



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

## Big-B در برابر Big-O: در رابطه با رفتار سازمانی، چه ویژگی سازمانی ای وجود دارد؟

### چکیده

این مقاله، یک متن با زمینه تجربی در خصوص وضعیت فعلی تحقیقات رفتار سازمانی و مسیر های آینده مربوط به این تحقیقات می باشد. ما نتایج یک نظر سنجی از محققان و دانشمندان رفتار سازمانی در مورد اهمیت فعلی موضوعات تحقیقاتی مختلف و اهمیت آن ها در دنیای واقعی را ارائه می کنیم. پاسخ های مربوط به نظر سنجی فوق با تحلیل کتابخانه ای مقالات منتشر شده در مجلات مهم رفتار سازمانی در طی ده سال مقایسه می شود. پیشنهاد ما این است که بسیاری از موضوعاتی که از نظر پاسخگویان " کم تر مطالعه شده " اند، را می توان با یک تعریف خاص از رفتار سازمانی خلاصه سازی کرد که بر رفتار سازمان دهی تاکید می کنند. با در نظر گرفتن سه تعریف، ما محدودیت های تعاریف سنتی ( رفتار- بزرگ و رفتار زمینه ای) را برجسته کرده و مزیت های رویکرد سازمانی تر موسوم به Big-O را بحث می کنیم.

### مقدمه

هدف این مقاله تجربی، تا حدودی بحث بر انگیز می باشد. این مقاله از این نظر " تجربی " است که از دانشمندان برتر در زمینه رفتار سازمانی برای شناسایی موضوعات مهم و آن چه که باید در دنیای ایده ال، مهم باشد، نظر سنجی کرده است. ما پاسخ ها را با تحلیل بایگانی مقالات منتشر شده در مجلات مهم رفتار سازمانی در طی دوره ده ساله مقایسه می کنیم. با این حال این مقاله می تواند یک " جستار " یا تحقیق فردی باشد زیرا مشابه با مطالعات آزمون نظریه و نظریه سازی سنتی نیست و بیشتر شبیه یک نظر سنجی تجربی است. ما از شواهد تجربی به عنوان ابزاری برای مطرح کردن سولات در خصوص مرز ها و مسیر تحقیقات در رفتار سازمانی و مشخص کردن زمینه هایی که در آینده بیشتر نیازمند توجه هستند استفاده می کنیم. ما به بررسی سه تعریف بالقوه رفتار سازمانی پرداخته و نشان می دهیم که نتایج تجربی، پاسخ هایی بحث بر انگیز ولی مفید برای سولات است. رفتار سازمانی

بایستی چگونه باشد؟

رفتار سازمانی چیست؟

رفتار سازمانی، از رشته های روان شناسی، جامعه شناسی، علوم سیاسی و اقتصاد گرفته شده است، در حالی است که معمولاً گفته می شود که رفتار سازمانی ارتباط تنگاتنگی با روان شناسی دارد (اشنایدر 1985). این به عنوان مطالعه رفتار افراد و گروه ها در سازمان ها تعریف شده است (به مقالات مروری نظیر میشل 1979، اشنایدر 1985، و متون مقدماتی نظیر دانکن 1978، ارگان و بتمن 1986، ونگر و هولنیک 1995 مراجعه کنید). از این روی این رشته از دیر باز بر رفتار و ویژگی های افراد و گروه ها متمرکز بوده و در عین حال توجه کمی بر ابعاد سازمانی رفتار سازمانی دارد. به دلیل این توجه، رفتار سازمانی با رفتار سازمانی خرد مترادف است (استاو 1984). یکی از انگیزه های اصلی ما برای نوشتن این مقاله این است که رفتار سازمانی، اثر بسیار کمی بر شیوه انجام تحقیق در سازمان ها دارد. برای مثال، اریلی 1990 خاطر نشان کرده است که در میان مجلات مدیریتی، سهم بازار بازاری تحقیقات بر روی رفتار سازمانی خرد، به طور قابل توجهی با گذشت زمان کم تر شده است. دلیل این کاهش این است که محققان مدیریت توجه کم تری به تحقیقاتی معطوف داشته اند که این تحقیقات مطابقت کم تری با تعریف تخصصی رفتار سازمانی دارند. حتی در حال حاضر ما به ندرت به بررسی اهمیت شیوه تعریف رفتار سازمانی و یا تعاریف جایگزین آن پرداخته ایم.

دلایل بالقوه بسیاری برای کاهش مشاهده شده در تحقیقات توسط اریلی وجود دارد، با این حال دو دلیل توسط مقالات مختلف ارائه شده اند. اولاً، داوران خاطر نشان کرده اند که تحقیقات رفتار سازمانی بیشتر بر مطالعات تجربی تاکید دارند تا مطالعات نظری و به این ترتیب از آن ها خواسته می شود تا به مطالعات تئوری نیز توجه کنند (میشل 1979، استاو 1984، ایلگن و کلین 1989، اریلی 1990). به علاوه داوران مقالات خاطر نشان کرده اند که رشته ما بایستی نسبت به رشته های دیگر تخصصی تر باشد (ایلگن و کلین 1989، اریلی 1990).

در این مقاله ما از محققان رفتار سازمانی نظر سنجی کرده و اقدام به شناسایی موضوعات نظری موجود در منابع رفتار سازمانی کرده و موضوعاتی را پیشنهاد می کنیم که توجه بیشتری را در منابع و مطالعات " ایده ال " به خود جلب کرده اند و شکاف ها و فواصل بین تحقیقات ایده ال و تحقیقات فعلی را شناسایی می کنیم. با شناسایی موضوعاتی که از نظر محققان " کم تر یا بیشتر از مقدار مطالعه شده اند " امیدواریم تا تحقیقات بر روی موضوعات مهم رفتار سازمانی افزایش یافته و توجه رشته مدیریت را به خود جلب کند. به علاوه، با پیشنهاد موضوعات کم تر

مطالعه شده، ما زمینه هایی را بررسی می کنیم که در این زمینه ها نیاز به تحقیقات نظری جدید است. این زمینه ها، فرصت هایی برای تحقیقات رفتار سازمانی برای افزایش اطلاعات مهم در رشته های مشابه می باشند. توجه داشته باشید که با تاکید بر موضوعات کم تر مطالعه شده، توجه ما از مناظرات و بحث های روش شناسی مهم در طی چند سال گذشته متفاوت بوده است (پیفر 1993، وان مان 1995). هدف ما، در نظر گرفتن روش های انجام تحقیق نیست، بلکه ما این مسئله را بررسی می کنیم که کدام موضوعات، سوالات جالب و مهمی را برای محققان رفتار سازمانی پیش می آورند.

اگرچه نظر سنجی ما امکان پرسیدن سوالاتی را در مورد اهمیت واقعی و ایده ال طیف وسیعی از موضوعات پژوهشی می دهد، با این حال با یک نظر سنجی نمی توان مطالعه جامعی انجام داد. از این روی، یکی از اهداف ما در این مقاله، پیشنهاد تعریف گسترده ای از رفتار سازمانی برای خلاصه سازی نتایج سازمانی و آرایه بحث های مفید برای تحقیقات آینده است. در پایان این مقاله، ما از نتایج برای بحث دو شیوه سنتی تعریف رفتار سازمانی استفاده می کنیم. هم چنین سومین رفتار سازمانی آرایه می شود. ما بر این باوریم که این کار موجب آرایه خلاصه بهتری از نظر سنجی شده و مبنای مفیدی برای ایجاد مسیر تحقیقات آینده به شکلی ایده ال است.

