

علمی-پژوهشی

فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر

سال هفتم، شماره دوم، پیاپی (۲۱)، تابستان ۱۳۹۲

تاریخ دریافت: ۹۱/۹/۱۲ تاریخ پذیرش: ۹۱/۱۱/۱۱

صص ۱۷۸ ° ۱۵۳

بررسی ارتباط ابعاد سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان گمرکات استان کردستان)

یعقوب احمدی*^۱، اسعد محمدی بلبان آباد^۲

چکیده

سرمایه اجتماعی مفهومی چندبعدی و چندلایه است که در سال‌های اخیر در حوزه‌های گوناگون علوم اجتماعی، اقتصاد و علوم سیاسی مطرح شده است. سرمایه اجتماعی به مثابه یک کل عبارت است از ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی‌ای که می‌توانند حس همکاری و اطمینان را در میان افراد یک جامعه پدید آورند. بسیاری از جامعه‌شناسان و متفکران حوزه‌های علوم اجتماعی بر این باورند که توجه به سرمایه اجتماعی یکی از ابعاد مهم توسعه جوامع است. بر این اساس، مقاله حاضر به بررسی ارتباط میان سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان گمرکات استان کردستان در سال ۱۳۹۰ پرداخته است. پژوهش حاضر به روش

yahmady2001@yahoo.com

۱- استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور

۲- مدرس دانشگاه پیام نور و دبیر آموزش و پرورش

توصیفی از نوع پیمایشی انجام پذیرفته است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده که بعد از برآورد اعتبار و پایایی (از طریق تحلیل عاملی) در بین پاسخگویان توزیع گردیده است. جامعه آماری این پژوهش را کارکنان گمرک استان کردستان تشکیل داده‌اند که از میان آنان ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه آماری تعیین شدند و در نهایت ۱۱۰ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج آزمون فرضیات بیانگر این است که بین ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی، رابطه‌ای) و کارکنان گمرکات استان کردستان و رفتار شهروندی سازمانی آنان رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. نتیجه تحلیل رگرسیونی بیانگر این است که ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی، رابطه‌ای) به طور خالص ۰.۶۸۷ درصد از واریانس رفتار شهروندی سازمانی در معادله را تبیین می‌کنند، و از میان متغیرهایی که وارد معادله شده‌اند، متغیر وابسته، از بعد شناختی سرمایه اجتماعی بیشتر تأثیر می‌پذیرد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، وظیفه‌شناسی، فضیلت مدنی، رفتار شهروندی سازمانی، گمرک

مقدمه

رفتار شهروندی سازمانی^۱ یکی از ابعاد مهم جامعه‌شناختی سازمان های خدماتی از جمله گمرک است. کارکنان می‌توانند نقش مهمی در ارتقا و کیفیت سازمان خود ایفا کنند. آنان با رفتارهای نوع دوستانه و جوانمردان، همراه با ادب و مهربانی، خوش خویی و حس وظیفه‌شناسی به افزایش کیفیت ارائه خدمات بیمه‌ای در سازمان کمک مؤثری خواهند کرد. مفهوم رفتار شهروندی سازمانی را اولین بار ارگان (۱۹۸۸) مطرح کرد؛ به زعم وی رفتار شهروندی سازمانی شامل رفتارهای اختیاری کارکنان است که جزئی از وظایف رسمی آنها نیست و مستقیماً از سوی سیستم رسمی پاداش سازمان در نظر گرفته نمی‌شود؛ اما میزان اثربخشی سازمان را افزایش می‌دهد (Martin Ruiz, 2004: 29).

محققان زیادی از جمله چن، هیون و سگو^۲ (۱۹۹۸) و کارامابا (۱۹۸۹) به تأثیر رفتار

شهروندی سازمانی بر موفقیت سازمان‌ها پی برده‌اند. جورج (۱۹۹۶) معتقد است توجه به رفتارهای شهروندی سازمانی به این دلیل در سازمان‌ها مهم بوده که سازمان‌ها از طریق شرح شغل رسمی قادر نیستند طیف وسیعی از رفتارهای مورد نیاز تحقق اهداف را انتظار داشته باشند (هویدا و نادری، ۱۳۸۸: ۱۰۴). رفتار شهروندی سازمانی دارای ابعاد متفاوتی است که درباره ابعاد آن هنوز توافقی میان محققان وجود ندارد. اسمیت، ارگان و می‌یر^۱ (۱۹۸۳) به دو حیطه نوع دوستی و پذیرش عمومی اشاره کرده‌اند. آندرسون و گرینگ^۲ رفتار شهروندی سازمانی را در بعد فردی شامل رفتار جهت‌گیری شده به سوی افراد و در بعد سازمانی جهت‌گیری شده به سمت سازمان تقسیم بندی می‌کنند (هویدا و نادری، ۱۳۸۸: ۱۰۴). نت می‌یر و همکارانش (۱۹۹۷) مدلی را توسعه داده‌اند که رفتار شهروندی سازمانی را در چهار مقوله طبقه‌بندی کرده‌است: جوانمردی، فضیلت مدنی، وظیفه‌شناسی و نوع دوستی (Martin Ruiz, 2004: 30). در مجموع پنج بعدی که بیشتر مورد پذیرش بوده‌اند عبارتند از: نوع دوستی، وظیفه‌شناسی، احترام و تکریم، جوانمردی و فضیلت مدنی^۳ (فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۰ و Ahmadi & et al, 2010: 110). ارگان (۱۹۸۸) معتقد است این گونه رفتارها اعتماد (یکی از شاخص‌های سرمایه اجتماعی) را در میان کارکنان افزایش می‌دهد. ارگان معتقد است در صورت تقویت ویژگی‌های مذکور در سازمان‌ها، کارکنان به دنبال اصلاح عملکرد خود در حین انجام وظایف و فعالیت‌های سازمانی خواهند بود و نقش خود را به خوبی ایفا خواهند کرد. یکی از متغیرهایی که انتظار می‌رود با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان رابطه داشته باشد، سرمایه اجتماعی است. مفهوم سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبعی با ارزش اشاره دارد و با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود و در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثر بخشی خود را از دست داده و پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار و دشوار می‌شود. سرمایه اجتماعی چه در سطح مدیریت کلان و چه در سطح مدیریت سازمانها و بنگاهها، می‌تواند شناخت جدیدی از سیستم‌های اقتصادی- اجتماعی ایجاد کند و به مدیران در هدایت

1 Simith , organ & near

2 Anderson & Gerbing

3 Civic Virtue

بهرتر سیستم یاری رساند (الوانی و دیگران، ۱۳۸۶: ۳۶).

مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان سرمایه اجتماعی ایجاد می کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می سازند. از سوی دیگر، سرمایه اجتماعی به زندگی فرد، معنی و مفهوم می بخشد و زندگی را لذت بخش تر می سازد (الوانی و دیگران، ۱۳۸۵). تحقیقات پیشین نشان داده است که سازمان های دارای سطوح بالایی از سرمایه اجتماعی هستند دارای افرادی هستند که نسبت به سازمان متعهد هستند و کارمندان در کارهای سازمانی درگیر می شوند و به سازمان هویت می دهند. و کارمندانی که شاهد نرم های ارتباطی قوی در سازمان هستند بیشتر به اهداف و ارزش های سازمان پایبند هستند، با افزایش ارتباطات میان افراد هزینه تبادلات کمتر شده و این یک مزیت رقابتی برای سازمان است (Archibong & Anyansi, 2004).

