

نقش سرمایه اجتماعی در تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه

داود حسین پور^۱، محمد خانباشی، حامد گنجی زاده مرادلو^{۲*}، علی اصغر رشید^۳

۱. دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۲. دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۳. کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۴. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۳/۲۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۹/۰۲)

چکیده

جامعه‌ای می‌تواند در توسعه پیش‌تاز باشد که در راستای تقویت کارآفرینی حرکت کند. از عوامل بستر ساز رفتارهای کارآفرینانه، توجه به ارتقای عوامل نرم روان‌شناختی و رفتاری، از جمله سرمایه اجتماعی در سطح جامعه و سازمان‌ها است. هدف اصلی این پژوهش بررسی نقش سرمایه اجتماعی (به عنوان عاملی فرهنگی-رفتاری) در تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه است. پژوهش حاضر از نوع کاربردی و به روش توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل همه کارکنان ستادی گروه بهمن در تهران بوده است که از میان آن‌ها ۱۵۰ نفر براساس فرمول نمونه‌گیری از جامعه محدود به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. داده‌ها پس از جمع‌آوری، با نرم‌افزار آماری Amos تجزیه و تحلیل شد. نتایج پژوهش نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه، و نیز تأثیر مثبت و معنادار رفتارهای شهروندی سازمانی بر رفتارهای کارآفرینانه است.

کلیدواژگان

رفتار شهروندی سازمانی، رفتارهای کارآفرینانه، سرمایه اجتماعی.

* نویسنده مسئول، رایانامه: ganjizadeh69@gmail.com

مقدمه و طرح مسئله

در عصر حاضر طراحان نظام سازمانی اغلب تلاش خود را به کسب هدف‌های راهبردی مزیت رقابتی معطوف کرده‌اند و قصد دارند با طراحی چنین نظام‌هایی بستر بقا یا رهبری سازمان‌ها را در بازارهای امروزی ایجاد کنند. در این میان منابع انسانی به عنوان برجسته‌ترین عامل مزیت رقابتی در رشد و توسعه کارآفرینی و متعاقب آن تمایز سازمان‌ها از یکدیگر، اهمیت دارد (Jack et al., 2006). سرمایه اجتماعی مفهومی است که در دهه‌های اخیر به عنوان دارایی باارزشی برای توانمندی سازمان‌ها، و تولید و افزایش سرمایه‌های انسانی و اقتصادی پذیرفته شده است، اهمیت سرمایه اجتماعی سازمانی در این است که سبب اجتماع افراد (گروه‌ها، تیم‌ها و سازمان‌ها) شده و باعث می‌شود با یکدیگر به طور موفقیت‌آمیز کارها را انجام دهند (Amintojar et al., 2015, p.145). دانچو^۱ معتقد است برای ایجاد سرمایه اجتماعی فرد باید برخی کیفیات فردی را داشته باشد. در این میان، می‌توان به تمایل و توانایی افراد برای خلق سرمایه اجتماعی اشاره کرد (مصباحی جهرمی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۳۶۸).

رفتارهای شهروندی سازمانی^۲ به عنوان یکی از توانایی‌های فردی می‌تواند کیفیت و کمیت روابط اعضای سازمان (سرمایه اجتماعی) را تحت تأثیر قرار دهد. از آنجا که رفتارهای شهروندی سازمانی بر رفتارهای فرانشی مدیران و کارکنان تأکید می‌کند، می‌تواند در فرایند سازمانی و تبدیل محیط سنتی به محیطی پویا و کارآمد نقشی تعیین‌کننده داشته باشد. در چنین سازمان‌هایی، کارمندان در کارهای سازمانی درگیر می‌شوند و به آن هویت می‌دهند. همچنین، نرم‌های ارتباطی قوی در سازمان شکل گرفته و با افزایش ارتباطات افراد، هزینه تبادلات کمتر و نوعی مزیت رقابتی برای سازمان ایجاد می‌شود (شمسی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۱۸).

همچنین، سازمان‌های امروزی بدون تمایل کارکنان به همکاری، قادر به توسعه اثربخشی و

1. Dancho

2. Organizational Citizenship Behavior

کارایی خود نخواهند بود. تفاوت همکاری خودجوش با اجباری، اهمیت بسیاری دارد، زیرا در حالت اجبار، فرد وظایف خود را براساس قوانین و استانداردهای تعیین شده سازمانی انجام می‌دهد (که در این حالت خلاقیت و نوآوری فرد سرکوب می‌شود و رفتارهای کارآفرینانه بروز نمی‌یابد)، در حالی که در همکاری خودجوش و آگاهانه، افراد کوشش، انرژی و بصیرت خود را برای شکوفایی توانایی‌های شخصی، حتی به نفع سازمان به کار می‌گیرند (مصباحی جهرمی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۳۶۹). بنابراین، یکی از عوامل بسترساز رفتارهای کارآفرینانه، توجه به ارتقای عوامل نرم روان‌شناختی و رفتاری از جمله سرمایه اجتماعی و رفتارهای شهروندی سازمانی در سطح جامعه و سازمان‌ها است.

