مجله علمی پژوهش درمدیریت ومطالعات اجتماعی، شماره ۱۱، بهار ۱۳۹۷جلد۱، ص ۳۲۳-۳۰۷
http://www.jmss.ir

مجله علمی پژوهش درمدیریت ومطالعات اجتماعی (سال چهارم)
شماره ۱۱/ بهار ۱۳۹۷ / ص ۳۲۳-۳۰۷

بررسی ارتباط سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی در بین کارکنان شهرداری شهر نیشابور

حسین مهرآسا[۱]، حسن بلوچی[۲]، سپیده سمیع[۳]

[۱] دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک دانشگاه آزاد نیشابور، کارشناس فناوری اطلاعات شهرداری نیشابور

[۲] کارشناسی پرستاری دانشگاه علوم پزشکی نیشابور

[۳] دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک دانشگاه آزاد نیشابور، کارشناس محیط زیست و توسعه پایدار استانداری خراسان رضوی

نویسنده مسئول:
حسین مهرآسا

چکیده

هدف پژوهش بررسی حاضر ارتباط سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با رفتار شهروندی کارکنان شهرداری نیشابور است جامعه آماری تحقیق کلیهٔ کارکنان شهرداری شهر نیشابور است که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۸۱ نفر با نمونه‌گیری تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شده‌اند. دوره زمانی تحقیق سه ماهه اول سال ۱۳۹۵ بود. روش تحقیق از نوع توصیفی پیمایشی با رویکرد کاربردی می باشد. روش گردآوری داده‌ها روش‌های کتابخانه‌ای و توزیع پرسشنامه بود. از دو پرسشنامه سرمایه اجتماعی واهو آریانی (۲۰۱۲) و رفتار شهرندی ارگان (۱۹۸۸) استفاده گردید. پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ و پایایی مرکب و روایی ابزار پژوهش به‌وسیله روایی هم‌گرا و واگرا مورد سنجش قرار گرفت. نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان داد بین بعد ارتباطی، شناختی و ساختاری سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد و ارتباط بین بعد ارتباطی با رفتار شهروندی نسبت به بقیه متغیرها قویتر است.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، بعد ارتباطی، بعد ساختاری، بعد شناختی، رفتار شهروندی سازمان

مقدمه

بزرگترین شرکت‌های دنیا، برتری اصلی خود را نه در دارایی‌های انباشته ناشی از کارخانجات و حتی بازار بزرگ، بلکه در دانش مداوم فرآیندهای خود (سید تقوی، نریمانی و غلام حسینی، ۱۳۸۹)، منابع انسانی و کارکنان (سیدجوادین، فیاضی و بلوچی، ۱۳۹۴) و هم‌چنین خلاقیت خود (سیدجوادین، حیدری، شهباز مرادی، ۱۳۸۸) کسب کرده‌اند. عوامل و منابع مختلفی در کسب مزیت رقابتی در بخش خدمات، دخیل بوده که می‌توان گفت، مهم‌ترین آن نیروی انسانی است، چرا که کارکنان بخش خدمات برای ارائه خدمات با مشتری در تعامل بوده و کیفیت این تعامل است که به کسب مزیت رقابتی و ایجاد تمایز میان سازمان‌های مختلف منجر می‌گردد. روابط قوی بین سازمان و کارکنان می‌تواند هم انگیزه کارکنان نسبت به شغل و هم تمایل برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان را بهبود بخشد (بلوچی، سید جوادین و فیاضی، ۱۳۹۴). این موضوعی بدیهی در ادبیات مدیریت است که سازمان‌ها به کارکنانی نیازمندند که تمایل داشته باشند از الزامات تکالیف شغل رسمی خود پا را فراتر بگذارند. اقدام فراتر از تکالیف شغلی به رفتار شهروندی سازمانی اشاره دارد. طی چندین دهه گذشته رفتار شهروندی سازمانی تبدیل به یک مفهوم عمده و مهم در رشته‌های روانشناسی و مدیریت شده است و توجه وسیعی را به خود جلب کرده است (نوابخش، غفاری آشتیانی و کهن، ۱۳۸۸). رفتار شهروندی سازمانی از جمله مباحث روابط غیر رسمی است، افزایش روابط و تقویت آن باعث رشد رفتار شهروندی سازمانی و نقش‌های فرا اجتماعی است. از جمله عوامل موثر در تقویت این روابط سرمایه اجتماعی است (واهو آریانی[1] ، ۲۰۱۲). سرمایه اجتماعی آن دسته از ویژگی‌های سازمان نظیر هنجارها، شبکه‌های اجتماعی و اعتماد متقابل است که مشارکت افراد را برای دست‌یابی به منافع مشترک تسهیل می‌کند. به گونه‌ای این سرمایه توانایی ایجاد روابط مبنی بر همکاری واعتماد در بین کارکنان را داراست و سبب بهبود کیفیت روابط انسانی، اعتماد متقابل و تعهد به سازمان خواهد شد (یونی[2]، ۲۰۱۴). سرمایه اجتماعی به وسیله روابط نزدیک میان فردی در میان اعضای سازمان شکل می‌گیرد، که این روابط نزدیک میان فردی، می‌تواند به همان رفتارهای شهروندی سازمانی اشاره کند (سبحانی نژاد، شاطری، فرجی ده‌سرخی و اکبری، ۱۳۸۹). با توجه به نقش سرمایه اجتماعی در رشد توسعه روابط فردی و ایجاد رفتارهای شهروندی سازمانی، هدف از پژوهش حاضر بررسی روابط بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با رفتار شهروندی سازمانی است.

بیان مسأله

منشأ اصلی مزیت رقابتی سازمان‌ها، پایبندی، تعهد و کیفیت خدمات است. نیروی انسانی متعهد و پایبند به سازمان و اهدافش حیاتی‌ترین عنصر راهبردی سازمان است (تقی زاده و سلیمانی، ۱۳۹۴؛ بهمنی، مهدوی راد و بلوچی، ۱۳۹۵). مدیران سازمان‌ها باید توجه ویژه‌ای به سرمایه‌های انسانی خود داشته باشند، چراکه عملکرد سازمانشان وابسته به عملکرد کارکنانشان است (خان و راد[3]، ۲۰۱۴؛ بهمنی و همکاران، ۱۳۹۵). تحقیقات گوناگون اثبات کرده‌اند که کارکنان همان‌گونه که با آن‌ها در سازمان رفتار می‌شود، با مشتریان رفتار می‌کنند. به عبارتی، چنانچه کارکنان احساس کنند که سازمان برای ارزش و احترام قائل است، این نگرش و رفتار را در تعامل با مشتریان بروز می‌دهند. اما چنانچه احساس کنند که مدیر به خواسته‌ها و نیازهای بی‌توجه است، هم با مشتریان به سردی رفتار می‌کنند (استوارت و براون، ۱۳۹۱؛ بلوچی و همکاران، ۱۳۹۴). امروزه پدیده‌های شایعی نظیر کاهش تعهد و عملکرد سازمانی؛ افزایش فرسودگی احساسی (جانسون و اولرکلی[4]، ۲۰۰۳)، رفتارهای ضد تولیدی (ویل‌کرسون، ایونس و دیویس[5]، ۲۰۰۸) و رفتارهای ضد شهروندی گریبان‌گیر مدیران و سازمان‌های آنان است. بسیاری از مشکلات و مسائل مربوط به کارکنان اثرات منفی را برای سازمان فراهم می‌آورد (بهمنی و همکاران، ۱۳۹۵). هرچند سازمان‌ها با اتخاذ شیوه‌های گوناگون و با فراموش کردن ابعاد انسانی محیط کار به کاری به سطح تولید موردنظر خود رسیده‌اند، اما کارکنان این سازمان‌ها ناراضی، پرخاشگر و بدبین هستند. آن‌ها در انتظار فرصتی هستند تا پریشانی‌های روانی خود را با کم‌کاری، ترور شخصیت یکدیگر، غیبت، شایعه‌پراکنی و ایجاد سوانح و حوادث به شیوه‌ای مخرب، نشان دهند، کارکنان در چنین سازمانی و به متعاقب آن افراد در چنین جامعه‌ای دارای ادراکات و نگرش‌های منفی نسبت به شغل، سازمان، نهادها، دوستان و ... هستند، که در ارتباط‌های خود آن را انتقال می‌دهند و زمینه را برای گسترش این ادراکات و نگرش‌های منفی فراهم می‌کنند (بلوچی و رستگار، ۱۳۹۴). رویکرد جدیدی که در راستای مدیریت و کنترل این عوامل و افزایش بهره‌وری سازمانی شکل گرفته است، رفتار شهروندی سازمانی است. ارگان (۱۹۸۳) بیان می‌کند رفتار شهروندی سازمانی، رفتار آگاهانه، اختیاری و فرا وظیفه‌ای است که در افزایش عملکرد سازمانی موثر است، ولی به طور مستقیم یا غیر مستقیم به وسیله

[1] Wahyu Ariani
[2] Unni
[3]. Khan & Road
[4]. Johnson JL & O'Leary-Kelly
[5]. Wilkerson, Evans W. & Davis

سیستم پاداش رسمی سازمان مورد تقدیر قرار نمی‌گیرد (مارکوزی و ژین[1]، ۲۰۰۴). ورود مفاهیمی هم‌چون اخلاق، حقیقت، معناجویی در کار، همبستگی با همکاران، نوع دوستی به محیط کاری و .. همه حکایت از ظهور این پارادایم جدید دارند (شایگان، ۱۳۸۱). با توجه به اهمیتی که رفتارهای شهروندی سازمانی در کشورهای پیشرفته دارا می‌باشند و به دلیل تأثیر این گونه رفتارهای کارکنان بر عملکرد سازمان، اثر بخشی، موفقیت سازمان، رضایت مشتری، وفاداری مشتری، کیفیت و خدمات و.... از آن برخوردار است، لازم است اقدامات سازمانی که موجب به وجود آمدن چنین رفتارهایی در کارکنان می‌شود مورد شناسایی واقع شوند (فتاحی، ۱۳۸۷). یکی از ابزارهای مفید برای رسیدن به وضعیت مطلوب از وضعیت موجود، سرمایه اجتماعی است. سازمان‌هایی که در آن سرمایه اجتماعی در سطح بالاتری وجود داشته باشد، توسعه به میزان بیشتری پدید خواهد آمد. امروزه سرمایه اجتماعی، نقشی بسیار مهم‌تر از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند و شبکه‌های روابط جمعی و گروهی، انسجام بخش میان انسان‌ها، سازمان‌ها و انسان‌ها و سازمان‌ها با سازمان‌ها است. در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند و بدون سرمایه اجتماعی، پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار و دشوار می‌شوند (الوانی، ناطق و فراخی، ۱۳۸۶). نظر به اهمیت و ضرورت استفاده از سرمایه اجتماعی در ایجاد رفتار شهروندی مناسب در بین کارکنان سازمان و ضعفی که در شهرداری‌های کشور در این زمینه مشهود است، نیاز سازمان‌ها و مدیران را به استفاده از نتایج چنین پژوهش‌هایی پررنگ می‌سازد. بنابراین، هدف پژوهش حاضر شناسایی سطح سرمایه اجتماعی در شهرداری شهر نیشابور و بررسی تأثیر آن بر متغیر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان است. با بررسی ادبیات و پیشینه موضوع به تشریح فرضیات می‌پردازیم. در ادامه به بررسی این موضوع که آیا سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر دارد؟ پرداخته خواهد شد.

سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی عامل کلیدی و پیشآیند موثر در ارتقای سطح عملکرد، موفقیت و خلق مزیت رقابتی سازمان است(رضوانی و طغرایی، ۱۳۹۰). سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از مهم‌ترین شاخصه‌های رشد و توسعه در هر جامعه ای مطرح است شرط لازم برای پیشرفت جامعه توسعه همه جانبه ایجاد روابط گرم گسترش انسجام اجتماعی بسط مشارکت اجتماعی واعتماد متقابل اجتماعی است که متاسفانه در کشورهای در حال توسعه کمتر به این مقوله توجه می شود. این در حالی است که افول بیش از حد سرمایه اجتماعی در هر جامعه و کشوری به حتم جامعه را با مشکلات فرهنگی و سیاسی اجتماعی روبرو می سازد که نهایت آن فروپاشی اجتماعی است. سرمایه اجتماعی منابع موجود در تعاملات اجتماعی و نظام هدفمند همکاری و همیاری میان یک جامعه می گردد و در نهایت جامعه را در دسترسی به هدف مشترک و حفظ جامعه و همبستگی در آن کمک می کند . به طور کلی میزان سرمایه اجتماعی در هر گروه یا جامعه‌ای نشان دهنده میزان اعتماد افراد به یکدیگر است. هم‌چنین وجود میزان قابل قبولی از سرمایه‌اجتماعی موجب تسهیل کنش‌های اجتماعی می‌شود، به طوری که در مواقع بحرانی می‌توان برای حل مشکلات از سرمایه اجتماعی به عنوان اصلی‌ترین منبع حل مشکلات و اصلاح فرآیندهای موجود سود برد (الونی، ناطق و فراهی، ۱۳۸۶). سرمایه اجتماعی عبارت است از یک ظرفیت (جوهر اجتماعی) که هماهنگی و همکاری را در جامعه و گروه، تسهیل می‌کند. در واقع، می‌توان سرمایه اجتماعی را یک مفهوم مرکب که دارای سه بُعد ساختاری، شناختی و ارتباطی است (ابیلی و همکاران، ۱۳۸۹).

بعد ساختاری: عنصر ساختاری سرمایه‌اجتماعی اشاره به الگوی کلی تماس‌های بین افراد دارد یعنی، شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. این بعد شامل: روابط شبکه‌ای بین افراد، پیکربندی شبکه‌ای و سازمان مناسب.

بعد ارتباطی: این بعد ماهیت روابط در یک سازمان را در بر می‌گیرد. به عبارت دیگر در حالی که بعد ساختاری بر این امر متمرکز است که آیا کارکنان در یک سازمان با هم در ارتباط هستند یا خیر، بعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این روابط متمرکز می‌شود.

بعد شناختی: این بعد دربرگیرنده میزان اشتراکات کارکنان درون یک شبکه اجتماعی از راه زبان مشترک و مبادله سرگذشت‌های مشترک تحقق می‌یابد. زبان و سرگذشت‌های مشترک موجب افزایش سطح درک میان اعضای سازمان می‌شود و توانایی کارکنان را برای پیش‌بینی اقدامات سایر همکاران افزایش می‌دهد

[1] Markoczy & Xin

رفتار شهروندی سازمانی: رفتار شهروندی سازمانی، مجموعه‌ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیستند، اما با وجود این توسط وی انجام و باعث بهبود موثر وظایف و نقش‌های سازمان می‌شوند. از نظر ارگان (۱۹۸۸) رفتار شهروندی سازمانی، رفتاری است خودجوش و آگاهانه است که به طور مستقیم یا صریح توسط سیستم پاداش رسمی پیش بینی نشده است، اما روی هم رفته عملکرد سازمان را ارتقا می دهد (یونی، ۲۰۱۴). منظور از خودجوش و آگاهانه این است که این رفتار، ضرورت اجباری نقش یا شرح شغل نیست، بلکه این رفتار بیشتر یک انتخاب شخصی است و در صورت انجام ندادن، تنبیهی به دنبال ندارد (واهو آریانی، ۲۰۱۲). رفتار شهروندی سازمانی رفتاری است که به طور مستقیم، پاداشی به دنبال نداشته و یا از طریق ساختار رسمی سازمانی، مورد قدردانی قرار نمی‌گیرد؛ رفتاری است که برای عملکرد و موفقیت عملیات سازمان، بسیار مهم است (کاسترو، آرماریو و رویز[1]، ۲۰۰۴). مقیاس چند بعدی از رفتار شهروندی سازمانی ارائه کرد که این پنج بعد عبارتند از: نوع دوستی، وظیفه شناسی، جوانمردی، فضیلت مدنی و ادب و نزاکت (واهو آریانی، ۲۰۱۲).

نوع دوستی: رفتارهای اختیاری است که کارکنان را برای کمک به مسائل و مشکلات کاری کارکنان دیگر بر می‌انگیزد؛

وجدان کاری (وظیفه‌شناسی): به رفتارهایی اختیاری فراتر از نقشی اشاره دارد که از الزامات شغل، وظیفه و اخلاق کاری پا را فراتر می‌گذارد؛

جوانمردی: تحمل شرائط و رویدادهای پیش بینی نشده بدون شکوه و اعتراض است؛

رفتار مدنی: مشارکت سازنده در عملکرد سازمان با توجه به روند کار شرکت؛

نزاکت: رفتارهای اختیاری است که از ایجاد مشکلات ناشی از کار با دیگران جلوگیری می‌کند (نوابخش و همکاران، ۱۳۸۸).

پیشینه پژوهش

در پژوهشی که واهو آریانی[2] با عنوان ارتباط بین سرمایه اجتماعی، رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد فردی (مطالعه موردی در صنعت بانکداری در مالزی) در سال ۲۰۱۲ انجام داد. وی به بررسی ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی، سرمایه اجتماعی و عملکرد فردی پرداخت. اطلاعات بوسیله پرسشنامه محقق ساخته که بر اساس ادبیات موضوعی گردآوری شده بود جمع آوری شد. پرسشنامه در بین ۱۲۸ شعبه بانک در بین ۱۸ شهر اصلی مالزی توزیع گردید. نمونه پاسخ‌دهنده برابر ۶۳۶ نفر بودند. از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نر افزار آموس به منظور تست مدل استفاده گردید. نتایج پژوهش نشان داد که ابعاد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی در سرمایه اجتماعی ارتباط معنی‌داری با رفتار شهروندی سازمانی دارند. هم‌چنین ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد فردی با سه بعد سرمایه اجتماعی بهبود می‌یافت که موید نقش میانجی سرمایه اجتماعی در ارتباط دو متغیر است.

در پژوهش یونی با عنوان ارتباط سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی در ۲۰۱۴ انجام داد، وی به بررسی ارتباط بین این دو مولفه پرداخت. جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان بخش فروش و خدمات صنعت خودروسازی که در بخش‌های عملیاتی، اجرایی و مدیریت بالای سازمان فعالیت می‌نمودند بود. حجم نمونه ۱۰۵ نفری براساس جدول مورگان انتخاب گردید. داده ها با استفاده از پرسشنامه گردآوری شد. پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی از پرسنامه دین ۱۹۹۴ و برای سرمایه اجتماعی از پرسشنامه توسعه یافته چن و همکاران ۲۰۰۸ استفاده نمود. پرسشنامه‌ها بر مبنای طیف لیکرت ۵ تایی طراحی شده بود. از آزمون پیرسون به منظور بررسی فرضیات استفاده شد. نتایج آزمون نشان دهنده ارتباط مثبت و معنی دار (همبستگی پیرسون= ۰/۷۹۳) بود. این مقدار نشان دهنده ارتباط قوی بین سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی بود.

در پژوهش سبحانی نژاد و همکاران در سال (۱۳۸۹) با عنوان تبیین رابطه رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی بین کارشناسان دانشگاه تهران به بررسی تاثیر ارتباطات سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی پرداختند. پژوهش آنان به منظور تبیین رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی و هم چنین تعیین سهم نسبی هر یک از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در پیش بینی سرمایه اجتماعی، صورت گرفت. روش پژوهش از نوع توصیفی- همبستگی بوده و جامعه آماری شامل کلیه کارشناسان دانشگاه تهران در سال ۸۸-۸۷ بود، که برابر با ۱۵۱۳ نفر بوده و از این میان با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) ۳۰۸ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده‌ها از؛ ۱) پرسشنامه استاندارد رفتار شهروندی سازمانی پودساکف و همکاران (۱۹۹۰) و ۲) پرسشنامه محقق ساخته سرمایه اجتماعی

[1] Castro, Armario & Ruiz
[2] Wahyu Ariani

استفاده شد.به منظور برررسی پایایی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد که برای رفتار شهروندی سازمانی ۰/۷۶۹و برای سرمایه اجتماعی ۰/۸۰۹ بود که نشان دهنده پایایی مناسب برای پرسسشنامه بود. به منظور تحلیل آماری داده‌ها از روش‌های تحلیل همبستگی پیرسون (r) و تحلیل رگرسیون گام به گام (R) استفاده گردید. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل نشان داد که؛ بین رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن (نوع دوستی، آداب اجتماعی، وجدان کاری، نزاکت و جوانمردی) با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد هم چنین یافته‌ها نشان داد که؛ ابعاد نوع دوستی، آداب اجتماعی، وجدان کاری و نزاکت هر یک به ترتیب ۰/۱۵۷، ۰/۱۱۵، ۰/۱۵۶ و ۰/۱۳۳ از سرمایه اجتماعی را تبیین می‌کنند، در حالی که بعد جوانمردی پیش بینی کننده مناسبی برای سرمایه اجتماعی، نمی‌باشد.

در پژوهش احمدی و محمدی بلبان آبادی با عنوان بررسی ارتباط ابعاد سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان گمرکات استان کردستان) به بررسی ارتباط سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی پرداختند.. بر این اساس، پژوهش حاضر به بررسی ارتباط میان سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان گمرکات استان کردستان در سال ۱۳۹۰ پرداخته‌اند. پژوهش حاضر به روش توصیفی از نوع پیمایشی انجام پذیرفته است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده که بعد از برآورد اعتبار و پایایی (از طریق تحلیل عاملی) در بین پاسخگویان توزیع گردیده است. جامعه آماری این پژوهش را کارکنان گمرگ استان کردستان تشکیل داده‌اند که از میان آنان ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه آماری تعیین شدند و در نهایت ۱۱۰ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج آزمون فرضیات نشان داد که بین ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی، رابطه ای) و کارکنان گمرکات استان کردستان و رفتار شهروندی سازمانی آنان رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. نتیجه تحلیل رگرسیونی بیانگر این است که ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی، رابطه‌ای) به طور خالص ۰.۶۸۷ درصد از واریانس رفتار شهروندی سازمانی در معادله را تبیین می کنند، و از میان متغیرهایی که وارد معادله شده اند، متغیر وابسته، از بعد شناختی سرمایه اجتماعی بیشتر تأثیر می‌پذیرد.

در پژوهشی که دهقانی و همکاران (۱۳۹۴) با عنوان بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان بیمارستان‌های آموزشی درمانی دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان انجام دادند. آنان در پژوهش‌شان رابطه بین سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بیمارستان‌های آموزشی درمانی دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان را مورد بررسی قرار دادند. پژوهش آنان از نوع توصیفی تحلیلی بود که به صورت مقطعی در سال ۱۳۹۲ انجام شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه رفتار شهروندی پادوسکوف و سرمایه اجتماعی ناهاپیت بود که پایایی آن‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۲ و ۰/۷۴ به دست آمد. همچنین روایی پرسشنامه‌ها با استفاده از نظر اساتید و صاحب‌نظران تائید شد. نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه‌ای انجام شد. تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده به کمک نرم‌افزار SPSS 19 و با استفاده از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار) تجزیه و تحلیل شد و سپس رابطه بین متغیرها با آزمون پیرسون و آنالیز واریانس (ANOVA) مشخص شد. میانگین رفتار شهروندی سازمانی ۳/۱±۰/۵۳ و میانگین سرمایه اجتماعی ۲/۷±۰/۵۸ بود، همچنین رفتار شهروندی سازمانی با سرمایه اجتماعی رابطه معنی‌دار و مستقیمی داشت. متغیرهای دموگرافیک میزان تحصیلات، پست سازمانی، نوبت‌کاری، جنسیت در میزان سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی تأثیرگذار بود. انان بیان نمودند که با توجه به اهمیت رفتار شهروندی سازمانی در ارتقا بهره‌وری سازمان‌ها و رابطه مستقیم و معنی‌دار آن با سرمایه اجتماعی، مدیران مراکز مراقبت بهداشتی و درمانی و بیمارستان‌ها باید سیاست‌ها و راهکارهای مناسبی جهت ارتقا این دو مقوله اتخاذ نمایند.

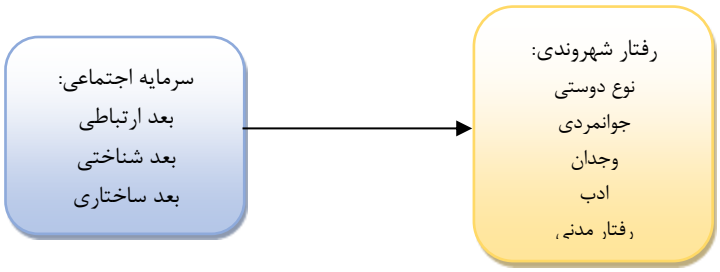
در پژوهشی که خرازی، واعظی و جبلی سینکی در سال ۱۳۹۱ با عنوان رابطه سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در دفتر مرکزی یک شرکت بیمه انجام دادند. پژوهش آنان به منظور بررسی رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی مدیران و کارشناسان ستادی دفتر مرکزی یک شرکت بیمه و سهم هر یک از آن ابعاد در پیش بینی گرایش به رفتار شهروندی آنان انجام گرفت. روش پژوهش از نوع همبستگی و جامعه آماری آن کلیه مدیران و کارشناسان ستادی دفتر مرکزی یک شرکت بیمه در شهر تهران شامل ۲۴۷ نفر بود. حجم نمونه مورد مطالعه به روش نمونه گیری تصادفی ساده و بر اساس فرمول کوکران ۹۳ نفر تعیین شده بود. ابزار گردآوری داده ها شامل پرسش نامه سرمایه اجتماعی فرجی و پرسش نامه استانداردشده رفتار شهروندی سازمانی پودساکف است. به منظور تجزیه وتحلیل آماری داده ها از روش های آماری توصیفی و استنباطی چون ضریب همبستگی پیرسون و ضریب رگرسیون گام به گام استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داده است که رابطه مثبت و معناداری میان سرمایه اجتماعی و گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱در شرکت بیمه مورد مطالعه وجود دارد. همچنین بر اساس نتایج به دست آمده از میان ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد رابطه‌ای بهترین پیش بینی کننده گرایش به رفتار شهروندی سازمانی بوده است، دو بعد ساختاری و شناختی در مرتبه بعدی قرار داشته اند.

فرضیات و مدل پژوهش

بر اساس ادبیات و پیشینه پژوهش فرضیات پژوهش به صورت زیر توسعه داده شدند.

- بین سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی ارتباط معناداری وجود دارد.
- بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی ارتباط معناداری وجود دارد.
- بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی ارتباط معناداری وجود دارد.
- بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی ارتباط معناداری وجود دارد.

براساس فرضیات، مدل مفهومی در شکل شماره یک نشان داده شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش، منبع: پژوهشگران

روش پژوهش

پژوهش حاضر به دنبال توسعه کاربرد عملی متغیرهای روابط انسانی در سازمان است، بنابراین از لحاظ هدف در حوزه پژوهش‌های کاربردی قرار گرفته است. از آنجا که به توصیف متغیرها و روابط بین آن‌ها، برای شناخت هرچه بهتر شرایط موجود و اخذ تصمیمات بهینه از آنان می‌پردازد از لحاظ روش، توصیفی است، و به این دلیل که در آن روابط میان متغیرها بر اساس هدف پژوهش تحلیل شده است، از نوع همبستگی و مبتنی بر مدل معادلات ساختاری می‌باشد. در این پژوهش به بررسی تاثیر متغیر سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری نیشابور پرداخته شده است. جامعه آماری این پژوهش کارکنان شهرداری نیشابور بودند. حجم جامعه ۳۳۰ نفر کارمند و کارگران رسمی بودند که حداقل تعداد نمونه براساس جدول مورگان برابر ۱۸۱ نفر در نظر گرفته شد. نمونه گیری در سال های ۱۳۹۳-۹۴ به مدت ۵ ماه انجام شد. نمونه آماری از بین افراد ذکر شده با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ستده انتخاب شده است. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه است، این پرسشنامه شامل سه بخش است. بخش اول جهت توضیح موضوع و آشنایی پاسخ‌دهنده در نظر گرفته شده است. بخش دوم مشخصات عمومی پاسخ دهنده، شامل چهار قسمت، سن، تحصیلات، جنسیت و سابقه وی است. بخش سوم سئوالات اختصاصی پرسشنامه شامل ۲۷ سؤال است که مرتبط با معیارها و شاخص‌های سنجش متغیرها پژوهش و بااستفاده از دو پرسشنامه استاندارد طراحی شده است. سئوالات سرمایه اجتماعی شامل ۱۱ سئوال که از واهو آریانی (۲۰۱۲)، و سئوالات رفتار شهرندی از پرسشنامه و مدل رفتار شهروندی از پرسشنامه ارگان (۱۹۸۸) شامل ۱۶ استفاده شد. این پرسش‌ها از نوع بسته بوده و بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای تنظیم گردیده است. به منظور سنجش پایایی با استفاده از داده‌های بدست آمده از پرسشنامه، میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ (خاکی، ۱۳۷۸) و پایایی مرکب (آذر، غلامزاده و قنواتی، ۱۳۹۱) محاسبه شد. پایایی مرکب برای دو متغیر رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی به ترتیب برابر با ۰/۷۰۳ و ۰/۸۲۶ به دست آمد. نتایج حاکی از آن است که پرسشنامه از پایایی بالا برخوردار است (آذر و مومنی، ۱۳۸۴). نتایج در جدول (۲) نشان دهنده این است که پرسشنامه از قابلیت اعتماد و به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار است. لازم به ذکر است که هیچ سوالی بدلیل نامناسب بودن داده‌ها و عدم تبیین واریانس متغیر مربوطه‌اش از مجموع سوالات حذف نشد. به منظور سنجش روایی سوالات از اعتبار عاملی استفاده شده است. اعتبار عاملی صورتی از اعتبار سازه است که از طریق تحلیل عاملی به دست می‌آید. تحلیل عاملی یک فن آماری است که در اکثر علوم انسانی کاربرد فراوانی دارد (بازرگان، سرمد و حجازی، ۱۳۸۶). در تحلیل عاملی اکتشافی متغیرهای رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی مقدار KMO ، به‌ترتیب برابر ۰/۷۶۴ و ۰/۸۳۷ به دست آمد که این امر بیانگر کفایت نمونه گیری برای متغیرهای پژوهش است. همچنین از آنجا که ضریب معناداری آزمون بارتلت برابر صفر بود (کوچکتر از ۰/۰۵) تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار، مناسب تشخیص داده شد. جهت بررسی صحت مدل‌های اندازه‌گیری از تحلیل عاملی تائیدی استفاده گردید که نتایج نشان داد تمام بارهای عاملی بالای ۰/۵ بوده که بیانگر روایی همگرا است. در ادامه به تفصیل برای هر متغیر مورد بحث قرار خواهد گرفت. از AVE به منظور روایی

واگرا استفاده شد که برای دو متغیر رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی به ترتیب برابر با ۰/۵۹ و ۰/۶۱ به دست آمد که نشان‌دهنده روایی واگرا پرسشنامه است.