سرمایه اجتماعی، نقشی بسیار مهمتر از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان ها و جوامع ایفا می کند و شبکه های روابط جمعی و گروهی، انسجام بخش میان انسان ها، سازمان ها و انسان ها و سازمان ها با سازمان هاست. در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه ها اثربخشی خود را از دست می دهند و بدون سرمایه اجتماعی، پیمودن راههای توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار و دشوار می شوند. سازمان ها با شناخت و شناسایی ابعاد سرمایه اجتماعی خود می توانند درک بهتری از الگوی تعاملات بین فردی و گروهی داشته باشند و با استفاده از سرمایه اجتماعی می توانند سیستم های سازمانی خود را بهتر هدایت نمایند (علوی، ۱۳۸۰). نتایج مطالعات پدساکوف و همکارانش^۱ نشان می دهد که تا سال ۲۰۰۰ میلادی متجاوز از ۱۶۰ مطالعه برای شناسایی عوامل تأثیرگذار بر رفتار شهروندی سازمانی انجام شده، در حالی که تحقیقات بر روی تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر مباحث سرمایه اجتماعی کمتر از انگشتان یک دست است (مقیمی، ۱۳۸۵: ۱۷۴). در واقع این تحقیقات به دلیل عدم توجه به شبکه روابط اجتماعی (سرمایه اجتماعی) یعنی عوامل غیر اقتصادی، مورد انتقاد قرار گرفته اند.

سرمایه اجتماعی، همکاری، تعهد، تسهیم اطلاعات و اعتماد را ایجاد می کند. همچنین مشارکت حقیقی را در سازمان ارتقا می بخشد که به موفقیت و اثربخشی کارکنان منجر

1 Podsakoff & Mackenzie & paine and Bachrach

می‌شود. استفاده از ارتباطات و روابط اجتماعی برای دستیابی به هدف‌های افراد، گروه‌های اجتماعی و سازمان ضروری است (Timberlake, 2005). امروزه به این مهم پی‌برده‌اند که توسعه هر جامعه در گرو افزایش سطح سرمایه اجتماعی سازمان‌ها و نهادهای فعال در آن است (امیرخانی و دیگران، ۱۳۸۷: ۲۰). با توجه به مطالب مطرح شده پرسش‌هایی که این نوشتار در صدد پاسخ به آن است، به شرح زیر است:

- وضعیت رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی کارکنان گمرکات استان کردستان چگونه است؟

- آیا بین ابعاد سرمایه اجتماعی کارکنان گمرکات استان کردستان و رفتار شهروندی سازمانی آنان رابطه‌ای وجود دارد؟

مبانی نظری

سرمایه اجتماعی^۱

مفهوم سرمایه اجتماعی برای اولین بار در سالهای دهه ۱۹۲۰ از سوی لیدا جادسون هانیفن در کتابی با عنوان "مرکز اجتماع" (۱۹۲۰) و بعدها نیز در دهه ۱۹۶۰ توسط جین جاکوبز در کتاب تاثیر گذارش به نام "مرگ و زندگی در شهرهای بزرگ امریکا" (۱۹۶۱) به حوزه علوم اجتماعی معرفی شد. اما از دهه ۱۹۸۰ به بعد، به طور جدی توسط رابرت پاتنام، پیر بوردیو، جیمز ساموئل کلمن، فوکویاما و اندیشمندان دیگر وارد مباحث جامعه‌شناسی، اقتصاد، علوم سیاسی، مدیریت و... شده است. پیش‌تر نیز، اندیشمندانی چون توکویل، میل، دورکهایم و زیمل از منافع اجتماعی عضویت در تشکلات داوطلبانه، بسیار سخن رانده بودند. از نظر آنها، مشارکت شهروندان در جامعه محلی و انجام فعالیت‌های داوطلبانه، رفتارهای اجتماعی و منافع ناشی از پیوندهای اجتماعی را به مردم می‌آموزد: رفتارهایی نظیر اعتماد، رابطه متقابل، یکپارچگی و همکاری.

در سال‌های اخیر بیشتر موضوعات و درون مایه‌های فوق، در بررسی‌هایی درباره سرمایه اجتماعی یافت شده‌اند. در همین راستا، صاحب نظران مختلف تعاریف متفاوت، البته با

محتوا و مضامین تقریباً مشترک از سرمایه اجتماعی ارائه داده‌اند که این تفاوت‌ها بیشتر به حوزه مورد بررسی این اندیشمندان و اینکه آنها سرمایه اجتماعی را به عنوان علت یا معلول در آن حوزه مورد بررسی قرار داده‌اند، برمی‌گردد. کاستلیونه در کتاب راهنمای سرمایه اجتماعی تعریفی جامع و مختصر از این مفهوم ارائه می‌دهد: «ارزش تمام منابع و منافع که فرد از طریق جایگاهش در ارتباط با دیگران به دست آورده و یا در کنترل می‌گیرد» (Castiglione et al, 2008:18). فرانسیس معتقد است که «سرمایه اجتماعی» عبارتست از دانش، ادراک، هنجارها، قوانین و انتظارات مشترک درباره الگوهای تعاملات که گروهی از افراد در برخورد با مسائل پیچیده اجتماعی، موقعیت‌های کنش جمعی با خود به سازمان می‌آورند (فرانسیس، ۲۰۰۲). رابرت پاتنام در کتاب "دموکراسی و سنت‌های مدنی" سرمایه‌ی اجتماعی را عبارت از ویژگی‌ها، کنش‌ها و ساختارهای گوناگون سازمان اجتماعی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که می‌توانند با تسهیل اقدامات هماهنگ، کارایی جامعه را بهبود بخشند (پاتنام، ۱۳۸۰: ۲۸۵). در این تعریف پاتنام هم به اجزای تشکیل دهنده‌ی سرمایه اجتماعی از قبیل اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی اشاره می‌کند و هم نتایج و کارکردهای آن را مد نظر قرار داده‌است که از نظر وی بهبود کارایی جامعه می‌باشد. بر اساس نظر پاتنام چنین جهت‌گیری‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی را ایجاد می‌کند و در فعالیت‌های مردم در انجمن‌های داوطلبانه و در اعتمادشان به شهروندان منعکس می‌شود. از نگاه او سرمایه اجتماعی به شکل یک پدیده فرهنگی تعریف می‌شود که میزان تمایل به فعالیت مدنی در اعضای جامعه، وجود هنجارهای اجتماعی اشاعه دهنده کنش جمعی و میزان اعتماد به نهادهای عمومی را دربر می‌گیرد (شجاعی، ۱۳۸۷: ۳۹۵).

ولکاک و نارایان سرمایه اجتماعی را هنجارها و شبکه‌هایی می‌دانند که مردم را قادر می‌سازند تا دست به کنش جمعی بزنند (ولکاک، ۱۳۸۴: ۵۳۰). بیکر مفهوم سرمایه اجتماعی را منبعی تعریف کرده‌است که کنشگران آن را از ساختارهای خاص اجتماعی برمی‌گیرند و سپس در پیگیری منافع خود به کار می‌برند. سرمایه اجتماعی به واسطه تغییر در روابط کنشگران به وجود می‌آید (پورتس، ۱۳۸۴: ۳۱۴). از دیدگاه فوکویاما سرمایه اجتماعی شکل و نمونه ملموسی از یک هنجار غیررسمی است که باعث ترویج همکاری بین دو یا چند فرد شود.

(فوکویاما، ۱۳۸۴: ۱۶۹). بورديو اين مفهوم را به عنوان حاصل جمع منابع بالفعل يا بالقوه‌ای که به مالکیت شبکه پایدار مناسبات کمابیش نهادی شده ارتباط یا شناخت متقابل مربوط اند، تعریف کرده‌است (پورتس، ۱۳۸۴: ۳۰۸).