بنابراین، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی نقش سرمایه اجتماعی (به عنوان عاملی فرهنگی - رفتاری) در توسعه رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه است. با توجه به اهمیت این مسائل در بخش صنعت ایران، پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به پرسش‌هایی به این شرح است که آیا ابعاد سرمایه اجتماعی با رفتارهای شهروندی سازمانی و سطح رفتارهای کارآفرینانه رابطه دارند؟ آیا عوامل نرم‌افزاری مانند سرمایه اجتماعی نیز می‌توانند مانند عوامل اقتصادی و جبران خدمات منابع انسانی بر بروز رفتارهای کارآفرینانه یا بسترسازی برای ایجاد آن تأثیرگذار باشند؟ به این ترتیب، هدف اصلی مقاله دستیابی به مستندات و شواهد متقن به منظور به کارگیری مؤثر سرمایه اجتماعی در فرایند تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی و به تبع آن، گسترش رفتارهای کارآفرینانه است. همچنین، در این پژوهش بر خلاف تحقیقات پیشین که ارتباط متغیرهای سرمایه اجتماعی و رفتارهای کارآفرینانه، سرمایه اجتماعی و رفتارهای شهروندی سازمانی، رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه را به طور مجزا بررسی کرده بودند، ارتباط این سه متغیر در یک مدل کلی بررسی می‌شود. بنابراین، یکی از دستاوردهای این پژوهش، توانایی مدل پیشنهادی در ارزیابی همزمان متغیرهای سرمایه اجتماعی، رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه است که تاکنون در یک مدل با هم گنجانده نشده‌اند.

مبانی نظری پژوهش

مفهوم سرمایه اجتماعی و ابعاد آن

سرمایه اجتماعی که ریشه جامعه‌شناسانه دارد، اهرمی توفیق‌آفرین و بستری مناسب برای بهره‌وری سرمایه‌های انسانی و فیزیکی، و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان قلمداد می‌شود (احمدی و فیض‌آبادی، ۱۳۹۰، ص ۳۹). با وجود اهمیت موضوع، یکی از مشکلات کنونی بیان تعریفی جامع از سرمایه اجتماعی است. در این زمینه، ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را مجموع منابع و ارزشی در نظر گرفته‌اند که درون شبکه‌ای از روابط فردی و سازمانی موجود است و از آن نشأت می‌گیرد. در تعریفی دیگر، سرمایه اجتماعی مجموعه‌ی هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای جامعه و کاهش هزینه‌های تبادلات و ارتباطات میان آن‌ها می‌شود. از آنجا که سرمایه اجتماعی مراوده‌های میان اعضای سازمان را تسهیل می‌کند، منبع سازمانی ارزشمندی محسوب می‌شود (رضائی و درینی، ۱۳۹۲، ص ۴۵). کلمن^۱ نیز سرمایه اجتماعی را جنبه‌ای از ساختار اجتماعی می‌داند که دو ویژگی دارد: کنش افراد درون ساختار را تسهیل می‌کنند و برخلاف سایر اشکال سرمایه، سرمایه اجتماعی در ذات ساختار روابط بین افراد و میان افراد است (Alvarez & Romaní, 2017, p.57). برای سرمایه اجتماعی ابعاد مختلفی بیان شده است. در پژوهش حاضر بر مبنای مطالعات ویپل و همکاران (۲۰۱۵) ابعاد شناختی، ارتباطی و ساختاری به عنوان مؤلفه‌های سه‌گانه سرمایه اجتماعی در سازمان در نظر گرفته شد.

بعد ساختاری: بعد ساختاری را می‌توان با تعداد دفعات تعاملات و وجود ارتباطات در سراسر سطوح سلسله‌مراتب و عملکرد بین طرفین در نظر گرفت (Whipel et al., 2015, p.6). بنا بر نظر بولینو و همکاران (۲۰۰۲) بعد ساختاری در سه شاخص پیوندهای شبکه‌ای، پیکربندی روابط و متناسب‌سازی سنجش می‌شود (Bolino et al., 2002, p.506).

1. Coleman

بعد رابطه‌ای: لاوسن و همکاران (۲۰۰۸)، بعد رابطه‌ای را نشان‌دهنده دارایی حاصل‌شده از طریق ارتباطات تعریف می‌کنند (Lawson et al., 2008, p.447). کیل و همکاران (۲۰۰۰) برای اندازه‌گیری بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی، تعاملات نزدیک بین فردی، اعتماد، دوستی، احترام و رابطه متقابل را در نظر می‌گیرند (Kale et al., 2000, p.218).

بعد شناختی: بعد شناختی به میزان اشتراک دیدگاه و تفاهم کارکنان در یک شبکه اجتماعی مربوط می‌شود (Bolino et al., 2002, p.506). تسای و گوشال^۱ (۱۹۹۸) بعد شناختی را به‌عنوان درک مشترک مطرح می‌کنند و اکثر مطالعات، این بعد را به‌عنوان چشم‌انداز مشترک در نظر می‌گیرند (Whipel et al., 2015, p.6).

رفتارهای شهروندی سازمانی و کارکردهای آن

رفتارهای شهروندی سازمانی عبارت است از مجموعه‌ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیست، با وجود آن، توسط وی انجام می‌گیرد و باعث بهبود مؤثر وظایف و نقش‌های سازمان می‌شود (Appelbaum et al., 2004, p.19). رفتارهای شهروندی، رفتارهای اختیاری کارکنان است که جزء وظایف رسمی آن‌ها نیست و به‌طور مستقیم توسط سیستم رسمی پاداش سازمان در نظر گرفته نمی‌شود، ولی میزان اثربخشی کل سازمان را افزایش می‌دهد (Khasawneh, 2011, p.623). فضای مشوق رفتار شهروندی سازمانی در سازمان، موجب جذب و نگهداری نیروهای شایسته می‌شود، بنابراین، از طریق مهیاکردن شرایط بروز رفتارهای شهروندی سازمانی در محیط کار، می‌توان مطمئن بود رضایت شغلی کارکنان افزایش یابد و عملکرد بهتری از کارکنان مشاهده شود (Khasawneh, 2011, p.623). ابعاد رفتارهای شهروندی سازمانی براساس نظریه جان و یونگ به شرح جدول ۱ است.