## روش

ما دو نوع داده را گزارش می کنیم: 1- جست و جوی فراوانی کلمات کلیدی که، درصد مقالات چاپ شده در مجلات رفتار سازمانی که به موضوعات تحقیقاتی مختلفی پرداخته اند را شناسایی می کند. 2- پرسش نامه ایمیلی که به اعضای هیئت تحریریه مجله رفتار سازمانی ارسال شده و از آن ها خواسته شد تا اهمیت واقعی و اهمیت ایده ال طیف وسیعی از موضوعات تحقیقاتی را رتبه بندی کنند. هر یک از این روش های جمع اوری داده ها در زیر توضیح داده شده اند.

## نمونه مقالات ژورنالی

ما یک نمونه از مجلاتی که تعداد زیادی از مقالات تجربی در زمینه رفتار سازمانی را منتشر کرده بودند شناسایی کردیم. شش مجله که مجموعه 2461 مقاله را در طی 1990 میلادی منتشر کرده بودند مشخص شدند: مجله آکادمی مدیری (AMJ, n = 360)، فصلنامه علوم اداری (ASQ, n = 141)، مجله روان شناسی کاربردی (JAP, n = 802)، مجله رفتار سازمانی (JOB, n = 397)، علوم سازمانی (OS, «=168)، فرایندهای تصمیم گیری

انسان و رفتار سازمانی (OBHDP, n — 593). ما همه مقالات منتشر شده در این مجلات را از 1990 تا 1999 در نظر گرفتیم.

### تعیین کلمات کلیدی در رابطه با موضوعات

ما موضوعات تحقیق را از حیث لغات کلیدی رایج در دیتابیس CHIFNO تعریف کردیم. این کلمات کلیدی، توسط نویسندگان در زمان انتشار آن‌ها در نظر گرفته شد به طوری که دیدگاه نویسندگان را در مورد مهم‌ترین موضوعات بررسی شده در تحقیق نشان دهد. برای مثال، وقتی هیندز و کسلر (1995) تحلیل ارتباطات تلفنی، ایمیل و ارتباطات ایمیل صوتی در هفت بخش از شرکت مخابراتی را منتشر کرده و لغات کلیدی زیر را استفاده کردند: گذر مرزی، فناوری ارتباطات، ارتباطات الکترونیک، سلسله مراتب و ساختار.

برای ایجاد فهرستی از موضوعات استفاده شده در نظر سنجی و مرور منابع، فیلد یا زمینه کلمات کلیدی از همه مقالات منتشر شده در 1990 تا 1999 دانلود شدند. سپس محتویات این زمینه‌های کلمات کلیدی بررسی شده و اصطلاحات بر اساس دو معیار انتخاب شدند: 1- ابعاد رفتار سازمانی 2- اصطلاح ب فراوانی نسبی در مجلات. فهرست جامعی از تقریباً 100 عبارت انتخاب شده و 49 در نظر گرفته شدند. هدف ما، ایجاد فهرستی بود که به طور واقعی منعکس کننده زمینه و رشته مربوطه باشد تا مسئله تکمیل نظر سنجی به حداقل برسد و نتایج به طور شفاف تری تفسیر شوند. علاوه بر موضوعات رایج، سه موضوعی انتخاب می‌شوند که بیانگر زمینه‌های نوظهور نشان داده شده توسط کنفرانس‌های علمی و نسخه‌های ویرایش شده یا شماره‌های خاصی بودند. به طور کلیف فهرستی از 49 کلمه کلیدی در جدول 1 انتخاب شدند.

### نظر سنجی

نظر سنجی برای یک کنفرانس در نوامبر 1999 انجام شد که به هیئت تحریریه رفتار سازمانی امکان بحث در مورد مجله را در طیف وسیعی از موضوعات و فرصت‌ها در زمینه رفتار سازمانی می‌دهد. پرسش‌نامه‌ها به 70 عضو هیئت تحریریه ارسال شد. 25 پاسخ دریافت شد.

اگرچه هیئت تحریریه یک نمونه در دسترس است، با این حال می‌تواند معرف خوبی از محققان رفتار سازمان باشد. به علاوه، این محققان و نویسندگان بهتر قادر به ارزیابی وضعیت فعلی رفتار سازمانی بودند. آن‌ها محققان فعالی هستند که در هیئت تحریریه مجلات مختلف مشغول به کارند و نقش کلیدی در هیئت تحریریه رفتار

سازمانی ایفا می کنند. به این ترتیب آن ها فرصت منحصر به فردی را برای جمع اوری و تجمیع نظرات متخصصان رفتار سازمانی ارایه می کنند. از شرکت کننده های نظر سنجی خواسته شد تا در مورد اهمیت ایده ال و اهمیت واقعی موضوعات تحقیق با 49 کلمه کلیدی قضاوت کنند. برای هر کلمه کلیدی، از پاسخگویان خواسته شد تا به دو سوال پاسخ دهند: 1- موضوع مربوطه در مطالعات و منابع علمی امروزی چه قدر اهمیت دارد؟ 2- اهمیت ایده ال این موضوع در منابع چقدر است؟ آن ها با رتبه بندی کلمات کلیدی در مقیاس پنج نقطه ای به این سوالات پاسخ دادند.

### جست و جوی فراوانی کلمات کلیدی

برای هر کلمه کلیدی درصد مقالات در شش مجله محاسبه شد. فیلد های کلمات کلیدی مربوط به همه مقالات منتشر شده در 1990 میلادی در نظر گرفته شدند

### محدودیت های روش شناسی

هنگام بررسی نتایج حاصله باید دو احتیاط را در نظر گرفت: اولاً، اگرچه ما داده های عینی را برای کلمات کلیدی مورد مطالعه ارایه می کنیم، این کلمات کلیدی از تحلیل ذهنی کلمات کلیدی در شش مجله بر گرفته شده اند. اگرچه ما کلمات کلیدی را که معرف بودند انتخاب کردیم، نمی توان تضمین کرد که کلمات کلیدی انتخاب شده به خوبی معرف کلمات کلیدی مطرح شده در مجلات هستند. دوم، کلمات کلیدی از نظر ماهیت خود مبهم بوده و روش ما موجب تشدید این ابهام با تفکیک و جدا سازی کلمات از زمینه های مربوطه می شود. هدف ما اجتناب از کلمات مبهم است. برای مثال کلمه کلیدی " تعارض و اختلاف " در نظر گرفته شده در نظر سنجی مبهم است زیرا در یک مقاله ب صورت اختلافات بین فردی در نظر گرفته شده و در یک مقاله دیگر به صورت اختلافات درون فردی در نظر گرفته می شود. به دلیل همین ابهام، ما از پاسخگویان خواستیم تا اهمیت فعلی و ایده ال اختلاف و تضاد را رتبه بندی کنند. علی رغم این محدودیت ها، داده ها، مفید ترین نقطه شروع برای بحث در رابطه با زمینه مورد نظر هستند.