جدول شماره ۱: تعاریف سرمایه اجتماعی از دیدگاه صاحب‌نظران مختلف

اندیشمندان	تعاریف
کارل مارکس	همبستگی از روی اجبار: پناهندگان و مهاجران در کنار هم در یک محله
زیمل	داد و ستدهایی که افراد در زندگی اجتماعی صورت می‌دهند، قواعد و هنجارهای آن.
امیل دورکیم	تعهداتی که مبنای آنها ارزشها و هنجارهای اجتماعی است.
ماکس وبر	مفاهیمی که به اعتماد معطوف‌اند.
پیر بورديو	منابع بالقوه یا واقعی که حاصل شبکه‌ای ماندگار از روابط کم و بیش نهادینه شده آشنایی و شناخت متقابل.
جیمز کلمن	روابط میان اشخاص، گروهها و اجتماعات که کنش‌ها را تسهیل می‌کند.
رابرت پاتنام	مجموعه‌ای از خصایص و مفاهیم از سازمان اجتماعی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه که می‌توانند کارایی سازمان را تسهیل کنند.
فوکویاما	مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی که اعضای گروهی که در میانشان تعاون و همکاری است در آن سهیم هستند.
لین	مجموعه شبکه‌ها و کنشهای متقابل افراد که موجبات موفقیت و کنش را فراهم می‌آورد.
گلن لوری	تفاوت در میزان برخورداری از فرصت‌ها (از طریق ارتباطات اجتماعی)، برای جوانان وابسته یا غیر وابسته به اقلیت‌های نژادی.
بیکر	منبعی که کنشگران آنرا از ساختارهای خاص اجتماعی می‌گیرند.
اینگلهارت	فرهنگ اعتماد و مدارا که در آن شبکه‌های گسترده سازمان‌های داوطلبانه می‌روید.
شیف	مجموعه‌ای از عناصر ساختار اجتماعی که بر روابط میان مردم اثر می‌گذارد.

منبع: احمدی، ۱۳۸۵

عناصر و مولفه‌های سرمایه اجتماعی

بنا به نظر ناهاپیت و گوشال^۱ (۱۹۸۸) 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 آن جا که سرمایه اجتماعی شامل مجموعه‌ای از روابط است، بنابراین جنبه‌های متفاوتی را دربر می‌گیرد و می‌توان آن را در سه بعد مورد بررسی قرار داد: بعد ساختاری، بعد رابطه‌ای و بعد شناختی (الوانی و عبدالله پور، ۱۳۸۷: ۱۲).

بعد ساختاری سرمایه اجتماعی

تعریف پورتر^۱ از سرمایه اجتماعی بر بعد ساختاری تأکید دارد. وی معتقد است که سرمایه اجتماعی، قابلیت افراد برای در اختیار داشتن منابع کمیاب به واسطه کیفیت عضویت در شبکه‌ها یا ساختارهای اجتماعی وسیع تر است؛ تعریفی که کلمن از سرمایه اجتماعی بیان می‌کند بر جنبه ساختاری آن تأکید دارد. وی اظهار می‌دارد که سرمایه اجتماعی متشکل از جنبه‌ای از ساختار اجتماعی است که کنش افراد درون ساختار را تسهیل می‌کند (Islam et al, 2006). آن چه که در بعد ساختاری سرمایه اجتماعی اهمیت دارد وجود یا فقدان اتصالات شبکه بین افراد و پیکره‌بندی شبکه است.

بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی

این نوع از سرمایه به تجلیات انتزاعی تر سرمایه اجتماعی از قبیل، اعتماد، هنجارها و ارزش‌هایی اشاره دارد که کنش‌های متقابل میان مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهند. این ارزشها بیشتر شامل اعتماد، انسجام، همکاری، گذشت و فرهنگ مدنی است که در بین اعضای یک اجتماع مشترک می‌باشد و باعث همکاری افراد آن اجتماع با همدیگر برای رسیدن به منافع مشترک می‌شود. بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر میزان اعتماد و روابط متقابل میان اعضاء یک واحد اجتماعی اشاره دارد (Lock Lee, 2005:123). اعتماد عامل بسیار مهم و حیاتی در فراهم آوردن ارتباطات متقابل اثربخش میان اعضاست. مواردی مانند میزان اعتماد اعضا به یکدیگر، تمایل به همکاری به افراد با نظر مخالف در یک واحد و میزانی که اعضا روی گفته همکاران خود حساب می‌کنند نشان دهنده میزان اعتماد متقابل در میان اعضا یک واحد اجتماعی است

(الوانی و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۳).

بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی به انواع روابط فردی می‌پردازد که افراد در طول تعاملات خود ایجاد می‌کنند. کانون توجه بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر روابط خاصی از قبیل: احترام، اعتماد، امانت‌داری، مهربانی و صمیمیت استوار است که افراد در برخورد خود با دیگران به نمایش می‌گذارند؛ برای مثال دو کارآفرین که دو شبکه مشابه و موقعیت مشابهی دارند، اگر روابط شخصی شان با دیگر اعضای شبکه متفاوت باشد، کنش‌ها و نتایجی که به دست می‌آورند، به احتمال زیاد متفاوت خواهد بود؛ به عبارت دیگر هر چند افراد از نظر ساختاری موقعیت مشابهی داشته باشند، اما اگر روابط متفاوتی در پیش بگیرند، نتایج متفاوتی کسب خواهند کرد، اعتماد باعث پیوندهای قوی می‌شود و این پیوندها به نوبه خود تبادل اطلاعات را تسهیل می‌کند (الوانی و عبدالله پور، ۱۳۸۷: ۱۵).

بعد شناختی سرمایه اجتماعی

بعد شناختی شامل ادراک، باورها و تصورات فرهنگی و اجتماعی مشترک است که به وسیله مفاهیم و خاطرات مشترک و یا زبان مشترک مورد پذیرش افراد قرار گرفته و میان آن‌ها باقی می‌ماند؛ این بعد شامل هدف‌های مشترک و فرهنگ مشترک است. هدف‌های مشترک، میزان درک و دیدگاه مشترک اعضای واحد اجتماعی نسبت به اهداف و نتایج فعالیت‌های گروه است. و فرهنگ مشترک نیز در بردارنده میزان هنجارهای رفتاری مشترک میان اعضاست. به عنوان مثال تا چه میزان در میان اعضا تمایل وجود دارد تا در فعالیت‌های گروهی سازمان شرکت کنند نشان دهنده میزان فرهنگ میان اعضاست (الوانی و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۳).

بنا به نظر ناهایت و گوشال (۱۹۸۸) بعد شناختی سرمایه اجتماعی به آن منابعی اطلاق می‌شود که اظهارات، برداشت‌ها و سیستم‌های معانی مشترک در بین اعضای گروه را فراهم می‌کند؛ به نظر کلمن وقتی می‌توان گفت هنجار وجود دارد که به طور اجتماعی برای تمامی اعضا تعریف شده باشد و برای کنترل رفتار تمامی افراد و نه فقط یک نفر خاص مورد استفاده قرار گیرد.

اهمیت سرمایه اجتماعی در سازمان و مدیریت

از دوران گذشته توجه به سازمان ها به عنوان بازیگران اجتماعی و نیز دقت صاحب نظران به نیازها و مسائل اجتماعی مرتبط با سازمان، زمینه مساعدی را برای گسترش مفهوم سرمایه اجتماعی در حیطه سازمان ایجاد نموده است. سرمایه اجتماعی از یک منظر پدیده‌ای مدیریتی است و برای آن ویژگی‌های گوناگونی تعریف شده که شامل اعتماد (هنجارها)، ارزش و رفتارهای مشترک، ارتباطات، همکاری، تعهد متقابل، شناخت متقابل و شبکه‌ها می‌باشد (Vilanova & Josa, 2003:30). سازمان‌هایی که درای سطوح بالاتر سرمایه اجتماعی هستند، احتمال دارد تا نسبت به رقبایشان که دارای سرمایه اجتماعی کم تری هستند، موفق‌تر باشند (Nahapiet & Ghoshal, 1998:250). از سوی دیگر بین سرمایه اجتماعی و تعهد کارکنان، انعطاف‌پذیری سازمان، مدیریت مناسب کنش جمعی و ایجاد سطوح بالایی از سرمایه مفهومی، رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است. بنابراین سرمایه اجتماعی می‌تواند عملکرد سازمانی را ارتقا دهد (Bolino & et al, 2003:63). سرمایه اجتماعی سازمانی، یک دارایی است که هم برای سازمان از طریق ایجاد ارزش برای ذینفعان و هم برای اعضای سازمان از طریق ارتقای مهارت کارکنان مفید و سودمند است (Leana & Van Buren, 1999:538).

