

بررسی رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و سرمایه اجتماعی با رفتار شهروندی سازمانی در بین دبیران

ژیلا عطارپور^۱، محمد حسنی^۲، حسن فلاوندی^۳

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۱/۰۲ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۷/۲۴

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و سرمایه اجتماعی با رفتار شهروندی سازمانی در میان دبیران دوره دوم متوسطه شهرستان مشگین شهر انجام شد. این پژوهش در زمره پژوهش‌های همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را کلیه دبیران دوره دوم متوسطه شهرستان مشگین شهر (به تعداد ۵۶۳ نفر) که در سال تحصیلی ۹۴-۹۵ مشغول به تدریس‌اند تشکیل می‌دهد. مطابق با جدول کرجسی و مورگان ۲۲۵ نفر از آنان به صورت تصادفی طبقه‌ای (۱۲۲ نفر مرد- ۱۰۳ نفر زن) به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌های پژوهش حاضر از پرسش‌نامه استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در آمار توصیفی پژوهش به بررسی متغیرهای پژوهش از قبیل میانگین، انحراف معیار، متغیرهای جمعیت شناختی از قبیل جنسیت، سن، وضعیت تحصیلات و سابقه خدمت پرداخته شد. پس از آن در آمار استنباطی، به منظور بررسی روایی از تحلیل عاملی تأییدی و به منظور بررسی فرضیات پژوهش از روش الگویابی معادلات ساختاری استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مستقیم وجود دارد. هم‌چنین، بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. در پایان پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی ارائه گردیده است.

واژگان کلیدی: اخلاق حرفه‌ای، سرمایه اجتماعی، رفتار شهروندی سازمانی، الگویابی معادلات ساختاری

۱. کارشناسی ارشد، گروه علوم تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

ja.sabalan@gmail.com

۲. استاد، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

۳. دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

مقدمه

سازمان‌ها به کارکنانی نیازمندند که تمایل دارند از الزامت و تکالیف شغلی رسمی خود پا فراتر بگذرانند. اقدام فراتر از تکالیف شغلی به رفتار شهروندی سازمانی اشاره دارد که در سال‌های اخیر توجه زیاد پژوهشگران را به خود معطوف داشته است (اسماعیل زاده و درزیان، ۱۳۹۵). رفتار شهروندی سازمانی، مجموعه‌ی رفتارهایی‌اند که خارج از محدوده‌ی رفتارهای الزامی افراد در محیط، شمرده می‌شوند. اما در ایجاد فضای روانی و اجتماعی مطلوب در محیط کار، نقش اساسی و محوری دارند (اکبری و همکاران، ۱۳۹۵). شاید بتوان گفت که معتبرترین تقسیم‌بندی درباره‌ی مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی از سوی ارگان^۱ ارائه شده است. این ابعاد عبارت‌اند از: نوع دوستی، وظیفه‌شناسی، جوانمردی، تواضع و ادب اجتماعی (تقوایی یزدی، ۱۳۹۴).

با توجه به این که هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه‌ی بین سرمایه‌ی اجتماعی، اخلاق حرفه‌ای و رفتار شهروندی سازمانی است در ادامه به توضیح سرمایه‌ی اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای پرداخته شده است. امروزه در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و اقتصادی، سرمایه‌ی دیگری در سازمان‌ها و جوامع مطرح شده است با عنوان سرمایه‌ی اجتماعی. این مفهوم از مفاهیم نوین در جامعه‌شناسی است که ارتباط بسیار نزدیکی با سرمایه‌ی انسانی به عنوان مهم‌ترین منبع سازمان‌ها دارد. سرمایه‌ی اجتماعی را می‌توان حاصل روابط مبتنی بر تفاهم و اعتماد بین کارکنان و مدیران سازمان دانست و آن را مجموع منابعی که در ذات روابط اجتماعی سازمان به وجود می‌آیند و زندگی اجتماعی را در سازمان دل‌نشین‌تر و مطلوب‌تر می‌سازند، قلمداد کرد. بدین ترتیب سرمایه‌ی اجتماعی در روابط بین افراد یا گروه‌ها تبلور می‌یابد و بیشتر از سرمایه‌ی فیزیکی و انسانی می‌تواند فعالیت‌های جمعی را بهبود ببخشد (دهقانی و همکاران، ۱۳۹۲).

متغیر دیگر پژوهش، اخلاق حرفه‌ای است که به معنای اخلاق کار و اخلاق مشاغل به کار می‌رود. امروزه نیز عدّه‌ای از نویسندگان اخلاق حرفه‌ای، از معنای نخستین این مفهوم

برای تعریف آن استفاده می‌کنند. اصطلاحاتی مثل Professional Ethics معادل اخلاق کاری یا اخلاق حرفه‌ای در زبان فارسی است (آریان پورکاشانی، فرهنگ جامع، ۱۳۸۸). حرفه‌ی معلّمی به‌عنوان یک حرفه‌ی حسّاس در جامعه نقش بسیار حیاتی را ایفا می‌کند که برای تأثیرگذاری هر چه بیش‌تر آن نیاز به یک اصل اساسی به نام اخلاق است. امروزه رشد پرشتاب علم و ظهور فناوری‌های جدید از یک‌سو و از هم‌گسیختگی مبانی سنتی اخلاق در جوامع از سوی دیگر، اهمّیت اخلاق حرفه‌ای را دوچندان کرده است. نقش علمی، فرهنگی و اجتماعی معلّمان مدارس ایجاب می‌کند که این افراد بیش از هر قشر دیگر از اخلاق برخوردار باشند.

سازمان‌ها بدون تمایل داوطلبانه افراد به همکاری، قادر به توسعه‌ی اثربخشی خرد جمعی خود نیستند: تفاوت همکاری داوطلبانه و اجباری از اهمّیت فراوانی برخوردار است. در حالت اجباری شخص وظایف خود را در راستای مقرّرات، قوانین و استانداردهای قابل قبول یک سازمان و فقط در حد رعایت الزامات انجام می‌دهد. ولی در همکاری داوطلبانه این مقوله ورای وظیفه مطرح است و افراد کوشش‌ها، انرژی و بصیرت خود را برای شکوفایی توانایی‌های خود به نفع سازمان ابراز می‌کنند. به‌طورمعمول، در این حالت افراد از منافع شخصی خود می‌گذرند و مسئولیت‌پذیری در راستای منافع دیگران را در اولویت قرار می‌دهند (طبرسا و همکاران، ۱۳۸۸). یکی از عواملی که نقش اساسی در بروز این رفتارها و برتری سازمان‌ها می‌تواند داشته باشد سرمایه‌ی اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای کارکنان است. با استفاده از سرمایه‌ی اجتماعی می‌توانیم متوجه شویم که چرا یک سازمان یا مجموعه به‌صورت موفقیت‌آمیز حرکت می‌کند و چرا یک سازمان دیگر در مسیر شکست قرار دارد. سرمایه اجتماعی بر همکاری و هماهنگی منابع انسانی سازمان و هنجارهایی که همکاری و هماهنگی در سازمان را افزایش می‌دهند تأکید دارد.

در گذشته سرمایه‌ی اجتماعی یک شایستگی ضروری برای سازمان‌ها محسوب نمی‌شد؛ اما در حال حاضر تغییرات پرشتاب فناوری اطلاعات، نیازهای رو به رشد برای اطلاعات و آموزش، نیازهای ضروری برای خلاقیت و نوآوری، پیشرفت مداوم، تغییر به‌سوی طرّاحی ساختار سازمان‌های مسطح و منعطف، ارتباط بین سازمان و شبکه‌ی مشتریان، تأمین کنندگان

و رقبا ایجاد می‌کند که رهبر سازمان‌ها سرمایه‌ی اجتماعی را به منزله‌ی یک شایستگی مشخص سازمانی ایجاد کنند (دهقانی و همکاران، ۱۳۹۳). با توجه به این که رسالت آموزش به‌طور کلی ترویج اخلاق است و اهمیت این موضوع برای همگان آشکار و میرهن می‌باشد بسیاری از کشورها در جهان صنعتی به این بلوغ رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی به از بین رفتن سازمان می‌انجامد. لذا بی‌توجهی سازمان‌ها به اخلاق کار و ضعف در رعایت اصول اخلاقی در برخورد با منابع انسانی سازمان و ذینفعان بیرونی می‌تواند مشکلاتی را برای سازمان ایجاد کند و مشروعیت سازمان و اقدامات آن را زیر سؤال ببرد (آراسته و جاهد، ۱۳۸۹). کارکنان سازمان ترجیح می‌دهند در سازمان‌های حرفه‌ای فعالیت کنند زیرا یک محیط اخلاقی، ناشی از حرفه‌ای بودن، موجب کاهش عوامل ناخوشایند در کار تیمی و افزایش رضایت شغلی و روابط مناسب بین همکاران می‌شود (بشارتی گیوی، ۱۳۹۵). بررسی‌ها نشان می‌دهند که مطالعات زیادی برای شناسایی عوامل تأثیرگذار بر رفتار شهروندی سازمانی انجام شده است. با توجه به اهمیت مؤلفه‌های مختلف رفتار شهروندی سازمانی در نهادینه کردن رفتارهای داوطلبانه و خدمات صادقانه در جهت تحقق اهداف سازمانی، پژوهش‌گر به دنبال این است در صورت وجود رابطه‌ی مثبت و معنادار بین این سه مقوله و مؤلفه‌های فرعی آن‌ها پیشنهادهایی برای تقویت آن‌ها برگرفته از نتایج پژوهش ارائه دهد.