1. Tsai & Ghoshal

جدول ۱. ابعاد رفتارهای شهروندی سازمانی براساس نظریه جان و یونگ

تعریف	بعد
شامل همه انواع اقدامات کمک‌های داوطلبانه کارکنان به دیگر اعضای سازمان در رابطه با مشکلات و وظایف است.	نوع دوستی
اجتناب از وارد کردن خسارت به سازمان و اندیشیدن به اینکه چطور اقدامات فرد بر دیگران تأثیر می‌گذارد.	نزاکت (ادب و ملاحظه)
رفتاری اختیاری است که فراتر از الزامات تعیین‌شده سازمان در محیط کار است.	وجدان
تمایل به شکیبایی در مقابل مزاحمت‌های اجتناب‌ناپذیر اجحاف‌کاری، بدون اینکه گله و شکایتی انجام گیرد.	جوانمردی
تمایل به مشارکت و مسئولیت‌پذیری و وفاداری در زندگی سازمانی و نیز ارائه تصویر مناسب از سازمان است.	رفتار مدنی

رفتارهای کارآفرینانه

رفتارهای کارآفرینانه در یک سازمان، مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و اقدامات توسط افراد در سطوح مختلف را شامل می‌شود که از طریق آن ترکیب تازه‌ای از منابع شکل می‌گیرد و فرصت‌ها شناسایی و پیگیری می‌شوند. دو عامل اصلی سازمان یعنی بافت ساختاری و افراد و تمایلات برانگیزاننده رفتارهای کارآفرینانه هستند. ابعاد رفتار کارآفرینانه در این پژوهش طبق تحقیقات مرزبان و همکاران (۱۳۸۹)، به شرح زیر است (مرزبان، ۱۳۸۹، ص ۱۳):

- توانایی کاهش تشریفات زائد اداری: دیوان‌سالاری یکی از موانع رفتار کارآفرینانه است زیرا در سازمان‌های بوروکراتیک کارکنان سازمان مجبورند از چارچوب خشک موجود پیروی کنند.
- گرایش کارکنان به تغییر: یکی از ویژگی‌های کارآفرینی فهم تغییراتی است که باید صورت گیرد یا صورت گرفته است. کارآفرین تغییرات حرفه‌ای را به‌درستی درک می‌کند و خود را بر موج تغییرات قرار می‌شود و با استفاده مطلوب از آن‌ها برای تحقق اهداف مورد نظر سازمان عمل می‌کند.
- زمینه حمایتی: فرد زمانی می‌تواند کارآفرین شود که ساختار سازمان رفتار کارآفرینانه را

- حمایت و تشویق کند. زمینه حمایتی به معنای فضای کاری باز و هماهنگ است که در آن به مشارکت و روابط بین فردی به طور ویژه توجه می شود.
- آینده نگری کارکنان: مدیریت راهبردی به کارکنان امکان می دهد به صورت خلاق و نوآورانه عمل کنند.
- ایجاد محیط کاری پرتحرک: تغییرات، تحرک و پویایی محیط سازمانی افراد به بروز خلاقیت و نوآوری در آنان منجر می شود.

تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتارهای شهروندی سازمانی

یونی^۱ (۲۰۱۴) با بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتارهای شهروندی سازمانی به این نتیجه رسید که ابعاد سرمایه اجتماعی بر رفتارهای شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معنادار می گذارد. دهقانی و همکاران (۱۳۹۴) رابطه سرمایه اجتماعی و رفتارهای شهروندی سازمانی را بین کارکنان بیمارستان های آموزشی - درمانی دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان بررسی کردند و رابطه مثبت و معناداری بین این دو متغیر را نتیجه گرفتند. در تحقیق فرازی و همکاران (۱۳۹۱) 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 رفتارهای شهروندی آنان، بررسی شد و نشان داده شد سرمایه اجتماعی و رفتارهای شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معنادار دارند. با توجه به پیشینه تحقیق بیان شده، فرضیه اول به شرح زیر بیان می شود:

فرضیه اول: سرمایه اجتماعی بر رفتارهای شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معنادار می گذارد.

تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتارهای کارآفرینانه

در تحقیق انگلن^۲ و همکاران (۲۰۱۵) ارتباط بین سرمایه اجتماعی مدیران عالی سازمان و گرایش به کارآفرینی و عملکرد سازمان بررسی شد و این نتیجه به دست آمد که سرمایه اجتماعی مدیران عالی

1. Unni

2. Engelen

سازمان بر گرایش به کارآفرینی و عملکرد سازمان اثر معنادار می‌گذارد. به عبارتی، وجود سرمایه اجتماعی به عنوان مشخصه‌ای اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری و تسهیل رفتار نوآورانه مخاطره‌پذیری می‌شود. کافچه و حسینی (۲۰۱۵) در تحقیق خود رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه را بررسی کردند. نتایج تحلیل تحقیق آن‌ها نشان داد در همه شرکت‌های صنعتی رابطه مستقیمی بین همه ابعاد سرمایه اجتماعی و کارآفرینی وجود دارد. ربیعی و صادق‌زاده (۱۳۹۰) نیز با بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی به این نتیجه رسیدند که شرایط محیطی از جمله سطح سرمایه اجتماعی می‌تواند بر فرصت تبدیل خلاقیت به کارآفرینی اثر بگذارند. داشتن شبکه‌ای از روابط گسترده، بالابردن اعتماد و تبادل اطلاعات، میل به کارآفرینی را افزایش خواهد داد. بالابردن حمایت اجتماعی از مخاطره‌های خلاقانه ارتقای روحیه کار تیمی و فعالیت‌های مشارکتی، بهبود ارتباطات متقابل مبتنی بر اعتماد، زمینه‌های اجتماعی کارآفرینی به حساب می‌آیند. با توجه به پیشینه تحقیق بیان‌شده، فرضیه دوم به شرح زیر بیان می‌شود:

فرضیه دوم: سرمایه اجتماعی بر رفتارهای کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنادار می‌گذارد.