رفتار شهروندی سازمانی

مفهوم رفتار شهروندی سازمانی شامل رفتارهای اختیاری کارکنان است که جزئی از وظایف رسمی آنها نیست و مستقیماً از سوی سیستم رسمی پاداش سازمان در نظر گرفته نمی‌شود؛ ولی میزان اثربخشی سازمان را افزایش می‌دهد (Organ, 1988:4). ارگان همچنین رفتار شهروندی کارکنان را به عنوان اقدامات مثبت بخشی از کارکنان برای بهبود بهره‌وری و همبستگی و انسجام در محیط کاری می‌داند که ورای الزامات سازمانی است (Hodson, 2002:70). این رفتارها با وجود اینکه در ارزیابی‌های سستی عملکرد شغلی به طور ناقص اندازه‌گیری می‌شدند و یا حتی گاهی اوقات مورد غفلت قرار می‌گرفتند، اما در بهبود اثربخشی سازمانی مؤثر بودند (احمدی، ۱۳۸۸: ۲). رفتار شهروندی سازمانی برای بقای سازمان حیاتی است. بر طبق دیدگاه نظریه پردازانی همچون ارگان رفتار شهروندی سازمانی می‌تواند

کارایی را حداکثر ساخته و عملکرد موثر سازمانی را ارتقاء بخشد (Murphy & et al,2002:288).

به زعم جوت، اسکولار و میلر^۱ (۲۰۰۶) فرض بر این است که اگر کارکنان در رفتارهای شهروندی سازمانی سهمیم باشند و در بهبود آن مشارکت ورزند، موقعیت کاری اثربخش تر و کارها روان تر انجام می شود. پودساکف، مکنزی، مورمن و فیتز^۲ (۱۹۹۱) به هفت کارکرد رفتار شهروندی سازمانی اشاره می کنند. بر اساس نظر جن (۱۹۸۸) صرف وجود رفتار شهروندی سازمانی، باعث کاهش و نزول ترک خدمت و غیبت کارکنان می گردد و کارکنانی که به سازمان متعهد هستند با سازمان به مدت طولانی باقی می مانند و خدماتی با کیفیت بالا ارائه می دهند و به موقعیت سازمان بر اساس رویکردهای متنوع و مختلف کمک می کنند، از لحاظ منطقی، رفتار شهروندی سازمانی، ممکن است یک محیط کاری بهتر درون سازمانی را ارتقا دهد (koopman,2001: 6-7).

ابعاد رفتار شهروندی

درباره ابعاد رفتار شهروندی سازمانی هنوز توافقی واحدی میان محققان وجود ندارد (فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۰). اسمیت، ارگان و می یو (۱۹۸۳) به دو حیطه نوع دوستی و پذیرش عمومی اشاره کرده اند. آندرسون و گرینگ^۳ (۱۹۸۸) رفتار شهروندی سازمانی را در بعد فردی، شامل رفتار جهت گیری شده به سوی افراد و در بعد سازمانی، شامل رفتار جهت گیری شده به سمت سازمان تقسیم بندی می کنند (mohammad,2004: 58-59).

فارح و همکارانش (۱۹۹۷) مؤلفه های رفتار شهروندی سازمانی را با توجه به شرایط فرهنگی کشور چین در قالب موارد آداب اجتماعی، نوع دوستی، وجدان کاری، هماهنگی متقابل شخصی و محافظت از منابع سازمانی مورد بررسی قرار داده اند (Markoczy and xin,2004:28-29). بولینو، البرت مورمن، نهیف، ارگان، وان سکا، مارک سی، وان داین، اسمیت تی بوت و ولگر، مؤلفه های فداکاری، وظیفه شناسی، توجه، مشارکت، وفاداری و

1 Jeweett , Scholar & Miller

2 Podskoff , Makenzie & Moorman

3 Anderson & Gerbing

تحمل پذیری را به عنوان شاخص های رفتار شهروندی سازمانی قرار داده‌اند (زارعی متین و همکاران، ۱۳۸۵: ۳۷). نت می‌یر^۱ و همکارانش (۱۹۹۷) مدلی را توسعه داده‌اند که رفتار شهروندی سازمانی را در چهار مقوله طبقه‌بندی کرده‌است: جوانمردی، فضیلت مدنی، وظیفه‌شناسی و نوع دوستی. (Martin Ruiz, 2004: 30)

پدسا کف (۲۰۰۰) با جمع‌بندی و طبقه‌بندی دیدگاه‌های مختلف، هفت بعد اصلی این رفتارها را شامل رفتارهای کمک کننده؛ رادمردی؛ ابتکارات فردی؛ اطاعت سازمانی؛ وفاداری سازمانی رفتار یا فضیلت مدنی و توسعه خود (کاخکی و قلی پور، ۱۳۸۶: ۱۲۰-۱۲۳) دانسته است.

در مجموع پنج بعدی که بیشتر مورد پذیرش محققان بوده‌اند و نخستین بار از سوی ارگان (۱۹۸۸) مطرح شده‌اند، عبارتند از: نوع دوستی، وظیفه‌شناسی، احترام و تکریم، جوانمردی، و فضیلت مدنی. این نوشتار نیز رفتار شهروندی سازمانی را متشکل از پنج بعد ارگان در نظر می‌گیرد.

نوع دوستی: به رفتار یاری دهنده ی افراد به صورت کاملاً داوطلبانه و به منظور کمک به همکاران یا کمک در انجام وظایف مربوط به آن‌ها اشاره دارد (Ahmadi & et al, 2010: 110).

وظیفه‌شناسی: حالتی است که در آن اعضای سازمان رفتارهای خاصی را انجام می‌دهند و فراتر از حداقل سطح وظیفه‌ی مورد نیاز برای انجام آن کار فعالیت می‌نمایند (Ahmadi & et al, 2010: 110).

جوانمردی: عبارت است از تمایل به شکیبایی در مقابل مزاحمت‌های اجتناب ناپذیر و اجحاف‌های کاری بدون این که گله و شکایتی صورت گیرد (مقیم، ۱۳۸۵: ۱۷۷).

ادب و مهربانی: این بعد بیان کننده نحوه ی رفتار افراد با همکاران، سرپرستان و مخاطبان سازمان است. افرادی که در سازمان با احترام و تکریم با دیگران رفتار می‌کنند دارای رفتار شهروندی مترقی هستند (رامین مهر و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۲).

فضیلت مدنی: به رفتارهایی که حاکی از مشارکت فعالانه و مسؤولانه‌ی فرد درحین انجام وظایف است (Ahmadi & et al, 2010:110). ارگان معتقد است افرادی که دارای رفتار شهروندی مترقی هستند در بدترین شرایط و حتی در حالت بیماری و ناتوانی هم به کار ادامه می دهند که این نشان دهنده‌ی وظیفه‌شناسی بالای آنان است (Organ, 1988:4).

فرضیات تحقیق

- سرمایه اجتماعی کارکنان گمرکات استان کردستان و رفتار شهروندی سازمانی آنان رابطه معناداری دارند.
- بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان گمرکات استان کردستان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان گمرکات استان کردستان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان گمرکات استان کردستان رابطه معناداری وجود دارد.