### نتایج

جدول 1: گزارش های مربوط به داده های نظر سنجی وجست و جوی کلمات کلیدی را نشان می دهد. این جدول فهرستی از کلمات کلیدی را به ترتیب نزولی بر اساس فاصله بین شیوه رتبه بندی اهمیت ایده ال موضوع و شیوه

رتبع بندی اهمیت واقعی در مطالعات موجود را نشان می دهد. چون کلمات کلیدی به ترتیب بر اساس اندازه فاصله هستند، کلمات کلیدی در بالای جدول از نظر محققان در منابع کم تر تعریف شده اند. کلمات کلیدی در پایین جدول، به طور کافی تعریف شده یا در برخی موارد بیش تر از مقدار واقعی تعریف شده اند/

جدول 1: فاصله بین سطح واقعی و ایده ال تحقیقات در موضوعات رفتار سازمانی مختلف و سطحو واقعی این

موضوعات در مجلات سازمانی

درصد مقالات در مجلات انتخاب شده که این کلمه کلیدی را استناد کرده اند						رتبه بندی رفتار سازمانی توسط محققان به صورت ایده ال یا واقعی		موضوعات رفتار سازمانی	فاصله بین رتبه واقعی و ایده ال
OS	OBDHP	JAP	AMJ	ASQ	JOB	واقعی	ایده ال		
0.00	0.01	0.00	0.00	0.02	0.00	2.1	3.2	هنجارهای	1.1*
0.09	0.01	0.01	0.02	0.01	0.01	2.8	3.6	ارتباط	0.9*
0.10	0.13	0.21	0.19	0.13	0.15	3.2	4.0	عملکرد	0.9*
0.03	0.00	0.00	0.01	0.02	0.01	3.0	3.9	تغییر سازمانی	0.9*
0.00	0.01	0.02	0.01	0.01	0.03	2.4	3.3	خانواده	0.9*
0.02	0.08	0.00	0.02	0.01	0.01	2.1	2.9	خطر	0.8*
0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	3.4	4.1	میان فرهنگی	0.8t
0.02	0.00	0.01	0.02	0.01	0.01	3.0	3.7	فرهنگی	0.7*
0.00	0.00	0.01	0.00	0.04	0.01	2.4	3.1	اعتماد	0.7^
0.02	0.02	0.00	0.02	0.04	0.01	2.8	3.4	وابستگی متقابل	0.6*
0.13	0.03	0.02	0.01	0.03	0.00	2.8	3.4	همکاری	0.6*
0.02	0.00	0.00	0.02	0.07	0.01	2.5	3.0	یادگیری	0.6*
0.02	0.01	0.01	0.02	0.03	0.03	2.7	3.3	شبکه های	0.6*
0.02	0.00	0.03	0.03	0.01	0.04	2.9	3.4	احساسات / تاثیر می	0.5*
0.02	0.00	0.00	0.01	0.04	0.01	2.3	2.8	گذار	0.5'
0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.05	2.8	3.3	حجم معاملات	0.5'
0.01	0.00	0.01	0.01	0.01	0.01	2.6	3.0	سیاست	0.4*
0.11	0.15	0.10	0.10	0.13	0.03	3.5	3.9		0.4'
0.01	0.04	0.02	0.01	0.01	0.02	2.7	3.1		0.4*
0.02	0.01	0.02	0.03	0.03	0.07	3.3-	3.5		0.3

0.07	0.02	0.02	0.04	0.07	0.04	2.4	2.7	فرسودگی شغلی	0.3
0.04	0.00	0.00	0.01	0.02	0.00	2.1	2.4	مشارکت	0.3
0.01	0.01	0.01	0.01	0.03	O.OI	3.2	3.5	تیم / گروه	0.3
0.00	0.00	0.04	0.01	0.01	0.02	1.1	3.0	بازخورد	0.3
0.00	0.05	0.01	0.01	0.01	0.00	1.8	2.1	تضاد	0.3
0.05	0.01	0.03	0.04	0.04	0.05	2.1	2.4	تضاد	0.3
0.03	0.02	0.02	0.03	0.03	0.02	2.8	3.1	ساختار	0.3
0.01	0.02	0.03	0.05	0.00	0.06	2.4	2.8	اتحاد	0.3
0.02	0.01	0.05	0.08	0.03	0.11	3.5	3.6	مشوق ها / پرداخت /	0.2
0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.02	2.6	2.8	پاداش	0.2
0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	2.0	2.1	شخصیت	0.2
0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.03	2.8	3.0	(بیش از حد) اعتماد	0.2
0.02	0.02	0.02	0.01	0.01	0.04	3.2	3.4	به نفس	0.2
0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.00	2.8	3.0	ارتباط	0.1
0.02	0.01	0.03	0.04	0.04	0.03	2.9	3.0	نفوذ	0.1
0.01	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	2.3	2.3	سرپرستان / نظارت	0.1
0.08	0.05	0.02	0.08	0.05	0.02	3.1	3.2	تعهد	0.1
0.04	0.01	0.02	0.03	0.05	0.04	3.7	3.8	غیبت / حضور	0.1
0.04	0.00	0.00	0.01	0.04	0.01	3.4	3.5	حقانیت	0.0
0.00	0.02	0.03	0.01	0.01	0.02	3.1	3.2	قرارداد روانی	0.0
0.01	0.02	0.03	0.04	0.03	0.03	3.4	3.4	انگیزه	0.0
0.02	0.08	0.01	0.02	0.01	0.01	3.0	3.0	اجتماعی	-0.3
0.00	0.01	0.03	0.00	0.01	0.03	2.9	2.9	کنترل	-0.4*
0.01	0.01	0.02	0.03	0.01	0.13	3.1	3.2	هویت	-0.4*
0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.09	3.2	2.9	استراتژی /	-0.6t
0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.02	3.3	2.9	استراتژیک	
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	3.2	2.8	رهبران / رهبری	
0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02	3.5	2.8	فرهنگ	
								سنجش عملکرد	
								عدالت / انصاف	
								مذاکره / چانه زنی	
								خودکارآمدی	
								فشار استرس	
								رضایت شغلی	
								تصمیم گیری /	
								تصمیم گیری	
								شهروندی سازمانی	
								اهداف / تعیین هدف	



توجه داشته باشید که با استناد به کلمه بیش از حد مطالعه شده یا کم تر از حد مطالعه شده، ما بر ارزیابی مجموعه ای از ارزیاب های آگاهانه ها متکی هستیم. در یک پرسش نامه، هدف ما حذف معیار های مبهم است. ما نمی دانیم که چگونه اریاب ها، اهمیت ایده ال موضوع را اریابی می کنند. به برخی از الگو هادر جدول 1 مراجعه کنید. اولاً، لازم به ذکر است که پاسخگویان به طور میانگین، در همه موضوعات، تحقیقاتی را مشاهده کرده اند. در صورتی که ما بر فاصله ایده ال و واقعی تاگید کنیم موضوعاتی که به صورت مثبت ارزیابی می شوند، موضوعاتی هستند که پاسخ گویان تاکید بیشتری بر آن ها دارند. از 49 کلمه کلیدیدر پرسش نامه، پاسخگویان نشان داده بودند که تاکید بیشتر باید بر 26 مورد بود. اگرچه این نظر سنجی نشان می دهد که مسیر های زیادی برایتحقیقات آینده وجود دارند ولی ما باید انتخاب های دقیقی کنیم.

دومین مجموعه از الگو ها، موضوع رقابت و تخصصی سازی در رشته ها و مجلات مختلف است. برخی از موضوعات تنها برای مجلات خاص هستند برای مثال یادگیری و رفتار سازمانیف تصمیم گیری و IBHDP، شبکه و ASQ. در حالی که موضوعات دیگر به کرات در مجلات دیگر مشاهده می شوند نظیر عملکرد و یا توسط برخی مجلات نادیده گرفته می شوند( میان فرهنگی، مشروعیت و جامعه پذیری). به علاوه، برخی موضوعات توسط برخی مجلات اجتناب شده اند( برای مثال JOB، در مورد موضوعات تیم و گروه نسبت به مجلات دیگر، کم تر مقاله منتشر می کند.

سوما، برخی از مجلات نه تنها برخی موضوعات را پوشش می دهند، بلکه از این موضوعات به عنوان برند استفاده می کنند. به علاوه، وقتی که موضوعات مربوط به تصمیم گیری " مذاکره و ریسک" در نظر گرفته شوند این موضوعات تقریباً 45 درصد همه نقلات ODBH را پوشش می دهد. چهار موضوع اصلی این مجله به صورت زیر است "استرس، تعهد، رضایت شغلی و اختلاف که بیش از 40 درصد مقالات را شامل می شود.

