

## بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان بیمارستان رازی رشت)

تاریخ پذیرش: 95/03/05

تاریخ دریافت: 95/01/16

نوین جاماسبی<sup>1</sup>

از صفحه 83 تا 108

### چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در بیمارستان رازی رشت است. روش پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری، کارکنان بیمارستان رازی شهر رشت است. بدین منظور نمونه‌ای برابر با 210 نفر بر اساس فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری به شیوه تصادفی طبقه‌ای انتخاب شد.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها سه پرسش‌نامه استاندارد سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (1998)، فضیلت سازمانی کمرون و همکاران (2004) و رفتار شهروندی سازمانی پادساکف و همکاران (1990) بوده که در این پژوهش استفاده شد و پایایی ابزار با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه و به ترتیب 0/852، 0/801 و 0/925 است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون و هم‌چنین تحلیل مسیر استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که میان سرمایه اجتماعی، فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معنادار و مستقیم وجود داشته، ضمن اینکه بیشترین رابطه میان ابعاد سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی مربوط به بعد ساختاری بوده است. هم‌چنین یافته‌ها حاکی از آن بوده که میان فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی نیز رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد.

### کلیدواژه‌ها

سرمایه اجتماعی، فضیلت سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی، بعد ساختاری، بیمارستان رازی.

---

1- دانشجوی دکتری مدیریت تولید و عملیات، دانشگاه علامه طباطبائی، نویسنده مسئول Novin.Jamasbi@atu.ac.ir



## مقدمه

سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که امروزه در بررسی‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع مدرن مطرح شده است. طرح این رویکرد در بسیاری از مباحث توسعه اقتصادی نشان‌دهنده اهمیت نقش ساختارها و روابط اجتماعی میان افراد (سرمایه اجتماعی) بر متغیرهای توسعه از همه ابعاد است. سرمایه اجتماعی عمدتاً مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی است و شناسایی آن، به منزله یک نوع سرمایه، چه در سطح کلان توسعه کشورها و چه در سطح مدیریت سازمان‌ها و بنگاه‌ها، می‌تواند شناخت جدیدی از نظام‌های اقتصادی - اجتماعی به دست دهد و مدیران را در هدایت بهتر نظام‌ها یاری کند. در دیدگاه‌های جدید مدیریت، موضوع سرمایه اجتماعی که سابقه جامعه‌شناختی دارد، به منزله اهرمی توفیق‌آفرین مطرح شده و با اقبال فراوانی روبرو شده است. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند (نصراصفهانی و همکاران، 1390: 108).

سرمایه اجتماعی خاصیت ساختار اجتماعی است که به افراد کمک می‌کند تا بر مشکلاتی که به‌طور جمعی با آن روبرو هستند، پیروز شوند. در جوامعی که میزان سرمایه اجتماعی آن کاهش می‌یابد گسیختگی و شکاف‌های ژرفی در میان گروه‌های اجتماعی آن پدیدار می‌شود و سبب می‌شود ضربه‌گیرهای اجتماعی آن که شامل شبکه‌های رسمی و غیررسمی سازمان‌ها و هنجارهای اجتماعی مربوط به مشارکت نیروی کار و دستیابی به آموزش هستند، به‌طور صحیح عمل نکند و سازمان را با بحران‌های گوناگون روبرو کنند (مقیمی و حسن‌زاده، 1389: 123).

تقویت سرمایه اجتماعی در سازمان موجب ایجاد و استحکام پیوندهای مرئی و نامرئی اجتماعی می‌شود و حس مشارکت و اعتماد اجتماعی را در جامعه افزایش می‌دهد.

فضیلت عمدتاً در فلسفه بحث می‌شود؛ ولی در حال حاضر از نظر تئوری و ساخت در تحقیقات سازمانی استفاده می‌شود. در حالی که تحقیقات اولیه فضیلت، به رفتار مدیران تمرکز داشت، در پژوهش‌های اخیر از نقش فضیلت در حوزه‌های دیگر عملکرد سازمان از قبیل خلاقیت، گردش مالی، کیفیت، و سودآوری، بحث می‌شود (بارکلی و مارکل<sup>1</sup>،

1- Barclay & Markel

2012). بسیاری از فلاسفه آراء خود را در خصوص بروز چنین رفتارهایی به پایبندی به فضیلت اخلاقی، معطوف ساخته‌اند. از دیدگاه آنان پایبندی به فضائل اخلاقی، نشان‌دهنده سلامت سازمان بوده و مانع از افراط و تفریط در اعمال و احساسات می‌شود. از دیدگاه آنان این تعادل، قلب فضیلت‌مندی است و به کارکنان اجازه می‌دهد عمل درست را به دلایل درست، در زمان درست، به شیوه‌ای درست و به میزان متعادل انجام دهند (آرجون<sup>1</sup>، 2000).

به اعتقاد صاحب‌نظران افراد تمایل دارند به گونه‌ای سازگار با ارزش‌های دریافتی از سازمان رفتار کنند (بکر و همکاران<sup>2</sup>، 2006). فضیلت سازمانی به تعالی و ارتقای رفتاری اعضای سازمان مربوط می‌شود. قرار گرفتن در معرض فضیلت سازمانی، موجب ایجاد احساسات مثبت در کارکنان و برانگیختن آنها در راستای کمک و احترام به یکدیگر و در نتیجه اجرای هر چه بیشتر رفتار شهروندی سازمانی می‌شود (باگوزی<sup>3</sup>، 2003)؛ زیرا افراد با ذهنیت مثبت از سازمان، شهرت و اعتبار سازمانی خود را افزایش، اعتماد و احساس وفاداری را توسعه و در راستای حفظ و تقویت این اعتبار و انجام بهتر و کسب سود بیشتر برای سازمان تلاش می‌کنند (لیلیوس<sup>4</sup> و همکاران، 2008).

علم مدیریت به دو حوزه اصلی اصول مدیریت و رفتار سازمانی تقسیم می‌شود که مقوله‌های رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی جزء حوزه رفتاری علم مدیریت محسوب می‌شود. رفتار شهروندی سازمانی باعث می‌شود که رفتارها، نگرش‌ها و تعاملات کارکنان در جهت ارائه هر چه بهتر کیفیت خدمات به کار گرفته شود این رفتار به منظور کمک به همکاران یا سازمان بدون در نظر گرفتن پاداش انجام می‌گیرد؛ بنابراین می‌تواند به سازمان در جهت کسب مزیت‌های رقابتی و عملکردی کمک کند.

سازمان‌های موفق به کارکنانی نیازمند هستند که بیشتر از حد وظایف شغلی معمول (رفتار شهروندی سازمانی بالا) انجام وظیفه کنند (دهقانی و همکاران، 1394: 24-25)؛ از این‌رو، روان‌شناسان تأکید دارند کارکنان سازمان‌ها باید فراتر از وظایف رسمی خود عمل کنند. با توجه به تعامل فراوان و رو در رو با مشتری، هم‌چنین ماهیت

1- Arjoon

2- Baker &amp; etal

3- Bagozzi

4- Lilius &amp; etal



خدمات، این مفهوم در بخش‌های خدماتی اهمیت بیشتری دارد (گرج و راستوگی<sup>1</sup>، 2006). یکی از مهارت‌هایی که می‌تواند به کارکنان در این راه کمک کند « رفتار شهروندی سازمانی» است. این مقوله به رفتارهای فردی اشاره دارد که برخاسته از بصیرت افراد بوده و علاوه بر این که کارایی و اثر بخشی عملکرد سازمان را افزایش می‌دهند، مستقیم و به صورت صریح، از طریق نظام رسمی پاداش تشویق نمی‌شوند (برنز و کارپنتر<sup>2</sup>، 2008). پادساکف بر این باور است که شهروندی خوب، تفکری است که رفتارهای متنوع را شامل می‌شود که برخی از مصداق‌های آن عبارتند از: انجام وظایف جانبی، کمک‌رسانی داوطلبانه به دیگر افراد در کارشان، توسعه حرفه‌ای در زمینه کاری خود، اطاعت از مقررات سازمانی حتی در مواردی که کسی بر او نظارت ندارد، تلاش در جهت ارتقای سازمان و کمک به حفظ نگرشی مثبت و تحمل ناملایمات در کار (پادساکف و همکاران<sup>3</sup>، 2000).