روش شناسی

روش پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی و از نظر کنترل شرایط پژوهش، یک بررسی پیمایشی^۱، از نظر هدف، یک بررسی کاربردی^۲، از نظر معیار ژرفایی از نوع پهنانگر^۳ و به لحاظ معیار زمان این تحقیق از نوع مقطعی یک بررسی مقطعی^۴ است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان گمرکات استان کردستان در سال ۱۳۹۰ بوده است. شیوه نمونه گیری بر اساس روش نمونه گیری طبقه ای بوده است که با توجه به حجم پایین جامعه آماری و مبتنی بر فرمول کوکران با سطح خطای ۵ درصد و دارا بودن صفت (۴۰ درصد و ۶۰ درصد) مبتنی بر یکی از

1 Survey
2 Applied
3 Extensive
4 Cross Sectional

متغیرهای تحقیق مستخرج از مطالعه موردی اولیه حدود ۱۲۰ نفر انتخاب شد. ابزار گرد آوری داده‌ها و اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان است. پرسشنامه سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان از پایایی مناسبی برخوردار بودند.

جدول شماره ۲. ضریب آلفای کرونباخ

میزان آلفا	تعداد گویه	سازه‌ها و ابعاد
۰.۸۹	۱۹	سرمایه اجتماعی
۰.۸۴۷	۶	شناختی
۰.۸۳۸	۶	رابطه‌ای
۰.۹۰۵	۷	ساختاری
۰.۷۹	۲۱	رفتار شهروندی سازمانی کارکنان

۸۰ درصد پاسخگویان این پژوهش به کارکنان مرد و ۲۰ درصد به کارکنان زن اختصاص داشته است. میانگین سنی کارکنان ۳۲.۲ سال بوده است. بیشتر پاسخگویان (حدود ۵۹ درصد) میزان تحصیلات خود را لیسانس اظهار کرده‌اند. میانگین سابقه کار کارکنان در این پژوهش ۸.۳ سال بوده است. محل فعالیت ۵۰ درصد از پاسخگویان، گمرک سنندج، ۱۷.۲ بانه و محل فعالیت ۳۲.۷ درصد از پاسخگویان گمرک مریوان بوده است.

جدول شماره (۳) ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان

متغیر	ابعاد	درصد
جنس	مرد	۸۰
	زن	۲۰
وضعیت تأهل	متاهل	۵۰/۵
	مجرد	۴۹/۵

۱۶	۱۹-۱۵	گروه سنی
۲۰/۳	۲۴-۲۰	
۲۲/۵	۲۹-۲۵	
۹/۲	۳۴-۳۰	
۱۲	۳۹-۳۵	
۷/۷	۴۴-۴۰	
۶/۵	۴۹-۴۵	
۵/۸	۵۰ به بالا	
۶/۷	بیسواد	تحصیلات
۱۳/۴	ابتدایی و راهنمایی	
۲۱/۲	تا دیپلم	
۴۲/۲	فوق دیپلم و لیسانس	
۱۶/۵	فوق لیسانس و بالاتر	
۵۰	سنندج	محل فعالیت
۱۷/۲	بانه	
۳۲/۷	مریوان	

یافته‌های تحقیق

یافته‌های پژوهش در دو قسمت ارائه می‌گردد. در قسمت اول، ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی و همچنین رفتار شهروندی سازمانی توصیف شده و در قسمت دوم، فرضیات تحقیق درباره رابطه سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با رفتار شهروندی سازمانی بررسی می‌شوند.

توصیف متغیرهای اصلی

متغیرهای اصلی در این پژوهش، سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی است که در ادامه توصیف آنها ارائه می‌شود.

وضعیت سرمایه اجتماعی کارکنان

برای ارزیابی و سنجش متغیر میزان سرمایه اجتماعی کارکنان از ابعاد سه گانه (ساختاری،

شناختی و رابطه‌ای) استفاده شده بود. با توجه به جدول شماره (۴) می‌توان عنوان کرد که میزان سرمایه‌اجتماعی کارکنان سازمان‌های مورد مطالعه، تقریباً مقداری بالاتر از متوسط نمره‌ها است (میانگین=۵۹.۵ از حداقل نمره ۱۹ و حداکثر ۹۵). میزان سرمایه‌اجتماعی کارکنان به تفکیک ابعاد و بر اساس شاخص‌های فرعی مربوطه در جدول شماره ۱ ارائه شده‌است.

جدول (۴) آماره‌های توصیفی میزان سرمایه‌اجتماعی کارکنان

شاخص	میانگین	انحراف معیار	واریانس	دامنه تغییرات	حداقل آماره	حداکثر آماره	تعداد
سرمایه‌اجتماعی کلی	۵۹.۵	۱۰.۹	۱۱۸.۳	۵۲	۴۱	۹۳	۱۰۶
بعد ساختاری سرمایه‌اجتماعی کارکنان	۱۷.۹	۴.۱	۱۶.۶	۱۸	۱۰	۲۸	۱۱۰
بعد ارتباطی سرمایه‌اجتماعی کارکنان	۲۴.۸	۳.۹۵	۱۵.۶	۱۹	۱۶	۳۵	۱۱۰
بعد شناختی سرمایه‌اجتماعی کارکنان	۱۷	۴.۹۹	۲۴.۹۳	۲۳	۷	۳۰	۱۰۶

وضعیت رفتار شهروندی سازمانی کارکنان

در مجموع برای ارزیابی و سنجش متغیر میزان رفتار شهروندی سازمانی کارکنان گمرکات استان کردستان از پنج بعد ارگان (۱۹۸۸) (نوع دوستی، وظیفه‌شناسی، جوانمردی، ادب و مهربانی و فضیلت مدنی) استفاده شده بود، با توجه به جدول شماره (۵) می‌توان گفت که میزان رفتار شهروندی سازمانی کارکنان گمرکات استان کردستان، بالاتر از متوسط نمره‌ها است (میانگین=۸۱.۵ از حداقل نمره ۲۱ و حداکثر ۱۰۵) که بیانگر این است که میزان رفتار شهروندی سازمانی کارکنان گمرکات استان کردستان در سطح نسبتاً بالایی است. میزان رفتار شهروندی سازمانی کارکنان به تفکیک ابعاد و بر اساس شاخص‌های فرعی مربوطه در جدول شماره ۴ ارائه شده‌است.

جدول (۵) آماره‌های توصیفی میزان رفتار شهروندی سازمانی کارکنان

شخص	میانگین	انحراف معیار	واریانس	دامنه تغییرات	حداقل آماره	حداکثر آماره	تعداد
رفتار شهروندی سازمانی کلی	۸۱.۵	۶.۳	۳۹.۶	۲۵	۶۸	۹۳	۹۵
بعد نوع دوستی	۱۷.۱	۲.۰۳	۴.۲	۸	۱۲	۲۰	۱۱۰
بعد وظیفه‌شناسی	۱۵.۶	۲.۱	۴.۶	۱۰	۱۰	۲۰	۱۰۴
بعد جوانمردی	۱۵.۷	۲.۴	۴.۶	۱۰	۹	۱۹	۱۰۶
ادب و مهربانی	۱۶.۶	۱.۹۴	۳.۸	۸	۱۲	۲۰	۱۰۸
فضیلت مدنی	۱۶.۳	۲.۳	۵.۱	۸	۱۲	۲۰	۱۰۷

آزمون فرضیه‌ها

نتایج بدست آمده از این آزمون I پیرسون بیانگر این است که متغیرهای سرمایه اجتماعی کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان به میزان (۰.۵۷ =) با هم رابطه دارند که شدت رابطه قوی و نوع همبستگی از نوع مستقیم (مثبت) بوده است. بنابراین فرضیه اصلی به صورت موقتی تأیید می‌شود، در نتیجه مطابق با این نتایج می‌توان گفت که هر چه سرمایه اجتماعی کارکنان بیشتر باشند، رفتار شهروندی سازمانی کارکنان گمرکات استان کردستان به طرف مثبت سیر می‌کند. همچنین با توجه به نتایج جدول شماره ۶ می‌توان اشاره کرد که ابعاد شناختی، ساختاری و ارتباطی سرمایه اجتماعی با رفتار شهروندی سازمانی همبستگی معنادار و مستقیمی دارند.