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته در ادامه بیان شده است:
رفتار شهروندی سازمانی. شهروندی همان‌طور که روشن است از مشتقات شهر است. شهروندی را قالب پیشرفته‌ی «شهروندی» می‌دانند. به باور برخی از کارشناسان، شهروندیان هنگامی که به حقوق یکدیگر احترام گذارده و به مسئولیت‌های خویش در قبال شهر و اجتماع عمل نمایند به «شهروند» ارتقا یافته‌اند. شهروندی تا پیش از این در حیطه‌ی اجتماعی شهری بررسی می‌شد اما پس از آن شهروندی مفاهیم خود را به ایالت و کشور گسترش داده است. اگرچه امروزه بسیاری به شهروندی جهانی نیز می‌اندیشند. شهروندی امروزه کاربردها و معانی مختلفی یافته است. مفهوم رفتار شهروندی سازمانی اولین بار توسط بیت‌من و ارگان

در اوایل دهه‌ی ۱۹۸۰ میلادی به دنیای علم ارائه شد. پژوهش‌های اولیه‌ای که در زمینه‌ی رفتار شهروندی سازمانی انجام گرفت بیشتر برای شناسایی مسئولیت‌ها و رفتارهایی بود که کارکنان در سازمان داشتند، اما اغلب نادیده گرفته می‌شدند. این رفتارها با وجود این که در ارزیابی‌های سنتی عملکرد شغلی به‌طور ناقص اندازه‌گیری می‌شدند و یا حتی گاهی اوقات مورد غفلت قرار می‌گرفتند، اما در بهبود اثربخشی سازمانی مؤثر بودند (شمسی و همکاران، ۱۳۹۲). این اعمال که در محل کار اتفاق می‌افتند را این‌گونه تعریف می‌کنند: «مجموعه‌ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیستند، اما با این وجود توسط وی انجام و موجب بهبود مؤثر وظایف و نقش‌های سازمان می‌شوند» (اسلامی، ۱۳۸۷). ارگان هم‌چنین معتقد است که رفتار شهروندی سازمانی، رفتاری فردی و داوطلبانه است که مستقیماً به وسیله‌ی نظام رسمی پاداش در سازمان طراحی نشده است، اما با این وجود موجب ارتقای اثربخشی و کارایی عملکرد سازمان می‌شود (کوهن و کول، ۲۰۱۴).

این تعریف بر سه ویژگی اصلی رفتار شهروندی تأکید دارد: اول این که این رفتار باید داوطلبانه باشد یعنی نه یک وظیفه از پیش تعیین شده و نه بخشی از وظایف رسمی فرد است. دوم این که مزایای این رفتار، جنبه‌ی سازمانی دارد و ویژگی سوم این است که رفتار شهروندی سازمانی ماهیتی چند وجهی دارد. با این تعاریف، از انسان به‌عنوان شهروند سازمانی انتظار می‌رود بیش از الزامات نقش خود و فراتر از وظایف رسمی، در خدمت اهداف سازمان فعالیت کند. به‌عبارت‌دیگر ساختار رفتار شهروندی سازمانی به دنبال شناسایی، مدیریت و ارزیابی رفتارهای فراتر از نقش کارکنانی است که در سازمان فعالیت می‌کنند و در اثر این رفتارهای آنان، اثربخشی سازمانی بهبود می‌یابد (بینستاک و همکاران، ۲۰۱۳).

معتبرترین تقسیم‌بندی ارائه شده درباره‌ی مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی توسط (کننگ و همکاران، ۲۰۱۳) ارائه شده است که در پژوهش‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. این ابعاد عبارت‌اند از: آداب اجتماعی، نوع دوستی، وجدان کاری، جوانمردی و نزاکت. آداب اجتماعی، شامل رفتارهایی از قبیل حضور در فعالیت‌های فوق‌برنامه و اضافی، آن هم زمانی که این حضور ضروری نباشد، حمایت از توسعه و تغییرات ارائه شده توسط مدیران سازمان و تمایل به مطالعه‌ی کتاب، مجلات و افزایش اطلاعات عمومی و اهمیت به نصب پوستر و اطلاعیه

در سازمان برای آگاهی دیگران می‌شود. ارگان هم‌چنین معتقد است افرادی که دارای رفتار شهروندی مترقی هستند در بدترین شرایط و حتی در حالت بیماری و ناتوانی هم به کار ادامه می‌دهند. نوع دوستی به رفتارهای مفید و سودبخشی از قبیل ایجاد صمیمیت، هالگوی و دلسوزی میان همکاران اشاره دارد که به‌طور مستقیم و یا غیرمستقیم به کارکنانی که دارای مشکلات کاری هستند یاری می‌کند. برخی صاحب‌نظران نوع دوستی و وظیفه‌شناسی را در یک طبقه قرار می‌دهند و آن‌ها را «رفتارهای یاری‌رسانی» تلقی می‌کنند. جوانمردی و نزاکت مؤلفه‌هایی هستند که بیان‌گر اجتناب از وارد نمودن خسارت به سازمان می‌باشند. جوانمردی عبارت است از تمایل به شکیبایی در مقابل مزاحمت‌های اجتناب‌ناپذیر و اجحاف‌های کاری بدون این که گله و شکایتی صورت گیرد. درحالی که نزاکت درباره‌ی اندیشیدن به این است که چطور اقدامات فرد بر دیگران تأثیر می‌گذارد (کیل و همکاران، ۲۰۱۴).

کنگ و همکاران (۲۰۱۳) اشاره می‌کنند که هر ۵ بُعد رفتار شهروندی ممکن است هم‌زمان ظهور پیدا نکنند، مثلاً ممکن است افرادی که تصور می‌شود دارای بُعد وجدان کاری هستند، همیشه نوع دوست و فداکار نباشند. یا این که برخی از این ابعاد، مانند نوع دوستی و وجدان کاری تاکنیکی برای تحت فشار قرار دادن مدیران سازمان باشند. یعنی کارکنان سعی می‌کنند با انجام این اعمال بر روند تصمیم‌گیری مدیران سازمان برای ارتقاء و یا اعطای پاداش به آنان تأثیر گذارند. در این حالت کارکنان سازمان از «سرباز خوب» بودن به «هنرپیشه خوب» برای سازمان تبدیل می‌شوند (مستبصری و نجاتی، ۱۳۸۷). آداب اجتماعی، وجدان کاری و نوع دوستی به‌عنوان مؤلفه‌های یاری‌کننده‌ی فعال و مثبت مطرح‌اند.

مبانی سرمایه اجتماعی. مفهوم سرمایه‌ی اجتماعی در ادبیات علمی در طول دهه‌ی هشتاد مطرح شد. بوردیو (۱۹۸۶) سرمایه‌ی اجتماعی را مجموعه‌ای از منابع واقعی یا بالقوه در نظر می‌گیرد که با در اختیار داشتن شبکه‌ی با دوامی از روابط متقابل کم و بیش نهادینه شده مرتبط است (سزمن و کپاسی، ۲۰۱۰). مفهوم سرمایه‌ی اجتماعی را به‌طور کلی می‌توان منابعی تعریف کرد که میراث روابط اجتماعی‌اند و کنش جمعی را تسهیل می‌کنند. این منابع که از طریق اجتماعی شدن حاصل می‌شوند در برگیرنده‌ی اعتماد، هنجارهای مشارکتی و شبکه‌هایی از پیوندهای اجتماعی است که موجب گردآمدن افراد به‌صورت منسجم و با

ثبات در داخل گروه به منظور تأمین هدفی مشترک می‌گردد (تسلیمی و همکاران، ۱۳۸۵). از دیدگاه کلّمن سرمایه‌ی اجتماعی در سه بُعد تعهدات، انتظارات، اعتماد متقابل و کانال‌های ارتباطی و هنجارها و ضمانت‌های اجرایی مؤثر خلاصه می‌شود (رحمان پور، ۱۳۸۸).

ناهاییت و گوشال (۱۹۹۸) نیز سه بُعد را برای سرمایه‌ی اجتماعی در نظر می‌گیرند: بُعد شناختی، بُعد ارتباطی، بُعد ساختاری. در پژوهش حاضر بر مبنای مطالعات وپیل و همکاران (۲۰۱۵) و نهاییت و گوشال (۱۹۹۸) ابعاد شناختی، ارتباطی و ساختاری در نظر گرفته شدند. بُعد ساختاری را می‌توان با تعداد دفعات تعاملات و وجود ارتباطات در سراسر سطوح سلسله مراتب و عملکرد بین طرفین در نظر گرفت (وپیل و همکاران، ۲۰۱۵). بنا بر نظر بولینو و همکاران (۲۰۱۲) بُعد ساختاری در سه شاخص پیوندهای شبکه‌ای (ارتباطات گسترده بین اعضای سازمان)، پیکربندی روابط (رسمی یا غیررسمی بودن و متمرکز یا غیرمتمرکز بودن ارتباطات) و متناسب‌سازی قابل‌سنجش است.

لاوسن و همکاران (۲۰۰۸)، بُعد رابطه‌ای را نشان‌دهنده‌ی دارایی‌های حاصل‌شده از طریق ارتباطات، تعریف می‌کنند. کیل و همکاران (۲۰۰۰) برای اندازه‌گیری بُعد رابطه‌ای سرمایه‌ی اجتماعی، تعاملات نزدیک بین فردی، اعتماد، دوستی، احترام و رابطه‌ی متقابل را در نظر می‌گیرند.

بُعد شناختی به میزان اشتراک دیدگاه و تفاهم کارکنان در یک شبکه‌ی اجتماعی مربوط می‌شود (بولینو و دیگران، ۲۰۱۲). تسای و گوشال (۱۹۹۸) بُعد شناختی را به‌عنوان درک مشترک مطرح می‌کنند و اکثر مطالعات، این بُعد را به‌عنوان چشم‌انداز مشترک در نظر می‌گیرند (وپیل و همکاران، ۲۰۱۵).

مبانی اخلاق حرفه‌ای. به عقیده‌ی قراملکی، اخلاق، رفتار ارتباطی پایدار مبتنی بر رعایت حقوق طرف ارتباط است. بر اساس این تعریف، اخلاق به نسبت بین دو امر اطلاق می‌شود، کسی که رفتاری انجام می‌دهد و کسی یا چیزی که به نحوی هدف آن رفتار قرار می‌گیرد (قراملکی، ۱۳۸۵). دامنه‌ی اخلاق را در حدّ رفتارهای فردی تلقّی می‌کنند، اما رفتارهای فردی وقتی که در سطح جامعه یا نهادهای اجتماعی تسری پیدا می‌کند و شیوع می‌یابد، به‌نوعی به اخلاق جمعی تبدیل می‌شود که در فرهنگ جامعه ریشه

می‌دواند و خود نوعی وجه غالب می‌یابد که جامعه را با آن می‌توان شناخت (تولایی، ۱۳۸۸). اخلاق نیرویی است که از درون انسان را تحت کنترل و مراقبت دائمی قرار می‌دهد و شدیدترین انضباط‌ها را ایجاد می‌کند و انسانی با صفات عالی و آسمانی می‌سازد. اگر اخلاق در جامعه گسترش یابد مشکلات اجتماع به حداقل می‌رسد و چنانچه به اخلاق توجه نشود انحطاط و نابودی بشریت قطعی است. بدون رشد اخلاقی هرگز مردمی که در یک اجتماع زندگی می‌کنند، نمی‌توانند وجود یکدیگر را تحمل نمایند و نقاط برخورد روحیات گوناگون و اختلاف نظرها را به طرز شایسته‌ای حل کنند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۷). اخلاق نشان‌دهنده‌ی شخصیت فرد است؛ اما اخلاق حرفه‌ای است که مناسبات و روابط و پیوندهای اجتماعی افراد را به‌طور مطلوب، شکل و گسترش می‌دهد.

اخلاق در ابعاد مختلف را می‌توان در سه بُعد در نظر گرفت؛ اخلاق فردی: به درک چگونگی عمل یک فرد در رابطه با خودش اطلاق می‌شود، اخلاق در حریم خانواده: شخص علاوه بر این که در قبال خود مسئولیت دارد، در قبال همهی اعضای خانواده نیز مسئولیت دارد، اخلاق در حریم شغلی: زندگی شغلی یکی از ابعاد زندگی ماست، هرکسی در زندگی شغلی خود حریمی دارد، هر یک از ما در زندگی شغلی خود در قبال کسانی که با آنان مواجه می‌شویم، مسئولیت داریم. آنان در واقع صاحبان حقوق‌اند و ما موظف به حفظ حقوق آنان هستیم. کم‌کاری از معضلات اخلاقی زیان‌بار در زندگی شغلی است. تنوع و پیچیدگی شغلی در روزگار ما شاخه‌های گوناگونی از اخلاق شغلی را به میان آورده است مانند: اخلاق پزشکی، اخلاق در مهندسی و... از طرفی اخلاق فردی بر هر نوع اخلاق دیگر، تقدم دارد زیرا اخلاق بسی فراتر از شغل افراد است. انسان‌ها در مشاغل خود باید اخلاق مدار باشند اما در اخلاق فردی لزوماً محتاج شغل و عنوان نیستند. اخلاق شخصی، خلقیات ما را در شغل تحت تأثیر قرار می‌دهد. کسی که در ارتباط با خود و در ارتباط با اعضای خانواده خود مسئولیت‌گریز است، در محیط شغلی و در ارتباط با همکاران و صاحبان حقوق نمی‌تواند مسئولیت‌پذیر باشد (اکبری و همکاران، ۱۳۹۵). اخلاق در حریم سازمان: عضویت در سازمان مسئولیت‌آور است. سازمان حقوقی دارد و اعضا در قبال آن وظیفه‌مندند. در ساحت سازمان فراتر از وظایف اخلاقی اعضاء سازمان نیز به منزله‌ی یک شخصیت حقیقی در قبال

اعضاء خود مسئولیت دارد. البته مسئولیت اخلاقی سازمان به این حد محدود نیست و فراتر از وظایف اخلاقی سازمان در قبال حقوق همه‌ی عناصر محیط درونی و بیرونی را شامل می‌شود. اخلاق در حریم اجتماع: ما در شهر و کشور زندگی می‌کنیم و اخلاق شهروندی ضلع مهمی از اخلاق زندگی اجتماعی است. حفظ منابع ملی، حفظ محیط‌زیست، توسعه‌ی کشور، قانون مداری، پرداخت مالیات، امانت‌داری، احترام و تکریم یکدیگر، اعتماد، نظم‌پذیری، پاکیزگی، امنیت روانی، مشارکت‌پذیری و همیاری نمونه‌هایی از مسئولیت‌های اخلاقی ما در جامعه است.

روش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر شیوه‌ی گردآوری داده‌ها توصیفی است. این پژوهش در زمره‌ی پژوهش‌های همبستگی است و از روش الگویابی معادلات ساختاری استفاده شده است. جامعه‌ی آماری پژوهش را کلیه‌ی دبیران دوره‌ی دوم متوسطه‌ی شهرستان مشگین شهر (به تعداد ۵۶۳ نفر) که در سال تحصیلی ۹۴-۹۵ مشغول به تدریس بودند، تشکیل داده‌اند. مطابق با جدول مورگان ۲۲۵ نفر از آنان به صورت تصادفی طبقه‌ای (۱۲۲ نفر مرد - ۱۰۳ نفر زن) به عنوان نمونه‌ی آماری انتخاب شدند.

فرضیه‌های پژوهش عبارت‌اند از:

- بین مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی و ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در بین دبیران دوره‌ی دوم متوسطه‌ی شهرستان مشگین شهر رابطه وجود دارد.
- بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در بین دبیران دوره‌ی دوم متوسطه‌ی شهرستان مشگین شهر رابطه وجود دارد.
- بین مؤلفه‌ی اخلاق حرفه‌ای، سرمایه‌ی اجتماعی با ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در بین دبیران دوره‌ی دوم متوسطه‌ی شهرستان مشگین شهر رابطه وجود دارد.

برای گرده‌آوری داده‌های پژوهش حاضر از پرسش‌نامه استفاده شد به این صورت که پرسش‌نامه‌های استاندارد سنجش ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی، پرسش‌نامه‌ی استاندارد اخلاق حرفه‌ای و پرسش‌نامه‌ی رفتار شهروندی سازمانی تهیه شد و مؤلفه‌های آن مشخص شدند و

بعد از تأیید توسط اساتید محترم گویه‌های آن‌ها طبقه‌بندی گردید و گویه‌های آن‌ها مرتب گردید و در نهایت پرسش‌نامه‌ی بررسی رابطه‌ی بین اخلاق حرفه‌ای، سرمایه‌ی اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی با مقیاس پنج ارزشی لیکرتی تدوین گردید.

پرسش‌نامه سرمایه اجتماعی. این پرسش‌نامه ۱۵ گویه دارد و دارای سه مؤلفه است. ضریب پایایی بدست آمده برای پرسش‌نامه سرمایه اجتماعی در این پژوهش ۰/۸۱ است. پرسش‌نامه‌ی مذکور بر پایه‌ی الگوی ناهایت و گوشال (۲۰۰۰) تدوین شده است این پرسش‌نامه شامل عنصر ساختاری (گویه‌های ۱ تا ۶)، عنصر شناختی (گویه‌های ۷ تا ۱۱) و عنصر رابطه‌ای (گویه‌های ۱۲ تا ۱۵) می‌شود. این پرسش‌نامه به صورت طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت است. روایی و پایایی این پرسش‌نامه در پژوهش‌های پیشین مورد تأیید قرار گرفته است.

پرسش‌نامه اخلاق حرفه‌ای. این پرسش‌نامه ۱۶ گویه دارد و دارای ۸ مؤلفه است. ضریب پایایی بدست آمده برای پرسش‌نامه اخلاق حرفه‌ای در این پژوهش ۰/۷۹ است. پرسش‌نامه مذکور بر اساس پرسش‌نامه‌ی استاندارد اخلاق حرفه‌ای ابوالفضل قاسم زاده و همکاران (۱۳۹۳) تدوین شده است. مؤلفه‌های پرسش‌نامه عبارت‌اند از:

مسئولیت‌پذیری (گویه‌های ۱، ۲)، صادق بودن (گویه‌های ۳، ۴)، عدالت و انصاف (گویه‌های ۵، ۶)، وفاداری (گویه‌های ۷، ۸)، تعالی‌جویی و رقابت‌طلبی (گویه‌های ۹، ۱۰)، احترام به دیگران (گویه‌های ۱۱، ۱۲)، همدردی با دیگران (گویه‌های ۱۳، ۱۴) و رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی (گویه‌های ۱۵، ۱۶). این پرسش‌نامه به صورت طیف لیکرت است. روایی و پایایی این پرسش‌نامه در پژوهش‌های پیشین مورد تأیید قرار گرفته است.

پرسش‌نامه رفتار شهروندی سازمانی. در این پژوهش از پرسش‌نامه‌ی رفتار شهروندی سازمانی پودساکف و همکاران (۱۹۹۰) استفاده شده است این مقیاس بر اساس الگوی پنج‌گانه‌ی ارگان (۱۹۸۸) یعنی: نوع دوستی (گویه‌های ۲۴، ۲۰، ۱۵، ۱۰، ۵)، وجدان کاری (گویه‌های ۲۱، ۱۶، ۱۱، ۶، ۱)، جوانمردی (گویه‌های ۲۲، ۱۷، ۱۲، ۷، ۲)، نزاکت (گویه‌های ۲۳، ۱۹، ۱۴، ۹، ۴) و آداب اجتماعی (گویه‌های ۱۸، ۱۳، ۸، ۳) تدوین شده است. این ابزار شامل ۲۴ گویه است. ضریب پایایی بدست آمده برای پرسش‌نامه رفتار

شهروندی سازمانی در این پژوهش ۰/۸۲ است. نمره‌گذاری پرسش‌نامه بر اساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای است. از آن‌جا که ابزار مورد استفاده، ابزاری استاندارد است؛ بنابراین روایی این ابزار قبلاً توسط صاحب‌نظران مورد تأیید قرار گرفته است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در آمار توصیفی پژوهش به بررسی متغیرهای پژوهش از قبیل میانگین، انحراف معیار و متغیرهای جمعیتی شناختی از قبیل جنسیت، سن، وضعیت تحصیلات، سابقه‌ی خدمت پرداخته شد. پس از آن در آمار استنباطی، به منظور بررسی روایی پرسش‌نامه رابطه‌ی بین اخلاق حرفه‌ای، سرمایه‌ی اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی از تحلیل عاملی تأییدی و به منظور بررسی فرضیات تحقیق از الگوسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار PLS استفاده شده است.

یافته‌ها

ویژگی‌های نمونه از لحاظ جنسیت نشان دادند که ۵۴.۲ درصد آزمودنی‌ها (۱۲۲ نفر) مرد و ۴۵.۸ درصد آزمودنی‌ها (۱۰۳ نفر) زن بودند. در پژوهش حاضر با توجه به حجم اندک داده‌ها، برای تأیید یا رد فرضیات از روش الگویابی معادلات ساختاری با یاری نرم‌افزار PLS استفاده شده است که از روش حداقل مربعات جزئی^۱ استفاده می‌کند. حداقل مربعات جزئی برای مقابله با مشکلات داده‌های خاص مانند حجم اندک داده‌ها، وجود داده‌های گم‌شده^۲، نرمال نبودن داده‌ها و هم خطی بین متغیرهای مستقل طراحی شده است.

در این بخش ابتدا به بحث روایی و پایایی الگو، متغیرها و معرف‌ها می‌پردازیم و سپس به بررسی و رد و تأیید فرضیه‌ها در سه الگو مجزا خواهیم پرداخت.

در روش حداقل مربعات جزئی باید پایایی برای متغیرها و معرف‌ها محاسبه شود. ضریب سنتی برای بررسی پایایی متغیرها، ضریب آلفای کرونباخ است که مقدار قابل قبول برای این ضریب حداقل ۰/۷ است. همان‌طور که در جدول ۱ مشخص است مقادیر آلفای کرونباخ و

1. partial least squares
2. missing data

شاخص پایایی سازه^۱ برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۷۲۲ است که به معنی پایایی مناسب متغیرها است.

جدول ۱. پایایی متغیرهای پژوهش

شاخص CR	آلفای کرونباخ	گویه‌ها	متغیر
۰/۸۲۳	۰/۸۱۵	۱ تا ۱۵	اجتماعی سرمایه‌ی
۰/۸۲۳	۰/۸۰۱	۱ تا ۶	ساختاری عنصر
۰/۸۱۲	۰/۸۱۰	۷ تا ۱۱	شناختی عنصر
۰/۷۵۴	۰/۷۲۲	۱۲ تا ۱۵	عنصر رابطه‌ای
۰/۷۹۹	۰/۷۹۸	۱ تا ۱۶	حرفه‌ای اخلاق
۰/۸۹۳	۰/۸۷۸	۱، ۲	پذیری مسئولیت
۰/۷۴۷	۰/۷۴۲	۳، ۴	بودن صادق
۰/۷۲۹	۰/۷۲۶	۵، ۶	انصاف و عدالت
۰/۹۵۷	۰/۹۵۶	۷، ۸	وفاداری
۰/۹۲۹	۰/۹۲۶	۹، ۱۰	جویی تعالی
۰/۹۹۷	۰/۹۹۴	۱۱، ۱۲	دیگران به احترام
۰/۹۱۸	۰/۹۱۲	۱۳، ۱۴	دیگران با همدردی
۰/۸۴۷	۰/۸۴۲	۱۵، ۱۶	رعایت احترام به هنجارها
۰/۸۲۷	۰/۸۲۶	۱ تا ۲۴	شهروندی رفتار
۰/۹۴۸	۰/۹۴۶	۵، ۱۰، ۱۵، ۲۰، ۲۵	دوستی نوع
۰/۹۵۹	۰/۹۵۶	۱، ۶، ۱۱، ۱۶، ۲۱	کاری وجدان
۰/۹۷۸	۰/۹۷۴	۲، ۷، ۱۲، ۱۷، ۲۲	جوان‌مردی
۰/۹۵۲	۰/۹۵۰	۴، ۹، ۱۴، ۱۹، ۲۳	نزاکت
۰/۹۷۰	۰/۹۷۲	۳، ۸، ۱۳، ۱۸	اجتماعی آداب
۰/۸۶۶	۰/۸۶۰	۱ تا ۵۵	پایایی تمام گویه‌ها

همان‌طور که در جدول قابل مشاهده است، ضرایب الفبای کرونباخ از مقدار حداقلی ۰/۶ بیشتر هستند که بیان‌گر پایایی مناسب معرف‌ها است.

در روش حدّ اقلّ مربّعات جزئی از متوسط پراکنش استخراج شده برای محاسبه‌ی روایی همگرایی متغیرها استفاده می‌شود. مقدار حدّ اقلّی برای روایی همگرایی مناسب برای هر متغیر ۰/۵ است. نتایج بررسی این آزمون در جدول ۲ قابل مشاهده است.

جدول ۲. روایی همگرایی متغیرها

متغیر	متوسط پراکنش استخراج شده
سرمایه‌ی اجتماعی	۰.۸۹۹۱
عنصر ساختاری	۰.۸۲۷۹
عنصر شناختی	۰.۵۹۰۹
عنصر رابطه‌ای	۰.۸۰۲۲
اخلاق حرفه‌ای	۰.۷۸۶۶
مسئولیت پذیری	۰.۸۰۲۱
صادق بودن	۰.۸۱۹۹
عدالت و انصاف	۰.۵۷۵۹
وفاداری	۰.۸۰۲۲
تعالی جویی	۰.۷۸۴۶
احترام به دیگران	۰.۸۴۲۰
همدردی با دیگران	۰.۵۷۰۲
رعایت احترام به هنجارها	۰.۸۴۲۸
رفتار شهروندی	۰.۵۷۰۷
نوع دوستی	۰.۵۸۰۳
وجدان کاری	۰.۸۷۲۸
جوان‌مردی	۰.۵۹۰۷
نزاکت	۰.۵۶۱۰
آداب اجتماعی	۰.۵۹۴۲

همان گونه که در جدول بالا مشاهده می‌کنید، مقدار متوسط پراکنش استخراج شده برای متغیرهای این پژوهش بین ۰.۵۷۰۷ و ۰.۸۹۹۱ است که از مقدار حدّ اقلّی ۰.۵ بیشتر است که نشان دهنده‌ی روایی همگرایی مناسب متغیرها است.

برای بررسی روایی افتراقی متغیرها از آزمون ضریب همبستگی استفاده شده است که در آن جذر متوسط پراکنش استخراج شده برای هر متغیر، باید از ضریب همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها بیشتر باشد (اکبری و همکاران، ۱۳۹۵).

در جدول شماره ۳، ۴، ۵ نتایج این آزمون را مشاهده می‌کنید. همان طور که در جدول قابل مشاهده است، مقدار جذر متوسط پراکنش استخراج شده برای تمامی متغیرها از ضریب همبستگی آن با سایر متغیرها بیشتر است که نشان دهنده‌ی روایی افتراقی مناسب متغیرها است.

جدول ۳. جذر متوسط پراکنش استخراج شده‌ی سرمایه‌ی اجتماعی

متغیر	۱	۲	۳	۴
سرمایه‌ی اجتماعی	۰.۸۹۹			
عنصر ساختاری	۰.۴۰۳	۰.۸۲۷		
عنصر شناختی	۰.۳۴۴	۰.۵۵۴	۰.۵۹۰	
عنصر رابطه‌ای	۰.۳۴۲	۰.۵۶۷	۰.۶۰۵	۰.۸۰۲

جدول ۴. جذر متوسط پراکنش استخراج شده‌ی اخلاق حرفه‌ای

متغیر	۱۱	۲۲	۳۳	۴۴	۵۵	۶۶	۷۷	۸۸	۹۹
اخلاق حرفه‌ای	۰.۷۸۶								
مسئولیت اجتماعی	۰.۶۷۳	۰.۸۰۲							
صادق بودن	۰.۶۰۱	۰.۵۵۴	۰.۸۱۹						
عدالت و انصاف	۰.۲۸۶	۰.۵۶۷	۰.۶۰۵	۰.۵۷۵					
وفاداری	۰.۶۸۱	۰.۴۵۷	۰.۵۲۶	۰.۵۳۳	۰.۸۰۲				
تعالی جویی	۰.۵۵۹	۰.۴۷۳	۰.۴۲۱	۰.۳۲۲	۰.۳۳۰	۰.۷۸۴			
احترام به دیگران	۰.۴۹۱	۰.۶۵۵	۰.۵۴۶	۰.۳۳۱	۰.۳۲۴	۰.۴۱۰	۰.۸۴۲		
همدردی با دیگران	۰.۶۳۶	۰.۳۶۶	۰.۵۱۴	۰.۴۹۱	۰.۵۴۳	۰.۳۹۸	۰.۳۶۷	۰.۵۷۰	
رعایت احترام به ارزش‌ها	۰.۴۹۳	۰.۳۲۰	۰.۴۵۰	۰.۵۲۳	۰.۵۲۱	۰.۴۱۱	۰.۴۱۳	۰.۵۱۰	۰.۸۴۲

جدول ۵. جذر متوسط پراکنش استخراج شده‌ی رفتار شهروندی

متغیر	۱۱	۲۲	۳۳	۴۴	۵۵	۶۶
رفتار شهروندی	۱۰.۵۷۰					
دوستی نوع	۰.۶۵۶	۱۰.۵۸۰				

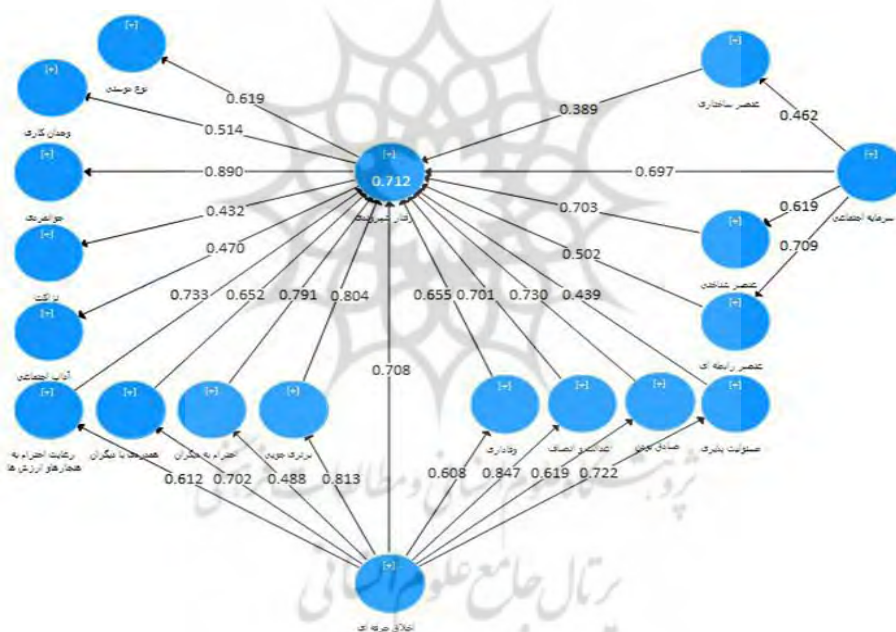
متغیر	۱۱	۲۲	۳۳	۴۴	۵۵	۶۶
کاری وجدان	۰.۴۴۴	۰.۵۵۴	۱۰.۸۷۲			
جوان‌مردی	۰.۶۸۶	۰.۵۶۷	۰.۶۰۵	۱۰.۵۹۰		
نزاکت	۰.۱۸۱	۰.۴۵۷	۰.۳۲۶	۰.۵۳۳	۱۰.۵۶۱	
اجتماعی آداب	۰.۶۸۰	۰.۵۶۱	۰.۶۰۵	۰.۴۳۰	۰.۶۳۶	۱۰.۵۹۴

قبل از ورود به مرحله آزمون فرضیه‌های تحقیق، می‌بایست از صحت سؤالات مربوط به متغیرهای تحقیق اطمینان حاصل کرد به همین جهت در این مرحله از تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود. تحلیل عاملی نشانگرهایی که برای متغیر مکنون برگزیده شده را سنجیده و گزارش می‌دهد که نشانگرهای انتخابی با چه دقتی معرف یا برازنده متغیر مکنون است. در نرم‌افزار PLS برای تحلیل عاملی لازم است که تمامی متغیرهای مکنون به یکدیگر متصل شوند از این رو مدل حاصل از تحلیل عاملی پژوهش در ذیل به نمایش درآمده است:

جدول ۶. ضرایب بارهای عاملی استاندارد و ضرایب معناداری معرف‌های پژوهش

متغیر	ابعاد	گویه یا متغیر	حالت معناداری	بارهای عاملی استاندارد	نتیجه
سرمایه اجتماعی	عنصر ساختاری	۶ تا ۱	۴.۳۳۸	۰.۴۶۲	تأیید
	عنصر شناختی	۷ تا ۱۱	۵.۱۰۳	۰.۶۱۹	تأیید
	عنصر رابطه‌ای	۱۲ تا ۱۵	۷.۰۱۸	۰.۷۰۹	تأیید
اخلاق حرفه‌ای	مسئولیت‌پذیری	۲، ۱	۱۰.۷۲۱	۰.۷۲۲	تأیید
	صادق بودن	۴، ۳	۹.۲۲۳	۰.۶۱۹	تأیید
	عدالت و انصاف	۶، ۵	۶.۹۸۸	۰.۸۴۷	تأیید
	وفاداری	۸، ۷	۸.۱۰۲	۰.۶۰۸	تأیید
	تعالی‌جویی و رقابت	۱۰، ۹	۱۴.۰۰۶	۰.۸۱۳	تأیید
	احترام به دیگران	۱۲، ۱۱	۱۰.۰۰۱	۰.۴۸۸	تأیید
	همدردی با دیگران	۱۴، ۱۳	۱۱.۳۰۷	۰.۷۰۲	تأیید
	رعایت احترام به ارزش‌ها	۱۶، ۱۵	۱۴.۰۷۱	۰.۶۱۲	تأیید

نتیجه	بارهای عاملی استاندارد	حالت معناداری	گویه یا متغیر	ابعاد	متغیر
تأیید	۰.۶۱۹	۸.۷۲۱	۲۰، ۱۵، ۱۰، ۵، ۲۴	نوع دوستی	
تأیید	۰.۵۱۴	۵.۴۱۰	۱۶، ۱۱، ۶، ۱، ۲۱	وجدان کاری	
تأیید	۰.۸۹۰	۲۳.۸۹۰	۱۷، ۱۲، ۷، ۲، ۲۲	جوان مردی	رفتار شهروندی
تأیید	۰.۴۳۳	۴.۳۰۰	۱۹، ۱۴، ۹، ۴، ۲۳	نزاکت	
تأیید	۰.۴۷۰	۵.۰۷۲	۱۸، ۱۳، ۸، ۳	آداب اجتماعی	

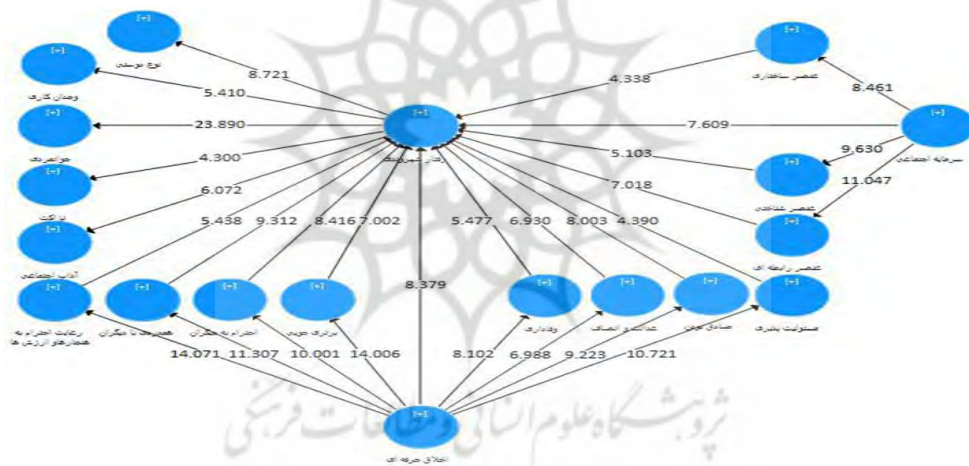


نمودار ۱. اعداد استاندارد گویه‌های پژوهش

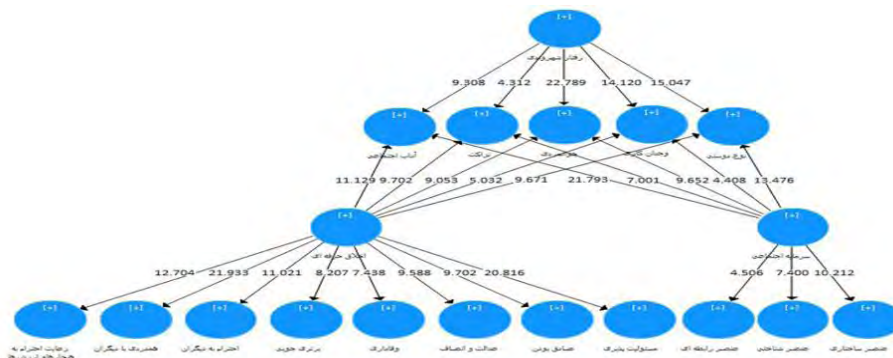
بارهای عاملی شده از اهمیت زیادی در تفسیر نتایج تحلیل عاملی برخوردارند. این بارها نشان دهنده‌ی همبستگی بین هر متغیر آشکار (گویه‌ها) و عامل‌های مربوط به آن است. بسته به این که پژوهش‌گر چه میزان دقت را برای حذف گویه‌ها در نظر بگیرد، مقادیر ملاک از

۰/۵ تا ۰/۷ برای بارهای عاملی معرفی شده است. اما کم‌ترین سرحد اعلام شده مقدار ۰/۴ است (هالند، ۱۹۹۹). بدین معنی که گویه‌هایی با بارهای عاملی کمتر از ۰/۴ کفایت لازم برای باقی ماندن در الگو را نداشته و باید حذف شوند. همان‌طور که در الگو ملاحظه می‌کنید تمام اعداد بالای ۰/۴ هستند پس هیچ گویه‌ای حذف نمی‌شود. با توجه به این که تعداد گویه‌ها (متغیرهای مشاهده شده) مربوط به هر متغیر وجود دارد، به‌منظور نمایش بهتر برون‌داد، متغیرهای مشاهده شده، به حالت مخفی در آمده است که علامت + در داخل دایره‌ها نشان‌دهنده‌ی این مورد است.

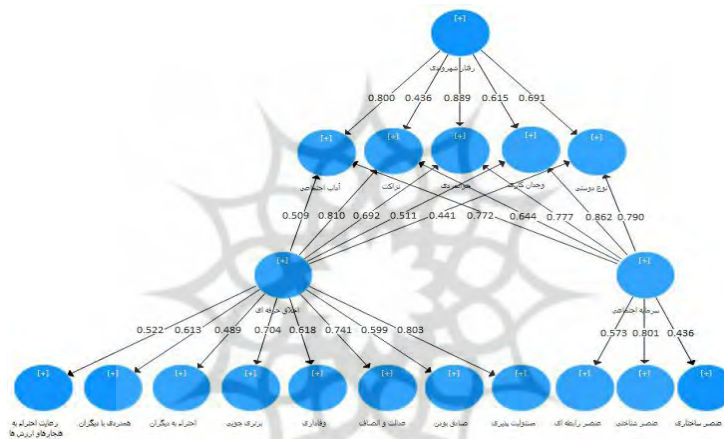
مقادیر داخل این نمودار روابط بین متغیرهای مکنون را به جهت معنی‌داری می‌سنجند. چنانچه در رابطه‌ای مقدار آماره‌ی t آن بیش از ۱/۹۶ باشد در سطح ۵ درصد و چنانچه مقادیر از ۲/۵۸ بزرگ‌تر باشند در سطح ۰/۰۱ معنادار می‌باشند.