سرمایه اجتماعی، همکاری، تعهد، تسهیم اطلاعات و اعتماد را ایجاد می‌کند. همچنین مشارکت حقیقی را در سازمان ارتقا می‌بخشد که به موفقیت و اثربخشی کارکنان منجر می‌شود. استفاده از ارتباطات و روابط اجتماعی برای دستیابی به هدف‌های افراد، گروه‌های اجتماعی و سازمان ضروری است (تیمبرلیک<sup>4</sup>، 2005). امروزه به این مهم پی برده‌اند که توسعه هر جامعه در گرو افزایش سطح سرمایه اجتماعی سازمان‌ها و نهادهای فعال در آن است (امیرخانی و دیگران، 1387: 20).

در بین کارکنان بهداشتی، پرستاران یکی از مهم‌ترین ارکان بیمارستان‌ها محسوب می‌شوند. پرستاران سرپنجه‌های تیم مراقبت بهداشتی درمانی بوده و می‌توانند سبب ارتقای کیفیت مراقبت بهداشتی و درمانی شوند. هر گونه عاملی که بر روند کاری آنها تأثیرگذار باشد، می‌تواند تأثیرات زیادی بر کارایی و کیفیت عملکرد بیمارستان بگذارد. با توجه به اهمیت سرمایه اجتماعی، فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در بین پرستاران و تأثیر این مقوله‌ها در افزایش کارایی و بهره‌وری سازمانی و با در نظر گرفتن این امر که سازمان‌های بهداشتی و مراقبتی در تعامل مستقیم با مراجعان بوده و نقشی

---

1- Garg & Rastogi

2- Burns & Carpenter

3- Podsakoff & etal

4- Timberlake

حیاتی و بزرگ در زندگی افراد نسبت به سایر نهادها و سازمانها دارند، توجه به سرمایه اجتماعی و وجود فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در این رابطه در این سازمانها ضرورت دارد؛ بنابراین در این مطالعه به بررسی وضعیت این سه مقوله در بین پرستاران شاغل در بیمارستان رازی شهر رشت پرداخته شده است. به‌ویژه که در بررسی‌های انجام شده، مطالعه‌ای از این نوع یافت نشد. امید است که یافته‌های این پژوهش بتواند راهنمایی برای ارتقای کارایی بیمارستانها و افزایش این سه مقوله در مدیریت پرستاری داشته باشد.

### مبانی نظری پژوهش

**سرمایه اجتماعی:** اصطلاح سرمایه اجتماعی قبل از سال 1961 در مقاله‌ای توسط هانیفان<sup>1</sup> از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد؛ اما نخستین بار در اثر کلاسیک جین جاکوب<sup>2</sup> یعنی مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی (1961) به کار گرفته شده است. سرمایه اجتماعی موضوعی جدید در مطالعات توسعه، اقتصاد و جامعه‌شناسی در سطح جهان است، البته برخلاف عمر کوتاه، توجه به آن روزافزون شده است. این سرمایه از ناحیه همبستگی اجتماعی و وجود اعتماد متقابل بین کارکنان و مدیریت، در نهایت، یکپارچگی و انسجام در سازمان، ایجاد می‌شود. سرمایه اجتماعی دربرگیرنده مفاهیمی مانند اعتماد، همکاری و همیاری میان اعضای گروه یا جامعه است که نظام هدفمندی را شکل می‌دهد و آنها را به سوی دستیابی به هدفی ارزشمند هدایت می‌کند (توکلی و همکاران، 1393: 267-268).

ولکاک و نارایان سرمایه اجتماعی را هنجارها و شبکه‌هایی می‌دانند که مردم را قادر می‌سازند تا دست به کنش جمعی بزنند (وکلاک، 1384: 530). بیکر<sup>3</sup> مفهوم سرمایه اجتماعی را منبعی تعریف کرده است که کنشگران آن را از ساختارهای خاص اجتماعی بر می‌گیرند و سپس در پیگیری منافع خود به کار می‌برند. سرمایه اجتماعی به واسطه تغییر در روابط کنشگران به وجود می‌آید (پورتس، 1384: 314).

1- Hanifan

2- Jane Jackobs

3- Baker



از نظر فوکویاما سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموعه هنجارهای موجود در نظام‌های اجتماعی که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه شده است و سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات را پایین می‌آورد (فوکویاما، 2001).

بنا به نظر ناهاپیت و گوشال<sup>2</sup> (1988) سرمایه اجتماعی به منزله مجموعه‌ای از منابع بالقوه و بالفعلی است که در شبکه روابطی که افراد دارند، وجود داشته، قابل دسترسی است و از آن مشتق می‌شود. از آنجا که سرمایه اجتماعی شامل مجموعه‌ای از روابط است، بنابراین جنبه‌های متفاوتی را در بر می‌گیرد و می‌توان آن را در سه بعد مورد بررسی قرار داد؛ بعد ساختاری، بعد رابطه‌ای و بعد شناختی (الوانی و عبدالله‌پور، 1387: 12).

1. عنصر شناختی سرمایه اجتماعی به منابعی اشاره می‌کند که فراهم‌کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها، و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌هاست. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد عبارتند از زبان، گدھا و حکایت‌های مشترک.

2. عنصر ساختاری سرمایه اجتماعی به الگوی کلی تماس‌های بین افراد اشاره می‌کند؛ یعنی شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید؟ مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارتند از روابط شبکه‌ای بین افراد، پیکربندی شبکه‌ای و سازمان مناسب.

3. عنصر رابطه‌ای سرمایه اجتماعی توصیف‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر، به دلیل سابقه تعامل خود، برقرار می‌کنند. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارتند از اعتماد، الزامات، انتظارات و هویت (ضیایی، منوریان، و کاظمی‌کندانی، 1390). الگوی استفاده شده در این پژوهش درباره سرمایه اجتماعی الگوی ناهاپیت و گوشال است.

**فضیلت سازمانی:** فضیلت سازمانی به رفتار ارتقاء یافته و متعالی اعضای سازمان اشاره دارد. بنا به گزارش کمرون<sup>3</sup> (2003)، فضیلت در و از طریق سازمان‌ها می‌تواند به عنوان فعالیت انفرادی یا به عنوان اقدام جمعی افراد، آشکار شود. فضیلت به عنوان ابزاری نیست که افراد از آن به عنوان وسیله‌ای برای رسیدن به اهداف نهایی مشتاق

1- Fukuyama

2- Nahapiet & Ghoshal

3- Cameron

باشند، بلکه به خودی خود هدف است (برایت و همکاران<sup>1</sup>، 2014). فرهنگ یا فرآیندهای سازمانی می‌توانند موجب بروز یا عدم بروز اعمال با فضیلت در سازمان شوند.