جدول (۶) آزمون همبستگی رابطه بین سرمایه اجتماعی کارکنان و ابعاد آن و میزان رفتار شهروندی سازمانی

رفتار شهروندی سازمانی			متغیر وابسته متغیر مستقل	
تأیید/عدم تأیید	سطح معناداری	شدت همبستگی	ابعاد سرمایه اجتماعی	
تأیید	۰.۰۰۰	۰.۵۰۲	بعد شناختی	فرضیه ۱
تأیید	۰.۰۰۰	۰.۴۰۱	بعد ساختاری	فرضیه ۲
تأیید	۰.۰۰۰	۰.۶۱	بعد ارتباطی	فرضیه ۳
تأیید	۰.۰۰۰	۰.۵۷	سرمایه اجتماعی	فرضیه اصلی

مدل برازش عوامل تبیین کننده رفتار شهروندی سازمانی با استفاده از رگرسیون گام به گام

برای برازش مدل مذکور از میان کلیه متغیرهای پژوهش حاضر که در سطح سنجش فاصله‌ای اندازه‌گیری شده بودند، به عنوان متغیرهای مستقل وارد معادله شدند. در این تحقیق، تحلیل رگرسیون چندمتغیره، با استفاده از روش گام به گام صورت گرفته است، نتایج تحلیل رگرسیونی گام به گام^۱ عوامل تبیین کننده رفتار شهروندی سازمانی نشان می‌دهد که از میان متغیرهای مستقل وارد شده، در مدل رگرسیونی در مدل نهایی، ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی)، تقریباً ۰.۶۸۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته تحقیق را تبیین می‌کنند.

با توجه به آماره‌های جدول شماره (۷) می‌توان چنین عنوان کرد که ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) به طور خالص ۰.۶۸۷ درصد از واریانس میزان رفتار شهروندی سازمانی در گمرکات مورد مطالعه در معادله را تبیین می‌کنند. در این مدل مهم‌ترین عاملی که تأثیر آن تعیین کننده‌تر از سایر عوامل هاست، بعد شناختی سرمایه اجتماعی است.

جدول (۷) آماره‌های تحلیل رگرسیونی چند متغیره رفتار شهروندی سازمانی

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تبیین	ضریب تبیین تصحیح شده
۰.۸۳۵	۰.۶۹۷	۰.۶۸۷

جدول (۸) تحلیل واریانس رگرسیون چندمتغیره رفتار شهروندی سازمانی

منبع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مربعات	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی داری
اثر رگرسیونی	۳	۲۵۹۳.۰۸۹	۸۶۴.۳۶۳	۶۹.۸۲۸	۰.۰۰۰
باقیمانده	۹۱	۱۱۲۶.۴۴۸	۱۲.۳۷۹		
کل	۹۴	۳۷۱۹.۵۳۷	-		

نتایج تحلیل واریانس نشان می‌دهد که متغیرهای تبیین کننده به طور معنی داری قادر هستند تغییرات متغیر وابسته (رفتار شهروندی سازمانی) را پیش‌بینی و تبیین کنند؛ به عبارت دیگر مدل تبیینی AR تصحیح شده معنی دار است.

جدول (۹) آماره‌های مربوط به متغیرهای باقی مانده در مدل رگرسیونی

SigT	T	Beta	Std.B	B	نام متغیر
۰.۰۰۰	۴.۴۳۹	-	۴.۳۸	۱۹.۴۴۴	عرض از مبدأ
۰.۰۰۰	۷.۲۶۵	۰.۴۴۹	۰.۱۸۸	۱.۳۶۵	بعد شناختی سرمایه اجتماعی
۰.۰۰۰	۷.۳۵۲	۰.۴۲۶	۰.۱۶۲	۱.۱۹۳	بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی
۰.۰۰۰	۷.۱۷۲	۰.۴۴۲	۰.۱۷۹	۱.۲۸۷	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی

همچنین نتایج جدول فوق حاکی از آنست که بعد شناختی دارای بیشترین میزان اثرگذاری بر متغیر وابسته یعنی رفتار شهروندی سازمانی در میان کارکنان گمرک استان کردستان است.

بحث در نتایج

هدف این مطالعه تعیین رابطه سرمایه اجتماعی کارکنان گمرکات استان کردستان با رفتار شهروندی سازمانی آنان بود. همان‌گونه که نتایج نشان داد، بطور کلی هر سه بعد سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری داشتند. وجود رابطه معنی دار بین ابعاد سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان نشان از مهم بودن سرمایه اجتماعی کارکنان در سازمان دارد. شاخص میزان سرمایه اجتماعی کارکنان در بعد شناختی بیشترین اثرگذاری را در رفتار شهروندی سازمانی کارکنان گمرکات مورد مطالعه دارد. بعد شناختی شامل ادراک، باورها و تصورات فرهنگی و اجتماعی مشترک است که به وسیله مفاهیم و خاطرات مشترک و یا زبان مشترک مورد پذیرش افراد قرار گرفته و میان آن‌ها باقی می‌ماند؛ این بعد شامل هدف‌های مشترک و فرهنگ مشترک است. هدف‌های مشترک، میزان درک و دیدگاه مشترک اعضای واحد اجتماعی نسبت به اهداف و نتایج فعالیت‌های گروه است و

فرهنگ مشترک نیز در بردارنده میزان هنجارهای رفتاری مشترک میان اعضاست. از دیدگاه فوکویاما، هر مجموعه‌ای از هنجارها که به طور مشخص هم ذکر شده باشد، باعث به وجود آمدن سرمایه اجتماعی نمی‌شود. تنها آن مجموعه‌ای از هنجارها مورد نظر است که به همکاری در گروه‌ها منجر می‌شود. بنابراین با فضیلت‌های سنتی از قبیل صداقت، حفظ تعهد، انجام درست وظایف و مواردی از این قبیل ارتباط پیدا می‌کند. اما باید توجه داشت که معمولاً بعد و وظیفه‌شناسی به رفتارهای اختیاری فراتر از نقشی اشاره دارد که از الزامات شغل، وظیفه و اخلاق کاری پا را فراتر می‌گذارد. بعد وجدان کاری نمونه‌های مختلفی را در بر می‌گیرد و در آن اعضای سازمان رفتارهای خاصی را انجام می‌دهند که فراتر از حداقل سطح وظیفه‌ای مورد نیاز برای انجام آن کار است؛ بعد شناختی سرمایه اجتماعی هم تمایل و هم توانایی کارکنان را برای رفتار شهروندی سازمانی افزایش می‌دهد.

