسیر ارتقاء کارمندان برای استفاده از فرصت‌های فردی و سازمانی در جهت توسعه فعالیت‌های سازمان را مورد تشویق قرار دهد.

۶. ارزیابی مستمر و فراهم شدن زمینه توسعه واحدها مورد توجه قرار گیرد.

۷. علاقه و اشتیاق به استفاده از اعتبار و شهرت سازمان در انجام مناسبات برون سازمانی و در ارتباط با واحدهای حقوقی جامعه به انحاء مختلف افزایش یابد

۸. ابتکار، خلاقیت، آزادی عمل در ارائه طرح‌های نوآورانه در عرصه‌های مختلف جامعه از طریق برنامه‌ریزی و اعمال تصمیم در مورد رویه‌های کار از طریق کار جمعی و گروهی با قبول مسئولیت از محصول و برون داد فعالیت‌ها توسعه داده شود.

۹. نمونه‌های موفق عملکرد اعضاء سازمان با اعطاء تشویق و تقدیر از عملکرد و توسعه فرهنگ ارتباطی با افراد نوآور و خلاق ارائه گردد

۱۰. رویه‌هایی جهت شناسایی استعدادها و فراهم نمودن زمینه بروز خلاقیت‌ها، بویژه در عرصه‌های آموزشی، فرهنگی تدوین و ارائه شود.

۱۱. هر چه کارمندان بیشتر مورد تکریم واقع شوند انگیزه بالاتری برای خدمت و کار بهتر خواهند داشت.

پیشینه تحقیق

رضاییان و معینی کربکنندی (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی رابطه تعلق خاطر کاری با رفتار شهروندی سازمانی پرداختند و یافته های پژوهش نشان داد که ضریب همبستگی پیرسون میان تعلق خاطر کاری و رفتار شهروندی سازمانی ۰.۴۹۳ می باشد که بیانگر آن است که میان تعلق خاطر کاری و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، چنانچه تعلق خاطر کاری افزایش پیدا کند، رفتار شهروندی سازمانی نیز افزایش پیدا می کند. بویل و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان (از مدیریت برند داخلی تا رفتارهای شهروندی سازمانی: شواهد و قرائن برگرفته از کارمندان اصلی در صنعت هتل) نشان دادند که تعهد شغلی یک پیش بینی کننده بهتری از رفتارهای شهروندی نسبت به دست یابی به اهداف سازمانی است. شناسایی رفتارهای شهروندی را در برابر سازمان تحت تاثیر قرار می دهد. اگرچه، این تغییر رفتارهای حمایتی را در برابر مشتری ها و کارمندان دیگر توضیح نمی دهد. این نتایج آنالیزهای تجربی صورت گرفته مربوط به تاثیرات مدیریت برند داخلی از دیدگاه کارمندان را بهبود می بخشد. ندیم احمد و همکاران در سال ۲۰۱۲ پژوهشی را با هدف بررسی رابطه بین تعلق خاطر و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان در کشور عربستان انجام دادند که نشان داد رابطه مثبت و معنی داری بین تعلق خاطر و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان وجود دارد (ندیم احمد و همکاران، ۲۰۱۲). فابین (۲۰۱۲) به بررسی رابطه بین فضیلت سازمانی و تعلق خاطر کاری پرداخته است. نتایج پژوهش حاکی از اثر مثبت فضیلت مثبت سازمانی بر روی تعلق خاطر کاری میباشد. دیمه‌ور و منظری توکلی (۲۰۱۲) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که بین رفتار شهروندی سازمانی، فرهنگ کارآفرینی، رفتار مدنی، جوانمردی، وجدان، نوع دوستی و احترام رابطه وجود دارد. علی اصغر فانی و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعات خود با عنوان تبیین پیش آیندهای تعلق خاطر کاری و تاثیر آن بر تعهد سازمانی انجام دادند. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که تعلق خاطر کاری به طور مثبت بر تعهد سازمانی کارکنان تاثیر گذار است و بخش زیادی از تغییرات در تعهد سازمانی را پیش بینی می کند. سوتینی رورخوم در سال ۲۰۱۰ پژوهشی را با هدف بررسی رابطه بین تعلق خاطر و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان در بین ۵۲۲ نفر از کارکنان چهار سازمان بزرگ کشور تایلند انجام داد. این نتایج حاکی از این بود که بین تعلق خاطر و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد (سوتینی رورخوم، ۲۰۱۰). حسن پور و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان (رابطه رفتار شهروندی سازمانی و توانمندسازی کارکنان) این رابطه در بین کارکنان مراکز بهداشت دانشگاه علوم پزشکی تهران، بررسی رابطه رهبری تحول آفرین و رفتار شهروندی ارزیابی و سنجش شده است. در این پژوهش، ارتباط توانمندسازی با پنج بعد رفتار شهروندی سازمانی بررسی شده است که نتایج، نشان دهنده معناداری ارتباط میان توانمندسازی و ابعاد رفتار شهروندی سازمانی هستند.