سه ویژگی کلیدی که در تعریف فضیلت تداعی می‌شوند عبارتند از: تأثیر انسان (فضیلت به انسان‌هایی با شخصیت اخلاقی و شکوفا، قدرتمند، دارای خودکنترلی، انعطاف‌پذیر، دارای اهداف معنی‌دار و اصول متعالی مربوط می‌شود)، خیر اخلاقی (نشان می‌دهد که چه چیز «خوب، درست و شایسته» است) و بهبود وضعیت اجتماعی (فضیلت فراتر از صرفاً سود منافع خود گسترش می‌یابد و ارزش‌های اجتماعی که فراتر از خواسته‌های ابزاری است را ایجاد می‌کند) (ریبرو و رگو<sup>2</sup>، 2009). کمرون (2004)، ابزاری را برای سنجش فضیلت سازمانی شامل مدلی پنج عاملی متشکل از عوامل بخشش سازمانی، اعتماد، صداقت، خوش‌بینی و شفقت معرفی کرد (ریبرو و رگو، 2009).

- **خوش‌بینی:** خوش‌بینی به عنوان تمایل یا انتظار همیشگی به دریافت و دست‌یابی به نتیجه مثبت تعریف می‌شود (اسکیر و کارور<sup>3</sup>، 1993). لوتانس و همکارانش<sup>4</sup> (2007) اظهار داشتند که «کارمندانی که امیدوارتر، خوش‌بین‌تر، مؤثرتر و انعطاف‌پذیرتر هستند بیشتر احتمال دارد از شرایط سختی که بیشتر سازمان‌ها در محیط رقابتی فعلی با آن مواجه هستند، نسبت به هم‌تایان خود با سرمایه روانی پایین‌تر جان سالم به در ببرند.» خوش‌بینی ممکن است به عنوان سپری در برابر مشکلات روانی و جسمانی در آینده عمل کند (گیاتای و همکاران<sup>5</sup>، 2006). شواهد و تحقیقات هم‌چنین نشان داده که خوش‌بینی به‌طور مثبت با رفتارهای شغلی مثل رضایت شغلی، تعهد سازمانی و عملکرد ارتباط دارد (کلوئمپر و همکاران<sup>6</sup>، 2009).

- **اعتماد:** اعتماد سازمانی نشان می‌دهد که حسن نیت، ملاحظات و احترام بر سازمان حاکم است و افراد به یکدیگر و رهبران خود اعتماد دارند (ریبرو و رگو، 2009). با بسط و گسترش فرهنگ اعتماد می‌توان به جای ارزش‌های منفی مانند دروغ،

1- Bright et al

2- Rego & Ribeiro

3- Scheier & Carver

4- Luthans & etal

5- Giltay & etal

6- Klueemper & etal



کلاهبرداری، چاپلوسی، نفاق و غیره، ارزش‌های اخلاقی مثبت مانند صداقت، راستگویی، انصاف، امانت‌داری، تعهد و شهامت را در جامعه پروراند (حیدر آبادی، 1389).

- **شفقت:** شفقت سازمانی بدان معنی است که افراد مراقب یکدیگر هستند و به یکدیگر اهمیت می‌دهند (ریبرو و رگو، 2009). به‌طور کلی غرایز، یک دسته امیال و کشش‌هایی هستند که ضامن حفظ و بقای حیات فردی انسان بوده، احتیاجات حیاتی او را تأمین می‌کنند؛ اما مطالعه در زندگی انسان‌ها نشان می‌دهد که برخی کشش‌های دیگر در انسان وجود دارد که مبتنی بر توجه به خود و تأمین احتیاجات و منافع فردی نیست، بلکه در افقی برتر از این نوع فعالیت‌های غریزی قرار دارد؛ از قبیل علاقه به فرزند، محبت به هم‌نوع، غمخواری و از خودگذشتگی در راه دیگران. در هیچ یک از این موارد، خود فردی انسان هدف نیست، بلکه تمایل به حفظ و بقای زندگی جمعی و تعلق به غیر به خوبی مشهود است. این گرایش، که توجه انسان را به‌طور آگاهانه از محور خود خارج و به سمت غیر معطوف می‌گرداند، به «عاطفه انسانی» تعبیر می‌شود.

- **صداقت:** نشان می‌دهد که درستکاری، قابلیت اعتماد و احترام در سازمان شایع است.

- **بخشش سازمانی:** بدان معنی است که اشتباهات به سرعت بخشیده می‌شوند و به عنوان فرصت‌هایی برای یادگیری در زمینه‌ای که از طریق استانداردهای بالای عملکرد مشخص شده مورد استفاده قرار بگیرند (ریبرو و رگو، 2009).

**رفتار شهروندی سازمانی:** رفتار شهروندی سازمانی با استفاده از اصطلاح «شهروندی شهری» در فلسفه سیاسی مفهوم‌سازی شده است (خورنگاه و همکاران، 1390: 119). اولین دسته از رفتار شهروندی دسته‌ای است که با آن بیشترین آشنایی وجود دارد؛ رفتار شهروندی بین شخصی (ارتباطی). چنین رفتارهایی کارگران و همکاران را منتفع می‌سازد و مستلزم کمک، حمایت و توسعه سایر اعضای سازمانی به طریقی است که ورای انتظارات عادی شغل می‌رود؛ به عنوان مثال، کمک کردن شامل کمک به همکارانی است که بار کاری سنگینی دارند و به آنها با موضوعات شخصی کمک می‌کند و به کارکنان جدید هنگامی که اولین بار وارد یک شغل می‌شوند راه را نشان می‌دهند. تواضع اشاره به آگاه ساختن کارکنان از موضوعات مربوط به آنها دارد، برخی کارکنان تمایل به این دارند که وقایع مرتبط با آنها محرمانه باقی بماند. شهروندان خوب عکس



آن را انجام می‌دهند. آنها دیگران را در حلقه نگه می‌دارند؛ زیرا آنها هرگز نمی‌دانند که چه نوع اطلاعاتی ممکن است برای افراد دیگر مفید باشد. مردانگی مستلزم داشتن نگرش خوب به همکاران است، حتی هنگامی که آنها کارهایی را انجام می‌دهند که آزار دهنده است یا هنگامی که واحد سازمانی دچار سختی شده است. دسته دوم رفتار شهروندی رفتار شهروندی سازمانی است؛ این رفتارها با تلاش در جهت بهبود عملیات سازمان و خصوصاً وفادار ماندن به آن، سازمان را منتفع می‌سازند. «رفتارهای شهروندی بدون توجه به ماهیت خاص وظایف آن تقریباً با هر شغلی مرتبط بوده و منافع روشنی به لحاظ اثربخشی بخش‌های کاری برای سازمان‌ها به همراه دارد»؛ منافی همچون کارایی بیشتر، افزایش رضایت مشتری، کیفیت برتر، کاهش شکایات... را به دنبال دارد؛ بنابراین روشن است که رفتارهای شهروندی تأثیر عمده‌ای بر رده عملیاتی دارد (کولکوئیت و همکاران، 1392).

### پیشینه پژوهش

از دوران گذشته توجه به سازمان‌ها به عنوان بازیگران اجتماعی و نیز دقت صاحب‌نظران به نیازها و مسائل اجتماعی مرتبط با سازمان زمینه مساعدی را برای گسترش مفهوم سرمایه اجتماعی در حیطه سازمان ایجاد کرده است. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد پژوهش‌های متعددی در رابطه با سرمایه اجتماعی و ارتباط آن با متغیرهای دیگر از جمله فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی انجام شده است.