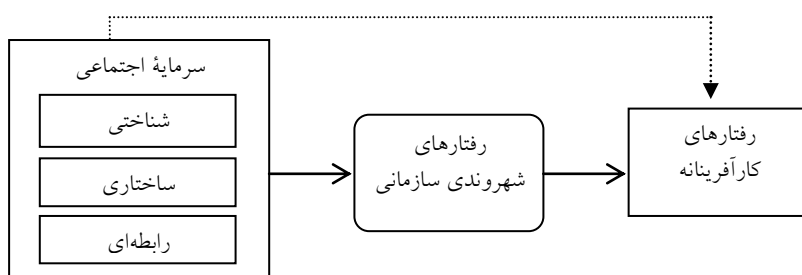
تأثیر رفتارهای شهروندی سازمانی بر رفتارهای کارآفرینانه

رضایی و همکاران (۱۳۹۴) با بررسی رابطه رفتارهای شهروندی سازمانی با کارآفرینی سازمانی به این نتیجه رسیدند که رفتارهای شهروندی سازمانی تأثیری مثبت و معنادار بر رفتارهای کارآفرینی در سازمان می‌گذارد. لطفی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) با بررسی رابطه رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینی در سازمان‌ها بین کارکنان دانشگاه تبریز نشان دادند بین رفتارهای شهروندی سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنادار مثبت وجود دارد. توجه به مفاهیم رفتارهای شهروندی سازمانی و کمک به استقرار و تقویت آن در دانشگاه، می‌تواند در توسعه کارآفرینی سازمانی و در نتیجه بهبود نوآوری در عرضه خدمات مفید، واقع شود. با توجه به پیشینه تحقیق بیان‌شده، فرضیه سوم به شرح زیر بیان می‌شود:

فرضیه سوم: رفتارهای شهروندی سازمانی بر رفتارهای کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنادار می‌گذارند.

مدل مفهومی پژوهش

پژوهش حاضر در پی بررسی نقش سرمایه اجتماعی در رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه است. در این تحقیق، سرمایه اجتماعی، متغیر مستقل، رفتار شهروندی سازمانی همزمان متغیر مستقل و وابسته و رفتارهای کارآفرینانه متغیر وابسته هستند.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش تحقیق

روش اجرای این پژوهش توصیفی-همبستگی و از نوع مدل‌سازی معادلات ساختاری با به‌کارگیری نرم‌افزار Amos است. در این پژوهش سه متغیر سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی)، رفتارهای شهروندی سازمانی و مؤلفه‌های آن (نوع‌دوستی، نزاکت (ادب و ملاحظه، وجدان، جوانمردی و رفتار مدنی)، و رفتارهای کارآفرینانه و مؤلفه‌های آن (کاهش تشریفات اداری، گرایش کارکنان به تغییر، زمینه حمایتی، آینده‌نگری کارکنان و محیط کاری پرتحرک) بررسی شد. جامعه آماری مشتمل بر کارکنان واحد ستادی گروه خودروسازی بهمن است. در این تحقیق روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌کار گرفته شد. با توجه به محدود بودن حجم جامعه آماری، از رابطه زیر برای تعیین حجم نمونه مورد نیاز استفاده شد.

$$n = \frac{N \left(Z_{\frac{\alpha}{2}} \right)^2 (p)(1-p)}{d^2 (N-1) + \left(Z_{\frac{\alpha}{2}} \right)^2 (p)(1-p)} = \frac{237 \left(1.96 \right)^2 (0.5)(0.5)}{0.05(236) + \left(1.96 \right)^2 (0.5)(0.5)} = 150$$

بنابراین، تعداد افراد نمونه ۱۵۰ نفر برآورد شد. ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز پرسشنامه بود. با بهره‌گیری از نظرهای استادان و کارشناسان، و اعمال نظرهای آن‌ها برای بهبود پرسشنامه بومی‌شده و کاربرد مقیاس‌های استاندارد، روایی محتوایی پژوهش به حد مطلوبی رسید. همچنین، روایی همگرایی پژوهش با محاسبه میانگین واریانس تبیین شده^۱ و پایایی پرسش‌های پژوهش نیز با دو معیار استاندارد رایج آلفای کرونباخ، و پایایی ترکیبی^۲ بررسی شد. کرونباخ^۳ (۱۹۵۱)، استاندارد بیش از ۰/۷ را برای آلفای کرونباخ بیان کرده است. همچنین، فورنل و لارکر^۴ (۱۹۸۱)، میزان بیش از ۰/۵ را برای میانگین واریانس تبیین شده و باگازی و یی^۵ استاندارد بیش از ۰/۶ را برای پایایی ترکیبی قابل قبول دانسته‌اند. با توجه به استانداردهای بیان‌شده، پایایی و روایی همگرایی پژوهش مناسب است (جدول ۲).

جدول ۲. سنجش پایایی و روایی همگرا

متغیر	مؤلفه‌ها	تعداد سوالات	آلفای کرونباخ	میانگین واریانس تبیین شده	پایایی ترکیبی	منبع
سرمایه اجتماعی	شناختی، ساختاری، رابطه‌ای	۲۰	۰/۸۳	۰/۵۹۸	۰/۷۶	ویپل و همکاران (۲۰۱۵)
رفتار شهروندی سازمانی	نوع دوستی، نزاکت و ادب، وجدان، جوانمردی، رفتار مدنی	۱۵	۰/۷۵	۰/۵۶۰	۰/۸۴	جان و یونگ (۲۰۱۲)
رفتارهای کارآفرینی	کاهش تشریفات اداری، گرایش کارکنان به تغییر، زمینه حمایتی، آینده‌نگری کارکنان، محیط کاری پرتحرک	۱۲	۰/۷۹	۰/۶۳۰	۰/۸۱	مرزبان (۱۳۸۹)

1. Average Variance Extracted (AVE)
2. Composite Reliability (CR)
3. Cronbach
4. Fornell & Larcker
5. Bagozzi & Yi

در ادامه، روایی واگرا بررسی شد. روایی واگرا میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش را نشان می‌دهد. روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان جذر میانگین واریانس تبیین شده برای هر سازه بیشتر از همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر در مدل باشد. بر مبنای جدول ۳، روایی واگرا تأیید شد (قطر اصلی ماتریس، جذر میانگین واریانس تبیین شده است).