بحث و نتیجه گیری

با توجه به بررسی های انجام شده و مطالب ذکر شده در بالا بین رفتار شهروندی سازمانی و تعلق سازمانی رابطه وجود دارد. هرچه رفتار شهروندی سازمانی کارکنان در یک سازمان بالاتر باشد تعلق سازمانی کارکنان بالاتر است و کارکنان با انگیزه و تعهد بیشتر در سازمان فعالیت می کنند. برای افزایش رفتارهای شهروندی سازمانی و جلوگیری از رفتارهای ضد شهروندی توصیه می شود به هويت سازمانی، عدالت سازمانی، اعتماد، تعهد سازمانی، جنسیت و سبک رهبری توجه شود، چرا که این عوامل با این رفتارها رابطه معنی داری در شرکت های موفق نشان داده اند. مدیریت فرآیند به کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی بر مبنای یک نظام ارزشی پذیرفته شده است که از طریق برنامه ریزی، سازمان دهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل عملیات برای دستیابی به اهداف تعیین شده صورت می گیرد. مدیر می تواند از طریق ایجاد سیستم های پاداش، طراحی ساختار، تنظیم سیاست های مربوط به منابع انسانی سازمان و از همه مهمتر، از طریق نحوه تعامل و برخورد

انسانی با افراد، بر جو اخلاقی حاکم بر سازمان اثر بگذارد. بنابراین به هر اندازه سبک های مدیریتی با فضای فرهنگی و ارزشی حاکم بر سازمان همخوانی بیشتری داشته باشد، بیشتر می تواند به تقویت باورها و ارزش های کاری و اخلاق حرفه ای منجر شود. با افزایش رفتارهای شهروندی و ترویج و آموزش این رفتارها می توان باعث آزاد شدن منابع وامکانات برای صرف در راه اهداف موثرتر شد. همچنین پیشنهاد می شود ۱- فضایی ایجاد شود که افراد بتوانند مشارکت بیشتری در انجام فعالیت های سازمانی داشته باشند و ارتباطات بر مبنای اعتماد دو جانبه شکل بگیرد. ۲- ابتکارات فردی از طریق اجرای کارگاه های آموزشی (خلاقیت و نوآوری) تحریک و بهبود یابد. ۳- فضای ارتباطات صادقانه و با اعتماد شکل بگیرد. مدیران سازمان باید این فضا را در سازمان ایجاد کنند تا کارکنان نسبت به سازمان تعهد پیدا کنند و در نتیجه در راستای اهداف سازمانی گام بردارند. ۴- فضایی فراهم شود که افراد در اداره امور مشارکت فعالانه داشته و عقاید و ایده های خود را با دیگران مطرح کنند و به عواملی نظیر میل به بحث چالشی برای بهبود مسائل سازمانی، ابداع و بیان آزادانه عقاید پاداش داده شود. سیستم های پاداش و انگیزشی در سازمان می تواند نقش مهمی در افزایش تعلق سازمانی داشته باشد.

منابع

تحریر، ب(۱۳۸۹). ارتباط رضایت شغلی و تعهد سازمانی پرستاران شاغل در بیمارستان ها، مجله طب نظامی، دوره ۱۲، شماره ۱، صفحات ۲۳-۲۶.

حقیقی، محمدعلی و دیگران؛ مدیریت رفتار سازمانی، تهران، ترمه، ۱۳۸۲، چاپ دوم، ص ۵۱۵.

-رامین فرحمید و هادی زاده مقدم، اکرم و احمدی، ایمان (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین ادراک از عدالت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال اول، شماره ۲، ص ۸۹-۶۵

زارع، حمید (۱۳۸۳)، نقش رفتار شهروندی سازمانی در عملکرد سازمان، فرهنگ مدیریت، سال دوم، شماره ششم، ص ۱۵۱-۱۶۹.

زارعی متین، حسن، جندقی، غلامرضا و توره، ناصر (۱۳۸۵). "شناخت عوامل رفتار شهروندی سازمانی و بررسی ارتباط آن با عملکرد سازمان"، فرهنگ مدیریت، ۱۲، صص ۳۱-۶۳.

-مقیمی، محمد (۱۳۸۳)، (سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی، تهران: انتشارات ترمه، چاپ سوم، ص ۳۹۲.

مورهد، جی، گریفن، آر؛ رفتار سازمانی، سیدمهدی الوانی و غلامرضا معمارزاده، تهران، مروارید، ۱۳۷۴، چاپ اول، ص ۴۲۱-۴۲۲.