قلی‌پور معتقد است که رفتار شهروندی سازمانی سبب ارتقای سرمایه اجتماعی می‌شود. نتایج این پژوهش نشان داد که تمام ابعاد رفتار شهروندی سازمانی بر سرمایه اجتماعی رابطه مستقیم معناداری دارد (دهقانی و همکاران، 1394: 29).

در پژوهشی که انصاری (1388) بر روی کارکنان تأمین اجتماعی شهر شیراز انجام داده است، نتایج تأیید می‌کند که رفتار شهروندی سازمانی با سرمایه اجتماعی دارای رابطه مستقیم و معناداری بود و فرضیه این پژوهش یعنی وجود رابطه معنادار بین سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی را تأیید می‌کند. نتایج پژوهش اسمیت و همکاران<sup>1</sup> (1993) نیز در همین راستاست. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد رفتار

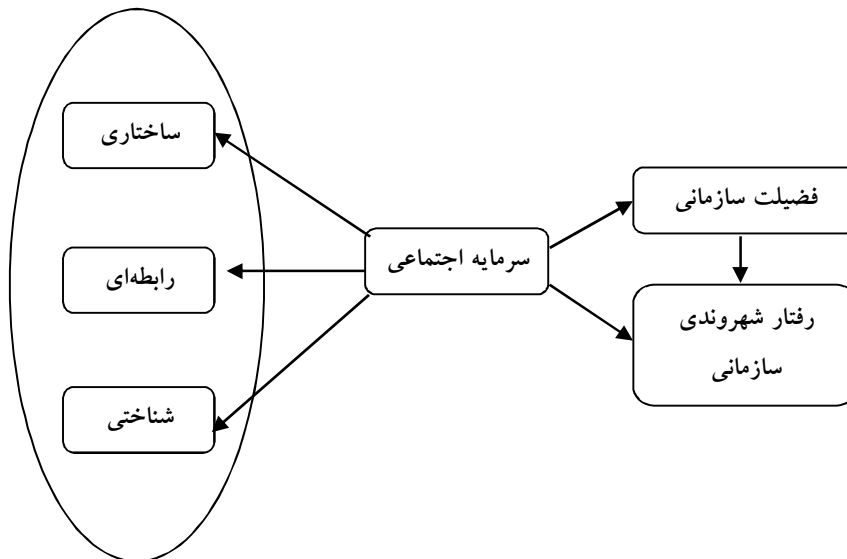


شهروندی سازمانی به توسعه سرمایه اجتماعی کمک می‌کند. بولینو و همکاران<sup>1</sup> (2002) اظهار می‌کنند که سرمایه اجتماعی سبب ارتقای عملکرد سازمان می‌شود و سرمایه اجتماعی نتیجه رفتار شهروندی است و علت آن در مطالعه هم‌چنین مشخص شد که رفتار شهروندی سازمانی نقش مهمی در توسعه سرمایه اجتماعی دارد و باعث خلق بعدهای رابطه‌ای، ساختاری و شناختی می‌شود. احمدی و محمدی بلبان آباد (1391) در پژوهشی با هدف بررسی ارتباط ابعاد سرمایه اجتماعی با رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان گمرک استان کردستان به این نتیجه دست یافتند که بین ابعاد سرمایه اجتماعی (رابطه‌ای، ساختاری و شناختی) کارکنان گمرک استان کردستان و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و از این میان، بعد شناختی سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیرگذاری را دارد. دهقانی و همکاران (1394) در پژوهش خود نشان دادند که با توجه به اهمیت رفتار شهروندی سازمانی در ارتقای 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 ارتقای این دو مقوله اتخاذ کنند. امروزه پژوهشگران بسیاری بر اهمیت ورود فضیلت در مباحث مدیریتی و کسب و کار تأکید می‌کنند؛ بنابراین می‌توان چنین انتظار داشت که سازمان، به عنوان یک واحد وجودی می‌تواند با پایبندی به فضایل اخلاقی، ظرفیت لازم را برای ایجاد هماهنگی میان اجزای درونی خود و نیز متعادل ساختن رابطه خود با محیط، به دست آورد. حسن‌زاده ثمرین و همکاران (1393) در پژوهش خود با عنوان «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر فضیلت سازمانی در شهرداری رشت» نشان دادند که بین سرمایه اجتماعی و فضیلت سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت واضح‌تر، با افزایش سرمایه اجتماعی فضیلت سازمانی ارتقاء و بهبود می‌یابد. هم‌چنین حسن‌زاده ثمرین و سفیدکار (1393) در پژوهش دیگر به بررسی رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی پرداخته که یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که رابطه مثبت و معناداری بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. رگو و ریرو (2009) به این نتیجه دست یافتند که بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه وجود دارد. رگو و همکاران (2011) و ثان و کوین کلووی<sup>2</sup>

1- Bolino & etal

2- Thun & Kevin Kelloway

(2011) نیز نشان دادند که بین شفقت از متغیرهای فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه وجود دارد. با بررسی ادبیات پژوهش و در روند مطالعه متغیرهای پژوهش در منابع موجود، مشخص شد که تاکنون رابطه سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی با هم مورد بررسی قرار نگرفته است. به عبارتی دیگر پژوهشی که این مؤلفه‌ها را باهم مدنظر داشته باشد مشاهده نشد؛ بنابراین در این راستا به قصد پر کردن این خلأ و با عنایت به اهمیت این امر در سازمان‌ها و عملکردشان، این مطالعه سعی دارد رابطه سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی را بررسی کند؛ بر این اساس و با توجه به مطالعات و موضوع پژوهش، مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر ارائه می‌شود.



شکل شماره (1): مدل مفهومی محقق ساخته با توجه به ادبیات پژوهش

بر اساس مدل مفهومی فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تدوین شده‌اند:

## فرضیه اصلی

بین سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

## فرضیه های فرعی

**فرضیه فرعی 1:** بین ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) و فضیلت سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

**فرضیه فرعی 2:** بین ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

**فرضیه فرعی 3:** بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

## روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های توصیفی (همبستگی) است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان بیمارستان رازی شهر رشت به تعداد 464 نفر هستند که حجم نمونه آماری بر اساس فرمول کوکران 210 تعیین شد. پرسش‌نامه‌ها بر اساس روش تصادفی طبقه‌ای و متناسب با تعداد کارکنان اداری، پرستاران، کارکنان اتاق عمل، کارکنان بخش اورژانس و پزشکان نسبت به حجم جامعه توزیع شد. از 210 پرسش‌نامه توزیع شده، 189 پرسش‌نامه برگشت داده شد و تحلیل‌های مورد نظر بر روی آنها انجام شد. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسش‌نامه سرمایه اجتماعی استاندارد ناهاپیت و گوشال (1998) استفاده شده است که 20 گویه دارد و سه مؤلفه ساختاری، رابطه‌ای و شناختی را می‌سنجد. پایایی این پرسش‌نامه در پژوهش دهقانی و همکاران (1394) 0/74 به دست آمد. برای سنجش ابعاد فضیلت سازمانی از پرسش‌نامه 15 گویه و استاندارد کمرون و همکاران (2004) که بر اساس 5 مؤلفه (خوش‌بینی سازمانی، اعتماد سازمانی، شفقت سازمانی، انسجام سازمانی و بخشش سازمانی) طراحی شده، استفاده شده است. رگو و همکاران (2011)

پایایی این پرسش‌نامه را بر اساس روش آلفای کرونباخ 0/9 و آگرو<sup>1</sup> (2012) 0/81 گزارش کرده‌اند. برای سنجش رفتار شهروندی سازمانی از پرسش‌نامه پادساکف و همکاران (1990) استفاده شد که شامل 24 گویه است و گویه‌ها بر اساس مقیاس هفت ارزشی لیکرت ارزش‌گذاری شده‌اند. پایایی این پرسش‌نامه در پژوهش مرادی و همکاران (1392) 0/785 به دست آمد. پرسش‌نامه‌های پژوهش که برای سنجش متغیرها به کار گرفته شد، به دلیل تکرار در تحقیقات متعدد و برخورداری از روایی لازم، پرسش‌نامه‌های استاندارد محسوب می‌شود. یکی از روش‌های تعیین پایایی پرسش‌نامه، محاسبه آلفای کرونباخ است. با توجه به این که آلفای کرونباخ پرسش‌نامه سرمایه اجتماعی 0/801، فضیلت سازمانی 0/852 و رفتار شهروندی سازمانی 0/925 محاسبه شد، پایایی بالای پرسش‌نامه‌ها تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شده است و از Smart pls برای تحلیل مسیر استفاده شد.