پيامد ها و اهمیت های رتبه بندیاهمیت و الگوی موضوعی یک مجله چیست؟ اولاً از دیدگاه محققان، موضوعات مطالعه نشده بسیاری وجود دارد و این موضوعات، زمینه های مطلوبی برای تحقیقات آینده هستند. با این حال، محققان به سختی می توانند موضوعات کم تر تحقیق شده را هدف یابی کنند. اگرچه بدیهی است که ODBH یک خرجی مهم برای تصمیم گیری است، ولی مشخص نیست که یک مجله خوب در مورد هنجار ها، اعتماد، وابستگی و همکاری چه اتفاقی افتاده است. به این ترتیب این موضوعات نسبتاً به موضوع واقعی، قابلیت ریسک بالایی دارد.

لازم به ذکر است که محققان و نویسندگان در یک رشته خاص، فکر می کنند که موضوع ارزش مطالعه کردن را داشته باشد حتی اگر این موضوعات در مجله بررسی شده باشند دوماً از نظر سردبیر مجله، بسیاری از این موضوعات کم تر مطالعه شده، می توانند یک فرصت رقابتی ایجاد کنند. در این قسمت مجلات می توانند اثر معنی داری بر روی شیوه درک موضوعات داشته باشند برای مثال (OS) با انتشار تعداد زیادی از مقالات در زمینه ارتباطات و یادگیری انجام شده است.

### سه تعریف OB

بعد از ارایه نتایج تجربی، تفسیر تجربی و مبتنی بر مقالات این نتایج را انجام می دهیم. در این بخش، اهمیت نتایج برای تعاریف مختلف رفتار سازمانی توصیف می کنیم. بسته به شیوه تعریف رفتار سازمانی، اهمیت و اثر کار ما محدود یا توسعه می یابد.

تعریف B بزرگ از رفتار سازمانی: یک شیوه احتمالی برای تعریف رفتار سازمانی، تاکید بر رفتار مربوطه است، این رفتار سازمانی BIG-B را در نظر می گیرد

### تعریف Big-B از رفتار سازمانی

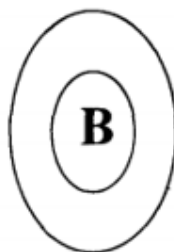
یک شیوه باری تعریف رفتار سازمانی، تاکید بر رفتار مورد نظر است. ما در این جا رفتار سازمانی Big-B را بررسی می کنیم. برخی از محققان تحقیقات Big-B را نوعی تحقیق ایده ال در نظر گرفته اند که در واقع در جامعه رفتار سازمانی وجود دارد. بسیاری از محققان، از اهمیت تحقیقات بر روی فشار/کرنش یا هدف گذاری یا تصمیم گیری دفاع می کنند، زیرا این موضوعات بیانگر رفتار جالبی هستند که برای سازمان اهمیت دارد. در واقع یکی از نقاط قوت تاریخی تحقیقات سازمانی این است که از بسیاری از رشته ها بر گرفته شده است. تعریف زیر را در خصوص رفتار سازمانی از مقاله بنجامین اشنایدر در نظر بگیرید:

رفتار سازمانی، تلاقی مطالعات فردی، گروهی و سازمانی از روان شناسی سازمانی صنعتی و تئوری مدیریت و سازمان دهی در رشته های (اجتماعی، سایکومتریک)، جامعه شناسی (سازمانی، کار، شغلی)، و مدیریت (علمی، روابط انسانی) (اشنایدر، 1985، ص. 574). است.

جدول 2: دو تعریف کلاسیک از رفتار سازمانی

Big-B: بر رفتار مورد نظر مرتبط با سازمان تاکید دارد

معایب: صفت مولفه کلیدی رادر نظر نمی گیرد. ایا این موضوع همانی است که محققان OB در خصوص ان اطلاعات زیادی کسب کرده اند و با رشته های روان شناسی اجتماعی، روان شناسی، علوم سیاسی و اقتصاد به اشتراک گذاشته می شوند؟



رفتار زمینه ای: بر رفتاری تاکید دارد که در شرایط سازمانی رخ می دهد.

معایب: قادر به برآورده کردن آزمون نظریه مرکزیت سازمانی است: چگونه میتوان با آگاهی از اطلاعات قبلی، در مورد سازمان ها اطلاعات کسب کرد.

به عبارت دیگر، وقتی که بر رفتار جالب در سطوح فردی، گروهی و سازمانی تاکید می کنیم، ریسک از دست دادن اهمیت سازمان یا O وجود دارد. نتایج نظر سنجی نشان می دهد که تعداد موضوعات بیگ بی BIG-B در پایین فهرست قرار می گیرد. تحقیقات فعالی در زمینه تنش و کرنش و هدف گذاری و تصمیم گیری وجود دارد و این مسئله بعید است که سوالات در خصوص این موضوعات پاسخ داده شوند. به این ترتیب، موضوعاتی نظیر این به صورت بیش از حد مطالعه شده در نظر گرفته شده اند زیرا آن ها بیانگر رفتار جالب هستند با این حال اطلاعاتی در مورد سازمان یه ما نمی گویند. به عنوان B جالب، این موضوعات برای علوم اجتماعی بسیار ارزشمند است. به دلیل بحث بر انگیز بودن نتایج، تحقیق را نقد می کنیم. در گذشته ، ما مقالاتی بر روی تصمیم گیری و هدف گذاری انجام دادیم. (هیت و همکاران 1998). هر دوی این موضوعات در زیر فهرست قرار دارند.

جدول 3: تعریف جایگزین از رفتار سازمانی

O-Big: بر رفتاری تاکید دارد که برای سازمان دهی مهم است.  
مزایا: بر مرکزیت سازمان دهی متمرکز بوده و رفتار جانبی، را حذف کرده و بر فرایند و تحقیقات نقطعی متمرکز است.

اگرچه ما باور داریم که تحقیقات ما از اهمیت زیادی برخوردار است، ولی با پاسخگویان خود در رابطه با این موضوعات هم رای و موافق می باشیم، درحالی که یک رفتار جالب، در زمینه رفتار سازمانی ممکن است بیش از

حد مطالعه شده باشد. در موضوع مربوط به تصمیم گیری، یک مورد خاص تحقیقاتی را در مورد افزایش تعهد در نظر بگیرید. این موضوع بسیار جالب است و در مجلات مربوط به رفتار سازمانی و مدیریتی مطرح شده است (استاو 1976، وایت 1986، برککنر 1992). با این حال، اگرچه افزایش تعهد یک رفتار جالب است ولی این سوال وجود دارد که آیا آن یک O جالب است یا خیر. افزایش تعهد قطعاً در سازمان ها رخ می دهد، با این حال رفتاری است که در بسیاری از زمینه های دیگر نیز در نظر گرفته می شود. تحقیقات بر روی تعهد در میان محققانی رایج است که هرگز سازمان را در نظر نمی گیرند. برای مثال، در میان اقتصاد دانان و بازار یابان علاقه مند به توسعه تعهد. به علاوه، این موضوع هنوز مشخص نیست که آیا رفتار افزایش تعهد ما را به درک سازمان ها نائل می کند یا خیر. توسعه تعهد یک B جالب است ولی علی رغم اهمیت زیاد خود در رشته ما ممکن است O بزرگ باشد یا نباشد به این ترتیب می توان گفت که موضوعات کم اهمیت تری نیز وجود دارند زیرا آن ها B جالبی هستند ولی O جالبی نمی باشند. علاوه بر هدف گذاری و تصمیم گیری، این در مورد موضوعاتی نظیر تنش و فشار و خود کارامدی صادق است. همه این موضوعات جالب هستند. افراد باید آن ها را مطالعه کنند. سوال ما این است که آیا آن ها توجه مشابهی را در رفتار سازمانی مثل گذشته دریافت می کنند یا خیر. محققان نظر سنجی شده بر این باور بودند که موضوعات مفیدی در رشته تحقیقاتی رفتار سازمانی وجود دارد به طور خلاصه، استدلال ما در مورد شیوه تعریف BIG-B از رفتار سازمانی ضعیف است و ما به آزمون قابلیت محوری اشاره داریم. برای انجام این تست، محققان بایستی سوال زیر را از خود بپرسند: یا این موضوع در مورد محققان رفتار سازمانی، اطلاعات منحصر به فردی را دارد که توسط محققان در رشته های علوم اجتماعی دیگر نظیر روان شناسی، جامعه شناسی، علوم سیاسی یا اقتصادی به اشتراک گذاشته نشده باشد؟ اگر پاسخ منفی است، باید بر موضوعاتی تاکید کنیم که در آن ها آموزش و دانش منجر به یک قابلیت منحصر به فرد شود.