یافته‌های پژوهش

در ابتدا در قالب آمار توصیفی به بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه آماری پرداخته شد و سپس به بررسی فرضیات پرداخته شد. تعداد ۱۱۱ نفر از پاسخ‌دهندگان مرد (۶۱/۳۳ درصد) و ۷۰ نفر (۳۸/۶۷ درصد) را خانم‌ها تشکیل می‌دادند. بقیه آمار توصیفی در جدول یک نشان داده شده است.

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری

سن	تعداد	سابقه خدمت	تعداد	تحصیلات	تعداد
کمتر از ۲۵	۳۱	کمتر از ۵	۷۷	دیپلم	۲۳
۲۶_۳۵	۱۶۴	بین ۱۰_۵	۱۱۹	فوق دیپلم	۳۹
۳۶_۴۵	۱۰۷	بین ۱۵_۱۱	۱۰۲	لیسانس	۸۶
۴۵ به بالا	۱۸	بالاتر از ۱۱	۲۲	فوق لیسانس و بالاتر	۳۳

بررسی نرمال بودن و وضعیت موجود متغیرهای پژوهش

ابتدا به منظور آزمودن نرمال بودن از آزمون کولموگروف- اسمرینوف استفاده گردید. همانطور که جدول ۲ نشان می‌دهد تمامی متغیرهای تحقیق دارای توزیع نرمال هستند در نتیجه از آزمون های پارامتریک و به‌طور اخص آزمون میانگین یک جامعه می توان استفاده نمود. نتایج نشان داد میانگین همگی متغیرهای تحقیق در بازه ۲/۲۶ تا ۳/۳۷ قرار دارد که نشان می‌دهد متغیرها در وضعیت نسبتاً نامناسبی تا مناسب قرار دارند زیرا میانگین آنها از عدد ۳ در طیف ۵ تایی لیکرت (وسط طیف) نسبتاً کمتر یا برابر است.

جدول ۲. آزمون کولموگروف- اسمرینوف و آزمون میانگین یک جامعه

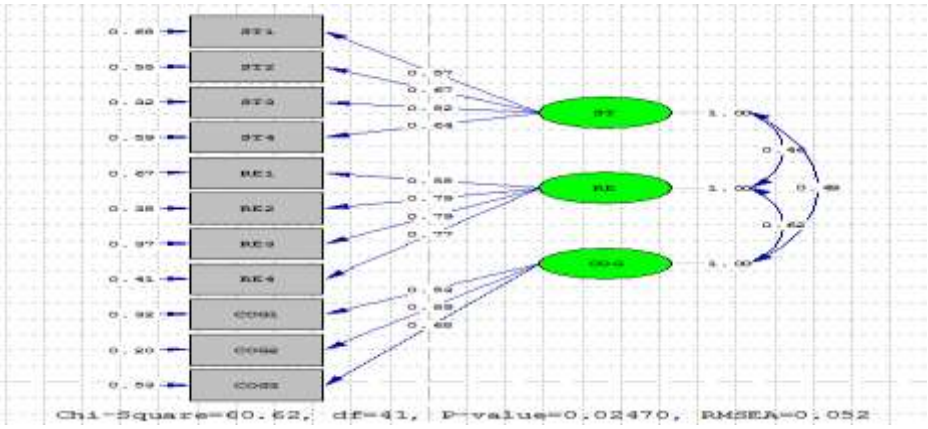
مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	Sig	نتیجه آزمون	آماره t در آزمون میانگین جامعه	وضعیت متغیر	آلفای کرونباخ
رفتار شهروندی سازمانی	۲/۸۸۶	۰/۵۶	۰/۷۶۵	نرمال	-۲/۷۱	نامناسب	۰/۸۴
سرمایه اجتماعی	۳/۱۴	۰/۵۹۵	۰/۷۳۲	نرمال	۳/۳۲	مناسب	۰/۸۵۲
نوع دوستی	۳/۲۸۹	۰/۸۵۲	۰/۱	نرمال	۴/۵۶	مناسب	۰/۸۵۹
وجدان کاری	۳/۰۵	۰/۹۸۳	۰/۰۷۵	نرمال	۰/۷۹۳	مناسب	۰/۸۰۴
رفتار مدنی	۲/۲۶	۰/۹۲۳	۰/۱۳	نرمال	-۱۰/۷۰	نامناسب	۰/۸۰۸
جوانمردی	۲/۸۵	۰/۸۶۳	۰/۳۶	نرمال	-۲/۳۲	نامناسب	۰/۸۰۲
ادب و نزاکت	۲/۹۷	۰/۸۴۲	۰/۱۵	نرمال	-۰/۳۵۳	نامناسب	۰/۸۴۷
بعد ساختاری	۳/۰۴	۰/۶۵۳	۰/۲۴	نرمال	۱/۰۲	مناسب	۰/۷۶۹
بعد ارتباطی	۳/۳۷۲	۰/۸۱۵	۰/۰۹۶	نرمال	۶/۱۵۶	مناسب	۰/۸۱۹
بعد شناختی	۳/۰۱	۰/۷۹۷	۰/۱۰	نرمال	۰/۳۱۱	متوسط	۰/۸۳۲

بررسی مدل های اندازه گیری متغیرهای پژوهش

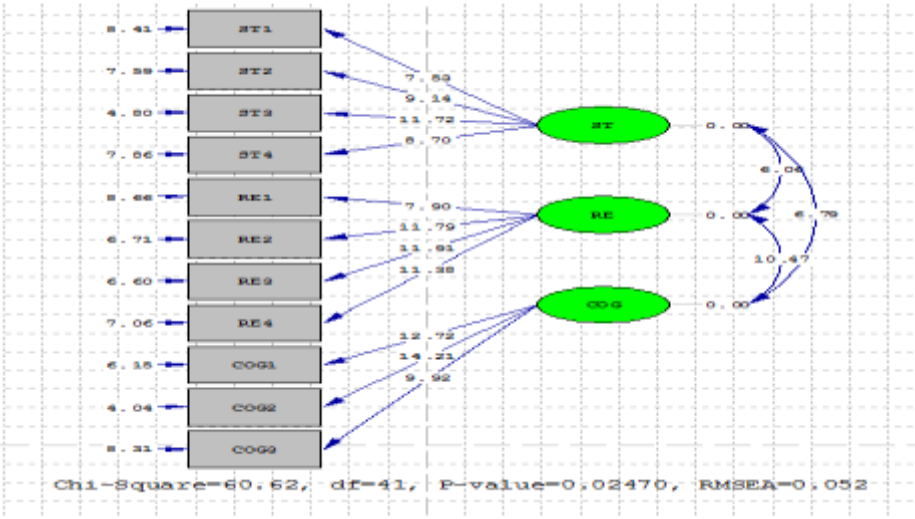
قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیات و مدل‌های مفهومی تحقیق لازم است تا از صحت مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش اطمینان حاصل شود. لذا در ادامه مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش مورد بحث قرار می‌گیرد. این کار توسط تحلیل عاملی تاییدی[1] صورت گرفته است. نتایج تحلیل عاملی تاییدی کلیه متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد که کلیه مدل‌های اندازه‌گیری مناسب و کلیه اعداد و پارامتر های مدل معنادار هستند. با توجه به اینکه تمامی بارهای عاملی در تمامی ابعاد بزرگتر از ۰/۵ و میانگین واریانس‌های استخراجی (AVE) بیشتر

[1] Confirmatory factor analysis

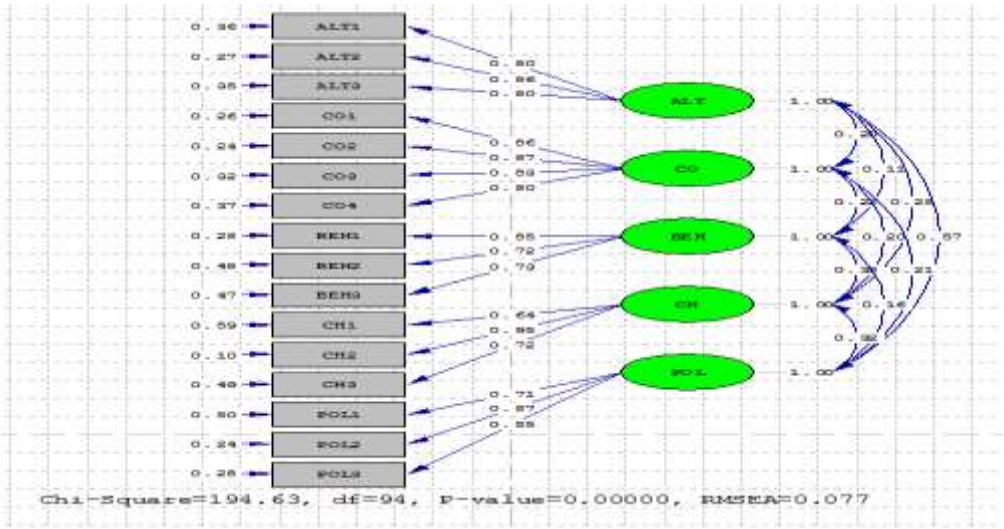
از ۰/۵ است، روایی سازه از نوع روایی همگرا وجود دارد. نتایج تحلیل عاملی انجام شده، در ذیل ارائه شده است. همان طوری که ملاحظه می‌گردد.