نصر اصفهانی. علی، عارف نژاد. محسن، محمدی. سمیه، خلیلی. اعظم. (۱۳۹۱). بررسی اثر سرمایه های روانشناختی بر تعهد سازمانی و رضایت شغلی (مورد مطالعه سازمان صنایع و معادن استان اصفهان). فصلنامه روانشناسی صنعتی / سازمانی، سال سوم، شماره ۱۲: ۵۳-۶۳

Ahmed, N., Rasheed, A., Jehanzeb, Kh. (2012). "An Exploration of Predictors of Organizational Citizenship Behaviour and its Significant Link to Employee Engagement". International Journal of Business, Humanities and Technology, Vol. 2 No. 4 , PP: 99-106 .

Blakely, G. L., Andersn, M. C., & Moorman, R. H., (2005), The Moderating Affects Of Aquity Sensitivity On The Relationship Between Organizational Justice And Organizational Citizenship Behaviors. Journal of Business and Psychology, 20(2), (2005), pp. 259 – 273.

Castro, C. B., Armario, E. M., and Ruiz, D. M. (2004), "The Influence of Employee Organizational Citizenship Behavior on Customer Loyalty", International Journal Of Service Industry Management, 15, (1), 27.

Hee Yoon, M., and Suh, J., (2003), "Organizational Citizenship Behaviors and Service Quality as External Effectiveness of Contact Employees", Journal Of Business Research, (56), 597.



Kahn, W. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *The Academy of Management Journal*, Vol. 33, No. 4.

Greenberg, J. & Baron, R. A. " Behavior in organizational", NEW JERSEY, (2000).

Netemeyer, Van Dyne, L., Cummings, L. L., and Parks, J. M., (1995), "ExtraRole Behaviors: In Pursuit of Construct and Definitional Clarity (A Bridge over Muddied Waters)". In L. L. Cummings and B. M. Staw (Eds.), *Research in Organizational Behavior*, 17, 215–285.

Organ, D.W. (1990b), "Personality and organizational citizenship behavior", *Journal of management*, 20, pp. 465-478.

Organ, D. W., (1988), "Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome". Lexington, MA: Lexington Books.

Orgun, D. P., Podsakoff, M. P., Mackenzie, B. S.(2006), " Organizational citizenship behavior, is nature, antecedents, and consequences". A sage publication series.

Podsakoff, P. M., & Mackenzie, S. B.(1994), "Organizational citizenship behavior and sales unit effectiveness", *Journal of marketing research*, 3(1), pp. 351-363.

Podsakoff, P. M., & Mackenzie, S. B., & Puine, B. j., & Bachrach, G. D. (2000),"Organizational citizenship behavior: A critical review of the theoretical and empirical literature and behavior suggestions for future research". *Journal of Management*, Vol. 26, PP. 513 – 563.

Ryan, J. J., (2002), "Work Values and Organizational Citizenship Behavior: Values That Work for Employees and Organizations", *Journal of Business and Psychology*, 17, (1), 123.

Schappe, S. P., (1998), "The Influence of Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Fairness Perceptions on Organizational Citizenship Behavior", *Journal of Psychology*, 132, (3), 277. 25.

Vigoda, E., (2000), "Internal Politics in Public Administration Systems: An Empirical Examination of its Relationship with Job Congruence, Organizational Citizenship Behavior, and In-Role Performance", *Public Personnel Management*, 29, (2), 185.

Wech, B., (2002), "Trust Context: Effect on Organizational Citizenship Behavior, Supervisory Fairness, and Job Satisfaction Beyond the Influence of Leader-Member Exchange", *Business and Society*, 41, (3), 353. 28.

Van dyne, L., Graham, J. W., and Dienesch, R.M., (1994), "Organizational Citizenship Behavior: Construct Redefinition, Measurement, and Validation", *Academy of Management Journal*, 37, (4), 765.



Investigating the relationship between organizational citizenship behavior and organizational belonging

Mohammad Javad Zaki Javad.zaki10@ut.ac.ir

Abstract

Completely changing conditions prevailing in organizations, increasing competition and the need for their effectiveness, such conditions have made the need of organizations to provide a valuable generation of employees. A generation referred to as organizational soldiers. These employees are undoubtedly the distinguishing feature of effective organizations from ineffective ones, because in their belief, they consider the organization as their home and to achieve its goals, they have done more than their official role without any expectation. Goals do not hesitate. Today, these extravagant, voluntary, useful, and beneficial efforts are referred to as behaviors beyond the role or behavior of organizational citizenship. They are looking for employees who go beyond expectations, They voluntarily engage in behaviors that are not part of their official job duties and generally have a high level of organizational citizenship (Raminfar et al., 2009). Organizational citizenship behaviors are the sum of behaviors that are outside the scope of mandatory behaviors of individuals in the workplace, but play a key role in creating a favorable psychological and social environment in the workplace (Blakely, 2005). The purpose of this study is to investigate the relationship between organizational citizenship behavior and organizational belonging. After the introduction, stating the importance and necessity of research and theoretical foundations and concepts of citizenship behavior Organizational and organizational affiliation is defined. Finally, the backgrounds of research, discussion and conclusion are stated.

SID



سرویس های
ویژه



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



عضویت در
خبرنامه



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آوساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی