

رابطه سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی

سازمانی در دفتر مرکزی یک شرکت بیمه

کمال خرازی^۱

مظفرالدین واعظی^۲

عبدالله جبلی سینکی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۱۰/۲۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۱/۰۶/۲۷

چکیده

پژوهش حاضر 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 گرفته است. 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 است. حجم نمونه مورد مطالعه به روش نمونه گیری تصادفی ساده و براساس فرمول کوکران ۹۳ نفر تعیین شده است. ابزار گردآوری داده ها شامل پرسشنامه سرمایه اجتماعی فرجی و پرسشنامه استاندارد شده رفتار شهروندی سازمانی پودساکف است. به منظور تجزیه و تحلیل آماری داده ها از روش های آماری توصیفی و استنباطی چون « t » ضریب همبستگی پیرسون و « R » 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 $P \leq 0/01$ در شرکت بیمه مورد مطالعه وجود دارد. همچنین براساس نتایج به دست آمده از میان ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد رابطه ای بهترین پیش بینی کننده گرایش به رفتار شهروندی سازمانی بوده است، دو بعد ساختاری و شناختی در مرتبه بعدی قرار داشته اند. واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، بعد رابطه ای، بعد ساختاری، بعد شناختی و گرایش به رفتار شهروندی سازمانی

۱. دانشیار دانشگاه تهران (Email: kharrazi@ut.ac.ir)

۱. دانشیار دانشگاه تهران

۲. استادیار دانشگاه تهران (Email: mzvaezi@ut.ac.ir)

۲. استادیار دانشگاه تهران

۳. کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) (Email: maysamjebelli@yahoo.com)

۱. مقدمه

در جهان پر شتاب امروز، سازمان‌ها تلاش دارند برای رسیدن به اهداف سازمانی و اقتصادی و تداوم حیات خود از الگوها و شیوه‌های مختلف بهره ببرند و با کسب مزیت‌های رقابتی جدید از سقوط و واژگونی و خطرات ناشی از دگرگونی‌های سریع محیطی در امان بمانند. بدین ترتیب، توجه صرف سازمان و مدیریت آن به عواملی همچون، سرمایه‌های مادی و فیزیکی، پیشی گرفتن از رقیبان به هر قیمتی، کسب سود و منفعت بیشتر و نپرداختن به عواملی مانند روحیه، عواطف، کیفیت زندگی کاری، میزان رضایت از محیط کاری و ... کارکنان می‌تواند سازمان را به ورطه سقوط و ورشکستگی رهنمون شود. بر همین اساس یکی از مهم‌ترین عواملی که سازمان و مدیریت با توجه به آن می‌تواند محیطی امن و پایدار را در درون سازمان خلق و تقویت کند، سرمایه‌های اجتماعی است. سرمایه اجتماعی^۱ مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات می‌گردد. به عبارت دیگر این مفهوم به پیوندها و ارتباطات میان اعضای شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود. سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از مهم‌ترین دارایی‌های سازمان‌ها در حکم یک برچسب اجتماعی قوی، قسمت‌های مختلف سازمان را به هم مرتبط کرده و روابط بین افراد را تسهیل می‌کند. از دیگر سو رفتارهای شهروندی سازمانی^۲ آن دسته از فعالیت‌های مرتبط با نقش افراد در سازمان است که فراتر از انتظارات، وظیفه و شرح شغل توسط فرد انجام می‌شود، هر چند سیستم پاداش رسمی سازمان این رفتارها را شناسایی نکند. برطبق دیدگاه نظریه پردازانی همچون اورگان^۳،

-
1. Social Capital
 2. Organizational Citizenship Behaviour
 3. Organ

رفتار شهروندی سازمانی می‌تواند کارایی را به حداکثر رسانده، عملکرد مؤثر سازمانی را ارتقا دهد (رامین مهر، ۱۳۸۸).

۲. سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه اجتماعی را در آغاز جامعه‌شناسان معرفی و در تحقیقاتشان استفاده کردند. این مفهوم به تدریج توجه اندیشمندان سایر رشته‌های علوم اجتماعی را به خود جلب کرد و در دهه‌های اخیر علاوه بر اینکه در جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و اقتصاد مورد استفاده قرار گرفته است در رشته‌های سازمان و مدیریت نیز طرفداران زیادی پیدا کرده است (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۳).

هر چند که ریشه‌های سرمایه اجتماعی را باید در جامعه‌شناسی جستجو کرد، اما امروزه این سرمایه جهت حل و تبیین برخی از مسائل در محیط کار، افزایش بهره‌وری و اثربخشی و همچنین ایجاد و حفظ مزیت رقابتی پایدار سازمان وارد ادبیات سازمان و مدیریت شده است. در ادبیات سازمانی، سرمایه اجتماعی به‌عنوان عاملی برای توضیح و تبیین موفقیت نسبی اعضا و سازمان مورد توجه قرار گرفته است (فرجی ده سرخی، ۱۳۸۸).

سرمایه اجتماعی بر خلاف سایر سرمایه‌ها به‌صورت فیزیکی وجود ندارد بلکه حاصل تعاملات و هنجارهای گروهی و اجتماعی است که افزایش آن در پایین‌آمدن سطح هزینه‌های عملیاتی سازمان‌ها مؤثر است (شیروانی، ۱۳۸۳). برخلاف دیگر اشکال سرمایه، سرمایه اجتماعی منحصر به فرد است و در نتیجه روابط اجتماعی معنی‌داری گسترش می‌یابد که افراد با هم و به مرور زمان به‌منظور خلق آن سرمایه‌گذاری می‌کنند (Brooks and Nafukho, 2006). واژه «اجتماعی» در عبارت سرمایه اجتماعی تأکید می‌کند که این منابع دارای شخصی نیستند و شخص تنها مالک آنها نیست بلکه این منابع در شبکه‌های روابط مستقرند (بیکر، ۱۳۸۲). سرمایه اجتماعی، یک دارایی است که هم برای سازمان (از طریق ایجاد ارزش برای

سهام‌داران) و هم برای اعضای سازمان (از طریق ارتقای مهارت‌های کارکنان) مفید و سودمند است (Leana and VanBuren, 1999). همان‌طور که از نام سرمایه اجتماعی بر می‌آید، این مفهوم به اجتماع و گروه‌های انسانی و کارکنان بر می‌گردد و حالتی فردی نیست و برای داشتن این سرمایه، حداقل به وجود دو نفر نیاز است و مالکیت فردی برای آن متصور نیست. به عبارت دیگر، این نوع سرمایه یک ویژگی اکولوژیکی است (فرجی ده سرخی، ۱۳۸۸)، و از طرفی یک «کالای جمعی»^۱ محسوب می‌شود و اگر شخصی از آن استفاده کند، محدودیتی برای استفاده دیگران به وجود نمی‌آید.

اولین بار مفهوم سرمایه اجتماعی را شخصی به نام لیدا جودسون هانی فان^۲ در سال ۱۹۱۶ در مقاله‌ای درباره آموزش و پرورش ایالت ویرجینیای آمریکا به کاربرد (کاظمی، ۱۳۸۷). نظریه هانی فان برای نیم قرن مسکوت ماند تا در سال ۱۹۶۱ جاکوبز^۳ در اثر خود به نام «زندگی و مرگ شهرهای بزرگ آمریکایی»، از سرمایه اجتماعی بحث کرد و نقش آن را در ارتباط با حفظ نظافت، برخورد با جرم و جنایت خیابانی در محدوده‌های حومه و قدیمی شهری مطرح ساخت (شریفیان ثانی و ملکی سعید آبادی، ۱۳۸۵). پس از جاکوبز، لوری^۴ اقتصاددان، اصطلاح سرمایه اجتماعی را در دهه ۱۹۷۰ برای توصیف مشکل توسعه اقتصاد درون شهری به کار برد (فوکویاما، ۱۳۸۵).

پس از آنها اولین توضیح و تفسیر یکپارچه این اصطلاح را بوردیو^۵ در سال ۱۹۷۲ ارائه کرد. بوردیو سرمایه اجتماعی را «مجموع منابع بالقوه و بالفعلی تعریف کرد که به عضویت در یک گروه مرتبط می‌شود و هر یک از اعضا با پشتیبانی از سرمایه اجتماعی آن را فراهم می‌کنند».

-
1. Public Good
 2. Heni Fan
 3. Jacobs
 4. Louri
 5. Bourdieu, 1986

پس از بورديو و در دهه ۱۹۸۰ کلمن^۱ فصل مهمی از کتاب «بنیان‌های نظریه اجتماعی» را به بحث سرمایه اجتماعی اختصاص داد و در سراسر کتاب نیز به توضیح عناصر و اجزای آن پرداخت (پیراهری، ۱۳۸۸). به اعتقاد کلمن سرمایه اجتماعی از طریق کارکردش تعریف می‌شود. «سرمایه اجتماعی یک هستی منفرد نیست، بلکه تنوعی از هستی‌های متفاوتی است که دارای دو خصوصیت مشترک هستند؛ همگی دارای وجوهی از یک ساختار اجتماعی هستند و همگی کنش‌های خاصی از افراد داخل ساختار را تسهیل می‌کنند (فیلد، ۱۳۸۶).

در دهه ۱۹۹۰ بانک جهانی مفهوم سرمایه اجتماعی را به کار برد (یک برنامه تحقیقاتی به آن اختصاص داد) و نتیجه آن در کتاب بولینگ تنهای پوتنام^۲ مطرح شد (کاکاوندی، ۱۳۸۷). پوتنام و کلمن مفهوم سرمایه اجتماعی را به‌طور ویژه بسط و گسترش دادند. پوتنام که پدر سرمایه اجتماعی لقب گرفته است (فرجی ده‌سرخ، ۱۳۸۸)، سرمایه اجتماعی را باتوجه به چهار ویژگی مشخص می‌کند: وجود شبکه‌های اجتماعی؛ مشارکت مدنی؛ هویت محلی، مشارکت و انصاف با دیگر اعضای جامعه؛ اعتماد، حمایت و کمک دو طرفه (فرجی ده‌سرخ، ۱۳۸۸). وی اعتقاد دارد که سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از مفاهیم مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌هاست که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تأمین خواهد کرد. از نظر وی اعتماد و عمل متقابل اعضا در شبکه به‌عنوان منابعی هستند که در کنش‌های اعضای جامعه موجود است (قلی‌پور، مدهوشی و جعفریان، ۱۳۸۷).

در نهایت در سال ۱۹۹۹ فوکویاما^۳ به مفهوم‌سازی نهایی در زمینه سرمایه اجتماعی پرداخت. به اعتقاد او بیشتر تعاریف موجود در زمینه سرمایه اجتماعی به

-
1. Coleman
 2. Potnam
 3. Fokoyama

ظاهر و نمودهای آن اشاره دارد. از نظر وی، سرمایه اجتماعی عبارت از توانایی افراد برای کارکردن با همدیگر، به منظور دستیابی به اهداف مشترک در گروه‌ها و سازمان‌هاست (پارسائزاد، ۱۳۸۷).

۳. ابعاد سرمایه اجتماعی

به دلیل وجود رویکردهای مختلف در تحقیقات سرمایه اجتماعی و همچنین ماهیت چند بعدی این مفهوم، در ادبیات سرمایه اجتماعی، مدل‌های مختلفی از سرمایه اجتماعی به چشم می‌خورد، در این بخش مدل ناهاپیت و گوشال^۱ که اساس کار این پژوهش را تشکیل می‌دهد، توضیح داده می‌شود.

ناهاپیت و گوشال جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می‌دهند که عبارت‌اند از: ساختاری^۲، رابطه‌ای^۳ و شناختی^۴.

- **بعد ساختاری:** این بعد الگوی کلی روابطی را که در سازمان یافت می‌شود، در نظر دارد. بدین معنا که این بعد میزان ارتباطی که افراد در سازمان برقرار می‌کنند را در برمی‌گیرد (Bolino, Turnley and Bloodgood, 2002). مهم‌ترین جنبه‌های این بعد عبارت‌اند از: روابط شبکه‌ای بین افراد، پیکربندی شبکه‌ای و سازمان مناسب.

- **بعد رابطه‌ای:** بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی، توصیف‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعاملاتشان برقرار می‌کنند. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از: اعتماد، هنجارها، الزامات و انتظارات و هویت (Nahapiet and Ghoshal, 1998).

- **بعد شناختی:** به منابعی که فراهم‌کننده مظاهر، تفاسیر و سیستم معانی مشترک در میان اعضاست، همچون کدها و زبان مشترک و حکایات مشترک اشاره دارد

1. Nahapiet and Ghoshal, 1998

2. Structural

3. Relational

4. Cognitive

(Nahapiet and Ghoshal, 1998). به عبارت دیگر، بعد شناختی با حدی که کارمندان در درون یک شبکه اجتماعی چشم انداز و فهم مشترک را تسهیم می کنند، سروکار دارد. بنابراین، همانند بعد رابطه‌ای، بعد شناختی سرمایه اجتماعی نیز با ماهیت ارتباطات بین افراد در سازمان سروکار دارد. اما برخلاف بعد رابطه‌ای، این بعد بر این موضوع تمرکز دارد که آیا این کمیت و کیفیت روابط دارای مؤلفه شناختی برای اعضاست یا نه (برای مثال، آیا کارمندان واقعاً همدیگر را درک می کنند؟) (Bolino, Turnley and Blood good, 2002). دو مؤلفه اصلی این بعد عبارت‌اند از: زبان و کدهای مشترک (میزان فهم مشترک و تمایل به تحقق وظایف شبکه) و حکایات (فرهنگ) مشترک در میان اعضای سازمان (مجموعه‌ای از هنجارهای رفتاری نهادینه شده) (Lazarova and Taylor, 2008).

۴. رفتار شهروندی سازمانی

رفتار شهروندی سازمانی به عنوان رفتار ارادی و از روی میل کارکنان تعریف می گردد که داوطلبانه بوده و نوعاً به آنها پاداش تعلق نمی گیرد، اما می تواند عملکرد سازمان‌ها را بهبود بخشد (Organ, 1988). این رفتارها برای یک سازمان به اندازه‌ای مهم و مطلوب است که سبب دستیابی به نتایجی چون ارتباطات بسیار اثربخش می گردند. چنین رابطه‌ای سبب همکاری میان گروه‌های کاری گردیده، زمینه‌ساز تقسیم کار دلخواه در میان کارکنان می شود.

مفهوم رفتار شهروندی را اولین بار افرادی نظیر بارنارد^۱، کتز^۲، کتز و کاهن^۳، بتمان و اورگان^۴، اسمیت، اورگان و نیر^۵، و بعدها به صورت مفصل تر اورگان، در

-
1. Barnard
 2. Katz
 3. Kahn
 4. Batman & Organ
 5. Smith, Organ and Near, 1983

ادبیات رفتار سازمانی مطرح کردند. در دهه ۱۹۳۰ بارنارد پدیده رفتار شهروندی را تحت عنوان «رفتارهای فراتر»^۱ مطرح کرد. به اعتقاد وی تمایلات فردی برای تلاش فعالانه در راستای کمک به انجام فعالیت‌های سازمانی، برای دستیابی به اهداف ضروری است. بارنارد اظهار داشت که این تلاش‌ها نه تنها باید در جهت دستیابی به اهداف سازمان، بلکه باید در جهت حفاظت از خود سازمان باشد (یوسفی، ۱۳۸۷). پس از بارنارد و کتز و کاهن، پژوهشگران بسیاری به مفهوم‌سازی و تبیین پدیده رفتارهای فراتر پرداختند.^۲

باتوجه به مفهوم رفتارهای فراتر، پژوهشگران علوم رفتاری به مفهوم‌سازی پدیده مرتبط با آن یعنی رفتار شهروندی سازمانی پرداختند. اولین پژوهشگرانی که در این زمینه مطالعات گسترده‌ای انجام دادند، اورگان و اسمیت بودند. در دهه ۱۹۸۰ مفهوم رفتار شهروندی سازمانی برای اولین بار در ادبیات پژوهش سازمانی مشاهده شد (Organ, 1988). اسمیت، اورگان و نیر، معتقدند که رفتارهای خود انگیخته می‌تواند از استانداردهای سازمان فراتر رود و فراتر از هنجارهای پاداش و تنبیه، به سازمان در جهت دستیابی به منافع خود و کارکنان کمک کند. آنها معتقدند که این رفتارها در شرح شغل کارکنان تعریف نشده‌اند و آنها را می‌توان رفتارهای شهروندی سازمانی نامید.

۵. ابعاد رفتار شهروندی سازمانی

شاید بتوان معتبرترین طبقه‌بندی ارائه‌شده درباره ابعاد و مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی را مربوط به اورگان دانست که در تحقیق‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. ابعاد رفتار شهروندی سازمانی از نظر اورگان شامل این موارد است:

1. Podsakoff et al., Mackenzie et al., Van Pjne and Lipajn
2. Extra-Role Behavior

- **وجدانیات و وظیفه‌شناسی**^۱: منظور از وجدانیات و وظیفه‌شناسی این است که تا چه حد افراد از قوانین پیروی می‌کنند، تلاش مضاعفی را به کار می‌گیرند، به صورت خودجوش اقدام به مطالعه شیوه‌های درست انجام کار می‌کنند، با جدیت تمام کارها را انجام می‌دهند و بدون تأخیر در سر کار حضور دارند.
- **نزاکت سازمانی**^۲: شامل تمام دوراندیشی‌هایی می‌شود که از طرف فرد به منظور جلوگیری از وقوع مشکلات کاری در ارتباط با دیگر کارکنان صورت می‌گیرد (ایلی و همکاران، ۱۳۸۸).
- **جوانمردی**^۳: عبارت است از اینکه تا چه حد افراد از هدر رفتن کار تأسف می‌خورند، مشکلات را بزرگ‌تر نشان می‌دهند، به جای مثبت‌اندیشی، منفی‌نگر هستند و به دنبال کشف نقایص سازمان هستند.
- **نوع دوستی**^۴: به رفتارهای مفید و سودبخشی از قبیل ایجاد صمیمیت، همدلی و دلسوزی میان همکاران اشاره دارد، که به شکل مستقیم یا غیرمستقیم به کارکنانی که مشکلات کاری دارند، کمک می‌کند.
- **فضیلت سازمانی**^۵ (آداب اجتماعی): به رفتارهایی شامل ابراز عقاید، پرداختن به مسائل کاری در وقت‌های شخصی، مشارکت در رویدادهای سازمان، حضور در جلسات و درگیر شدن با مسائل سازمانی و... گفته می‌شود (امیرخانی، ۱۳۸۴).
- ۶. سؤالات پژوهش**
- آیا بین سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در دفتر مرکزی شرکت بیمه مورد مطالعه رابطه‌ای وجود دارد؟

1. Conscientiousness
2. Organizational Courtesy
3. Sportmanship
4. Altruism
5. Civic Virtue

- آیا بین سه بعد سرمایه اجتماعی (بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در دفتر مرکزی شرکت بیمه مورد مطالعه رابطه‌ای وجود دارد؟
- آیا مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (بعد ساختاری، بعد رابطه‌ای و بعد شناختی) می‌توانند متغیر گرایش به رفتار شهروندی سازمانی را در دفتر مرکزی شرکت بیمه مورد مطالعه پیش‌بینی کنند؟

۷. روش انجام پژوهش

باتوجه به اینکه پژوهش در صدد سنجش رابطه بین متغیرهاست، روش پژوهش از نوع همبستگی بوده و از نوع تحقیقات کاربردی به حساب می‌آید.

۷-۱. جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری این تحقیق را مدیران و کارشناسان یک شرکت بیمه در شهر تهران تشکیل داده‌اند که براساس آخرین آمار و اطلاعات موجود ۲۴۷ نفر می‌باشند. حجم نمونه نیز باتوجه به تعداد جامعه آماری به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و براساس فرمول کوکران برابر با ۹۳ نفر انتخاب گردید که به پرسش‌نامه‌های سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی این پژوهش پاسخ دادند.

۷-۲. ابزارهای اندازه‌گیری

در پژوهش حاضر از دو پرسش‌نامه به شرح زیر استفاده شد:

- پرسش‌نامه ارزیابی سرمایه اجتماعی

برای گردآوری داده‌ها، از پرسش‌نامه فرجی ده سرخی (۱۳۸۸) استفاده شده است. پرسش‌نامه مذکور بر اساس سه بعد مشخص شده توسط ناهاپیت و گوشال طراحی شده است که مقیاسی ۲۴ سؤالی است. روایی صوری و محتوایی آزمون مذکور به وسیله متخصصان آموزش و پرورش و اساتید دانشگاه‌ها تأیید شده و برای تعیین پایایی آزمون مذکور نیز از روش محاسبه آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب به‌دست‌آمده برابر با ۰/۹۲ است که ضریب پایایی قابل توجهی را نشان داده است.

- پرسش‌نامه رفتار شهروندی سازمانی

برای ارزیابی رفتار شهروندی سازمانی، پرسش‌نامه پودساکف^۱، استفاده شده است که پنج بعد رفتار شهروندی سازمانی (وجدانیات و وظیفه‌شناسی، نزاکت سازمانی، جوانمردی، نوع دوستی و فضیلت مدنی) را مورد سنجش قرار می‌دهد و شامل ۲۲ سؤال است. روایی این پرسش‌نامه را اساتید دانشگاهی تأیید کرده‌اند و برای تعیین پایایی آزمون مذکور نیز از روش محاسبه آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب به دست آمده برابر با ۰/۸۷ است.

۳-۷. روش‌های تحلیل داده‌ها

به منظور تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی به همراه آزمون‌های استنباطی چون «T»، ضریب همبستگی پیرسون و «R» ضریب رگرسیون گام به گام استفاده شده است.

۸. تجزیه و تحلیل یافته‌ها

در بررسی سؤال اول پژوهش «آیا بین سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در شرکت بیمه مورد مطالعه رابطه‌ای وجود دارد؟» «T» محاسبه شده در سطح $P \leq 0/01$ معنادار بوده که بیانگر رابطه مثبت بین آنهاست. به عبارت دیگر براساس یافته‌های پژوهش با اطمینان بیش از ۰/۹۹ می‌توان اذعان داشت که هرچه سرمایه اجتماعی بیشتر باشد، گرایش به رفتار شهروندی سازمانی بیشتر خواهد بود. بنابراین سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارد (جدول ۱).

1. Podsakoff

جدول ۱. ضریب همبستگی بین سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در شرکت بیمه مورد مطالعه

ضریب همبستگی	تعداد نمونه n	ضریب همبستگی r	سطح معنی داری p
سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی	۹۳	۰/۴۶**	۰/۰۱

**: $P < 0/01$

در بررسی سؤال دو «آیا بین سه بعد سرمایه اجتماعی (بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در شرکت بیمه مورد مطالعه رابطه‌ای وجود دارد؟»، « T » محاسبه شده در سطح «خطای یک درصد» معنادار بوده که بیانگر رابطه مثبت و معنادار بین سه بعد سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی است. ضریب همبستگی بین ابعاد سه‌گانه؛ بعد ساختاری، بعد رابطه‌ای و بعد شناختی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی به ترتیب ۰/۲۸، ۰/۳۰ و ۰/۲۸ است. به عبارت دیگر براساس یافته‌های تحقیق با اطمینان بیش از ۰/۹۹ می‌توان اذعان داشت که هرچه میزان ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی؛ بعد ساختاری، بعد رابطه‌ای و بعد شناختی شرکت بیمه مورد مطالعه بیشتر باشد، گرایش به رفتار شهروندی سازمانی نیز افزایش خواهد یافت (جدول ۲).

جدول ۲. ضریب همبستگی بین ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در شرکت بیمه مورد مطالعه

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	ضریب همبستگی	سطح معناداری	N
گرایش به رفتار شهروندی سازمانی	بعد ساختاری	۰/۲۸	۰/۰۱	۹۳
	بعد رابطه‌ای	۰/۳۰	۰/۰۱	
	بعد شناختی	۰/۲۸	۰/۰۱	

جهت تعیین سهم هریک از متغیرهای پیش‌بین، در پیش‌بینی گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در شرکت بیمه مورد مطالعه از رگرسیون گام‌به‌گام استفاده شده است. بدین ترتیب که متغیرهای پیش‌بین (مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی)، وارد معادله شده‌اند و متغیرهایی که بیشترین سهم را در پیش‌بینی گرایش به رفتار شهروندی سازمانی (متغیر ملاک) داشته‌اند، مشخص گردیده‌اند. بدین صورت در گام اول متغیر بعد رابطه‌ای به دلیل همبستگی بالای آن با متغیر ملاک وارد معادله شده که $0/30$ گرایش به رفتار شهروندی سازمانی را پیش‌بینی کرده است.

در گام دوم، متغیرهای بعد رابطه‌ای و شناختی به معادله وارد شده‌اند و نتایج نشان داد با ورود متغیر بعد شناختی، سهم متغیر بعد رابطه‌ای با اندکی افزایش به $0/31$ رسید و سهم هرکدام از متغیرهای ابعاد رابطه‌ای و شناختی به ترتیب $0/31$ و $0/29$ گردید. در واقع نتایج جدول در گام دوم حاکی از آن است که متغیر بعد رابطه‌ای $0/31$ و متغیر بعد شناختی $0/29$ پیش‌بینی‌کننده گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در دفتر مرکزی شرکت بیمه مورد مطالعه است.

در نهایت در گام سوم، متغیرهای ابعاد رابطه‌ای، شناختی و ساختاری به‌طور هم‌زمان وارد معادله رگرسیون شده‌اند که نتایج حاکی از آن است که با ورود متغیر بعد ساختاری، سهم تبیینی بعد رابطه‌ای از $0/31$ به $0/28$ و سهم تبیینی متغیر بعد شناختی از $0/29$ به $0/28$ کاهش یافته، سهم هرکدام از متغیرهای پیش‌بین بعد رابطه‌ای، شناختی و ساختاری در تبیین متغیر گرایش به رفتار شهروندی سازمانی (متغیر ملاک)، به ترتیب $0/28$ ، $0/28$ و $0/23$ شده است.

جدول ۳. تحلیل رگرسیون برای تعیین سهم متغیرهای پیش‌بین: بعد ساختاری، بعد رابطه‌ای و بعد شناختی در پیش‌بینی گرایش به رفتار شهروند سازمانی در شرکت بیمه مورد مطالعه

متغیر	R چندگانه	R'
بعد رابطه‌ای	۰/۳۰۱	۰/۰۹۱
بعد رابطه‌ای بعد شناختی	۰/۴۲۳	۰/۱۷۹
بعد رابطه‌ای بعد شناختی بعد ساختاری	۰/۴۸۵	۰/۲۳۵

جدول ۴. نتایج مربوط به رگرسیون گام به گام برای پیش‌بینی گرایش به رفتار شهروندی سازمانی شرکت بیمه مورد مطالعه

گام	متغیر	B	Beta	T	p
گام اول	مقدار ثابت	۷۰/۲۶		۱۹/۸۱	۰/۰۱
	بعد رابطه‌ای	۰/۲۵۶	۰/۳۰۱	۲/۸۹	۰/۰۱
گام دوم	مقدار ثابت	۵۸/۹۴		۱۱/۶۱	۰/۰۱
	بعد رابطه‌ای	۰/۲۶۹	۰/۳۱۶	۳/۱۷	۰/۰۱
	بعد شناختی	۰/۵۱۵	۰/۲۹۸	۲/۹۹	۰/۰۱
گام سوم	مقدار ثابت	۵۵/۴۲		۹/۳۵	۰/۰۱
	بعد رابطه‌ای	۰/۲۴۳	۰/۲۸۵	۲/۹۲	۰/۰۱
	بعد شناختی	۰/۴۹۹	۰/۲۸۹	۲/۹۸	۰/۰۱
	بعد ساختاری	۰/۲۲۵	۰/۲۳۹	۲/۴۵	۰/۰۱

جدول ۵. نتایج مربوط به جدول ANOVA

Sig	F	MS	Df	SS	
.۰/۰۰۱	۸/۳۶	۴۳۶/۳۱	۱	۴۳۶/۳۱	رگرسیون
		۵۲/۱۹	۸۴	۴۳۸۴/۰۳	باقیمانده
			۸۵	۴۸۲۰/۳۴	کل
.۰/۰۰۱	۹/۰۵	۴۳۱/۷۰	۲	۸۶۳/۴۱	رگرسیون
		۴۷/۶۷	۸۳	۳۹۵۶/۹۳	باقیمانده
			۸۵	۴۸۲۰/۳۴	کل
.۰/۰۰۱	۸/۴۰	۳۷۷/۸۹	۳	۲۶۱۷/۲۲	رگرسیون
		۴۴/۹۶	۸۲	۳۶۸۶/۶۸	باقیمانده
			۸۵	۴۸۲۰/۳۴	کل

۹. بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش، وجود رابطه مثبت و معنادار را بین سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی نشان می‌دهد. از این رو می‌توان نتیجه گرفت که بین سرمایه اجتماعی و گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در شرکت بیمه مورد مطالعه رابطه مستقیمی برقرار است و افزایش یا کاهش سرمایه‌های اجتماعی، تأثیر مستقیمی بر افزایش یا کاهش گرایش به رفتار شهروندی سازمانی خواهد گذاشت. از این رو نتایج این پژوهش با پژوهش‌های دلارا و رودریگز^۱؛ ژین^۲؛ چاوو^۳؛ زارع (۱۳۸۳)؛ پارسانزاد (۱۳۸۷)؛ انصاری، استادی و دهقان (۱۳۸۸)؛ شریف‌فر (۱۳۸۹)؛ کویبود^۴؛ وان و چن^۵؛ شایمی و محمودی (۱۳۸۸) و عرب (۱۳۸۸)، همسو و سازگار است.

1. De Lara and Rodriguez, 2007
2. Xin, 2009
3. Chow, 2009
4. Kokoby, 2009
5. Yan and Chunhua, 2010

در این زمینه گوجانگ، روی و لینگ^۱، اظهار داشته‌اند که سه بعد کلیدی سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی)، مالکیت روان‌شناختی کارکنان را تقویت خواهند کرد و در ادامه منجر به خلق رفتار شهروندی سازمانی می‌شوند. آنها بیان می‌کنند که هر سه بعد سرمایه اجتماعی، با مالکیت روان‌شناختی رابطه مثبت و معناداری داشته و سرانجام مالکیت روان‌شناختی با رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری دارد. در ضمن آنها معتقدند که میان سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌هایش و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

یعقوبی، یزدانی و خورنگاه^۲، در این باره معتقدند که بین رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی در سطح ۰/۹۵ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. آنها اظهار داشته‌اند که افزایش و کاهش سرمایه اجتماعی به‌طور مستقیم منجر به تأثیر بر رفتار شهروندی سازمانی خواهد شد. همچنین ذکر می‌کنند که ابعاد سرمایه اجتماعی (سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه شناختی) با رفتار شهروندی سازمانی رابطه معنی‌داری دارند و کاهش یا افزایش هر کدام از ابعاد سرمایه اجتماعی منجر به کاهش یا افزایش رفتارهای شهروندی سازمانی می‌گردد.

بدین ترتیب، یافته‌های پژوهش حاضر در هماهنگی با پژوهش‌های پیشین در زمینه ارتباط ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی نشان داد که هر سه بعد سرمایه اجتماعی یعنی، بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی با رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری داشته‌اند. بنابراین بروز رفتارهای شهروندی سازمانی از سوی مدیران و کارکنان شرکت بیمه مورد مطالعه با سرمایه‌های اجتماعی آنها ارتباط دارد. براساس نتایج پژوهش، بعد رابطه‌ای نسبت به دو بعد دیگر سرمایه اجتماعی، همبستگی قوی‌تری را با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی دارد و ابعاد

-
1. Gwo, Ruey and Ling, 2006
 2. Yaghoubi, Yazdani and Khornegah, 2011

ساختاری و شناختی در مرتبه بعدی قرار دارند. در این راستا نیز یافته‌های کوکوبیو^۱؛ وان و چن^۲؛ چاوو^۳؛ گو چانگ و روی و لینگ^۴؛ یعقوبی، یزدانی و خورنگاه^۵، با نتایج این پژوهش هم‌خوانی دارد.

کوکوبیو، در این باره معتقد است که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی به همراه مؤلفه‌هایش در شکل‌گیری رفتارهای شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و مستقیمی داشته است. او بیان می‌کند که مؤلفه‌های بعد ساختاری (روابط شبکه‌ای بین افراد، پی‌کرندی شبکه‌ای و سازمان مناسب)، هر کدام محیط را برای رشد و توسعه رفتارهای فراتقشی فراهم می‌کنند.

وان و چن نیز معتقدند که بعد رابطه‌ای که بر روابط شخصی کارکنان بنا شده است، نسبت به دیگر ابعاد سرمایه اجتماعی، رابطه بیشتری با رفتار شهروندی سازمانی داشته و این امر عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار داده و منجر به ارتقای کارایی و بهره‌وری سازمانی می‌گردد.

گو چانگ، روی و لینگ معتقدند، بعد شناختی یکی از ابعاد کلیدی سرمایه اجتماعی است که مالکیت روان‌شناختی کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و با آن رابطه معناداری دارد. از سوی دیگر این بعد منجر به توسعه رفتارهای شهروندی سازمانی می‌شود که عملکرد سازمان را از این منظر به سمت و سوی پیشرفت سوق می‌دهد.

باتوجه به نتایج به دست آمده از تحلیل رگرسیون در ارتباط با سؤال سوم پژوهش، هر سه مؤلفه سرمایه اجتماعی (بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی)، توان پیش‌بینی متغیر گرایش به رفتار شهروندی سازمانی را در شرکت بیمه مورد مطالعه دارند. در

-
1. Kokoby, 2009
 2. Yan and Chunhua, 2010
 3. Chow, 2009
 4. Gwo, Ruey and Ling, 2009
 5. Yaghoubi, Yazdani and Khornegah, 2011

ارتباط با این سؤال پژوهشی می‌توان گفت که بعد رابطه‌ای در میان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی برای پیش‌بینی گرایش به رفتار شهروندی سازمانی از توان بیشتری برخوردار بوده است و بیشترین سهم را در پیش‌بینی گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در میان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در شرکت بیمه مورد مطالعه با ۰/۹ داشته است. به‌همین ترتیب ابعاد ساختاری و شناختی با ۰/۸ از توان یکسانی برای پیش‌بینی گرایش به رفتار شهروندی سازمانی برخوردار بوده‌اند.

۱۰. پیشنهاد کاربردی

- پایبندی مدیر به اخلاقیات و برقراری محیطی که کارکنان در آن احساس کنند که به وجود آنها نیاز است و به عنوان ابزار به آنها نگریسته نمی‌شود؛
- به‌کارگیری روش‌های آموزش گروهی و نیز تقویت یادگیری گروهی در قالب فرایندهای کاری برای خلق و توسعه سرمایه‌های اجتماعی در سازمان؛
- تشویق و تقویت روابط اجتماعی میان واحدها و افراد و همکاری‌های گروهی در سازمان؛
- به‌کار گماردن کارکنان باتوجه به سطح تحصیلات و سابقه خدمتشان در سازمان تا رضایت شغلی آنها افزایش یابد. این امر یکی از عوامل تعیین‌کننده وجود رفتارهای شهروندی است؛
- مشارکت دادن کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی و توجه به نظرات و پیشنهادها، آنها تا کارکنان با شور و اشتیاق در محل کار خود حاضر شوند؛
- برقراری روابط ناشی از عدالت و صداقت میان مدیران و کارکنان سازمان و همچنین برقراری جوی از همکاری و کار گروهی در میان آنها.

منابع

۱. ایبلی، خ.، شاطری، ک.، یوزباشی، ع.ر. و فرجی ده‌سرخ، ح.، ۱۳۸۸. رفتار شهروندی سازمانی: ویژگی‌ها، ابعاد، متغیرهای پیش‌شرط و پیامدها. مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی مدیریت رفتار شهروندی سازمانی، دانشگاه تهران.

۲. الوانی، س.م. و شیروانی، ش.، ۱۳۸۳. سرمایه اجتماعی، اصل محوری توسعه. تدبیر، ش ۱۴۷.
۳. امیرخانی، ط.، ۱۳۸۴. بررسی رابطه میان حساسیت به عدالت سازمانی و مرتبه سرمایه اجتماعی آنان در سازمان. پایان نامه، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
۴. انصاری، م. الف.، استادی، ح. و دهقان، ژ.، ۱۳۸۸. تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر سرمایه اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دهاقان، دانشکده مدیریت دولتی.
۵. بیکر، و.، ۱۳۸۲. مدیریت و سرمایه اجتماعی. ترجمه سیدمهدی الوانی و محمدرضا ربیعی مندجین، تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
۶. پارسانژاد، م.ر.، ۱۳۸۷. ارتباط رفتار سازمانی با سرمایه اجتماعی و تبیین تئوری سرمایه گذاری اجتماعی. مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی رفتار شهروندی سازمانی، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
۷. پیراهری، ن.، ۱۳۸۸. سرمایه اجتماعی در نظریات جدید. پژوهشنامه علوم اجتماعی، سال ۳، ش ۳.
۸. رامین مهر، ح.، ۱۳۸۸. تبیین زیرساخت های لازم برای استقرار رفتار شهروندی سازمانی در گروه صنعتی مینو. پایان نامه مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده مدیریت و حسابداری.
۹. زارع، ح.، ۱۳۸۳. نقش رفتار شهروندی سازمانی در عملکرد سازمان. فرهنگ مدیریت، سال ۲، ش. ۶، صص ۶۹-۱۵۱.
۱۰. شایمی، ع.، و محمودی، س.، ۱۳۸۸. بررسی ارتباط رفتار شهروندی سازمانی با عملکرد سازمان ها. اولین کنفرانس ملی مدیریت رفتار شهروندی سازمانی، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
۱۱. شریف فر، الف.، ۱۳۸۹. رفتار شهروندی کارکنان و مشتریان و تأثیر آن بر ساخت سرمایه اجتماعی. مجله تدبیر، ش ۲۱۷.
۱۲. شریفیان ثانی، م. و ملکی سعیدآبادی، الف.، ۱۳۸۵. سرمایه اجتماعی به مثابه یک سیستم پیچیده. فصلنامه رفاه اجتماعی، سال ۶، ش ۲۳، صص ۶۵-۴۵.
۱۳. شیروانی، ع.ر.، ۱۳۸۳. تأثیر عملکرد سازمان های بخش دولتی بر سرمایه اجتماعی. مدیریت و توسعه، ش ۲۰، صص ۷۵-۴۷.