نمودار ۲. اعداد معناداری گویه‌های پژوهش



نمودار ۳. اعداد معناداری گویه‌های پژوهش



نمودار ۴. اعداد استاندارد گویه‌های پژوهش

شاخص‌های برازش مدل پژوهش. همان‌طور که طبق الگو در حالت تخمین استاندارد مشاهده می‌کنیم، مقادیر ضریب تعیین برای متغیرهای عنصر ساختاری، شناختی، رابطه‌ای، مسئولیت‌پذیری، صادق بودن، عدالت و انصاف، وفاداری، تعالی‌جویی و رقابت، احترام به دیگران، همدردی با دیگران، رعایت احترام، نوع‌دوستی، وجدان‌کاری، جوانمردی، نزاکت، آداب اجتماعی به ترتیب ۰.۴۶۲، ۰.۶۱۹، ۰.۷۰۹، ۰.۷۲۲، ۰.۶۱۹، ۰.۸۴۷، ۰.۶۰۸، ۰.۸۱۳، ۰.۴۸۸، ۰.۷۰۲، ۰.۶۱۲، ۰.۶۱۹، ۰.۵۱۴، ۰.۸۹۰، ۰.۴۳۳، ۰.۴۷۰ بدست آمده‌اند. پژوهش‌گران سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی ضریب تعیین R^2 معرفی نموده‌اند (اکبری و همکاران، ۱۳۹۵). بر این اساس

می‌توان نتیجه گرفت که این الگو از قابلیت پیش‌بینی قوی و مناسبی برخوردار می‌باشد. بنابراین، با توجه به مقدار مناسب ضریب تعیین (R^2) می‌توان کیفیت الگوی پژوهش را تعیین نمود. بر این اساس می‌توان ضرایب تعیین را به صورت زیر تحلیل نمود:

- حدود ۶۹.۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته رفتار شهروندی توسط متغیر مستقل سرمایه‌ی اجتماعی قابل تبیین است.

- حدود ۷۹ درصد از تغییرات مؤلفه‌ی نوع‌دوستی توسط متغیر سرمایه‌ی اجتماعی قابل تبیین است.

- حدود ۸۶.۲ درصد از تغییرات مؤلفه‌ی وجدان کاری توسط متغیر سرمایه‌ی اجتماعی قابل تبیین است.

- حدود ۷۷.۷ درصد از تغییرات مؤلفه‌ی جوان‌مردی توسط متغیر سرمایه‌ی اجتماعی قابل تبیین است.

- حدود ۶۴.۴ درصد از تغییرات مؤلفه‌ی نزاکت توسط متغیر سرمایه‌ی اجتماعی قابل تبیین است.

- حدود ۷۷.۲ درصد از تغییرات مؤلفه‌ی آداب اجتماعی توسط متغیر سرمایه‌ی اجتماعی قابل تبیین است.

- حدود ۳۸.۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته رفتار شهروندی توسط مؤلفه‌ی عنصر ساختاری قابل تبیین است.

- حدود ۷۰.۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته رفتار شهروندی توسط متغیر عنصر شناختی قابل تبیین است.

- حدود ۵۰.۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته رفتار شهروندی توسط متغیر عنصر رابطه‌ای قابل تبیین است.

عامل دیگری که در ارزیابی روایی الگو مورد توجه قرار می‌گیرد، اندازه تأثیر یا f^2 کوهن است. اندازه تأثیر، به بررسی این مسئله می‌پردازد که آیا یک متغیر نهفته مستقل، تأثیر قابل توجهی روی یک متغیر وابسته دارد یا خیر. این مقدار از روی مقدار ضریب تعیین R^2 محاسبه می‌شود و فرمول آن به صورت زیر است:

$$f^2 = \frac{R^2}{1 - R^2}$$

مقادیر ضریب تعیین برای متغیرهای عنصر ساختاری، شناختی، رابطه‌ای، مسئولیت‌پذیری، صادق بودن، عدالت و انصاف، وفاداری، تعالی‌جویی و رقابت، احترام به دیگران، همدردی با دیگران، رعایت احترام، نوع‌دوستی، وجدان کاری، جوانمردی، نزاکت، آداب اجتماعی به ترتیب ۰.۴۶۲، ۰.۶۱۹، ۰.۷۰۹، ۰.۷۲۲، ۰.۶۱۹، ۰.۸۴۷، ۰.۶۰۸، ۰.۸۱۳، ۰.۴۸۸، ۰.۷۰۲، ۰.۶۱۲، ۰.۶۱۹، ۰.۵۱۴، ۰.۸۹۰، ۰.۴۳۳، ۰.۴۷۰ به دست آمده‌اند. مقادیر f^2 بین ۰.۰۲ تا ۰.۱۵ نشان‌گر تأثیر ضعیف، بین ۰.۱۵ تا ۰.۳۵ نشان‌گر تأثیر متوسط و بزرگ‌تر از ۰.۳۵ بیانگر تأثیر زیاد متغیر(های) مستقل روی متغیر وابسته هستند. با توجه به مقادیر ضریب تعیین، مقادیر f^2 به ترتیب ۰.۸۵، ۱.۶۲، ۲.۴۳، ۲.۵۹، ۱.۶۲، ۵.۵۳، ۱.۵۵، ۴.۳۴، ۰.۹۵، ۲.۳۵، ۱.۵۷، ۱.۶۲، ۱.۰۵، ۸.۰۹، ۰.۷۶، ۰.۸۸ به دست آمده است. مقدار فوق نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل پژوهش به خوبی توانسته‌اند تغییرات پراکنش متغیر وابسته‌ی پژوهش را پیش‌بینی نمایند.

بررسی برازش مدل ساختاری (قدرت پیش‌بینی مدل) از طریق معیار GOF. معیار GOF^۱ مربوط به بخش کلی الگوهای معادلات ساختاری است. بدین معنا که توسط این معیار پژوهش‌گر می‌تواند پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری الگوی کلی پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز پایش نماید. این معیار توسط تنهاوس^۲ و همکاران (۲۰۰۴) ابداع گردیده و به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$Gof = \sqrt{Communalities \times R^2}$$

در فرمول فوق $Communalities$ نشانه‌ی میانگین مقادیر اشتراکی هر متغیر و R^2 نیز مقدار میانگین پراکنش تبیین شده متغیرهای درون‌زای الگو است. در روش حداقل مربعات جزئی و تنزل^۳ و همکاران (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند.

1. goodness of fit
2. Tenehaus at al.
3. Wetzels at al.

در جدول ۷ مقدار GOF مربوط به الگوی ساختاری پژوهش محاسبه شده است:

جدول ۷. بررسی معیار GOF

GOF	مقادیر اشتراکی Communality	پراکنش تبیین شده	متغیر
۰/۳۶	۰/۸۹۹۱	۰/۸۸	عنصر ساختاری
	۰/۸۲۷۹	۰/۶۱	عنصر شناختی
	۰/۵۹۰۹	۰/۷۸	عنصر رابطه‌ای
	۰/۸۰۲۲	۰/۶۴	مسئولیت پذیری
	۰/۷۸۶۶	۰/۶۶	صادق بودن
	۰/۸۰۲۱	۰/۶۱	عدالت و انصاف
	۰/۸۱۹۹	۰/۴۹	وفاداری
	۰/۵۷۵۹	۰/۵۰	تعالی جویی
	۰/۸۰۲۲	۰/۸۷	احترام به دیگران
	۰/۷۸۴۶	۰/۴۴	هم‌دردی با دیگران
	۰/۸۴۲۰	۰/۷۳	رعایت احترام
	۰/۵۷۰۲	۰/۵۹	نوع دوستی
	۰/۸۴۲۸	۰/۸۱	وجدان کاری
	۰/۵۷۰۷	۰/۶۲	جوان‌مردی
	۰/۵۸۰۳	۰/۷۰	نزاکت
۰/۸۷۲۸	۰/۶۵	آداب اجتماعی	

معیار GOF برای برازش الگوی کلی ۰/۳۶ محاسبه شده است که نشان دهنده برازش قوی الگو است.

بررسی آزمون فرضیه اصلی اول: بین مؤلفه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی و ابعاد رفتار شهروندی رابطه وجود دارد.

H_0 : بین مؤلفه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی و ابعاد رفتار شهروندی رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین مؤلفه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی و ابعاد رفتار شهروندی رابطه وجود دارد.

با توجه به نمودار ۳ در صورتی که ارزش t ، بین $+1/۹۶$ و $-1/۹۶$ باشد، روابط بین متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نخواهد بود، و در صورتی که ارزش t ، بزرگ‌تر

از $1/96+$ و یا کوچک‌تر از $1/96-$ باشد، روابط بین متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار خواهد بود، بنابراین در صورتی که مقدار آماره t از 1.96 بیشتر شود، نشان از صحت رابطه‌ی بین متغیرها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان 95% است که بر این اساس کلیه‌ی روابط موجود در الگو معنی‌دار است.

برون‌داد آزمون رابطه‌ی بین متغیرها در حالت تخمین استاندارد ارائه‌شده است، عدد داخل متغیر وابسته (رفتار شهروندی) مقدار ضریب تعیین را نشان می‌دهد که در این صورت متغیر سرمایه‌ی اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای 71.2 درصد از تغییرات متغیر رفتار شهروندی را تبیین می‌کند.

خلاصه‌ی نتایج الگویابی معادلات ساختاری در جدول ۸ ارائه‌شده است:

جدول ۸. نتایج اجرای الگویابی معادلات ساختاری فرضیه‌ی اصلی ۱

روابط متغیرهای پژوهش	ارزش t	اثر مستقیم (R)	اثر غیر مستقیم	اثر کل	نتیجه
مؤلفه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی - ابعاد رفتار شهروندی	۷.۶۰۹	۰.۶۹۷	-	۰.۶۹۷	تأیید

همان‌طور که در جدول نتایج معادلات نشان داده شده است جهت بررسی فرضیه‌ی اصلی از الگوسازی معادلات ساختاری استفاده شده است. بنابراین، با توجه به ضریب مسیر متغیر مؤلفه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی و ابعاد رفتار شهروندی که به مقدار 0.697 و هم‌چنین آماره‌ی t به مقدار 7.609 می‌توان گفت: مؤلفه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی بر ابعاد رفتار شهروندی تأثیر مثبت دارد و تأیید می‌شود.