### تعریف رفتار زمینه ای از رفتار سازمانی

دومین تعریف رفتار سازمانی، بر رفتار در یک شرایط سازمانی تاکید دارد. این رایج ترین شیوه تعریف رشته رفتار سازمانی است:

رفتار سازمانی به عنوان یک شیوه مورد مطالعه، مربوط به همه ابعاد فعالیت انسانی در شرایط سازمانی یا گروهی است (دانکن 1978)

رفتار سازمانی، به معنی کاربرد مفاهیم، نظریه ها ف روش ها و تعمیمات تجربی از علوم رفتاری به تحلیل رفتار در سازمان هاست( ارگان و بتمن 1986)

تفاوت رفتار سازمانی از روان شناسی، جامعه شناسی، علوم اجتماعی و انسان شدنی در این است که رفتار سازمانی تنها بر رفتار گروهی یا فردی تمرکز نمی کند بلکه بر رفتار فردی و گروهی در سازمان ها تاکید دارد( ناترکیافت ونیل 1990).

رفتار سازمانی یک رشته مطالعاتی است که تلاش می کند تا رفتار انسان را در شرایط سازمانی، درک، توضیح و پیش بینی کند( واگنر و هالنک 1995).

این دسته از تعاریف موسوم به رفتار های زمینه ای هستند. این تعاریف قادر به حل مسائل مربوط به تعاریف Big-B می باشند. زیرا آن ها نشان می دهند که رفتار می تواند در شرایط سازمانی رخ دهد. برای مثال، تحت این تعریف، مطالعات آزمایشگاهی مربوط به فشار، خود کارآمدی و یا هدف گزینی، به عنوان موضوعات رفتار سازمانی اصلی در نظر گرفته نشده اند. در واقع وقتی که محققان رفتار را تحت یک شرایط خاص مطالعه می کنند، تحقیق آن ها می تواند غنی تر شود زیرا آن ها مفاهیمی را از رشته های مختلف وارد می کنند(هاوس 1995). متأسفانه، تعریف رفتار سازمانی به عنوان رفتار زمینه ای موجب ایجاد مشکل می شود. این مسائل در زیر بحث می شوند. برچسب گذاری مجدد و موضوعات جانبی

### برچسب گذاری

فرض کنید که یک محقق بازاریابی به مطالعه افزایش تعهد با استفاده از یک مسئله ای بپردازد که از مصرف کننده ها پرسیده می شود که واکنش آن ها به کاهش سرمایه گذاری در یک بلیط تاثیر چیست. این مطالعه، مثالی از سوال رفتاری جالب است. فرض کنید که یک محقق مدیریت، مسئله را برچسب گذاری کند. دومین محقق مسئله را برای زمینه سازی رفتار در تعیین شرایط سازمانی نام گذاری می کند: آیا این برچسب گذاری موجب می شود تا رفتار بیشتر جنبه سازمانی پیدا کند؟ یک سوال بحث انگیز تر را در نظر بگیرید. فرض کنید که محقق دیگر مطالعه خود را در آزمایشگاه انجام دهد. آیا این موجب تغییر رفتار سازمانی می شود؟

ما پیشنهاد می کنیم که هر دوی این محققان یک پدیده Big-B را برچسب گذاری مجدد کنند. این رفتار جالب است، با این حال لزوماً جالب نیست، زیرا برچسب های یک مطالعه آزمایشگاهی طوری تغییر یافته است که موجب می شود تا زمینه بیشتر سازمانی تر شود و یا حتی زیرا، زمینه مطالعه از آزمایشگاه به میدان تغییر داده شود. مسئله برچسب گذاری مجدد برای رشته ما مهم است زیرا موجب می شود تا اطلاعات بیشتری از رشته های دیگر وارد رشته ما شود. رفتار سازمانی از رشته های روان شناسی، جامعه شناسی و اقتصاد گرفته شده است. این مسئله از اهمیت زیادی برخوردار است و موجب می شود تا تحقیقات جنبه علمی تر پیدا کنند. با این حال، در صورتی که مفاهیم را از رشته های دیگر استخراج کنیم، مشخص نیست که آیا ما در علوم اجتماعی، تولید علم می کنیم یا نه؟ یک دلیل برای عدم مبادله دانش این است که ما به خواندن و نقد تحقیقات در رشته های دیگر عادت داریم. سوال این است که آیا، اگر دانشمندان اجتماعی کار ما را بخوانند، آن ها حس می کنند که اطلاعات جدیدی را کسب کرده اند؟ اگر رشته خود را به صورت زمینه ای تعریف کنیم، ممکن است نتوانیم به طور موفق دانش جدید را صادر کنیم زیرا ما زمان زیادی را صرف کپی برداری از ایده ها در مورد رفتار می کنیم و یا آن ها را صرفاً در شرایط سازمانی مطالعه می کنیم.

مسئله برچسب گذاری مجدد جدی است زیرا به جلوگیری از کپی برداری ایده کمک می کند. گپی برداری نیازمند زمان و تمرکز است. محققان بر این باورند که پیشرفت در رشته های علوم پایه چندین سال طول می کشد. ایلگن و کلین 1989 استدلال می کنند که وقتی محققان دیدگاه های خود را از سایر رشته ها می گیرند، باید ثابت کنند که ساختارها و مفاهیم مربوط به رشته، برای رشته دیگر اهمیت دارند. آن ها خاطر نشان می کنند که این نوع تحقیقات اثباتی، که اثبات می کنند مفاهیم یک رشته را می توان در رشته دیگر استفاده کرد، اغلب موجب پیشرفت دانش نمی شوند. بعد از مرور زمینه رفتار سازمانی از دیدگاه شناختی، آن ها به این نتیجه رسیده اند که تا 1989، منابع و ادبیات شناختی در زمینه رفتار سازمانی، کاملاً و منحصر به صورت اثبات کننده بوده اند. با توجه به این که انقلاب شناختی در روان شناسی در اوایل 1970 میلادی رخ داد. مادامی که رشته ما به صورت زمینه ای تعریف شود، آن ها در فرایند کپی برداریم مفاهیم از رشته های دیگر استفاده می شوند که به معنی برچسب گذاری مجدد آن ها مطابق با شرایط سازمانی است. نشان دادن این که کارکنان طرح هایی را برای شرکت خود دارند همانند طرح های افراد در مورد سایر پدیده های اجتماعی به این معنی نیست که تولید علم رخ می دهد. به طور

خلاصه، اگرچه رفتار زمینه ای یک تعریف جذابتر برای رفتار سازمانی است، ولی به برجسب گذاری مجدد مسئله کمک کرده و ما را اغوا می کند تا به عنوان افرادی باشیم که به طور محض کپی برداری می کنند. یا نشان دادن این که رویداد های استرس زا و فشار اور در سر کار دارای اثرات روانی مشابهی با رویداد های فشار اور و استرس زا در سایر زمینه های زندگی است نمی تواند به معنای تولید علم باشد. به طور خلاصه اگر چه رفتار زمینه ای تا حدودی یک تعریف جذاب از رفتار سازمانی است ما احساس می کنیم که به مسئله ی نام گذاری مجدد کمک کرده و موجب شود تا ما بیشتر به کپی برداری از رشته های دیگر بپردازیم.