## یافته‌ها

### الف- یافته‌های توصیفی

بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده از نظر جنسیت، 0/59 پاسخ‌دهندگان زن و 0/41 آنها مرد بودند. بیشتر پاسخ‌دهندگان دارای مدرک تحصیلی لیسانس با درصد فراوانی 0/61 و دارندگان مدرک تحصیلی فوق لیسانس با 0/07 کمترین مقدار فراوانی را در نمونه آماری داشتند. از لحاظ سابقه کاری بیشتر پاسخ‌دهندگان با 0/37 دارای سابق کاری بین 10-15 سال بودند و کارکنان دارای سابقه کاری بالای 25 سال با 0/14 کمترین مقدار فراوانی را داشتند. در بین پاسخ‌دهندگان 0/06 پزشک، 0/37 پرستار، 0/25 کارمند اداری، 0/14 کارکنان اتاق عمل و 0/18 کارکنان بخش اورژانس بودند.

### ب- یافته‌های استنباطی

برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از این آزمون به صورت زیر است:



فرضیه اصلی: بین سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره (1): ضرایب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی

رفتار شهروندی سازمانی	فضیلت سازمانی	سرمایه اجتماعی	ضریب همبستگی
0/65	0/21	1	همبستگی سرمایه اجتماعی
0/00	0/00		سطح معن داری
0/53	1	0/21	همبستگی فضیلت سازمانی
0/00		0/00	سطح معنی داری
1	0/53	0/65	همبستگی رفتار شهروندی سازمانی
	0/00	0/00	سطح معنی داری

همان‌گونه که در جدول شماره یک ملاحظه می‌شود، بین متغیرهای فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی در سطح 0/00 رابطه معناداری وجود دارد و این نوع رابطه از نوع مستقیم است؛ یعنی با افزایش سرمایه اجتماعی، فضیلت سازمانی نیز افزایش می‌یابد. هم‌چنین بین متغیرهای سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه از نوع مستقیم در سطح معناداری 0/00 وجود دارد؛ یعنی با افزایش سرمایه اجتماعی، رفتار شهروندی سازمانی نیز افزایش می‌یابد. از طرفی بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی نیز رابطه معنادار و مستقیم در سطح معنادار 0/00 وجود دارد؛ به این معنی که با افزایش فضیلت سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بیمارستان نیز افزایش می‌یابد.

فرضیه فرعی 1: بین ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) و فضیلت سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره (2): ضرایب همبستگی پیرسون بین ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی و فضیلت سازمانی

فضیلت سازمانی	شناختی	رابطه‌ای	ساختاری	ضریب همبستگی
0/41	0/21	0/15	1	همبستگی ساختاری
0/001	0/00	0/00		سطح معنی داری
0/29	0/12	1	0/15	همبستگی رابطه‌ای



فضیلت سازمانی	شناختی	رابطه‌ای	ساختاری	ضریب همبستگی
0/001	0/000		0/00	سطح معنی‌داری
0/15	1	0/12	0/21	همبستگی
0/001		0/000	0/00	سطح معنی‌داری
1	0/15	0/29	0/41	همبستگی
	0/001	0/001	0/001	سطح معنی‌داری

نتایج ارائه شده در جدول شماره دو، بیانگر آن است که میان بعد ساختاری و فضیلت سازمانی رابطه وجود داشته که مقدار ضریب پیرسون برابر 0/41 بوده و رابطه مذکور از نوع مستقیم در سطح معناداری 0/001 است؛ بدین معنا که با افزایش بعد ساختاری، فضیلت سازمانی کارکنان نیز افزایش می‌یابد. بین بعد رابطه‌ای و فضیلت سازمانی رابطه وجود دارد که مقدار ضریب پیرسون برابر 0/29 بوده و رابطه مذکور از نوع مستقیم در سطح معناداری 0/001 است؛ بدین معنا که با افزایش بعد رابطه‌ای، فضیلت سازمانی کارکنان نیز افزایش می‌یابد. همچنین با توجه به نتایج جدول شماره دو بین بعد شناختی و فضیلت سازمانی نیز رابطه وجود داشته که مقدار ضریب پیرسون برابر 0/15 بوده و رابطه مذکور از نوع مستقیم در سطح معناداری 0/001 است؛ بدین معنا که با افزایش بعد شناختی، فضیلت سازمانی کارکنان بیمارستان نیز افزایش می‌یابد.

**فرضیه فرعی 2:** بین ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره (3): ضرایب همبستگی پیرسون بین ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی

رفتار شهروندی سازمانی	شناختی	رابطه‌ای	ساختاری	ضریب همبستگی
0/26	0/11	0/19	1	همبستگی
0/003	0/001	0/001		سطح معنی‌داری
0/19	0/09	1	0/19	همبستگی
0/004	0/00		0/001	سطح معنی‌داری
0/17	1	0/09	0/11	همبستگی
0/001		0/00	0/001	سطح معنی‌داری
1	0/17	0/19	0/26	همبستگی
	0/001	0/004	0/003	سطح معنی‌داری



نتایج ارائه شده در جدول شماره سه، بیانگر آن است که میان بعد ساختاری و رفتار شهروندی سازمانی رابطه وجود داشته که مقدار ضریب پیرسون برابر 0/26 بوده و رابطه مذکور از نوع مستقیم در سطح معناداری 0/003 است؛ بدین معنا که با افزایش بعد ساختاری، رفتار شهروندی سازمانی کارکنان نیز افزایش می‌یابد. بین بعد رابطه‌ای و رفتار شهروندی سازمانی رابطه وجود دارد که مقدار ضریب پیرسون برابر 0/19 بوده و رابطه مذکور از نوع مستقیم در سطح معناداری 0/004 است؛ بدین معنا که با افزایش بعد رابطه‌ای، رفتار شهروندی سازمانی کارکنان نیز افزایش می‌یابد. همچنین با توجه به نتایج جدول شماره سه بین بعد شناختی و رفتار شهروندی سازمانی نیز رابطه وجود دارد که مقدار ضریب پیرسون برابر 0/17 بوده و رابطه مذکور از نوع مستقیم در سطح معناداری 0/001 است؛ بدین معنا که با افزایش بعد شناختی، رفتار شهروندی سازمانی کارکنان نیز افزایش می‌یابد.

**فرضیه فرعی 3:** بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره (4): ضرایب همبستگی پیرسون بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی

رفتار شهروندی سازمانی	فضیلت سازمانی	ضریب همبستگی
0/16	1	همبستگی
0/001		سطح معنی‌داری
1	0/16	همبستگی
	0/001	سطح معنی‌داری
		رفتار شهروندی سازمانی

با توجه به نتایج جدول چهار بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در سطح معناداری 0/001 با توجه به مقدار ضریب پیرسون برابر 0/16 رابطه معناداری از نوع مستقیم وجود دارد.