در جدول ۹ شاخص‌های کیفیت الگو در روش حداقل مربعات جزئی ارائه شده‌اند. همان‌طور که ملاحظه می‌شود الگوی پژوهش از کیفیت مناسبی برخوردار است چرا که سازه‌ی روایی مشترک متقاطع^۱ متغیرهای پژوهش $0 <=$ یعنی مثبت بوده است، میزان پایایی

مرکب^۱ آن‌ها بیشتر از مقدار ۰/۷ است و میانگین پراکنش‌های استخراج‌شده^۲ آن‌ها بیش‌تر از مقدار ۰/۵ است.

جدول ۹. شاخص‌های کیفیت الگو و سطح پذیرش آن‌ها در روش حداقل مربعات جزئی

ردیف	شاخص کیفیت الگو	سطح پذیرش	مؤلفه‌ی سرمایه اجتماعی	ابعاد رفتار شهروندی
۱	سازه‌ی روایی مشترک متقاطع	≥ 0	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
۲	پایایی مرکب	> 0.7	۰/۹۱۵	۰/۹۵۰
۳	میانگین پراکنش‌های استخراج‌شده	> 0.5	۰/۸۳۱	۰/۸۴۵

بررسی آزمون فرضیه‌ی اصلی دوم: بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد رفتار شهروندی رابطه وجود دارد.

H_0 : بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد رفتار شهروندی رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد رفتار شهروندی رابطه وجود دارد.

اعداد معناداری بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد رفتار شهروندی ۸.۳۷۹ است که چون این مقدار بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است، بنابراین بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد رفتار شهروندی، رابطه معناداری وجود دارد. ضریب استاندارد بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد رفتار شهروندی ۰.۷۰۸ است که چون این عدد بزرگ‌تر از ۰.۶ است، نشان از رابطه‌ی قوی و مستقیم بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد رفتار شهروندی دارد.

خلاصه‌ی نتایج الگویابی معادلات ساختاری برای فرضیه‌ی اصلی دوم در جدول ۱۰ ارائه شده است.

جدول ۱۰. نتایج اجرای الگویابی معادلات ساختاری فرضیه اصلی ۲

روابط متغیرهای پژوهش	ارزش t	اثر مستقیم (R)	اثر غیرمستقیم	اثر کل	نتیجه
مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای - ابعاد رفتار شهروندی	۸.۳۷۹	۰.۷۰۸	-	۰.۷۰۸	تأیید

1. composite reliability
2. average variances extracted

آزمون فرضیه اصلی سوم. بین سرمایه اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای و رفتار شهروندی رابطه وجود دارد.

H_0 : بین سرمایه‌های اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای و رفتار شهروندی رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین سرمایه‌های اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای و رفتار شهروندی رابطه وجود دارد.

اعداد معناداری بین سرمایه‌های اجتماعی و رفتار شهروندی ۷.۶۰۹ است که چون این مقدار بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است، بنابراین رابطه بین سرمایه‌های اجتماعی و رفتار شهروندی معنادار است. ضریب استاندارد بین سرمایه‌های اجتماعی و رفتار شهروندی ۰.۶۹۷ است که چون این عدد بزرگ‌تر از ۰.۶ است که این نشان از رابطه‌ی قوی و مستقیم بین سرمایه‌های اجتماعی و رفتار شهروندی دارد.

اعداد معناداری بین اخلاق حرفه‌ای و رفتار شهروندی ۸.۳۷۹ است که چون این مقدار بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است، بنابراین رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و رفتار شهروندی معنادار است. ضریب استاندارد بین اخلاق حرفه‌ای و رفتار شهروندی ۰.۷۰۸ است که چون این عدد بزرگ‌تر از ۰.۶ است نشان از رابطه‌ی قوی و مستقیم بین اخلاق حرفه‌ای و رفتار شهروندی دارد. خلاصه نتایج الگویابی معادلات ساختاری برای فرضیه سوم اصلی در جدول ۱۱ ارائه شده است:

جدول ۱۱. نتایج اجرای الگویابی معادلات ساختاری فرضیه‌ی اصلی نهایی

روابط متغیرهای پژوهش	ارزش t	اثر مستقیم (R)	اثر غیرمستقیم	نتیجه
سرمایه‌ی اجتماعی - رفتار شهروندی	۷.۶۰۹	۰.۶۹۷	=	تأیید
اخلاق حرفه‌ای - رفتار شهروندی	۸.۳۷۹	۰.۷۰۸	=	تأیید

از برآیندهای اطلاعات جداول بالا چنین استنباط می‌شود که متغیرهای پژوهش در جامعه آماری مورد مطالعه مثبت و زیاد است. نتایج نشان دادند که اخلاق حرفه‌ای نسبت به سرمایه‌ی اجتماعی بر رفتار شهروندی تأثیر بیشتری داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این مطالعه این است که با استفاده از داده‌های گردآوری شده از دبیران دوره‌ی دوّم متوسطه به بررسی رابطه‌ی اخلاق حرفه‌ای و سرمایه‌ی اجتماعی با رفتار شهروندی سازمانی بپردازد. سرمایه‌ی اجتماعی با رفتار شهروندی سازمانی رابطه دارد این فرضیه همسداست با پژوهشی که تحت عنوان «رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه‌ی اجتماعی در سازمان‌ها» که توسط ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) انجام شده است، پژوهش‌گران معتقدند رفتار مدنی سازمانی و سرمایه‌ی اجتماعی دو مقوله‌ی مهم و بین‌رشته‌ای هستند که امروزه در حیطه‌ی مدیریت از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند، و به نظر می‌رسد بر هم تأثیرگذار باشند. با توجه به اهمیت این دو مقوله مهم و انجام پژوهش‌های بسیار اندک در زمینه‌ی ارتباط این دو متغیر، این پژوهش به دنبال بررسی تأثیر شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی بر رفتار مدنی سازمانی بوده است. یافته‌های پژوهش نشان داده‌اند که ارتباط معنی‌داری بین شاخص‌های رفتار مدنی سازمانی با سرمایه‌ی اجتماعی وجود دارد.

بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد رفتار شهروندی رابطه وجود دارد. این فرضیه همسو با پژوهش کریمی (۱۳۹۲) تحت عنوان «رابطه‌ی اخلاق حرفه‌ای و هوش اخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی دبیران زن دوره‌ی متوسطه‌ی آموزش و پرورش ناحیه ۲ شهر شیراز» که جامعه آماری آن شامل دبیران زن دوره‌ی متوسطه‌ی ناحیه ۲ برابر با ۴۷۰ نفر بودند. کریمی در پژوهش خود به این نتیجه دست یافت که بین رفتار شهروندی سازمانی و اخلاق حرفه‌ای رابطه‌ی مستقیم و معناداری وجود دارد. نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در موفقیت معطوف به آینده‌ی سازمان، غیر قابل انکار است و دوری از آن سازمان‌ها را سخت آسیب‌پذیر و متضرر می‌سازد. ارگان معتقد است که رفتار شهروندی سازمانی، رفتاری فردی و داوطلبانه است که مستقیماً به وسیله نظام‌های رسمی پاداش در سازمان طراحی نشده است، اما با این وجود باعث ارتقای اثربخشی و کارایی عملکرد سازمان می‌شود. بنابراین، با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای و تأثیر آن در رفتار شهروندی سازمانی هر چه اخلاق حرفه‌ای کارکنان رشد

یابد بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر داشته و متعاقباً عملکرد و پیشرفت و کارایی سازمان افزایش خواهد یافت.

با توجه به آزمون فرضیه‌ها و نتایج به دست آمده می‌توان نتیجه‌گیری نمود که متغیرهای پژوهش در جامعه‌ی آماری مورد مطالعه مثبت و زیاد است و همچنین، نتایج نشان دادند که بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای با رفتار شهروندی سازمانی رابطه وجود دارد. به علاوه بین مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی با رفتار شهروندی سازمانی رابطه وجود دارد. همچنین، اخلاق حرفه‌ای نسبت به سرمایه‌ی اجتماعی بر رفتار شهروندی تأثیر بیشتری داشته است. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های پیشین همسویی دارند.

بر اساس یافته‌های فرضیه اول پیشنهاد می‌گردد:

- سازمان آموزش و پرورش توجه بیشتری به منابع انسانی به عنوان مهم‌ترین عامل در سازمان، داشته باشند.

- مدیران آموزش و پرورش باید با برنامه‌ریزی مدون به ترغیب معلمان به انجام فعالیت‌های داوطلبانه و صادقانه بپردازند.

سازمان آموزش و پرورش از جمله سازمان‌هایی است که نیاز به نهادینه کردن رفتارهای داوطلبانه و خدمات صادقانه در جهت تحقق اهداف سازمانی دارد. بنابراین، باید تمام تلاش و همت و خط‌مشی‌های این سازمان در جهت تقویت و تشویق رفتار شهروندی سازمانی در میان منابع انسانی باشد. عوامل مختلفی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارند برای پیشرفت هر سازمانی باید این عوامل شناسایی و اقداماتی صورت گیرند تا رفتارهای شهروندی در سازمان‌ها نهادینه گردند.

بر اساس یافته‌های فرضیه دوم پیشنهاد می‌گردد:

- روابط مبتنی بر تفاهم و اعتماد بین کارکنان و مدیران سازمان باید افزایش یابد و خط‌مشی‌های سازمانی نیز در این راستا باشند.

- تقویت جو سازمان، مبتنی بر اعتماد در محیط کار و پرورش احساس تعلق و تعهد کارکنان به سازمان.

- گردآوری، سازماندهی، پردازش و انجام سریع ایده‌های جدید کارکنان (ایجاد اتاق فکر و...)