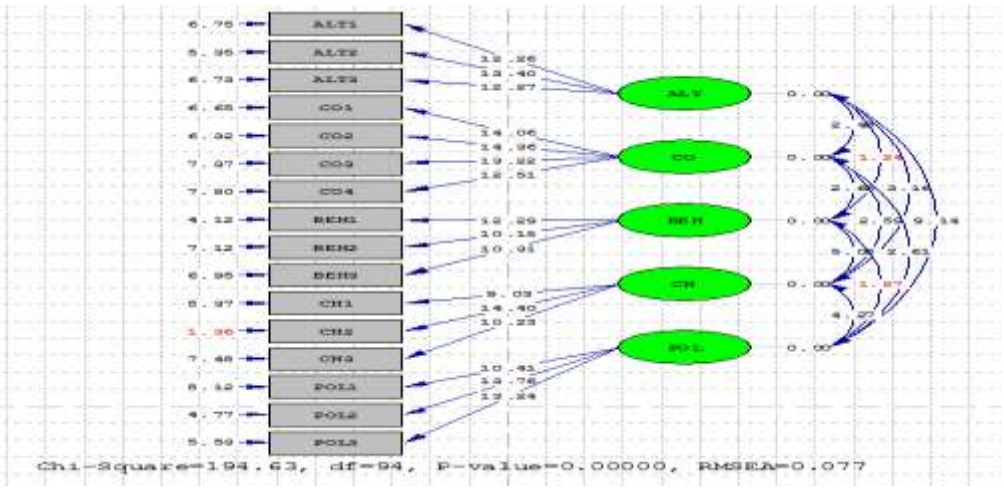
شکل ۲: تحلیل عاملی مرتبه اول متغیر مستقل در حالت ضریب استاندارد



شکل ۳: تحلیل عاملی مرتبه اول متغیر مستقل در حالت اعداد معناداری

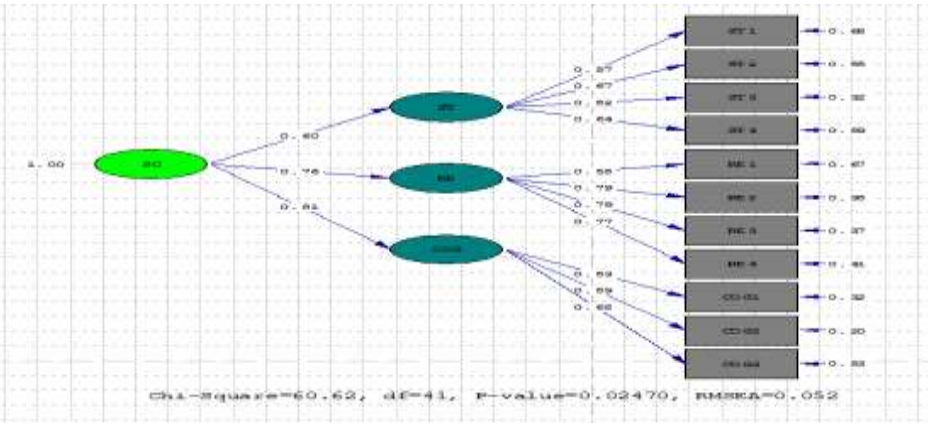


شکل ۴ تحلیل عاملی مرتبه اول متغیر وابسته در حالت ضریب استاندارد

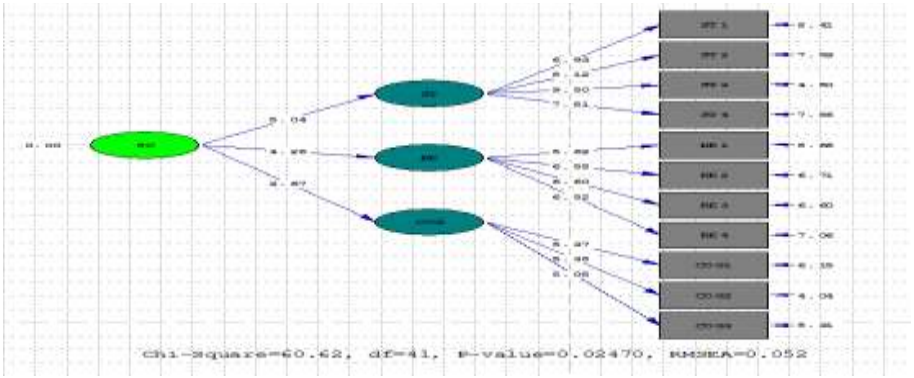


شکل ۵: تحلیل عاملی مرتبه اول متغیر وابسته در حالت اعداد معناداری

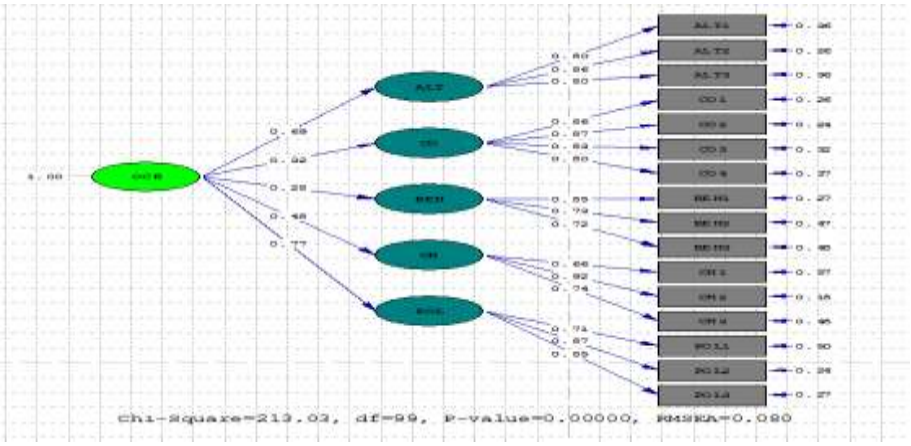
نتایج تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول (تحلیل عاملی پرسشنامه) نشان می‌دهد، تمامی سئوال‌ها روایی لازم برای سنجش متغیرهای پژوهش را دارند. معیار تایید یا رد یک سئوال برای سنجش یک متغیر اعداد معناداری می‌باشد. چنانچه عدد معناداری بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد نشان می‌دهد، آن سئوال برای سنجش بعد مورد نظر مناسب است. اما اگر عدد معناداری در بازه‌ی بالا باشد، سئوال یاد شده برای سنجش بعد مورد نظر مناسب نیست.



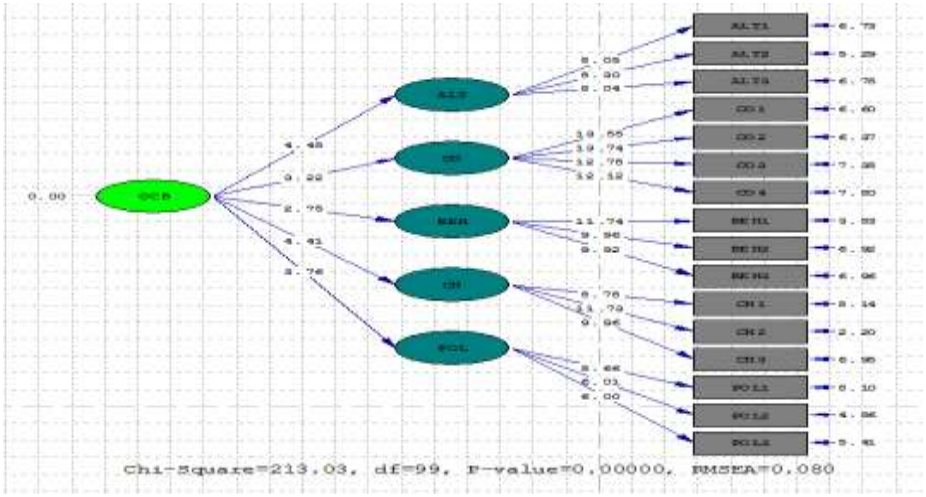
شکل ۶: تحلیل عاملی مرتبه دوم متغیر مستقل در حالت ضریب استاندارد



شکل ۷: تحلیل عاملی مرتبه دوم متغیر مستقل در حالت اعداد معناداری



شکل ۸: تحلیل عاملی مرتبه دوم متغیر وابسته در حالت ضریب معناداری



شکل ۹: تحلیل عاملی مرتبه دوم متغیر وابسته در حالت اعداد معناداری

بررسی همبستگی بین متغیرهای پژوهش

در آزمون همبستگی فرض صفر و فرض یک بصورت زیر می باشد:

- H_0: ضریب همبستگی صفر نیست. (ارتباط معناداری بین دو متغیر وجود دارد).
- H_1: ضریب همبستگی صفر است. (ارتباط معناداری بین دو متغیر وجود ندارد).

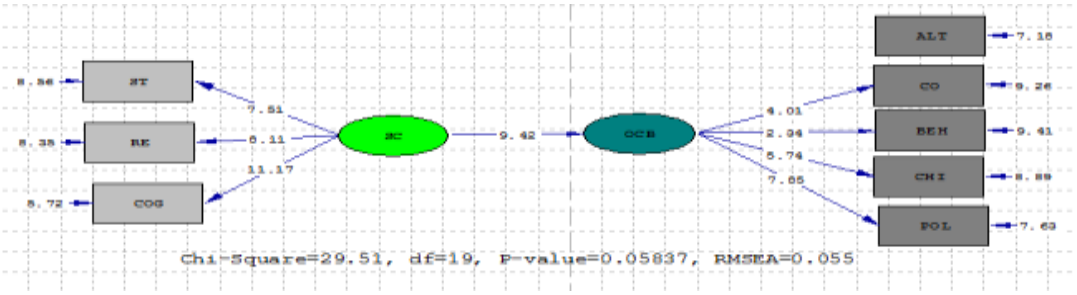
همانطور که نتایج جدول زیر نشان می‌دهد میان متغیرهای پژوهش ارتباط دو به دو مثبت و معناداری وجود دارد. بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرض صفر یعنی وجود ارتباط معنادار تائید می‌شود.