علاوه بر بررسی ضریب همبستگی که نوع و شکل رابطه متغیرهای فاصله‌ای را می‌سنجد، در این پژوهش از تحلیل رگرسیون نیز استفاده شده که نتایج آن در جدول شماره پنج به نمایش گذاشته شده است.



همان گونه که در جدول شماره پنج ملاحظه می‌شود  $F$  به دست آمده (70/12) در سطح 0/00 معنادار است و این مطلب گویای آن است که اول این که رگرسیون معنادار است و دوم این که حداقل یکی از متغیرهای مستقل در پیش‌بینی متغیرهای وابسته مؤثر است؛ بنابراین با توجه به این که سطح معناداری به دست آمده کمتر از 0/05 بوده، فرض خطی بودن رابطه میان متغیرها پذیرفته می‌شود.

جدول شماره (5): تحلیل واریانس بین سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	Sig
رگرسیون	12/361	3	4/087	70/102	0/00
باقی مانده	10/802	185	0/0583		
کل	23/063	188			

با توجه به مقادیر  $B$  استاندارد شده در جدول شماره شش می‌توان نتیجه گرفت که بعد ساختاری دارای بیشترین تأثیر و بعد رابطه‌ای دارای کمترین تأثیر روی متغیر ملاک یعنی فضیلت سازمانی است.

جدول شماره (6): ضرایب رگرسیون بین ابعاد سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی

مدل	تغییرات غیر معیارین شده $B$	خطای معیار	تغییرات معیارین شده $B$	t	سطح معناداری
ثابت	2/004	0/401		5/719	0/000
ساختاری	0/746	0/215	0/643	2/988	0/004
رابطه‌ای	0/302	0/122	0/295	2/387	0/02
شناختی	0/622	0/214	0/530	2/527	0/014

همان طور که در جدول شماره هفت مشاهده می‌شود،  $F$  به دست آمده (230/375) در سطح 0/00 معنادار است و این مطلب گویای آن است که اول این که رگرسیون معنادار است و دوم این که حداقل یکی از متغیرهای مستقل در پیش‌بینی متغیرهای وابسته مؤثر است. مقدار سطح معناداری به دست آمده کمتر از 0/05 بوده و بنابراین فرض خطی بودن رابطه میان متغیرها پذیرفته می‌شود.

جدول شماره (7): تحلیل واریانس بین سرمایه اجتماعی با رفتار شهروندی سازمانی

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	Sig
رگرسیون	14/721	3	4/907	230/375	0/00
باقی مانده	3/958	185	0/0213		
کل	18/679	188			



با توجه به مقادیر B استاندارد شده در جدول شماره هشت می‌توان نتیجه گرفت که بعد ساختاری دارای بیشترین تأثیر و بعد شناختی دارای کمترین تأثیر روی متغیر ملاک یعنی رفتار شهروندی سازمانی است.

جدول شماره (8): ضرایب رگرسیون بین ابعاد سرمایه اجتماعی با رفتار شهروندی سازمانی

مدل	تغییرات غیرمعیارین شده B	خطای معیار	تغییرات معیارین شده B	t	سطح معناداری
ثابت	2/704	0/491		5/625	0/000
ساختاری	0/329	0/105	0/281	2/723	0/010
رابطه‌ای	0/268	0/092	0/233	2/491	0/016
شناختی	0/128	0/041	0/120	2/706	0/008

با توجه به نتایج در جدول شماره نه مشاهده می‌شود، F به دست آمده (102/467) در سطح 0/005 معنادار است و این مطلب گویای آن است که اول این که رگرسیون معنادار است و دوم این که حداقل یکی از متغیرهای مستقل در پیش‌بینی متغیرهای وابسته مؤثر است. هم‌چنین مقدار سطح معناداری به دست آمده کمتر از 0/05 بوده و بنابراین فرض خطی بودن رابطه میان متغیرها پذیرفته می‌شود.

جدول شماره (9): تحلیل واریانس بین فضیلت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	Sig
رگرسیون	18/691	3	6/230		
باقی‌مانده	11/249	185	0/0608	102/467	0/005
کل	29/94	188			

نتایج جدول شماره ده نشان می‌دهد که متغیر ملاک یعنی رفتار شهروندی سازمانی دارای متغیر پیش‌بین با سطح معناداری 0/005 و بتای 0/306 است و سطح معناداری به دست آمده کمتر از 0/05 بوده؛ بنابراین می‌توان گفت متغیر پیش‌بین یعنی فضیلت سازمانی در تبیین متغیر ملاک یعنی رفتار شهروندی سازمانی نقش معناداری دارد.

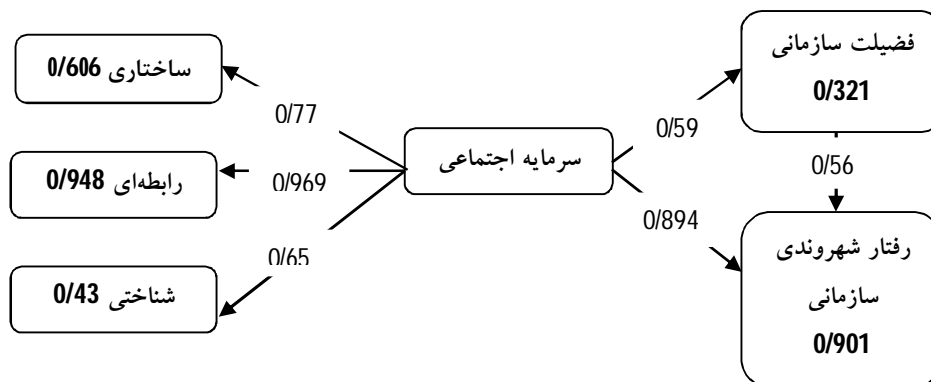
جدول شماره (10): ضرایب رگرسیون بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی

مدل	تغییرات غیرمعیارین شده B	خطای معیار	تغییرات معیارین شده B	t	سطح معناداری
ثابت	2/988	0/542		6/701	0/000
فضیلت سازمانی	0/319	0/110	0/306	2/879	0/005

به منظور بررسی بیشتر مدل مفهومی پژوهش، از مدل سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart PLS استفاده شد که نتایج به شرح زیر است. برای محاسبه شاخص تناسب مدل در مدل PLS از فرمول زیر بهره گرفته شد:

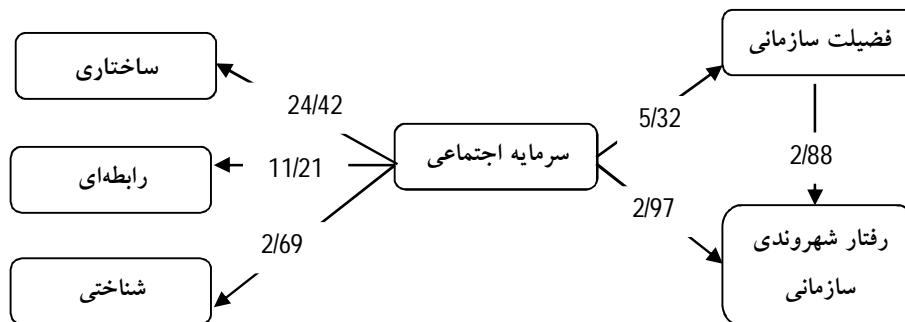
$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2}$$

در مدل PLS که مبتنی بر واریانس است، میانگین هندسی این دو شاخص به عنوان شاخص نیکویی برازش کلی مدل به کار می رود. برای انجام این آزمون از دو شاخص (میانگین شاخص تجمعی و میانگین توان دوم ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) استفاده می شود. در صورتی که مقدار GOF برابر یا بزرگ تر از 0/36 شود، می توان گفت که مدل به صورت کلی معنادار و قابل قبول است. این مقدار در پژوهش حاضر برابر 0/37 به دست آمده و می توان گفت که مدل در مجموع از برازش مناسبی برخوردار است. در مدل مفهومی پژوهش، ضرایب مسیرها در حالت استاندارد نشان داده شده است.