- بر اساس یافته‌های فرضیه‌ی سوم پیشنهاد می‌گردد:
- مدیران، ابعاد عمومی اخلاق حرفه‌ای و همچنین ابعاد اختصاصی آن را در حین کار مورد توجه قرار داده و خود به‌عنوان الگوی سایرین، پیش‌قدم رعایت عملی اصول اخلاقی باشند.
- نیازسنجی و ایجاد کمیته‌ها و گروه‌های پژوهشی اخلاق محور در سازمان آموزش و پرورش.
- آموزش‌های ضمن خدمت جهت آشنایی کارکنان با اصول و مبانی اخلاقی در محیط کاری و گسترش اخلاق حرفه‌ای در سازمان مد نظر قرار گیرند.
- حرفه‌ی معلّمی به‌عنوان یک حرفه‌ی حسّاس در جامعه نقش بسیار حیاتی را ایفا می‌کند، که برای تأثیرگذاری هر چه بیش‌تر آن نیازمند به یک اصل اساسی به نام اخلاق است. نقش علمی، فرهنگی و اجتماعی معلّمان مدارس ایجاب می‌کند که این افراد بیش از هر قشر دیگر از اخلاق حرفه‌ای برخوردار باشند. بنابراین، لازم است منشور اخلاقی تدوین شود و معلّمان ملزم به رعایت آن گردند.
- شرایط و چهارچوب خاصی از لحاظ اخلاقی باید مدوّن گردد و تمام دبیران در بدو ورود به این سازمان باید حائز این شرایط باشند.
- دبیران مدارس به جهت جایگاه علمی خود بر دانش آموزان تأثیرات الگوپذیری دارند لذا لازم است خود را ملتزم به رعایت اصول اخلاقی و متخلّق به اخلاق فردی بنمایند تا آثار آن در عمل و نه در گفتار، در آنان متجلی گشته و وظیفه‌ی تربیتی خود را در قبال فراگیران و جامعه به انجام برسانند.
- میزان تبعیّت از استانداردهای اخلاق حرفه‌ای از دیدگاه دبیران موردبررسی قرار گیرد تا نقاط ضعف و قوت موجود در این زمینه مشخص شده و بتوان برای تقویّت یا رفع آنها، راهکارهایی پیشنهاد شود.
- پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های دیگر به هنگام استفاده از ابزار پرسش‌نامه از شیوه‌های نوین و از امکانات و فنّآوری‌هایی که در دسترس عموم افراد جامعه هست استفاده گردد.
- البته، در این پژوهش، پرسش‌نامه با استفاده از فضای مجازی (ایمیل و شبکه‌های اجتماعی) در اختیار عدّه‌ای از دبیران قرارگرفت (که از جهت صرفه‌جویی در هزینه و زمان خیلی

به‌صرفه بود، هم‌چنین شرکت‌کنندگان در هر ساعتی از شبانه روز می‌توانستند به پرسش‌نامه پاسخ دهند) و بر خود لازم می‌دانیم از همه آنان به خاطر مشارکت در این پژوهش تقدیر و تشکر نماییم.

منابع

- اسلامی، ح (۱۳۸۷). رفتار شهروندی سازمانی. *مجله‌ی تدبیر*، ۱۸۷، آذر ماه ۸۶.
- اسماعیل زاده، روح‌الله، و درزیان، معصومه (۱۳۹۵). رابطه‌ی اخلاق حرفه‌ای با رفتار شهروندی سازمانی در رسانه‌های ورزشی معلمان آموزش و پرورش استان چهارمحال و بختیاری. *مجله‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی (مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی)*، ۴(۱۵)، ۳۶-۴۱.
- اکبری، محسن، قاسمی شمس، معصومه، و پورمحمد علی، سوده (۱۳۹۵). رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و درگیری‌های شغلی با میانجی‌گری رفتار شهروندی سازمانی. *مجله‌ی اخلاق در علم و فناوری*، ۱۲(۴)، ۱۰۸-۱۱۹.
- آراسته، حمید رضا و جاهد، حسینعلی (۱۳۹۰). احترام به اخلاق حرفه‌ای در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی. *فصل‌نامه نشاء علم*، ۱(۲).
- آریان پور کاشانی، منوچهر، و دلگشایی، بهرام (۱۳۸۸). *فرهنگ جامع فارسی به انگلیسی*، تهران: نشر الکترونیکی و اطلاع‌رسانی جهان رایانه امین.
- بشارتی گیوی، محمد کاظم. (۱۳۹۵). بررسی رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی (مطالعه‌ی موردی: کارکنان شرکت گاز استان اردبیل). *مطالعات علوم اجتماعی در ایران*، ۱۴(۳)، ۱-۱۴.
- بوردیر، پیر. *نظریه کنش*. (۱۳۸۱)، ترجمه مرتضی مردیها. تهران: نقش و نگار.
- تسلیمی، محمد سعید، منوریان، عباس، و آشنا، مصطفی (۱۳۸۵). بررسی رابطه‌ی بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درونی سازمانی. *فرهنگ مدیریت*، ۴(۱۴).
- تولایی، روح‌الله (۱۳۸۸). عوامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان. *ماهنامه‌ی علمی ترویجی توسعه‌ی انسانی*، ۲۵.

- تقوایی یزدی، مریم (۱۳۹۴). رابطه‌ی اخلاق حرفه‌ای با سلامت روان و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان. فصل‌نامه‌ی تحقیقات مدیریت آموزشی. ۷(۴)، ۵۱-۶۶.
- دهقانی، محمد، حیوی حقیقی، محمدحسین، کیان پوری، ساناز، و شیانی، بلقیس (۱۳۹۲). رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی، رفتار شهروندی سازمانی و رضایت شغلی پرستاران. فصل‌نامه‌ی مدیریت پرستاری، ۳(۱)، ۳۵-۴۴.
- دهقانی، محمد، مصطفایی، داوود، حیوی حقیقی، محمدحسین، استبصاری، فاطمه، رفعتی، شیده، و خرمی، فرید (۱۳۹۳). بررسی رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان بیمارستان‌های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان. مجله‌ی اطلاع‌رسانی پزشکی نوین، ۱(۱)، ۲۴-۳۲.
- رحمان پور، لقمان (۱۳۸۹). مدیریت سرمایه‌ی اجتماعی رویکردی اثر بخش در مدیریت منابع انسانی. مجله‌ی توسعه‌ی مدیریت، شماره‌ی ۱۹.
- شمسی، زهرا، محبعلی پور، منیره، الوداری، حسن (۱۳۹۲). تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی. مجله‌ی مدیریت سرمایه‌ی اجتماعی، ۲(۱)، ۱۱۷-۱۳۶.
- طبرسا، غلامعلی، هادی زاده مقدم، اکرم، و کشتگر، عبدالعلی (۱۳۸۹). یک الگو برای توضیح عوامل مؤثر بر رفتار شهروندی. چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۱.
- قراملکی، فرامرز (۱۳۸۵). اخلاق حرفه‌ای. تهران: مجنون.
- قاسم زاده، ابوالفضل، زوار، تقی، مهدیون، روح الله، رضایی، ادیبه (۱۳۹۳). رابطه‌ی اخلاق حرفه‌ای با مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی: نقش میانجی‌گر فرهنگ خدمت‌گزاری. فصل‌نامه‌ی اخلاق در علوم و فناوری، ۹(۲)، ۸-۱.
- کریمی، ملیحه (۱۳۹۲). رابطه‌ی اخلاق حرفه‌ای و هوش اخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی دبیران زن دوره متوسطه‌ی آموزش و پرورش ناحیه ۲ شیراز. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرو دشت.
- مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۷). زندگی در پرتو اخلاق. قم: نسل جوان.
- مستبصری، محمد، نجاتی، علیرضا (۱۳۸۷). فرسودگی شغلی عامل تعدیل‌کننده رفتار شهروندی سازمانی در سازمان. اولین کنفرانس ملی مدیریت رفتار شهروندی سازمانی.

References

- Bienstock, C. C., DeMoranville, C.W., & Smith R.K. (2013). Organizational Citizenship Behavior & Service Quality. *Journal of Service Marketing*, Vol 17, No 4, 357-378.
- Bolino, M. C., Turnley, W. H., & Bloodgood, J. M. (2012). Citizenship behavior & the creation of social capital in organizations. *Academy of management review*, 27(4), 505-522.
- Cohen, A., & Kol, Y. (2014). professionalism & organizational citizenship behavior, an empirical examination among Israeli nurses. *journal of managerial psychology*, Vol 19, No 4.
- Kil, N., Holland, S. M., & Stein, T. V. (2014). Structural relationships between environmental attitudes, recreation motivations, and environmentally responsible behaviors. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, Vol 7, No 16-25.
- Kale, P., Singh, H., Perlmutter, H. (2000). Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: building relational capital. *Special Issue: Strategic Networks*, Vol 21, Issue3, 199-425.
- Keng, Ch.J., Tran, V.D., & Thi, T.M.(2013). Relationships among Brand Experience, Brand Personality, And Customer Experiential Value. *Contemporary Management Research*, Vol 9, No 3, 247-262.
- Lawson, B., Tyler, B. B., Cousins, P. D. (2008). Antecedents and consequences of social capital on buyer performance improvement. *Journal of Operations Management*, Vol 26, No 3, 446-460.
- Nahapiet J., Ghoshal, S. (1998). Social capital, Intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of management review*, Vol 23, No 2, 242-260.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Moorman, R. H., & Fetter, R. (1990). Transformational Leader Behaviors and Their Effects on Followers, Trust in Leader, Satisfaction and Organizational Citizenship Behaviors. *Leadership Quarterly*, Vol 1, 107-142.
- Szeman, I., & Kaposy, T. (2010). *Cultural Theory: An anthology*. USA: Wiley.
- Tenehaus, M., Amato, S., & Esposito, V. (2004). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation Vinizi. *In Proceedings of the XLII SIS scientific meeting*, 739-742.
- 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*, Vol 51, No 2, 3-21.
- Wetzels, M., Odekerken-Schroder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, Vol 33, No 1.