### موضوعات جانبی

امکان اجتناب از مسئله ی برجسب سازی مجدد در صورتی وجود دارد که ما رفتار زمینه ای را به صورت رفتار هایی تعریف کنیم که منحصر به فرد برای یک سازمان هستند یا سازگار با شرایط سازمانی هستند. این تعریف مانع از نام گذاری مطالعه ی آزمایشگاهی توسط محقق می شود زیرا توسعه و تشدید رفتاری نیست که متناسب و منحصر به فرد برای سازمان باشد. تحت تعریف (منحصر به شرایط) می توان انتظار داشت که بعضی از محققان موضوعاتی نظیر رضایت شغلی یا تعهد سازمانی و یا تمایل برای غیبت یا اخراج از کار را مطالعه کند. این موضوعات منحصر به شرایط سازمانی هستند یا شرایط دیگر برای مثال بازار ها و در واقع ان ها بخشی از موضوعات مهم در رشته مربوطه بودند (اوریلی 1991، ایگن و کلین 1989، اشنايدر 1985، اتا و 1984، میشل 1979).

با این حال توجه داشته باشید که نتایج نظر سنجی نشان می دهد این موضوعات رتبه بندی بالایی را نداشته و نیازمند تحقیقات بیشتر نیستند. تا حدودی ما همین را پیشنهاد می کنیم زیرا این موضوعات رفتار هایی را توضیح می دهند که اگر چه مختص شرایط یک سازمان هستند با این حال ممکن است الویت کمی نیز در شرایط سازمانی داشته باشند. منظور ما از اولویت کمتر یا جانبی بودن به این معنی است که این موضوعات پدیده هایی هستند که در راس مشکلات یک سازمان قرار ندارند.

برای مقایسه فرض کنید که کسی به شما می گوید که یک مجله ی دانشگاهی جدید به تازگی نام رفتار ورزشی ایجاد شده است. شما عضو مجله می شوید زیرا طرفدار ورزش هستید و علاقمند به دیدن تحقیقات اکادمیک بر روی ورزش ها. به عنوان یک طرفدار ورزش شما با دیدن تعداد زیادی از سوالات ممکن است متحیر شوید. این سوالات به شرح زیر است. چگونه ورزشکاران به تغییر الگو در فناوری واکنش نشان می دهند؟ (پرش های جدید در

اسکیت، ضربات جدید در شنا، دفاع جدید در بسکتبال). چگونه مدیریت تیم های بیسبال در زمانی که قوانین آن ها هضم می شود و تغییر می کند؟ چه روش هایی مربیان فوتبال برای تعدیل بازی استفاده می کنند؟ چرا ورزشکاران دیر بهبود می یابد؟ چگونه تیم های موفق ستاره های خود را مدیریت می کنند و کار تیمی انجام می شود؟ شاید با خواندن مقالات در خصوص رفتار های ورزشی جدید متعجب شوید. چگونه هنرمندان در سیرک ها حرکات پیچیده و جدیدی را یاد می گیرند که در محیط واقعی بسیار سخت است؟

هنگامی که صفحات اول نسخه مجله ورزشی را می خوانید به این نتیجه می رسید که این مجله ان مجله ای نیست که شما انتظار داشتید. مقالاتی را شما مشاهده می کنید که از ورزش کاران در مورد میزان خوشحالی آن ها از موقعیتشان و مربیشان سوال می کنند. شما مطالعاتی را پیدا کنید که تلاش می کنند تا پیش بینی کنند کدام یک از ورزشکاران بهترین عملکرد خود را از دست می دهند؟

شما همچنین اثرات اندکی را مشاهده می کنید که نشان می دهد ورزشکارانی که تعهد بیشتری به تیم دارند کمتر تمایل به ترک تیم دارند. همچنین شما بحث هایی را در مورد اعتبار و روایی خوشحالی با مقیاس مربی پیدا می کنید. آیا شما با این موارد موافق هستید.

ما پیشنهاد می کنیم که نایستی این طور باشد. رفتار ها در این مقالات اگر چه در شرایط ورزشی اتفاق می افتند با این حال برای رفتار ورزشی ممکن است اهمیتی نداشته باشد ما تردید داریم که بسیاری از این رفتار ها در رفتار سازمانی اهمیت داشته باشد. برای بحث این مسئله ما از موم مرکزیت سازمانی را در نظر می گیریم. اگر ما بدانیم که اطلاعاتی در سازمان وجود دارد چه مقدار بایستی از این اطلاعات را درک کنیم. توجه کنیم که اگر حتی وقتی که موضوعات قصد شرایط سازمان هستند با این حال آن ها از تست مرکزیت سازمان مورد قبول واقع نمی شوند. حتی اگر ما همه چیز را درک کنیم به خصوص در رابطه با رضایت شغلی غیبت و کارکنان لزوما اطلاعات جدیدی را در مورد سازمان کسب نمی کنیم برای مثال تمایل برای غیبت کارکنان را در نظر بگیرید. وقتی که ما در مورد شیوه ی تفکیک سازمان ها از نظر موفقیت آن ها در سازمان و پاسخ به تقاضاهای محیطی فکر میکنیم بعید است که این مسئله را در نظر بگیریم که ویژگی اصلی بسیاری از سازمان های موفق این است که افراد در این سازمان ها غیبت کاری کمتری دارند.

**یک تعریف جایگزین برای رفتار سازمانی**



## تعریف big-O از رفتار سازمانی

ما یک شیوه ی تعریف دیگر از رفتار سازمانی را ارائه می کنیم که احساس می کنیم می تواند برای حل برخی از مسائل با دو تعریف سنتی رفتار سازمانی در بالا مفید باشد. تحت تعریف big-O از رفتار سازمانی موضوعات بایستی اهمیت تحقیقاتی بیشتری داشته باشد به خصوص وقتی ان ها با کار های اساسی در سازمان مواجه هستند. با استناد به مقاله ی ویک 1979 ما بر شکل فعلی سازمان تاکید داریم. وقتی که ما در مورد رفتار سازمان دهی به جای رفتار سازمانی فکر می کنیم احتمالاً هدف ما توسعه ی تئوری هایی مبنی بر این است که چگونه افراد مسائل پویای مربوط به همسازی اهداف را حل می کند.

بر اساس این تعریف محققان توجه زیادی را به موضوعاتی تخصیص می دهند که این موضوعات به درک ما از شیوه ی سازمان دهی گروه ها و رسیدن به اهداف کمک می کند. همان طور که در نتایج نظر سنجی دیدیم تعدادی از موضوعات در بالای فهرست اصلی تحت تعریف big-O قرار گرفته اند. زیرا ان ها به ما در درک کار سازمان دهی می کنند. برای مثال اگر ما اطلاعات بیشتری را در مورد هنجار های اجتماعی کسب کنیم می توانیم اطلاعات بیشتری را در مورد شیوه ی هماهنگ سازی گروه های افراد بر اساس اقدامات ان ها به دست آوریم. ما اطلاعات بیشتری را در مورد سازمان دهی در صورتی کسب می کنیم که بدانیم چه زمانی و چرا افراد تمایل دارند تا به یکدیگر اعتماد کنند و فرا تر از منفعت شخصی خود با هم همکاری کنند. ما همچنین اطلاعات بیشتر را در مورد سازمان دهی زمانی کسب می کنیم که تغییر سازمانی را درک کنیم یعنی شیوه ی تغییر مسیر ها در گروه های بزرگی از افراد که به شکلی سنتی و کلیشه ای رفتار می کند.