جدول ۳. ماتریس همبستگی بین متغیرهای موجود در تحقیق

مولفه‌ها		سرمایه اجتماعی	بعد ارتباطی	بعد شناختی	بعد ساختاری
رفتار شهروندی سازمانی	ضریب همبستگی	۰/۶۰۶	۰/۴۰۱	۰/۴۴۵	۰/۵۷۲
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۱۸۰	۱۸۰	۱۸۰	۱۸۰

مدلسازی معادلات ساختاری (مدل ساختاری پژوهش)

مدلهای ساختاری روابط میان مکنون‌های برونزا و درونزا را بررسی می‌کند. در تحقیق حاضر متغیر سرمایه اجتماعی (SC) به عنوان مکنون برون‌زا و متغیر رفتار شهروندی سازمانی (OCB) مکنون درون‌زا در نظر گرفته شده‌اند. در این مدل به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان شهرداری نیشابور پرداخته شده است.



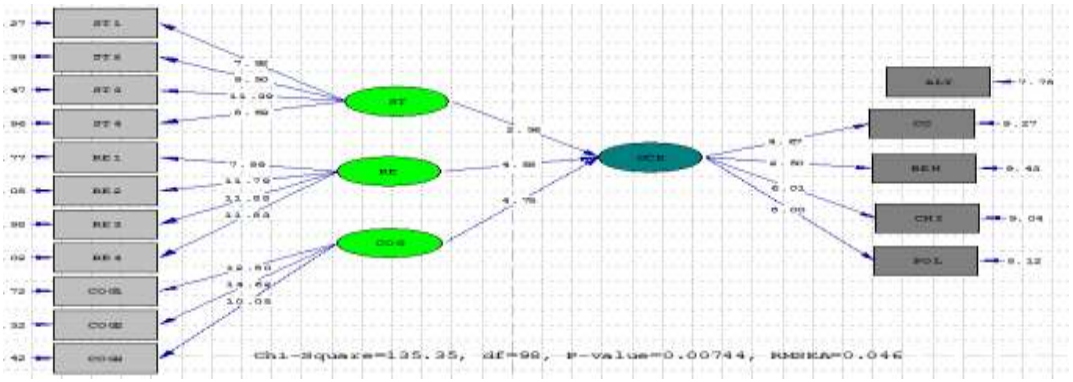
شکل ۱۰. بررسی مدل در حالت تخمین استاندارد



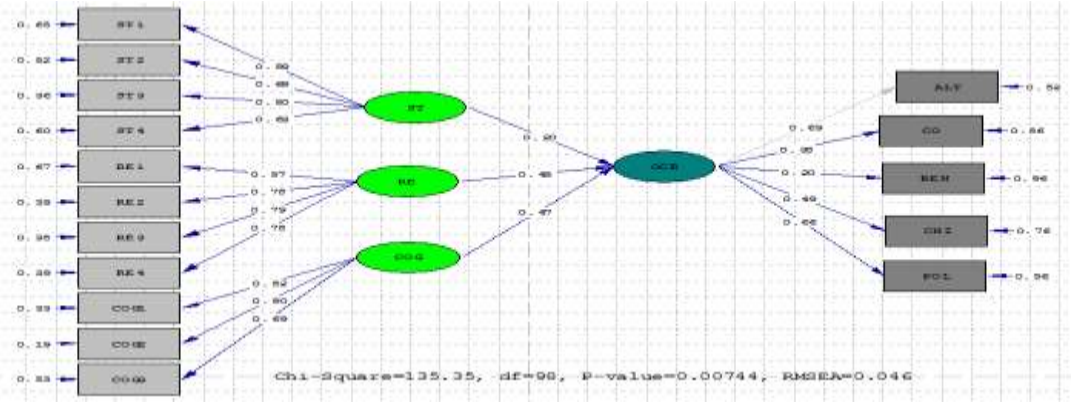
شکل ۱۱. بررسی مدل در حالت ضرایب معناداری

بررسی فرضیات فرعی پژوهش

در این بخش به بررسی تاثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی پرداخته می‌شود. در مدل‌های زیر متغیرهای بعد ساختاری (ST)، بعد ارتباطی (RE)، بعد شناختی (COG) به عنوان مکنون برون‌زا و متغیرهای رفتار شهروندی سازمانی (OCB) مکنون درون‌زا در نظر گرفته شده‌اند



شکل ۱۲: بررسی مدل فرعی در حالت ضریب استاندارد



شکل ۱۳. بررسی مدل در حالت ضرایب معناداری

به‌طور کلی میزان معناداری بر اساس نقاط بحرانی ۱.۹۶ و ۱.۹۶- تعیین می‌شوند. بدین ترتیب که چنانچه میزان ضریب معناداری بیشتر از ۱.۹۶ یا کوچکتر از ۱.۹۶- باشد فرض صفر مورد پذیرش و وجود رابطه معنادار تائید می شود. بطور خلاصه، در مورد فرضیات نتایج در جدول ۳ آورده شده است:

جدول ۵. وضعیت فرضیات پژوهش منبع: پژوهشگران

	فرضیه	میزان تاثیر	عدد معناداری	وضعیت فرضیه
۱	سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر دارد.	۰/۹۹	۹/۴۲	تائید فرضیه
۲	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر دارد.	۰/۲۰	۲/۳۶	تائید فرضیه
۳	بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر دارد.	۰/۴۵	۴/۵۸	تائید فرضیه
۴	بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر دارد.	۰/۴۷	۴/۷۵	تائید فرضیه

به منظور بررسی برازش مدل مفهومی از دو شاخص متداول به همراه مقدار قابل قبول هر شاخص پیشنهاد شده در تحقیقات گذشته استفاده شد (هایر، اندرسون، تاتهام و بلک[1]، ۱۹۹۸). شاخص‌های برازش میزان شایستگی مدل مفهومی پژوهش را در سنجش جامعه پژوهش مورد نظر نشان می‌دهند، یا به عبارت دیگر، حاکی از آن هستند که تا چه اندازه داده‌های جمع‌آوری شده از مدل پژوهش حمایت می‌کنند. نکته قابل ذکر آن است پارامترهای تاثیرگذار بر این شاخص‌ها متفاوت است برای مثال برخی از آن‌ها به شدت به حجم نمونه حساس می‌باشند. لذا، در مورد تناسب مدل بایستی به تمامی شاخص‌ها نگریسته شود و پایین بودن شاخص‌های برازش مدل در یک یا چند شاخص، به معنای عدم تناسب مدل نیست (سیدجوادین و همکاران، ۱۳۹۴). از جدول زیر این گونه می‌توان نتیجه گرفت که مدل مفهومی پژوهش حاضر، تناسب مناسبی با داده‌های جمع‌آوری شده دارد.

جدول ۶. شاخص های برازش مدل منبع: محقق

شاخص برآزش	آماره مدل اصلی	آماره مدل ابعاد	مقدار پیشنهاد شده
X^2/df	۱/۵۵۳	۱/۳۸۱	<5
$RMSEA^2$	۰/۰۵۵	۰/۰۴۶	<0.08 (Joreskong and Sorbom, 1996)

1 Hair, Anderson, Tatham & Black
2 Root Mean Square Error of Approximation

بحث و نتیجه‌گیری

سرمایه اجتماعی حاصل شکل‌گیری و استقرار ارزش‌ها، هنجارها، سنت‌ها، عرف‌ها و قواعد به صورتی خودجوش و در بستری از روابط متقابل اجتماعی است، زمینه ساز همدلی، همکاری، نوع‌دوستی، وفاداری، وجدان کاری در زندگی اجتماعی از جانب افراد است. در سال‌های اخیر تبیین مفهوم رفتار شهروندی به صورت گسترده‌ای مورد توجه پژوهشگران سازمانی قرار گرفته است. البته می‌توان گفت که تعاریف و مفهوم سازی‌های جدید براساس تعاریف قبلی صاحب‌نظران این رشته بوده است. رفتار شهروندی سازمانی به عنوان یک تعهد مداوم و داوطلبانه به اهداف، روش‌ها و در نهایت موفقیت سازمان یاد می‌شود و سازمانی که بر اساس مشارکت و اعمال مناسب کارکناناش بنا شده باشد از این مزیت برخوردار می‌باشد. هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر رفتار شهروندی پرداخته شده است. بنابراین با بررسی ادبیات و مبانی نظری مدل پژوهش بیان شد و براین اساس فرضیات بسط و گسترش داده شدند. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه‌ای که از چند پرسشنامه استاندارد طراحی شده بود گردآوری شد که روایی و پایایی آن مورد تایید قرار گرفت. در ذیل به بیان فرضیات و نتایج حاصل از آزمون آماری با نرم افزار لیزرل ارائه شده است. در زیر به بررسی فرضیات پژوهش پرداخته خواهد شد. فرض اصلی پژوهش به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با رفتار شهروندی سازمانی پرداخته است. نتیجه آزمون همبستگی نشان دهنده این است ارتباط میان دو متغیر سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی توسط کارکنان سازمان است. مقدار همبستگی بین متغیرها برابر با مقدار ۰/۶۰۶ بود. می‌توان این‌گونه بیان نمود که (چون ضریب همبستگی بین صفر و یک می باشد پس همبستگی ناقص و مستقیم می باشد یعنی جهت تغییرات دو متغیر یکسان می‌باشد)، و با توجّه به اینکه sig برابر ۰/۰۰۰ بوده که از مقدار ۰/۰۱کمتر می‌باشد فرض صفر تایید می‌شود، لذا رابطه معنی‌داری بین سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. بدین معنا که سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مستقیم دارد، بنابراین هرچه درجه سرمایه اجتماعی در سازمان بیشتر شود؛ رفتار شهروندی سازمانی افزایش می‌یابد. برای بررسی دقیق‌تر از آزمون ضریب مسیر استفاده شده است که میزان ضریب تاثیر ۰/۹۹ می‌باشد به این معنا که میزان ۰/۹۹ از واریانس مربوط به رفتار شهروندی سازمانی توسط متغیر سرمایه اجتماعی تبین می‌شود.