شاخص میزان سرمایه اجتماعی کارکنان در بعد ارتباطی دومین بعد اثرگذار در رفتار شهروندی سازمانی کارکنان گمرکات مورد مطالعه است. بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر میزان اعتماد و روابط متقابل میان اعضا یک واحد اجتماعی اشاره دارد (Lock Lee, 2005:123). بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی به انواع روابط فردی می‌پردازد که افراد در طول تعاملات خود ایجاد می‌کنند. کانون توجه بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر روابط خاصی از قبیل: احترام، اعتماد، امانت‌داری، مهربانی و صمیمیت استوار است که افراد در برخورد خود با دیگران به نمایش می‌گذارند؛ در واقع این نتیجه می‌تواند در راستای افزایش دو بعد از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی کارکنان باشد به این معنی که بعد ادب و مهربانی کارکنان در راستای تأیید این نتایج است. این بعد بیان‌کننده نحوه رفتار افراد با همکاران، سرپرستان و مخاطبان سازمان است. افرادی که در سازمان با احترام و تکریم با دیگران رفتار می‌کنند دارای رفتار شهروندی متری هستند (رامین مهر و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۲). در نهایت باید عنوان نمود که ادب و مهربانی، رفتارهای تحت اختیاری است که از ایجاد مشکلات ناشی از کار با دیگران جلوگیری می‌کند. همچنین نتایج بدست آمده از این فرضیه، میزان نوع دوستی کارکنان سازمان مورد مطالعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در واقع این گونه رفتارها اعتماد را در میان کارکنان افزایش می‌دهد. ارگان معتقد است افرادی که دارای رفتار شهروندی متری هستند در بدترین

شرایط و حتی در حالت بیماری و ناتوانی هم به کار ادامه می‌دهند، که این نشان دهنده وظیفه‌شناسی بالای آنان است. بعد نوع دوستی به رفتارهای مفید و سودبخشی از قبیل صمیمیت، همدلی و دلسوزی میان همکاران اشاره دارد که خواه به شکل مستقیم و یا غیر مستقیم به کارکنانی که دارای مشکلات کاری هستند کمک می‌کند. البته برخی از صاحب نظران رفتار شهروندی مانند پدساکوف، ابعاد نوع دوستی و وجدان کاری را در یک طبقه قرار می‌دهند و از آنها به عنوان "رفتار کمکی" نام می‌برند (رامین مهر و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۱).

شاخص میزان سرمایه اجتماعی کارکنان در بعد ساختاری سومین بعد اثرگذار در رفتار شهروندی سازمانی کارکنان گمرکات مورد مطالعه است. آن چه که در بعد ساختاری سرمایه اجتماعی اهمیت دارد وجود یا فقدان اتصالات شبکه بین افراد و پیکره‌بندی شبکه است. روابط و پیوندهای اجتماعی در نظریه تحلیل شبکه به عنوان سرمایه اجتماعی و دارایی فرد محسوب می‌شود و فرد از طریق آنها می‌تواند بر منابع و حمایت‌های موجود در این پیوندها دسترسی یابد. بنابراین کم و کیف روابط اجتماعی، میزان و نحوه تعاملات و نوع حمایت‌هایی که رد و بدل می‌شود از اهمیت زیادی برخوردار است.

ولمن معتقد است که نوع رابطه فرد با دیگران در نوع حمایتی که برای وی فراهم می‌کند تأثیر می‌گذارد و از اهمیت زیادی برخوردار است. برخورداری از انواع حمایت‌ها بیشتر تحت تأثیر خصوصیات روابط هستند تا ویژگی‌های فردی. به عبارت دیگر ویژگی‌های شبکه مهمتر از ویژگی‌های فرد می‌باشند. بدین ترتیب اندازه شبکه، ترکیب، و دیگر خصوصیات شبکه در ابعاد ساختاری و کارکردی و تعاملی بر میزان و نوع حمایت‌های دریافتی تأثیر می‌گذارند (ولمن ۱۹۹۹، به نقل از صالحی ۱۳۷۳). مطالعات مختلف نشان می‌دهد که دستیابی به اطلاعات، بهره‌مندی از راهنمایی، پند و اندرز، دلگرمی احساسی، حمایت عاطفی و مساعدت مالی و... از جمله منابع و مواهبی است که از پرتو تعاملات اجتماعی حاصل می‌گردد و افراد را قادر می‌سازد تا در حوزه‌های مختلف زندگی و شغلی به موفقیت‌های بیشتری دست یابند (امیر کافی، ۱۳۷۴).

در واقع پیوندها، ارتباط‌های میان اعضای شبکه به عنوان منبع با ارزشی است که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف سازمان شده و هنجارهای مستحکم رابطه متقابل

را تقویت می‌کند و همچنین باعث تسهیل در همکاری و ارتباط می‌شود و اطلاعات موجود درباره اعتمادپذیری افراد دیگر را تقویت می‌کنند و این می‌تواند بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان اثرگذار باشد.

بر اساس نتایج بدست آمده پیشنهادهای زیر قابل طرح است:

برای تقویت سرمایه اجتماعی در بعد ارتباطی و شناختی در میان کارکنان پیشنهاد می‌شود از

طریق:

- آموزش ارتباطات اثربخش؛
- بهبود فرآیند ارتباطات و تعاملات میان کارکنان و مدیران در داخل و خارج از سازمان؛
- ایجاد فرهنگ و جوی آکنده از همکاری، اعتماد متقابل و کار تیمی و گروهی؛
- سرمایه اجتماعی سازمانی را در این ابعاد توسعه داده و زمینه حرکت به سمت رفتار شهروندی سازمانی را هموار کرد. ایجاد برنامه‌های تفریحی و سیاحتی در جهت افزایش روابط رو در رو یکی دیگر از پیشنهاداتی است که می‌تواند نقش مؤثری در افزایش سرمایه اجتماعی در این دو بعد داشته باشد؛ چرا که روابط رو در رو در جهت ایجاد روابط بهتر و مبتنی بر اعتماد تأثیری مثبت و مطلوب دارد.
- به منظور افزایش سرمایه اجتماعی کارکنان در بعد ساختاری پیشنهاد می‌شود:
- روابط افقی و عمودی در سطح سازمان افزایش داده شود؛
- زمینه‌های بهبود اعتماد بین اعضا و مدیریت فراهم شود؛
- برقراری ارتباط نزدیک بین مدیران و کارکنان از طریق رشد ناهمگنی ضروری به نظر می‌رسد؛
- عدم جلوگیری از رشد شبکه‌های غیر رسمی در سطوح سازمان پیشنهادی ضروری به نظر می‌رسد؛
- تشویق و تشکیل گروه‌ها و انجمن‌ها در سازمان‌های مورد مطالعه؛ تشویق به ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی یکی از راه‌حل‌های ساختاری برای افزایش سرمایه اجتماعی است.
- در راستای تقویت رفتار شهروندی سازمانی پیشنهادات زیر قابل طرح است:

- در راستای تقویت بعد جوانمردی کارکنان پیشنهاد می شود که با برگزاری کلاس ها و کارگاه های آموزشی کافی و مناسب در زمینه ی اصول رفتار شهروندی سازمانی در میان کارکنان به منظور تقویت روحیه ی جوانمردی در میان کارکنان اقدام شود.
- در جهت تقویت وظیفه شناسی گمرک می تواند با ایجاد سیستم هایی منظم و منطقی برای ارائه پاداش به کارکنان تا حد زیادی ایجاد رفتار شهروندی را تسهیل کنند. تحقیقات گذشته نشان دهنده این مطلب است که افراد در کارهایی که احتمال دریافت پاداش وجود دارد بیشتر مشارکت می کنند.
- در جهت تقویت فضیلت مدنی کارکنان توسعه مکانیسم های غیررسمی مانند فرهنگ مشارکتی، یک رکن اساسی و محوری برای تقویت رفتار شهروندی در محیط کار است
- مسئولان و مدیران می بایستی کارکنانی را که در تماس مستقیم با مشتریان هستند، ملزم و تشویق نمایند که به خواسته های مشتریان و مراجعان احترام بگذارند.
- برای افزایش رفتارهای شهروندی سازمانی و جلوگیری از رفتارهای ضد شهروندی توصیه می شود به هویت سازمانی، عدالت سازمانی، اعتماد، تعهد سازمانی و سبک رهبری توجه شود؛ چرا که این عوامل با این رفتارها رابطه معنی داری در شرکت ها و سازمان های موفق نشان داده اند. پیامدهای رفتار شهروندی سازمانی همچون رضایت مشتری، وفاداری مشتری، سرمایه معنوی و اجتماعی شرکت، تصویر و پرستیژ بیرونی بالا می رود. بنابراین توصیه می شود سازمان ها، تقویت هویت سازمانی، افزایش اعتماد که در واقع یکی از ابعاد سرمایه اجتماعی است را در سیاست های سازمانی خود در اولویت قرار دهند.