جدول ۳. بررسی روایی واگرا

متغیر	سرمایه اجتماعی	رفتارهای شهروندی سازمانی	رفتارهای کارآفرینی
سرمایه اجتماعی	۰/۷۷۳		
رفتارهای شهروندی سازمانی	۰/۵۶۱	۰/۷۹۳	
رفتارهای کارآفرینی	۰/۵۶۶	۰/۵۴۴	۰/۷۴۸

یافته‌های پژوهش

در مدل‌یابی معادلات ساختاری، برازش مدل و معناداری روابط بررسی می‌شود. شاخص‌های برازش مدل شامل NFI، CFI، AGFI، GFI، RMSEA، Cmin/df است. برای مشخص کردن اینکه آیا شاخص‌ها برای مدل‌های اندازه‌گیری قابل قبول هستند، ابتدا باید همه مدل‌های اندازه‌گیری را جداگانه تحلیل کنیم. بر مبنای اتخاذ چنین روشی، ابتدا چهار مدل اندازه‌گیری مربوط به متغیرها، به‌طور مجزا آزمون شد. نتایج تحلیل عاملی انجام گرفته برای تعیین صحت مدل‌های اندازه‌گیری نشان داد مدل‌های اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی، رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینی قابل قبول هستند. نتایج تحلیل عاملی تأییدی به همراه شاخص‌های کلی برازش مدل‌های اندازه‌گیری در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. شاخص‌های کلی برازش مدل‌های اندازه‌گیری

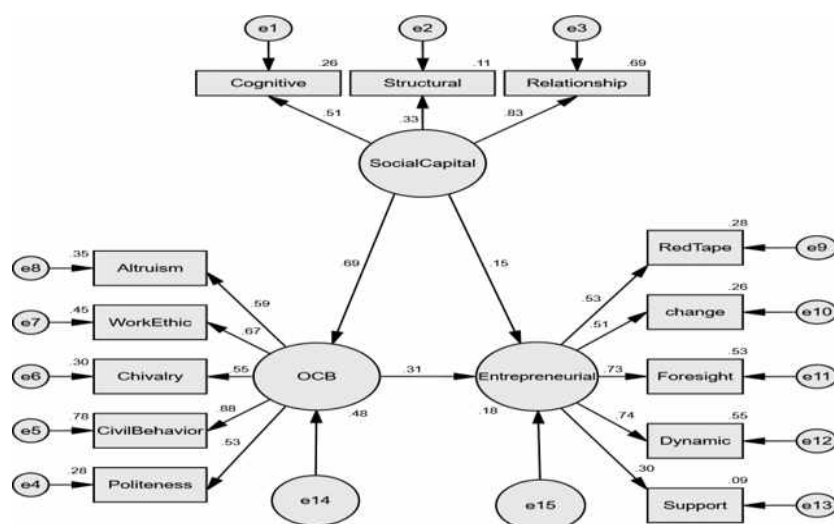
متغیر	Cmin/df	GFI	AGFI	CFI	NFI	RMSEA
سرمایه اجتماعی	۲/۲۱۱	۰/۹۹۷	۰/۹۷۲	۰/۹۹۸	۰/۹۹۶	۰/۰۵۶
رفتار شهروندی	۱/۴۹۱	۰/۹۹۶	۰/۹۸۰	۰/۹۹۸	۰/۹۹۵	۰/۰۳۶
رفتارهای کارآفرینی	۳/۶۶۲	۰/۹۷۳	۰/۹۳۰	۰/۹۶۸	۰/۹۵۶	۰/۰۵۳
سطح قابل قبول	>۵	>۰/۹GFI	>۰/۸AGFI	>۰/۹CFI	>۰/۹NFI	<۰/۰۸RMSEA

با توجه به جدول ۴، مدل‌های اندازه‌گیری از برازش مناسبی برخوردارند. پس از بررسی و تأیید مدل‌های اندازه‌گیری در گام اول، در گام دوم برای آزمون فرضیه‌ها مدل‌یابی معادلات ساختاری اجرا شد. در جدول ۵ شاخص‌های کلی برازش الگوی مفهومی پژوهش بیان شده است.

جدول ۵. شاخص‌های کلی برازش مدل ساختاری پژوهش

متغیر	Cmin/df	GFI	AGFI	CFI	NFI	RMSEA
مدل ساختاری	۴/۵۷۰	۰/۹۰۱	۰/۸۴۱	۰/۹۱۸	۰/۹۲۸	۰/۰۵۴
سطح قابل قبول	> ۵	> ۰/۹ GFI	> ۰/۸ AGFI	> ۰/۹ CFI	> ۰/۹ NFI	< ۰/۰۸ RMSEA

با توجه به مطالب یادشده می‌توان نتیجه گرفت شاخص‌های کلی، نشان‌دهنده برازش خوب الگو توسط داده‌ها است. به عبارت دیگر، داده‌های جمع‌آوری شده به خوبی الگو را حمایت می‌کنند. در ادامه، مدل ساختاری پژوهش ترسیم شده است. در این مدل ضرایب رگرسیونی بین متغیرهای تحقیق و بارهای عاملی نشان داده شده است. بارهای عاملی بزرگتر از ۰/۳ نشان می‌دهند متغیر مشاهده‌پذیر مقیاسی قابل اطمینان برای محاسبه متغیر پنهان است. اگر بارهای عاملی بین ۰/۳ تا ۰/۵ باشند، اگرچه نسبتاً ضعیف است، برای ادامه تحلیل کفایت می‌کند (ابارشی و حسینی، ۱۳۹۱، ص ۱۰۱).



شکل ۲. الگوی معادلات ساختاری پژوهش

پس از بررسی و تأیید الگو، برای آزمون معناداری فرضیه‌ها شاخص P بررسی شده است. مقادیر کمتر از ۰/۰۵ برای مقدار P ، نشان می‌دهد وزن‌های رگرسیونی در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. فرضیه‌ها به همراه ضرایب رگرسیونی و مقادیر P مربوط به هر فرضیه، در جدول ۶ بیان شده است.

جدول ۶. ضرایب رگرسیونی و نتایج آزمون فرضیه‌ها

شماره فرضیه	تأثیر متغیر...	بر متغیر...	ضریب رگرسیونی	عدد معناداری	نتیجه
۱	سرمایه اجتماعی	رفتارهای شهروندی سازمانی	۰/۶۹	۰/۰۰۴	تأیید فرضیه
۲	سرمایه اجتماعی	رفتارهای کارآفرینی	۰/۱۵	۰/۰۰۱	تأیید فرضیه
۳	رفتارهای شهروندی	رفتارهای کارآفرینی	۰/۳۹	۰/۰۳۴	تأیید فرضیه

با توجه به شکل ۲، ضریب تعیین رفتارهای کارآفرینانه برابر با ۰/۱۸ است که نشان می‌دهد دو متغیر سرمایه اجتماعی و رفتارهای شهروندی سازمانی در مجموع، ۱۸ درصد تغییرات رفتارهای کارآفرینانه را تبیین می‌کنند. همچنین، ۴۸ درصد تغییرات رفتارهای شهروندی سازمانی توسط متغیر سرمایه اجتماعی تبیین می‌شود.

بحث و نتیجه

رقابت فزاینده کسب و کارها، ضرورت حس همکاری صمیمانه و تشریک مساعی بین کارکنان را بیش‌ازپیش برجسته کرده است. به باور بسیاری از پژوهشگران، از بین ابعاد سرمایه اجتماعی، عامل اعتماد اهمیت بسزایی دارد. اعتماد اجتماعی موجب می‌شود بستر تعاملی مناسبی برای بروز رفتارهای شهروندی مثبت از سوی کارکنان فراهم شود که این امر در انجام دادن رفتارهای کارآفرینانه توسط آنان نقش قابل توجهی خواهد داشت. بنابراین، با تقویت اعتماد، نتایج رفتاری مثبت و پیشرفت سازمان در حوزه‌های کارکردی مربوط، قابل پیش‌بینی خواهد بود. در این تحقیق، رفتارهای شهروندی سازمانی به عنوان حلقه واسط میان سرمایه اجتماعی و رفتارهای کارآفرینانه در سطح ستاد گروه بهمن، بررسی شد و تأثیر متغیر مستقل سرمایه اجتماعی بر متغیرهای وابسته

رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه، در قالب ۳ فرضیه اصلی مطالعه شد. نتایج عمده مدل‌یابی معادلات ساختاری در ادامه تشریح شده است.

در فرضیه اول، ادعا شده بود سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر رفتارهای شهروندی سازمانی می‌گذارد. با توجه به اینکه مقدار ضریب رگرسیونی در سطح اطمینان ۹۵ درصد برای این رابطه برابر با ۰/۶۹ و عدد معناداری برابر با ۰/۰۰۴ است، می‌توان نتیجه گرفت داده‌های گردآوری‌شده این فرضیه را تأیید می‌کنند. نتایج این فرضیه با مطالعات حمیدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۵)، امین‌تجار و همکاران (۲۰۱۵)، دهقانی و همکاران (۱۳۹۴)، فرازی و همکاران (۱۳۹۱)، یزدان‌پناه و پوردال (۲۰۱۴)، یونی (۲۰۱۴)، آریانی (۲۰۱۲)، و کوکوبیو (۲۰۰۹) همخوانی و مطابقت دارد. بر این مبنا، پیشنهاد می‌شود مدیران از طریق تقویت فرهنگ وفاداری، اطاعت و مشارکت وظیفه‌ای و مشارکت اجتماعی، میان کارکنان دوستی، اعتماد و هویت ایجاد کنند. مدیران باید از طریق ایجاد فضای کاری مناسب در سازمان، میل کارکنان برای فداکاری و ترجیح منافع سازمانی بر منافع شخص و حمایت و دفاع از سازمان را افزایش دهند. برای این منظور کارکنان باید بکوشند در روابط و مراودات خود، مهارت‌های هوش عاطفی را یاد بگیرند و آن را افزایش دهند.

در فرضیه دوم، فرض شد سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر رفتارهای کارآفرینانه می‌گذارد. با توجه به اینکه مقدار ضریب رگرسیونی در سطح اطمینان ۹۵ درصد برای این رابطه برابر با ۰/۱۵ و عدد معناداری برابر با ۰/۰۰۱ است، می‌توان گفت این فرضیه تأیید می‌شود. نتایج این فرضیه با مطالعات انگلن و همکاران (۲۰۱۵)، کافچه و حسینی (۲۰۱۵)، ربیعی و صادق‌زاده (۱۳۹۰)، زائو و همکاران (۲۰۱۱)، قلی‌پور و همکاران (۱۳۸۷)، کاسون‌نيسار (۲۰۰۷)، کاسا و همکاران (۲۰۰۷)، گریور و همکاران (۲۰۰۵) و استون (۲۰۰۱) همخوانی دارد. بر مبنای نتیجه آزمون این فرضیه، پیشنهاد می‌شود مدیران با ساده‌سازی و کاهش قوانین، خلاقیت و نوآوری را بین کارکنان خود ترویج دهند و آزادی عمل بیشتری در اختیار کارکنان قرار دهند. همچنین، می‌توانند از طریق ایجاد اتاق‌های فکر یا استفاده از تکنیک‌های خلاقیت، نظیر گروه اسمی، طوفان فکری و جز آن، کارکنان را برای دادن ایده‌های نوآورانه ترغیب کنند. همچنین، پاداش دادن به

نوآوری کارکنان، ایجاد فرهنگ مخاطره‌پذیری منطقی و معقول برای کارآفرینی بین کارکنان، افزایش حمایت مدیریت از کارکنان و ایجاد جوی دوستانه و مبتنی بر همکاری به جای رقابت می‌تواند زمینه را برای بروز رفتارهای کارآفرینانه فراهم کند.