فرض فرعی اول: بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی ارتباط معناداری وجود دارد. نتیجه آزمون همبستگی نشان دهنده این است ارتباط میان دو متغیر بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی توسط کارکنان سازمان است. مقدار همبستگی بین متغیرها برابر با مقدار ۰/۴۰۱ بود. می‌توان اینگونه بیان نمود که (چون ضریب همبستگی بین صفر و یک می باشد پس همبستگی ناقص و مستقیم می‌باشد یعنی جهت تغییرات دو متغیر یکسان می‌باشد)، و با توجّه به اینکه سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ بوده که از مقدار ۰/۰۱کمتر می باشد فرض صفر تایید می‌شود، لذا رابطه معنی داری بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. بدین معنا که بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مستقیم دارد، بنابراین هرچه درجه این بعد در سازمان بیشتر شود؛ رفتار شهروندی سازمانی افزایش می‌یابد. برای بررسی دقیق تر از آزمون ضریب مسیر استفاده شده است که میزان ضریب تاثیر ۰/۴۵ می‌باشد به این معنا که میزان ۰/۴۵ از واریانس مربوط به رفتار شهروندی سازمانی توسط این متغیر تبین می‌شود.

بعد ارتباطی ماهیت روابط در یک سازمان را در بر می‌گیرد. به عبارت دیگر در حالی که بعد ساختاری بر این امر متمرکز است که آیا کارکنان در یک سازمان با هم در ارتباط هستند یا خیر، بعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این روابط متمرکز می‌شود. در واقع این بعد به ارتباط موثر بین همکارانی که یکدیگر را دوست دارند، به یکدیگر اعتماد دارند و با هم هویت می‌یابند توجه دارد. این بعد شامل اعتماد، هنجارها، تعهدات و هویت می‌باشد. براساس نتایج تحقیق هرچه اعتماد بین کارکنان، اعتماد به هنجارها بیشتر باشد و روابط کارکنان مؤثرتر باشد؛ رفتار شهروندی در سازمان از جمله، نوع دوستی، وجدان کاری، ادب و ملاحظه، رفتار مدنی و جوانمردی در کار توسط کارکنان بیشتر دیده می‌شود.

فرض فرعی دوم: بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی ارتباط معناداری وجود دارد. نتیجه آزمون همبستگی نشان دهنده این است ارتباط میان دو متغیر بعد شناختی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی توسط کارکنان سازمان است. مقدار همبستگی بین متغیرها برابر با مقدار ۰/۴۴۵ بود. می‌توان اینگونه بیان نمود که (چون ضریب همبستگی بین صفر و یک می‌باشد پس همبستگی ناقص و مستقیم می‌باشد یعنی جهت تغییرات دو متغیر یکسان می‌باشد)، و با توجّه به اینکه سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ بوده که از مقدار ۰/۰۱کمتر می‌باشد فرض صفر تایید می‌شود، لذا رابطه معنی داری بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. بدین معنا که بعد شناختی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مستقیم دارد، بنابراین هرچه درجه این بعد در سازمان بیشتر شود؛ رفتار شهروندی سازمانی افزایش می‌یابد. برای بررسی دقیق‌تر از آزمون ضریب مسیر استفاده شده است که میزان ضریب تاثیر ۰/۴۷ می‌باشد به این معنا که میزان ۰/۴۷ از واریانس مربوط به رفتار شهروندی سازمانی توسط این متغیر تبین می‌شود. بعد شناختی سرمایه اجتماعی دربرگیرنده میزان اشتراکات کارکنان درون یک شبکه اجتماعی از راه زبان مشترک و مبادله سرگذشت‌های مشترک تحقق می‌یابد. زبان و

سرگذشت‌های مشترک موجب افزایش سطح درک میان اعضای سازمان می‌شود و توانایی کارکنان را برای پیش‌بینی اقدامات سایر همکاران افزایش می‌دهد. این بعد مانند بعد ارتباطی به ماهیت ارتباطات میان افراد در یک سازمان می‌پردازد وشامل موارد زیر زبان و کدهای مشترک و روایت‌های مشترک می‌گردد. هرچه این اشتراکات مانند زبان، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی و ... بیشتر باشد کارکنان به نحو مطلوبی به انجام وظایف می‌پردازند و شناخت بیشتری نسبت به همکاران پیدا می‌کنند که این امر مسلما موجب ارتقای رفتار شهروندی در سازمان می‌شود.

فرض فرعی سوم: بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی ارتباط معناداری وجود دارد. نتیجه آزمون همبستگی نشان دهنده این است ارتباط میان دو متغیر بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی توسط کارکنان سازمان است. مقدار همبستگی بین متغیرها برابر با مقدار ۰/۵۷۲ بود. می‌توان اینگونه بیان نمود که (چون ضریب همبستگی بین صفر و یک است پس همبستگی ناقص و مستقیم وجود دارد یعنی جهت تغییرات دو متغیر یکسان است)، و با توجّه به اینکه سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ بوده که از مقدار ۰/۰۱کمتر می باشد فرض صفر تایید می‌شود، لذا رابطه معنی داری بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. بدین معنا که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مستقیم دارد، بنابراین هرچه درجه این بعد در سازمان بیشتر شود؛ رفتار شهروندی سازمانی افزایش می‌یابد. برای بررسی دقیق‌تر از آزمون ضریب مسیر استفاده شده است که میزان ضریب تاثیر ۰/۲۰ می‌باشد به این معنا که میزان ۰/۲۰ از واریانس مربوط به رفتار شهروندی سازمانی توسط این متغیر تبین می‌شود. بعد ساختاری سرمایه‌اجتماعی اشاره به الگوی کلی تماس‌های بین افراد دارد یعنی، شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. این بعد شامل: روابط شبکه‌ای بین افراد، پیکربندی شبکه‌ای و سازمان مناسب. به طور کلی این بعد حوزه‌ای را بررسی می‌کند که در آن افراد در سازمان به هم مرتبط می‌شوند، الگوهای ارتباطات میان کارکنان توصیف و سودمندی چنین ارتباطاتی مطالعه می‌شود. مسلما زمانی که شبکه‌های ارتباطی بین کارکنان و مدیران بصورت کارآ و اثربخش باشد کارکنان به نحو مطلوبتری توان انجام وظایف و رعایت مواردی که مربوط به رفتار شهروندی است؛ دارند.

در خصوص نتایج حاصله همانطور که عنوان شد. در در زمینه ارتباط بین سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی با پژوهش‌های خارجی واهو آریانی (۲۰۱۲)، و پژوهش یونی ۲۰۱۴ و پژوهش‌های داخلی سبحانی نژاد و همکاران در سال (۱۳۸۹)، احمدی و محمدی بلبان آبادی (۱۳۹۰) دهقانی و همکاران (۱۳۹۴) خرازی، واعظی و جبلی سینکی در سال ۱۳۹۱ هم خوانی داشت. آن‌ها در پژوهش‌هایشان ارتباط مثبت و معنی‌داری بین سرمایه اجتماعی و مولفه‌هایش و رفتار شهروندی سازمانی را مورد تایید قرار داده بودند.

پیشنهاد به مدیران

در تبیین یافته فوق می‌توان گفت که بروز رفتارهای شهروندی سازمانی از جانب مدیران منجر به ایجاد ارتباط میان آنان شده، که این خود در وهله اول منجر به خلق سرمایه اجتماعی ساختاری می‌شود. با این فرض که اگر رفتار های شهروندی سازمانی برای دفعات متعددی از جانب مدیران تکرار شود، می‌توان گفت که در نتیجه تکرار این رفتارها، بعد رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی، که مربوط به کیفیت روابط است، نیز افزایش می‌یابد. هم‌چنین بروز رفتارهای شهروندی سازمانی برای دفعات متعدد از جانب کارکنان، به گونه ای که به صورت یک فرهنگ در سازمان درآید، نه تنها پیوندهای شبکه ای را تقویت می‌کند، بلکه منجر به ایجاد نوعی اعتماد دو جانبه میان کارکنان می‌شود. رفتارهای شهروندی سازمانی ایجاد تماس‌ها و ارتباطات میان کارکنان را در سازمان تسهیل نموده و به مانند مشوقی در این زمینه عمل می‌نمایند. کارکنانی که کمک به دیگران را از خود نشان می‌دهند، سرمایه اجتماعی ساختاری را، از طریق تقویت کردن پیوندهای شبکه‌ایی و در نتیجه بهبود انتقال اطلاعات، یادگیری سازمانی و انجام فعالیت‌های سازمانی، ارتقاء می‌دهند. پیوندهای شبکه‌ای به ارتباطات میان اعضای یک سازمان گفته می‌شود. چیزی که امری بدیهی است، این است که وقتی کارکنان در انجام امور، به هنگام نیاز، به یکدیگر کمک می‌کنند، میزان ارتباطات آن‌ها افزایش پیدا کرده و این خود باعث افزایش و تقویت شمار پیوندهای شبکه ای در میان آن‌ها می‌گردد. در نتیجه با افزایش روابط، که خود شناخت بیشتر کارکنان را از هم به دنبال دارد، اعتماد میان آنان، که در نتیجه کیفیت روابط حاصل می شود، نیز افزایش پیدا می‌کند.