منابع

- ۱- احمدی، فریدون. (۱۳۸۸): شناسایی عوامل موثر بر توسعه رفتار شهروندی سازمانی و ارائه الگو برای شرکت ملی نفت ایران، رساله دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه پردیس قم
- ۲- الوانی، مهدی، شیروانی، علیرضا. (۱۳۸۲): سرمایه اجتماعی، اصل محوری توسعه، ماهنامه تدبیر، شماره ۴۷.

- ۳- الوانی، سید مهدی و عبدالله پور، مونا. (۱۳۸۷): نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی، فصل نامه پیام مدیریت، شماره ۲۷، صص ۵ الی ۲۶.
- ۴- الوانی، مهدی و دیگران. (۱۳۸۶): نقش سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش سازمانی، فصل نامه علوم مدیریت، سال دوم، شماره ۵، ۳۵ تا ۷۰.
- ۵- امیر خانی، طیبه و پور عزت، علی اصغر. (۱۳۸۷): تأملی بر امکان توسعه سرمایه اجتماعی در پرتو عدالت سازمانی در سازمان های دولتی، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۱، شماره ۱، از صص ۱۹ تا ۳۲
- ۶- امیر کافی، مهدی. (۱۳۸۰): اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن، نمایه پژوهشی، شماره ۱۸، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، صص: ۳۹ تا ۴۰
- ۷- پور تس، آلهاندر. (۱۳۸۴): سرمایه اجتماعی: خاستگاه ها و کاربردهایش در جامعه شناسی مدرن، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، سرمایه اجتماعی، اعتماد و دموکراسی و توسعه، تهران: نشر شیرازه.
- ۸- حسنی کاخکی، احمد و قلی پور، آرین. (۱۳۸۶): رفتار شهروندی سازمانی گامی دیگر در جهت بهبود عملکرد سازمان در قبال مشتری»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۵، زمستان ۱۳۸۶، صص ۱۴۵-۱۱۵.
- ۹- رامین مهر و همکاران. (۱۳۸۸): بررسی رابطه ی بین ادراک از عدالت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی مورد مطالعه: (شرکت ملی پخش فراورده های نفتی ستاد تهران)، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال اول، شماره ۲، نیمه دوم ۱۳۸۸
- ۱۰- زارعی متین، حسن و همکاران. (۱۳۸۵): شناخت عوامل رفتار شهروندی سازمانی و بررسی ارتباط آن با عملکرد سازمانی، فصل نامه فرهنگ مدیریت، سال چهارم شماره ۱۲، صص ۶۳-۳۱.
- ۱۱- شارع پور، محمود. (۱۳۸۵): سرمایه اجتماعی- مفهوم سازی، سنجش و دلالت های سیاست گذاری، سازمان مدیریت و برنامه ریزی مازندران.

۱۲- صالحی، مریم. (۱۳۸۶): سرمایه اجتماعی شبکه و جنسیت: بررسی ویژگی های ساختی، تعاملی و کارکردی شبکه اجتماعی زنان و مردان تهران، نامه علوم اجتماعی، شماره ۳: ۹۵-۶۳. تهران.

۱۳- فرهنگی، علی اکبر و همکاران. (۱۳۸۵): معنویت در محیط کار و نقش آن در بهبود رفتار شهروندی سازمانی، فرهنگ مدیریت سال چهارم، شماره سیزدهم، تابستان ۱۳۸۵، صفحه ۳۶-۵.

۱۴- علوی، سیدبابک. (۱۳۸۰): نقش سرمایه اجتماعی در توسعه، تدبیر، شماره ۱۱۶، صص: ۳۴-۴۰.

۱۵- مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۵): بررسی ارتباط رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی در سازمان های دولتی، فرهنگ مدیریت، سال چهارم، شماره سیزدهم، تابستان ۱۳۸۵، صفحه ۱۷۱-۱۹۲.

۱۶- ولکاک، میاکل و نارایان، دیبا. (۱۳۸۴): سرمایه اجتماعی و تبعات آن برای نظریه توسعه، پژوهش و سیاست، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، سرمایه اجتماعی، اعتماد و دموکراسی و توسعه، تهران: نشر شیرازه.

۱۷- هویدا، رضا و نادری، ناهید. (۱۳۸۸): بررسی سطح رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، سال نهم، شماره ۱ (پیاپی ۳۳)، نیمه اول ۸۸.

- 18- Ahmadi ,Parviz, & Forouzandeh, Saeideh & Safari Kahreh, Mohammad. (2010) The Relationship between OCB and Social Exchange Constructs, European Journal of Economics, Finance And Administrative Sciences - Issue 19 , pp.107-120
- 19- Archibong, Chi, Anyansi. (2004) Technology, Infrastructure and Entrepreneurship: Role of the Government in Building a sustainable Economy, School of Business and Economics North Carolian A & T State University.
- 20- Bolino Mark and Turnley William. (2003) Going the extra mile: cultivating and managing employee citizenship behavior, Academy of Management Executive, Vol. 17, N.3, pp.60 ° 71
- 21- Hodson Randy. (2002) management citizenship behaviour and its consequences, Work and Occupations, vol.29, No.1, pp.64-96.

- 22- Islam M. K; Merlo, J, Kawachi, I; Lindstrom, M & Gerdtham U.G. (2006) Sosial Capital and Health: Does Egalitarianism Matter? A Literature Review, International Juornal for Equity in Health, Vol.5, No.3, Pp.1-28
- 23- Koopman, Richard, (2001) The Relationship perceivd organizational Jastice and organizational citizenship behaviors: a reviwew literature, applied psychology ,ms advised dr, Richard tafall, pp4-21.
- 24- Leana, C. R. and Van Buren, H. J. (1999) Organizational social capital and employment practices, Academy of Management Review. Vol. 24. pp: 538-544.
- 25- Lock Lee, L. (2005) Knowledge Management Tool and Techniques, Elsevier Butterworth Heinemann, p 123-130
- 26- Markoczy livia and xin Katherine. (2004) The virtues of omission in organizational citizenship behaviour, university of californial.
- 27- Martin Ruiz, David. (2004) The influence of employee organizasional citizenship behavior on customer loyalty, International Journal of Service Industry Management, Vol.15, No.1, pp.27° 53.
- 28- Mohammad, Ali. (2004) Procedural Jastice as mediator between participation in decision making and organizational citizenship behaviors, international journal of commerce and management, Vol.14, no3& 4.
- 29- Murphy & Athanasou and king. (2002) Job Satisfaction and organizational citizenship behaviour, Journal of Management psychology, vol. 17, N.4, pp.287° 297.
- 30- Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998) Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage, Academy of Management Review. Vol. 23.No. 2 pp: 242 -266.
- 31- Organ, D. W. (1988) Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome, Lexington, MA: Lexington Books.
- 32- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B. and Bachrach, D. G. (2000) Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research, Journal of Management, Vol.26, No.3, pp.513° 563.
- 33- Timberlake, Sharon. (2005) Social Capital and Gender in Work place, Journal of Management Development, Vol.24, N.1 .
- 34- Vilanova & Josa (2003) Social capital as a Managerial Phenomenon, Department of Industrial Engineering & Management; Tampere University of Technology.