در فرضیه سوم، فرض شد رفتارهای شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر رفتارهای کارآفرینانه می‌گذارند. با توجه به اینکه مقدار ضریب رگرسیونی در سطح اطمینان ۹۵ درصد برای این رابطه برابر با ۰/۳۹ و عدد معناداری برابر با ۰/۰۳۴ به دست آمد، فرضیه سوم تحقیق تأیید شد. نتایج آزمون این فرضیه با مطالعات رضایی و همکاران (۱۳۹۴)، لطفی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲)، حسینی و کریمی (۱۳۹۱)، و پون (۲۰۱۲) مطابقت دارد. به مدیران پیشنهاد می‌شود با برقراری ارتباط مفید و مؤثر با کارکنان اهداف و ارزش‌های آنان را بشناسند و برای رسیدن به اهداف سازمان گام بردارند تا کارکنان برای موفقیت سازمان به‌طور شخصی احساس مسئولیت کنند و با رفتارهای کارآفرینانه، داوطلبانه و اختیاری خود باعث بهبود مؤثر انجام‌دادن وظایف و نقش‌های سازمان شوند.

همان‌طور که در مقدمه پژوهش نیز اشاره شد، محققان پیشین روابط میان متغیرهای مورد نظر را به‌طور عمده، به صورت دوه‌دو مطالعه کرده بودند. پژوهشگران ضمن ایجاد یک مدل نسبتاً کامل‌تر، در پی آن بودند تا در یک شرکت تولیدی و در قیاس با عوامل سخت‌افزاری سنتی مانند میزان پاداش، علل اقتصادی یا رقابت‌های بازار و جز آن، بر نقش مهم عوامل نرم در بروز و تقویت رفتارهای کارآفرینانه تمرکز کنند و آن‌ها را مورد توجه قرار دهند. از این رو، بر نقش مؤثر سرمایه اجتماعی (به عنوان یک عامل خاص رفتاری- روان‌شناختی) در توسعه ابعاد کارآفرینانه تأکید شد. همچنین، نتایج این پژوهش، برخلاف اکثر پژوهش‌های قبلی بر پایه معادلات ساختاری و روش تحلیل مسیر استوار بود که قابلیت مقایسه بهتری را میان فرضیه‌ها و نتایج به دست می‌دهد. مقایسه نتایج به‌طور تفکیکی و جزئی یکی از دستاوردهای پژوهش حاضر است.

به عنوان رهنمودی برای پیشبرد پژوهش‌های آینده در این زمینه، محققان می‌توانند ضمن تکمیل مدل‌سازی برای عوامل تأثیرگذار بر رفتارهای کارآفرینانه در سازمان، الگوی جامع‌تری را برای

عوامل تقویت کننده رفتارهای کارآفرینانه در سازمان ارائه دهند. در مدل یادشده می توان نقش عوامل سخت و نرم مؤثر بر کارآفرینی منابع انسانی درون سازمان را به طور همزمان و در قالب یک طرح تحقیقاتی واحد با یکدیگر مقایسه کرد و ضمن بهره گیری از رویکردهای تطبیقی در این زمینه، به نتایج و آموزه های ارزشمندی دست یافت.

منابع و مأخذ

۱. ابارشی، احمد و حسینی، سید یعقوب (۱۳۹۱). *مدل سازی معادلات ساختاری*. چاپ اول، تهران: انتشارات جامعه شناسان.
۲. احمدی، علی اکبر و فیض آبادی، حوریه (۱۳۹۰). بررسی ارتقای سرمایه اجتماعی در بهبود عملکرد سازمان (نمونه موردی: سازمان های ستادی شهرداری تهران). *فصل نامه مدیریت دولتی*، سال ۳، شماره ۶، صفحات ۷۸-۶۰.
۳. حسینی، سید عبدالرسول و کریمی، علیرضا (۱۳۹۱). بررسی رابطه رفتار شهروندی سازمانی و کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان فارس). *همایش ملی دانشگاه کارآفرین (صنعت دانش محور)*، بابل سر، دانشگاه مازندران، ۲۵ اردیبهشت ماه، ۱۳۹۲.
۴. حمیدی زاده، علی، رشید، علی اصغر و سلطانی نژاد، نیما (۱۳۹۵). شکل گیری رفتارهای شهروندی سازمانی بر مبنای انگیزه خدمت محور، سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان بانک های دولتی شهر کرمان). *مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره ۳، شماره ۲، صفحات ۲۵۰-۲۳۳.
۵. دهقانی، محمد، مصطفای، داوود، حیوی حقیقی، محمدحسین، استبصاری، فاطمه، رفعتی، شیده و خرمی، فرید (۱۳۹۴). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان بیمارستان های آموزشی درمانی دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان. *مجله اطلاع رسانی پزشکی نوین*، سال ۱، شماره ۱، صفحات ۳۲-۲۴.
۶. ربیعی، علی و صادق زاده، حکیمه (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی. *فصل نامه رفاه اجتماعی*، سال ۱۱، شماره ۴، صفحات ۲۰۲-۱۹۱.
۷. رضایی، بیژن، نادری، نادر، جعفری، حبیب و عبید عبدالزهره، میثم (۱۳۹۴). بررسی تأثیر ابعاد رفتار شهروندی سازمانی بر کارآفرینی سازمانی. *اولین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت*