از دیر باز وقتی که محققان می خواستند تا از تحقیقات Big-B به سمت تحقیقات زمینه ای بروند ان ها برخی از نسخه های راهبرد برچسب زنی مجدد را دنبال می کردند. به جای مطالعه ی پدیده ی ان ها به شکل این پدیده ها ان ها به بررسی دقیق شرایط و رفتار سازمانی پرداخته اند و اغلب این به معنی جابجایی میدانی و مزرعه ای است. آیا این راهبرد زمانی که ما می خواهیم به سمت رفتار زمینه ای یا رفتار Big-O برویم صادق است؟

پاسخ ما خیر است. به نظر ما Big-O بستگی به رویکرد روش شناسی خاص یا واحد تجزیه تحلیل مشخصی ندارد برای مثال یک مطالعه ی زیبایی شناسی را در نظر بگیرید که مطابق با تعریف Big-O ما است ولی همه ی توصیه های روش شناسی بالقوه را نقض می کند. این یک مطالعه ی میدانی نیست بلکه مطالعه ی آزمایشگاهی است و

سازمان ها را مطالعه نمی کند بلکه مجموعه ای از افراد را مطالعه می کند . این بسیار زمینه ای و تخصصی نیست بلکه کاملا انتزاعی و عمومی است.

ذاکر در مطالعه ی خود مطالعه ی شریف 1935 و نیز ژاکوب 1961 را در خصوص اثر اتوکینتیک دنبال می کند. اثر اتوکینتیک بر اساس یک تار بینی می باشد زمانی که افراد در یک اتاق تاریک می نشینند و به یک نقطه ی ساکن یا به یک نور زل می زنند. ان ها بر این باورند که نقطه ی نور حرکت می کند زیرا چشمان ان ها در حرکات غیر اختیاری و کوچک درگیر می شوند. شریف نشان دا که اگر شما از افراد بخواهید تا بگویند چه مقدار از نور حرکت می کند ان ها مقدار کاملا متفاوتی را به شما می دهند. با این حال ژاکوب و کمبل نشان دادند که اگر شما گروه هایی از افراد را در یک اتاق در یک زمان قرار دهید ان ها در نهایت به یک حدس یا تخمین کلی در یک هنجار اجتماعی می رسند. در حقیقت اگر شما افراد را در اتاق یک به یک جایگزین کنید هنجار اجتماعی به مدت چندین نسل باقی خواهد ماند. این مطالعات نشان می دهد که چگونه اثرات متقابل اجتماعی یا فعل و انفعال های اجتماعی منجر می شود تا افراد جهان را به شیوه ای ثابت تعریف کند.

ذاکر مطالعه ای را در این زمینه انجام داد. علاوه بر مسائلی مربوط به هنجار و هماهنگ سازی ذاکر علاقمند به بررسی این بود که چگونه فرایند هنجاری زمانی که برخی شرکت کننده ها عملکرد رسمی در سازمان از خود نشان می دهد تغییر می کند اساسی ترین ویژگی های مربوط به سازمان های رسمی عناوین شغلی است. در مطالعه ی ذاکر او یک موضوع را به صورت تصادفی انتخاب کرد و افراد را بر روی یک صندلی ویژه نشانده او پی برد که افزودن این مشروعیت موجب می شود تا هنجار ها به مدت زمان طولانی و بدون واریانس باقی بماند.

توجه کنید که مطالعه ی ذاکر یک مثال از Big-O می باشد نه به خاطر روش شناسی ان بلکه به خاطر این که تعداد زیادی از موضوعاتی که مطابق با ازمون مرکزیت سازمانی هستند شامل می شود. ما اطلاعات زیادی را در مورد سازمان کسب می کنیم به خصوص اگر بدانیم که اطلاعات زیادی در مورد هنجار ها هماهنگ سازی مشروعیت و تغییر سازمانی وجود دارد. اگر چه مطالعه ی ذاکر قادر به تعریف رفتار زمینه ای نیست چون که شامل یک مطالعه ی آزمایشگاهی است با این حال در تعریف Big-O با مشکل مواجه نشده است . Big-O یک موضوع برجسته در خصوص روش شناسی است با این حال ما را ملزم می کند که بپرسیم کدام یک از موضوعات برای

فرایند سازماندهی از اهمیت زیادی برخوردارند و روش هایی را انتخاب کنیم به ما امکان حل این موضوعات را بدهند.

مثال های دیگر از تحقیقی را که مطابق با تعریف Big-O است را در نظر بگیرید برای مثال مطالعه ی هاردگادسون و ساتون 1996 را در نظر بگیرید در خصوص طوفان مغزی در IDEO که یک شرکت طراحی سیلیکون ولی مشهور می باشد و موس اپل را طراحی می کند. طوفان مغزی یک موضوع Big-B است و تحقیقات زیادی در خصوص آن وجود دارد که موید نتایج زیر است: گروهی از افرادی که طوفان مغزی را با هم انجام می دهند تولید ایده ی کمتری می کنند و ایده های آن ها کم کیفیت تر از افراد دیگری است که به طور تنهایی این کار را انجام می دهند به جای مطالعه ی طوفان مغزی در آزمایشگاه هادسون و ساتون طوفان مغزی را در یک سازمان انجام داده اند که در آن این طوفان مغزی برای کار آن ها اهمیت زیادی داشت بنابراین مقاله ی آن ها مطابق با تعریف رفتار زمینه ای است. با این حال اطلاعات آن ها موجب شده است تا مقاله ی آن ها اطلاعات زیادی را در خصوص شیوه ی تاثیر گذاری شوفان مغزی بر سازمان دهی IDEO بگذارد. برای مثال آن ها استدلال می کنند که طوفان مغزی گروهی قادر به حل مسئله ی یک مشتری نیست بلکه تنها حافظه ی سازمان را از راه حل های بالقوه ای که در آینده مفید خواهند بود پر می کنند. به این ترتیب ایجاد یک مزایده ای می کند که به کارکنان امکان می دهد تا توانایی ها و اطلاعات همکاران خود را بسنجند.

توجه کنید که اگر هارگادون و ساتون طوفان مغزی را در شرایط خاص با مقایسه ی تعداد ایده های تولید شده در جلسه ی طوفان مغزی در IDEO با تعداد تولید شده در آزمایشگاه قبلی مقایسه کنند مطالعه ی آن ها از اهمیت کمتری برخوردار خواهد بود زیرا IDEO یک شرکت منحصر به فرد است و چیز هایی که در IDEO صحت دارند قابل تعمیم به شرکت های دیگر نیستند. به نظر ما که یک مطالعه ی زمینه ای اطلاعات مفیدی را در مورد سازمان ها ارائه می کند این ارزشمند نخواهد بود زیرا رفتار را در شرایط واقعی اندازه گیری می کنند با این حال چون بر رفتاری تاکید دارد که برای سازمان دهی اهمیت دارد امکان دستیابی به اطلاعات کلی در مورد سازمان دهی را به ما خواهد داد .