شکل شماره (2): مدل در حالت تخمین استاندارد در سطح اطمینان 0/95 میان ابعاد سرمایه اجتماعی و فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی

در شکل زیر معناداری مسیرها در مدل تحلیل مسیر نشان داده شده است. در حالت معناداری در سطح معناداری 95 درصد می توان بر اساس مقدار t در خصوص معناداری ضرایب مسیرها تصمیم گیری کرد. در صورتی که مقدار t بزرگ تر از 1/96 باشد، آن مسیر معنادار و در غیر این صورت آن مسیر معنادار نیست.



شکل شماره (3): مدل در حالت معناداری در سطح اطمینان 0/95 میان ابعاد سرمایه اجتماعی و فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی

با توجه به مدل تحلیل مسیر در حالت ضرایب استاندارد و معناداری مدل و با توجه به این که مقدار  $t$  بزرگ‌تر از  $1/96$  است، می‌توان چنین بیان کرد که در سطح اطمینان 95 درصد میان سرمایه اجتماعی و فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی از یک طرف و میان فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

سرمایه اجتماعی نسبت به سرمایه فیزیکی و انسانی نقش بسیار مهم‌تری در سازمان‌ها و جوامع ایفاء می‌کند. در غیاب سرمایه اجتماعی، سرمایه‌های دیگر اثربخشی خود را از دست می‌دهند (حسن‌زاده ثمرین و همکاران، 1393: 115). اگر سازمان‌ها، به منزله واحدهای اجتماعی بتوانند سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، قادر خواهند بود که بهتر و بیشتر فعالیت کنند. با افزایش این سرمایه، از طریق سازمان‌ها، جامعه نیز از مواهب سرمایه اجتماعی که همانا جو اعتماد و اطمینان عمومی است، بهره‌مند خواهد شد. در این شرایط سرمایه اجتماعی بین سازمان‌ها و شهروندان شکل می‌گیرد و در پرتو آن جامعه از روابط مبتنی بر اعتماد برخوردار می‌شود. سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است و مزیت سازمانی به شمار می‌رود (حسن‌زاده ثمرین و همکاران، 1393: 79).

در این پژوهش سعی شد رابطه سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی بررسی شود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری،

رابطه‌ای و شناختی) با فضیلت سازمانی رابطه دارد؛ زیرا سطوح معناداری به دست آمده کمتر از 0/05 را نشان می‌دهد. در ضمن بعد ساختاری بیشترین رابطه را با فضیلت سازمانی دارد. این یافته با نتایج حسن‌زاده ثمرین و همکاران (1393) هم‌راستا است. برقراری روابط از روی اعتماد، مشارکت و باورها و ارزش‌های مشترک میان کارکنان در درون ساختارهای اجتماعی سبب خوش‌نامی افراد و در نتیجه، تقویت فضیلت سازمانی خواهد شد. یافته دیگر این پژوهش نشان داد که ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) با رفتار شهروندی سازمانی رابطه دارد. ضمن این‌که بیشترین رابطه با رفتار شهروندی سازمانی مربوط به بعد ساختاری می‌باشد. این یافته با نتایج پژوهش اسمیت و همکاران (1993)، بولی مارک و ترنلی (2002)، دهقانی و همکاران (1394)، احمدی و محمدی بلبان‌آباد (1391) و حسن‌زاده ثمرین و همکاران (1393) هم‌راستا است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه اجتماعی سبب می‌شود افراد رفتار شهروندی سازمانی بیشتری داشته باشند و کارهای داوطلبانه بیشتری انجام دهند. رفتارهای داوطلبانه بیشتر و کمک به همکاران که نوعی رفتار شهروندی سازمانی محسوب می‌شود سبب ایجاد اطمینان در کارکنان می‌شود که این اطمینان سبب بهبود روابط و همدلی (سرمایه اجتماعی) در سازمان می‌شود؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بین سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مستقیم معناداری وجود دارد که یافته‌های این پژوهش نیز این فرضیه را تأیید می‌کند. هم‌چنین یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که فضیلت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی رابطه دارد. این یافته با نتایج رگو و ریبرو (2009)، رگو و همکاران (2011) و ثان و کلووی (2011) و حسن‌زاده ثمرین و سفیدکار (1393) هم‌خوانی دارد. با توجه به تأیید رابطه بین فضیلت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی، می‌توان بیان کرد ارتقای ارزش‌های اخلاقی به عنوان مبنای روابط سالم و مثبت با عنوان فضیلت سازمانی تقویت رفتار شهروندی سازمانی را به همراه خواهد داشت.

### پیشنهادها

براساس نتایج پژوهش، پیشنهادهای زیر به مدیران بیمارستان رازی ارائه می‌شود:

➤ با توجه به نتایج فرضیه‌های پژوهش که رابطه بین سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی را تأیید کرد و نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون که



اهمیت بعد ساختاری سرمایه اجتماعی را نشان داد لازم است موارد زیر مورد توجه قرار گیرند:

- بهبود سرمایه اجتماعی کارکنان در بعد ساختاری، بهبود ارتباطات در سطوح عمودی و افقی، هم‌چنین آموزش اثربخش ارتباطات؛
- برگزاری و تقویت تشکلهای اجتماعی و نهادهای مردمی برای بهبود و افزایش سرمایه اجتماعی؛
- ایجاد گروه‌های خودگردان که زمینه مشارکت و بروز رفتارهای داوطلبانه را فراهم آورده و موجب افزایش سرمایه اجتماعی شود؛
- دقت لازم در گزینش و استخدام افراد و به کارگیری افرادی که توانایی برقراری ارتباط با دیگران و علاقه به همکاری با دیگران را داشته و از مهارت‌های اجتماعی لازم برخوردارند.

➤ با توجه به نتایج فرضیه پژوهش مبنی بر رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی، پیشنهاد می‌شود تقویت مواردی چون ارزش سودمند بودن، کمک به همکاران و شهروندان در حل مسائل و مشکلات کاری و زندگی، به عنوان یک ویژگی مثبت که موجب تحقق فضیلت سازمانی شده، و از این طریق سبب بروز رفتارهای شهروندی و داوطلبانه خواهند شد مورد توجه قرار گیرد.

محدودیت کلی پژوهش حاضر این است که با توجه به این‌که جامعه آماری این پژوهش کارکنان بیمارستان رازی شهر رشت هستند، می‌بایست به تفاوت‌هایی از لحاظ فرهنگی، ساختاری، محیطی توجه کرد، بنابراین تعمیم آن به سایر نهادها به سادگی امکان‌پذیر نیست. برای ادامه پژوهش در این حوزه پیشنهاد می‌شود که رابطه سرمایه اجتماعی با مواردی چون رضایت و وفاداری مشتریان، نشاط سازمانی، عدالت سازمانی و اخلاق حرفه‌ای مورد بررسی قرار گیرد.