با توجه نتایج آزمون‌های آماری که در بالا ذکر شد، میزان تاثیر (ارتباط) سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی (فرضیه اصلی) به مراتب از مولفه‌های تشکیل دهنده آن بیشتر است. این میزان در همبستگی (۰/۶۰۶) و در تاثیرگذاری (۰/۹۹) است که به مراتب از ارتباط و تاثیرگذاری مولفه‌های آن بیشتر است. لذا می‌توان بیان نمود که سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای است که از اجزای خود (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) بیشتر است و دارای هم‌افزایی است. لذا به مدیران توصیه می‌شود به جای تمرکز بر تک تک مولفه‌ها به تمام ابعاد آن به صورت یک‌جا نگاه کنند و با اتخاذ رویکرد سیستمی تلاش کنند تا سرمایه اجتماعی در سازمان را افزایش دهند.

بیشترین میزان همبستگی در بین ابعاد سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی از آن بعد ساختاری با همبستگی ۰/۵۷۲است. این امر در حالی است که تاثیر این عامل ۰/۲۰ کمترین میزان تاثیر بین ابعاد است. این امر نشان‌دهنده نقش رفتار شهروندی سازمانی در افزایش سطح همبستگی است. لذا به مدیران توصیه می‌گردد که ضمن توجه به سرمایه اجتماعی و ابعاد آن در سازمان به پیاده‌سازی و فرهنگ سازی در زمینه رفتارهای شهروندی سازمانی تلاش نمایند.

با توجه به نتایج فرضیه اول مبنی بر ارتباط مستقیم بین بعد ارتباطی و رفتار شهروندی در سازمان، به مدیران شهرداری توصیه می‌شود: پیاده‌سازی سبک رهبری مشارکتی جهت ارتباط و اعتماد بین کارکنان و کارکنان با مدیران جهت ارتقا بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی.

- یادآوری وظیفه و مأموریت اصلی سازمان در جهت هویت بخشیدن به شغل کارکنان در جهت ارتقا بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و
- برگزاری همایش‌ها و سمینارها با هدف ارائه راهکارهای ارتقا سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی در بین کارکنان

۲. با توجه به نتایج فرضیه دوم مبنی بر ارتباط مستقیم بین بعد شناختی و رفتار شهروندی در سازمان، به مدیران توصیه می‌شود تا با به بکارگیری افراد با سطح تحصیلات، زبان و فرهنگ مشترک در هر بخش جهت ارتقا بعد شناختی سرمایه اجتماعی بپردازند.

۳. با توجه به نتایج فرضیه سوم مبنی بر ارتباط مستقیم بین بعد ساختاری و رفتار شهروندی در سازمان، به مدیران توصیه می شود:

- با قرار دادن شبکه‌های داده‌ای مناسب جهت دسترسی به موقع کارکنان به اطلاعات جهت ارتقا بعد شناختی سرمایه اجتماعی تلاش کنند.
- به‌کارگیری سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای به روز جهت ارتقا کارآیی و اثربخشی کارکنان و بهبود بعد شناختی سرمایه اجتماعی.

این پژوهش همانند بسیاری از پژوهش‌ها دارای محدودیت‌هایی بود که از اهم آن محدود بودن جامعه آماری کارکنان به یک سازمان اشاره کرد که از قدرت تعمیم‌پذیری پژوهش می‌کاهد. برای پژوهش‌های آینده توصیه می‌گردد تا پژوهشگران عوامل خارج سازمانی را نیز مورد بررسی قرار دهند. عواملی هم‌چون مشتریان و انتظارات آن‌ها از کیفیت ارائه شده که منابع با ارزشی برای ارائه خدمات مطلوب‌تر را به همراه دارند. با توجه به اینکه این تحقیق تنها در بین کارکنان انجام شده است، می‌توان جهت اخذ نتایج بهتر و عام تر این تحقیق را در سطح استان و یا کشور انجام داد و هم‌چنین محدود به تعداد خاص از شعب نکرد.

منابع و مآخذ

ابیلی، خدایار . فرجی ده سرخی، حاتم. شاطری، کریم. یوزباشی، علیرضا. (۱۳۸۹). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و تمایل به نوآوری در کارکنان دانشگاه تهران. دو فصلنامه دانشور رفتار تربیت و اجتماع. دانشگاه شاهد. سال هفدهم. شمارهع ۴۵. ص ۷۹-۹۰.

بلوچی، حسین. رستگار، عباسعلی. (۱۳۹۴). مدل‌یابیِ ساختاری-تفسیری از عوامل مؤثر بر بدبینیِ سازمانی. فصلنامه مدیریت سازمانهای دولتی؛ سال دوم، شماره ۱۱، ص ۷۱-۸۷.

بلوچی، حسین. سیدجوادین، سیدرضا. فیاضی، مرجان. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه راونشناختی و کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان با تجزیه و تحلیل کانونی (همبستگی کانونی). پژوهش‌های مدیریت در ایران. دوره ۱۹، شماره ۴، ص ۷۲-۹۳.

بهمنی، اکبر. مهدوی راد، محمدرضا. بلوچی، حسین. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر بدبینی سازمانی بر کیفیت خدمات ارائه شده کارکنان با میانجی‌گری و تعدیلگری تعهد سازمانی. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت عمومی. سال نهم، شماره ۳۱، ص ۱۶۱-۱۸۵.

تقی‌زاده، محمدرضا؛ سلیمانی، افشار؛ (۱۳۹۴)، کاربرد روش همبستگی متعارف برای بررسی رابطه بین هوش عاطفی با رفتار مدنی سازمان و تعهد سازمانی، مدیریت دولتی، دوره ۷، شماره ۲، ص ۲۱۱-۲۲۸.

خرازی، سیدکمال.، واعظی، مظفرالدین.، جبلی سینکی، عبداله. (۱۳۹۱). رابطه سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در دفتر مرکزی یک شرکت بیمه. پژوهشنامه بیمه (صنعت بیمه). دوره ۲۷ شماره ۲: ۱۵۹-۱۷۱.

دهقانی محمد، حیوی حقیقی محمد حسین، مصطفا یی داوود، استبصاری فاطمه، رفعتی شیده، خرمی فرید. بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان بیمارستان‌های آموزشی درمانی دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان. ۱. ۱۳۹۴; ۱ (۱) :۲۴-۳۲.

رضوانی، مهران. طغرایی، محمد تقی. (۱۳۹۰). نقش سرمایه اجتماعی سازمانی در گرایش به نوآوری سازمانی در شرکت‌های دانش بنیان (مورد مطالعه: شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری داشگاه تهران). پژوهشنامه مدیریت تحول. سال سوم. شماره ۶. ۲۹-۵۳.

سبحانی نژاد، مهدی .، شاطری، کریم .، فرجی ده‌سرخی، حاتم.، اکبری، معصومه. (۱۳۸۹). تبیین رابطه رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی بین کارشناسان دانشگاه تهران. دو فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های آموزش و یادگیری دانشگاه شاهد. جلد ۱ شماره ۴۵ صفحات ۱۰۱-۱۱۴.

سید تقوی، میر علی؛ نریمانی، مهدی؛ غلام حسینی، حسین (۱۳۸۹). فرهنگ و استراتژی و تاثیر آن بر اثربخشی سازمانی: با نگاهی بر مدیریت دانش. چشم انداز مدیریت دولتی، شماره ۱، ص ۹-۲۴.

سید جوادین، سیدرضا. فیاضی، مرجان؛ بلوچی، حسین. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر سرمایه روان‌شناختی بر کیفیت خدمات ارایه شده به مشتریان توسط کارکنان باجه با میانجی‌گری تعهد سازمانی. مدیریت دولتی، دوره ۷، شماره ۲، ص ۲۷۷- ۳۰۲.

سید جوادین، سیدرضا؛ حیدری، حامد؛ شهباز مرادی، سعید (۱۳۸۸). بررسی عوامل موثر بر توانمندسازی نیروی انسانی در خدمات بررسی موردی در نظام بانکی. نشریه مدیریت دولتی، دوره ۱ شماره ۲. ص ۷۵ تا ۸۸.

شایگان، داریوش (۱۳۸۱). افسون جدید، هویت چهل تکه و تفکر سیار، تهران، نثر فرزان روز.

نوابخش، مهرداد. غفاری آشتیانی، پیمان. کهن، علی. (۱۳۸۸). مدیریت بستر رفتار شهروندی سازمانی در فرانقش‌های اجتماعی. فصلنامه بصیرت. سال انزدهم، شماره ۴۳، ص ۵۶-۷۸.

الوانی، سیدمهدی. ناطق، تهمینه. فراحی، محمد مهدی. (۱۳۸۶). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه دانش. فصلنامه علوم مدیریت ایران. سال دوم. شماره ۵. صص ۳۵-۷۲.

فتاحی، مهدی. (۱۳۸۷). اثرات معنویت در محیط کار بر رفتار شهروندی سازمانی و ارتباط آن با کیفیت خدمات و وفاداری مشتری، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

Johnson JL. & O'Leary-Kelly A.M. The effects of psychological contract breach and organizational cynicism: not all social exchange violations are created equal. Journal of Organizational Behavior, 2003:24, 627-647.

Wilkerson J. Evans W. & Davis W. A test of coworkers' influence on organizational cynicism, badmouthing, and organizational citizenship behavior.Journal of Applied Social Psychology. 2008: 38(9), 2273–2292.

Khan, M. A. Road, K. (2014). Organizational Cynicism and employee turn over intention: evidence from banking sector in Pakistan. Pakistan journal of commerce and social science, 8 (1): 30-41.

Markoczy, Livia. Xin Katherine. (2004). The virtues of mission in organizational citizenship behavior, university of California.

Wahyu Ariani, Dorothea. (2014). The relationship between social capital, organizational citizenship behaviors, and individual performance: An empirical study from banking Industry in Indonesia. Journal of Management Research. 4 (2): 226-241.

Unni, Archana S V. (2014). A Study of relationship between social capital and organizational citizenship behavior. Internaytional Journal of Managerial studies and research (IJMSR). 2 (4): 76-81.

Castro C.B., Armario E.M., Ruiz D. M. (2004). The influence of employee organizational citizenship behavior on customer loyalty; International Journal Of Service Industry Management. 15(1): 27-30

Hair, J. F. Anderson, R. E. Tatham, R. L. Black, W C. (1998). Multivariate Data Analysis, fifth ed. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