- و نوآوری در کسب و کار، گیلان، مؤسسه پویندگان اندیشه‌های نو و شهرداری صومعه‌سرا، ۲۹ شهریورماه ۱۳۹۴.
۸. رضائی، روح‌الله و درینری، روح‌الله (۱۳۹۲). بررسی نقش مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی. *فصل‌نامه مدیریت دولتی*، دوره ۵، شماره ۳، صفحات ۴۳-۶۲.
۹. شمسی، زهرا، محبعلی‌پور، منیره و الوداری، حسن (۱۳۹۴). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره ۲، شماره ۱، صفحات ۱۳۶-۱۱۷.
۱۰. فرازی، کمال، واعظی، مظفرالدین و جبلی سینکی، عبدالله (۱۳۹۱). رابطه سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در دفتر مرکزی یک شرکت بیمه در شهر تهران. *مجله بیمه (صنعت بیمه سابق)*، سال ۲۷، شماره ۲، صفحات ۱۷۱-۱۵۹.
۱۱. لطفی‌زاده، مهدی، سلیمانی تفتی، سعید و یکتا، علی (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه تبریز. *همایش ملی دانشگاه کارآفرین (صنعت دانش محور)*، بابل‌سر، دانشگاه مازندران، ۲۵ اردیبهشت‌ماه، ۱۳۹۲.
۱۲. مرزبان، شیرمراد، مقیمی، سید محمد و عربیون، ابوالقاسم (۱۳۸۹). تأثیر جو کارآفرینی سازمانی بر رفتار کارآفرینانه مدیران. *فصل‌نامه اقتصاد و تجارت نوین*، شماره‌های ۲۱ و ۲۲، صفحات ۱-۲۵.
۱۳. مصباحی جهرمی، نگارالسادات، ادیب‌زاده، مرضیه؛ نخعی، سکینه و حسینی، سید محمود (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی و رفتار شهروندی سازمانی (بررسی نقش تعدیلگری هوش هیجانی کارکنان). *مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره ۲، شماره ۳، صفحات ۳۶۷-۳۹۲.
14. ÁlvarezJordi, E.C. & Romani, J.R. (2017). Measuring social capital: further insights. *Gac Sanit*, 31(1), 57-61.
15. Amintojar H., Shekari G.A., & Zabihi M.R. (2015). The effect of social capital on organizational citizenship behavior: A case study of employees in Mashhad Municipality. *International Journal of Organizational Leadership*, 4, 144-153.

16. Appelbaum, S., Bartolomucci, N., Beaumier, E., Boulanger, J., Corrigan, R., Dore, I., Girard, C. & Serroni, C. (2004). Organizational citizenship behavior: a case study of culture. *Leadership and Trust Management Decision*, 42(1), 13-40.
17. Ariani, D.W. (2012). 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.
18. Bolino, M.C., Turnley, W.H., Blood good, J.M. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of Management Review*, 27(4), 505-522.
19. Engelen, A., Kaulfersch, A. & Schmidt, S. (2015). The contingent role of top management's social capital on the relationship between entrepreneurial orientation and performance. *Journal of Small Business Management*, Available at <http://onlinelibrary.wiley.com>.
20. Jack, S.L., Hyman, J. & Osborne, F. (2006). Small entrepreneurial venture culture, change and the impact on HRM: A critical review. *Human Resource Management Review*, 16(4), 456-466.
21. Jung, H.S. & Yoon, H.H. (2012). The effects of emotional intelligence on counterproductive work behaviors and organizational citizen behaviors among food and beverage employees in a deluxe hotel. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 369-378.
22. Kafcheh, P. & Hosseini, S.E. (2015). Relationship between social capital and entrepreneurship in developing countries (case study: Kurdistan Province of Iran). *ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives*, 4(1), 72-81.
23. Kale, P., Singh, H. & Perlmutter, H. (2000). Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: Building relational capital. *Strategic Management Journal*, 21(3), 217-237.
24. Khasawneh, S. (2011). Shared leadership and organizational citizenship behaviour in Jordanian public universities: Developing a global workforce for the 21st century. *Educational Management Administration and Leadership*, 39(5), 621-634.
25. Kokobyo, A.K. (2009). Operant competence, organizational social capital, organizational commitment and organizational citizenship behavior. *Uganda Scholarly Digital Library*. Available at <http://hdl.handle.net>.
26. Lawson, B., Tyler, B.B. & Cousins, P.D. (2008). Antecedents and consequences of social capital on buyer performance improvement. *Journal of Operations Management*, 26(3), 446-460.
27. Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the organizational advantage. *The Academy Of Management Review*, 23(2), 242-266.
28. Organ, D.W. (1988). *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington, MA: Lexington Books.
29. Poon, P.H. & Diep, T. (2012). Social capital and female entrepreneurship in rural regions: Evidence from Vietnam. *Applied Geography*, 35(3), 308-315.
30. Unni, A.S.V. (2014). A study of relationship between social capital and organizational

- citizenship behaviors. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 2(4), 76-81.
31. Whipple, J. M., Wiedmer, R. & Boyer, K. (2015). A dyadic investigation of collaborative competence, social capital, and performance in buyer-supplier relationships. *Journal of Supply Chain Management*, 51(2), 3-21.
32. Yazdanpanah, R. & Pordal, A. (2014). The relationship between Social Capital and Organizational Citizenship Behaviour (Case study: Yasouj Education and Training). *Indian Journal of Fundamental and Applied Life*, 4(S4), 2092-2099.
33. Zhao, W., Ritchie, B. & Echtner, M. (2011). Social capita and tourism entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1570-1593.