۱۴. عرب، ح.، ۱۳۸۸. بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت واحد پردیس قم.
۱۵. فرجی ده سرخی، ح.، ۱۳۸۸. بررسی مقایسه‌ای سرمایه اجتماعی سازمانی در پردیس‌های علوم انسانی و علوم اجتماعی و رفتاری دانشگاه تهران از نظر کارشناسان آنها. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.
۱۶. فوکویاما، ف.، ۱۳۸۵. پایان نظم، سرمایه اجتماعی و حفظ آن. ترجمه غلام عباس توسلی، تهران: نشر حکایت قلم نوین.
۱۷. فیلد، ج.، ۱۳۸۶. سرمایه اجتماعی. ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رضایی، تهران: نشر کویر.
۱۸. قلی پور، ر.، مدهوشی، م. و جعفریان، و.، ۱۳۸۷. تحلیل رابطه و تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی در گروه صنعتی سدید). فرهنگ مدیریت، سال ۶، ش ۱۷، ص ۲۹-۱۱۱.
۱۹. کاظمی، الف.، ۱۳۸۷. بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و میزان آمادگی سازمانی بر استقرار مدیریت دانش در شرکت فولاد مبارکه اصفهان. پایان نامه ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
۲۰. کاکاوندی، الف.، ۱۳۸۷. تبیین سرمایه اجتماعی جوانان (با تأکید بر نقش خانواده). پایان نامه ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.
۲۱. یوسفی، ص.، ۱۳۸۷. بررسی زمینه‌های بروز رفتار شهروندی سازمانی در قالب ارائه یک چهارچوب مفهومی. مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی مدیریت رفتار شهروندی سازمانی، دانشگاه تهران.
22. Bolino, M., Turnley, W.H. and Bloodgood, J.M., 2002. Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of Management Review*, 4, pp. 505-22.
23. Bourdieu, P., 1986. *The form of social capital*, in Richardson, J. G. (Ed) *Handbook of theory and research for the sociology of education*, New York: Greenwood.
24. Brooks, K. and Nafukho, F. M., 2006. Human resource development, social capital, emotional intelligence: Any link to productivity?. *Journal of European Industrial Training*, 2, pp. 117-28.

25. Chow, I.H.S., 2009. The relationship between social capital, organizational citizenship behavior, and performance outcomes: an empirical study from China. *SAM Advanced Management Journal*, 74(3).
26. De Lara, P.Z.M. and Rodriguez, T.F.E., 2007. Organizational anomie as of the relationship between an unfavorable attitudinal environment and citizenship behavior (OCB) – an empirical study among university administration and services personnel. *Personnel Review*, 5-6, pp. 843-66.
27. Graham, J.W., 1991. An essay on organizational citizenship behavior. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 4, pp. 249-70.
28. Gwo, C., Ruey, L.C.W. and Ling, L.C., 2006. *Social capital and organizational citizenship behavior: The role of psychological ownership*, Graduate Institute of Human Resource Management, National Changhua University of Education, Taiwan ROC.
29. Kokoby, A.K., 2009. *Operant competence, organizational social capital, organizational commitment and organizational citizenship behavior*, Uganda Scholarly Digital Library.
30. Lazarova, M. and Taylor, S., 2008. Boundary less careers, social capital and knowledge management: implications for organizational performance. *Journal of Organizational Behavior*, 13, pp 119-39.
31. Leana, C.R. and Van Buren, H.J., 1999. Organizational social capital and employment practices. *The Academy of Management Review*, 24(3), pp. 538-55.
32. Nahapiet, J. and Ghoshal, S., 1998. Social capital, intellectual capital, and organizational advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), pp. 242-66.
33. Organ, D.W., 1988. *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington, M. A.: Lexington Books.
34. Smith, C.A., Organ, D.W. and Near, J.P., 1983. Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68, pp. 653-63.
35. Xin, H., 2009. *The study of relationship between OCB and social capital based on different culture*, The British Psychology Society,
36. Yaghoubi, N.M., Yazdani, B. and Khornegah, K., 2011. The relationship between organizational citizenship behavior (OCB) and social capital (SC). *American Journal of Scientific Research*, 24, PP. 121-6.
37. Yan, C.W. and Chunhua, C., 2010. *Interorganizational citizenship behavior, social capital and buyer performance in supplier-buyer relationship: A theoretical model*. South China University of Technology.