برای مثال مقاله ی ویک و رابرت 1993 را در مورد این که چگونه پرسنل های هواپیمایی نیروی دریایی ارتش از روش های اطلاعاتی مختلف برای هماهنگ سازی اقدامات خود در محیط عمل می کنند بسیار سخت است. برای

توصیف شرایط این مطالعه ان ها از ما خواستند تا فرودگاه سانفرانسیسکو را در نظر بگیریم که محلی برای فرود و پرواز هواپیماها در یک زمان خاص است. در این جا این شرایط ان چنان جدید است که می تواند در ارائه ی اطلاعات به ما ناتوان باشد لذا ویک و رابرت از این شرایط جدید برای اطلاعات ارائه ی جدید به منظور سازمان دهی با نشان دادن این که چگونه نیروی دریایی استاندارد ها و روش های نرمالی را ایجاد کرده است به افراد و پرسنل ها امکان سازمان دهی را برای انجام یک کار می دهد استفاده می کند. چون مقاله ی ان ها اطلاعاتی را در مورد شیوه ی سازمان دهی محتاطانه ی نیروی دریایی ارائه می کند لذا مطابق با تعریف Big-O می باشد .

به عنوان یک مثال نهایی از مسئله ی تحقیق Big-O کار های اخیر بر روی حافظه ی انتقالی را در نظر بگیرید(ونر و همکاران 1991) چون و بکدایان 1994، مورلد و همکاران 1996). که نشان می دهد گروهی از افرادی که با یکدیگر کار می کنند مرتبا می توانند بر محدودیت های حافظه با توزیع حافظه در بین گروه غلبه کنند. این مطالعه نشان می دهند که چگونه یک گروه می تواند دانش گروهی و جمعی را دریافت کند که در یک فرد قابل ذخیره سازی نیست. بیشتر تحقیقات بر روی این موضوع در آزمایشگاه انجام شده اند با این حال مطابق با تعریف شرایط زمینه ای نیستند. از سوی دیگر می توان در مورد موضوعاتی فکر کرد که از اهمیت زیادی برای محققان رفتار سازمانی Big-O دارد. محققان حافظه ی انتقالی در حال مطالعه ی پدیده ای هستند که یک مثال مبرهن از سازمان دهی است که افراد در ان رفتار خود را طوری سازمان دهی می کنند که کار های مناسب را بتوان علی رغم این که افراد یا زیر مجموعه ای از افراد در یک تصور بزرگ هستند انجام داد. این مرحله موسوم به یک پدیده ی Big-O است.

مقالات فوق نشان می دهند که تحقیقات Big-O در آینده از اهمیت زیادی برخوردار خواهند بود. در واقع اگر به این نتیجه برسیم که اطلاعات موجود در مورد حافظه ی انتقالی یا ارائه ی اطلاعات از طریق روش های ارتباطی و نیروی هنجاری سازمان ها و یا دفتر نهادینه سازی شده است از مون مرکزیت سازمانی را به خوبی گذرانندیم و اطلاعات زیادی را در مورد سازمان می دانیم جالب است که بسیاری از موضوعات که مطابق با از مون مرکزیت سازمان هستند، مطابق با از مون قابلیت محوری نیز می باشند( در شرایطی که موضوعات تحت موضوعات دیگر قرار نگیرند و یا این که توسط موضوعات دیگر نادیده گرفته شده باشند). برای مثال وابستگی موضوعی است که در ان اساسا محققان سازمانی تمایل دارند تا تخصص ویژه ای در میان دانشمندان علوم اجتماعی داشته باشند

(تامسون 1967، استاندمایر 1997) در عمل اعتماد موضوعی است که برای محققان بسیاری از رشته های جامعه شناسی و علوم سیاسی نیز اهمیت دارد. و هنوز محققان سازمانی تلاش های زیادی را در این زمینه انجام می دهند (مجله ی اکادمی مدیریت، 1998، کرایمر و تیلر 1996). اگر چه ما فکر می کنیم تعریف ما از Big-O می تواند به سازمان دهی موضوعات کمک زیادی کند با این حال همه ی این موضوعاتی که کمتر مطالعه شده اند مطابق با تعریف Big-O نیستند برای مثال موضوعات میان فرهنگی و خانواده موجب بروز مسائل رفتاری جالبی می شوند که شرکت کنندگان در یک نظر سنجی ممکن است احساس کنند ان ها به خوبی مطالعه نشده اند.

ما حداقل دو مزیت دیگر مطالعه ی موضوعاتی که مطابق با تعریف Big-O هستند و با تست مرکزیت سازمانی همخوانی دارند را مشاهده کردیم. تولا این موضوعات بیشتر متقابل هستند و تعدادی از داوران و محققان رشته ی مربوطه در خواست کردند تا تحقیقات به صورت مقطعی انجام شود (کامینگز 1982، استاو 1984، روسیو 1984، اشنایدر 1985، هوس و سیگ 1987، ایلگن و کلین 1988، اوریلی 1990). بعید است که ما بتوانیم موضوعاتی نظیر تغییر سازمانی یا وابستگی را بدون درک شیوه ی رخداد این فرایند ها در میان افراد گروه ها و سازمان ها درک کنیم. دوما این موضوعات زیاد مناسب مطالعات ساده ای نیستند که با متغیر های رفتاری همبستگی دارند. اگر ما یک رشته را به صورت مجموعه ای از رفتار ها در نظر بگیریم که در شرایط یک سازمان اتفاق می افتد ان گاه ما مطالعات تجربی را انجام می دهیم که این مطالعات از افراد می پرسند که کدام یک از رفتار ها با هم اتفاق می افتد. به این ترتیب این به توضیح مشاهدات استناد شده مبنی بر این که تحقیقات رفتار سازمانی بیشتر تاکید بر مطالعات تجربی دارد تا توری کمک می کند (میشل 1976، استاو 1984، ایلگن و کلین 1989، اوریلی 1990). بر عکس اگر ما رشته و زمینه را به صورت زمینه ی متمرکز بر کار سازمان دهی در نظر بگیریم ممکن است خودمان را مجبور به توسعه ی یک تئوری بهتر در مورد شیوه ی سازمان دهی کنیم.

### نتیجه گیری

با ارائه ی نتایج نظر سنجی و پیشنهاد تعریفی برای شناسایی موضوعات تحقیقات مفید و جدید ، ما تلاش می کنیم تا به عنوان یک رشته تاکید بیشتری بر فرصت های برجسته و مهم داشت. با پیشنهاد تعریف Big-O از رفتار سازمانی امیدواریم که بتوانیم موضوعاتی را خلاصه و شفاف سازی کنیم که این موضوعات به حل سوالات پاسخ داده نشده و مهم کمک کند. اگر در جدول 2 ما ده موضوع بالا و ده موضوع پایین را با ان مقایسه کنیم تعاریف

Big-B و رفتار زمینه ای از رفتار سازمانی کمترین تفاوت را بین ده موضوع بالا و پایین خواهد داشت. از نظر تاریخی می توان گفت که بیشتر تحقیقات رفتار سازمانی مربوط به تحقیقات رفتار زمینه ایست و کمتر مربوط به رفتار Big-O و Big-B است. نتایج تحقیق نشان می دهد که یک تغییر به سمت موضوعات رفتار سازمانی می تواند مهم و خوب باشد. محققان بایستی درک کنند که موضوعات Big-O به خوبی توسط همکارانشان با مرورو کار های ان ها قابل درک خواهد بود. سردبیران مجلات بایستی نقش خود را در جهت تقویت تحقیقات رفتار سازمانی بزرگ و استفاده از فرصت ها برای انتشار موضوعات مربوط به Big-O یا رفتار های سازمانی بزرگ تخصیص دهند.



این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

لیست مقالات ترجمه شده ✓

لیست مقالات ترجمه شده رایگان ✓

لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI ✓

سایت ترجمه فا ؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معتبر خارجی