## منابع

- احمدی، یعقوب؛ محمدی بلبان آباد، اسعد (1391). بررسی ارتباط ابعاد سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان گمرکات استان کردستان). فصلنامه علوم اجتماعی، سال 7، شماره 2، صص 153-178.
- الوانی، سیدمحمد؛ عبدالله پور، مونا (1387). نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی. فصلنامه پیام مدیریت، شماره 27، صص 5-26.
- امیرخانی، طیبه؛ پورعزت، علی اصغر (1387). تأملی بر امکان توسعه سرمایه اجتماعی در پرتو عدالت سازمانی در سازمان‌های دولتی، نشریه مدیریت دولتی، دوره 1، شماره 1، صص 19-32.
- انصاری، محمداسماعیل؛ استادی، حسین؛ دهقان، ژیلا (1388). تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر سرمایه اجتماعی، مجموعه مقالات نخستین کنفرانس بین‌المللی مدیریت سرمایه فکری، تهران.
- پورس، آلهاندر (1384). سرمایه اجتماعی: خاستگاه‌ها و کاربردهایش در جامعه‌شناسی مدرن. ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه.
- توکلی، عبدالله؛ عزیزپور لیندی، عبدالصمد؛ رضایی، الهام؛ میرزایی، اشرف (1393). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه فکری (مورد مطالعه: اداره کل امور مالیاتی استان قم). فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره 1، شماره 2، صص 265-287.
- حسن پورثرمین، تورج؛ سفیدکار، سپیده (1393). بررسی رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی. فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال 23، شماره 76، صص 155-141.
- حیدرآبادی، ابوالقاسم (1389). اعتماد اجتماعی و عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر آن (مطالعه موردی جوانان 20 تا 29 ساله استان مازندران)، جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، شماره 1، سال اول، صص 39-66.
- خورنگاه، کبری؛ اورعی یزدانی، بدرالدین؛ روشن، سیدعلینقی (1390). تأثیر رفتار شهروندی سازمانی در سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی: اداره کل تعاون و واحدهای تابعه شهرستان زاهدان). فصلنامه تعاون، سال 22، شماره 7، صص 117-135.
- دهقانی، محمد؛ مصطفایی، داوود؛ حیوی حقیقی، محمدحسین؛ استبصاری، فاطمه؛ رفعتی، شیده؛ خرمی، فرید (1394). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان بیمارستان‌های آموزشی درمانی دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان. سال اول، مجله اطلاع رسانی پزشکی نوین، شماره 1، صص 24-32.

- ضیایی، محمدصادق؛ منوریان، عباس؛ کاظمی کنفرانی، ابراهیم (1390). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و میزان آمادگی سازمانی برای استقرار مدیریت دانش (مطالعه شرکت فولادساز ایرانی). نشریه مدیریت دولتی، دوره 3، شماره 8، صص 179-198.
- کولکوئیت، جیسون ای؛ لیپین، جفری ای؛ ویسون، مایکل جی (1392). رفتار سازمانی. ترجمه تورج حسن‌زاده ثمرین، اسفندیار محمدی. تهران: انتشارات شرکت مهندسی نیروی نفت و گاز.
- مقیمی، سیدمحمد؛ حسن‌زاده ثمرین، تورج (1389). اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی. مطالعات مدیریت راهبردی، دوره 1، شماره 3، صص 123-143.
- نصرافهانی، علی؛ انصاری، محمداسماعیل؛ شائمی بزکی، علی؛ آقاسینی، حسین (1390). بررسی سرمایه اجتماعی سازمانی در سازمان‌های خدماتی استان اصفهان. نشریه جامعه‌شناسی کاربردی، دوره 22، شماره 1، صص 107-134.
- ولکاک، میاکل؛ نارایان، دیبا (1384). سرمایه اجتماعی و تبعات آن برای نظریه توسعه، پژوهش و سیاست. ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه.
- Arjoon, S. (2000). Virtue theory as a dynamic theory of business. *Journal of Business Ethics*, 28(2), pp 159-178.
- Bagozzi, R. P. (2003). Positive and negative emotions in organizations. *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline*, 12, pp 176-193.
- Baker, T. L. , Hunt, T. G. , & Andrews, M. C. (2006). Promoting ethical behavior and organizational citizenship behaviors: The influence of corporate ethical values. *Journal of Business Research*, 59(7), pp 849-857. .
- Barclay, L. A. , Markel, K. S. , & Yugo, J. E. (2012). Virtue theory and organizations: considering persons with disabilities. *Journal of Managerial Psychology*, 27(4), pp 330-346.
- Bolino, M. C. , Turnley, W. H. , & Bloodgood, J. M. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of management review*, 27(4), pp 505-522.
- Bright, D. S. , Winn, B. A. , & Kanov, J. (2014). Reconsidering virtue: Differences of perspective in virtue ethics and the positive social sciences. *Journal of Business Ethics*, 119(4), pp 445-460.
- Burns, T. , & Carpenter, J. (2008). Organizational citizenship and student achievement. *Journal of cross-disciplinary perspectives in education*, 1(1), pp 51-58.
- Cameron, K. S. , & Caza, A. (2003). Contributions to the discipline of positive organizational scholarship. *American Behavioral Scientist*.
- Cameron, K. S. , Bright, D. , & Caza, A. (2004). Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. *American Behavioral Scientist*, 47(6), pp 766-790.





- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third world quarterly*, 22(1), pp 7-20.
- Garg, P. , & Rastogi, R. (2006). Climate profile and OCBs of teachers in public and private schools of India. *International Journal of Educational Management*, 20(7), pp 529-541.
- Giltay, E. J. , Kamphuis, M. H. , Kalmijn, S. , Zitman, F. G. , & Kromhout, D. (2006). Dispositional optimism and the risk of cardiovascular death: the Zutphen Elderly Study. *Archives of Internal Medicine*, 166(4), pp 431-436.
- Kluemper, D. H. , Little, L. M. , & Degroot, T. (2009). State or trait: effects of state optimism on job-related outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 30(2), pp 209-231.
- Lilius, J. M. , Worline, M. C. , Maitlis, S. , Kanov, J. , Dutton, J. E. , & Frost, P. (2008). The contours and consequences of compassion at work. *Journal of Organizational Behavior*, 29(2), 193-218.
- Luthans, F. , Avolio, B. J. , Avey, J. B. , & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel psychology*, 60(3), pp 541-572.
- Podsakoff, P. M. , MacKenzie, S. B. , Paine, J. B. , & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of management*, 26(3), pp 513-563.
- Rego, A. , &, N Ribeiro (2009). Does perceived organizational virtuousness explain organizational citizenship behaviors. *International Journal of Social and Human Sciences*, 3, pp 736-743.
- Rego, A. , Ribeiro, N. , e Cunha, M. P. , & Jesuino, J. C. (2011). How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship. *Journal of Business Research*, 64(5), pp 524-532.
- Scheier, M. F. , & Carver, C. S. (1993). On the power of positive thinking: The benefits of being optimistic. *Current Directions in Psychological Science*, 2(1), pp 26-30.
- Smith, C. A. , Organ, D. W. , & Near, J. P. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of applied psychology*, 68(4), pp 653.
- Thun, B. , & Kevin Kelloway, E. (2011). Virtuous leaders: Assessing character strengths in the workplace. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 28(3), pp 270-283.
- Timberlake, S. (2005). Social capital and gender in the workplace. *Journal of Management Development*, 24(1), pp 34-44.
- Ugwu, F. O. (2012). Are good morals often reciprocated? Perceptions of organizational virtuousness and optimism as predictors of work engagement. *work*, 1(3).

