



Research Paper

Examining the Indicators of Social Responsibility In The Banking System and Its Relationship With Organizational Socialization In Line With Regional Planning: A Case Study of Maskan Bank Financial Group Subsidiaries

Akram Mohammadi Nikoo¹, Seyed Naser Hejazi^{*2}, Asghar Mohammadi²

1. PhD student, Department of Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran.
2. Assistant Professor, Department of Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran.

ARTICLE INFO

PP: 531-548

Use your device to scan and read
the article online



Keywords: Social
Responsibility, Banking
System, Organizational
Socialization.

Abstract

The purpose of this research was to investigate the indicators of social responsibility in the banking system and its relationship with organizational socialization. The method of this research is descriptive-analytical in terms of the nature of the problem and the purpose of the research is an applied research and examines the relationship between the research variables including the dimensions of social responsibility in the banking system as independent variables and the dimensions of organizational socialization in the city of Tehran. The statistical population under study is all the employees of 11 companies under the holding group of Maskan Bank Financial Group, whose total number is 719 at the time of the research (year 2022). Sample Power software was used to select the sample size, which selects samples more accurately than Cochran's formula and Morgan's table or other methods, so the number of samples equal to 280 people was obtained with the use of this software.

Citation: Mohammadi Nikoo, A., Hejazi, S N., Mohammadi, A . (2024). **Examining the Indicators of Social Responsibility In The Banking System and Its Relationship With Organizational Socialization In Line With Regional Planning: A Case Study of Maskan Bank Financial Group Subsidiaries**, *Geography(Regional Planning)*, 14(54), 531-548.

DOI: 10.22034/JGEOQ.2023.288552.3106

DOR:

* **Corresponding author:** Seyed Naser Hejazi, **Email:** hejazinaser@yahoo.com

Extended Abstract

Introduction

In order to fulfill their social responsibilities, banks are facing challenges such as focusing on increasing profit, lack of codified plans and coherent strategy, and lack of suitable models. These challenges indicate that social responsibility in banks has been largely forgotten. Although banks have taken actions such as building schools, hospitals, religious places, and investing in youth employment, these actions have often been insufficient, unplanned, and mostly for propaganda purposes. Therefore, it is necessary to formulate an appropriate and indigenous model with an emphasis on the social structure of banking in Iran. The social responsibility of banks should become a social culture and belief, designed and implemented within the organizational structure. So far, the social responsibility of organizations has been discussed in various scientific trends, but not enough applied research has been conducted in sociology. This research aims to investigate the social responsibility of banks from the perspective of sociology and according to the theories of this discipline. Investigating the relationship between social responsibility and organizational socialization among employees is very important for designing macro strategies. Social responsibility can become a factor in satisfying the needs of society members, leading to social solidarity and cohesion. Is there a relationship between the dimensions of social responsibility (ethical and humanitarian) and the dimensions of organizational socialization (educational, understanding, support of colleagues, and future perspective)?

Methodology

The method of this research is descriptive-analytical. In terms of the nature of the problem and its goal, it is considered applied research that examines the relationship between research variables, including the dimensions of social responsibility in the banking system as independent variables and the dimensions of organizational socialization in Tehran. The main methods of collecting information in this research were the use of documentary methods and both standard and researcher-made questionnaires. This research

is also considered a survey type because the required information is collected by a questionnaire in the research field.

Results and Discussion

Before using the statistical tests of the research, the normality test of the data should be conducted. This is necessary because, before any test that assumes the normality of the data, the normality must be ensured. When checking the normality of the data, the null hypothesis, which assumes that the distribution of the data is normal, is tested at the 5% error level. Therefore, if a significance value greater than or equal to 0.05 is obtained, there will be no reason to reject the null hypothesis. In other words, the data distribution will be considered normal. The assumption of the normality of the data has been tested at the 5% significance level using the Kolmogorov-Smirnov technique. To test the normality of the data, the statistical assumptions are set as follows: Based on the results listed in Table 5, in all cases, a significant value greater than 0.05 has been obtained. Therefore, there is no reason to reject the assumption, meaning that the distribution of measurement data for each dimension is normal. Consequently, parametric tests and confirmatory factor analysis can be used.

Based on the results of the measurement model shown in Figure 1, the observation factor load has a value larger than 0.4 in all cases, indicating a proper correlation between the visible variables and the related hidden variables. Therefore, it can be concluded that each main variable has been measured correctly, and considering the findings of this scale, the research hypotheses can be tested. Two criteria have been used to check the validity of the external model. The first criterion is convergent validity, and the second criterion is divergent validity. The second criterion for examining the fit of measurement models is convergent validity, which examines the degree of correlation of each construct with its questions (indices). The higher the correlation, the better the fit (Barkley et al., 195). Fornell and Larcker (1981) introduced the Average Variance Extracted (AVE) criterion to measure convergent validity and stated that the critical value is 0.5. In the table below, the value of

this coefficient is presented for each of the structures.

Conclusion

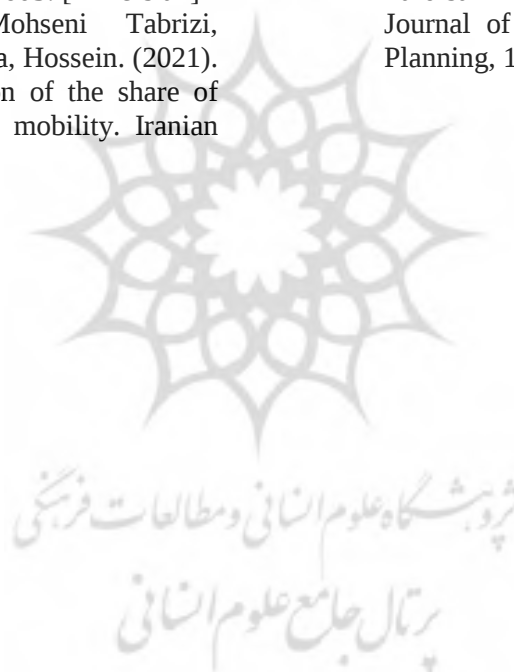
The results of this study showed that social participation depends on the level of political participation. These results support the theory of Huntington and Nelson, who believe that active participation in collective organizations will increase both social and political participation. Conversely, a decrease in political participation will lead to a concentration of power among elites,

preventing the broader population from having influence. Politics then becomes monopolized by certain groups or individuals. This concentration and monopoly of power will undoubtedly restrict people's rights and eventually lead to corruption and tyranny. Various experiences have shown that the failure to engage in politics and the lack of power shifts hinder progress and reform in current affairs. Therefore, politicians should strengthen the factors that affect the level of political participation in order to both implement their programs and enhance governance.

References

1. Aghaei Khane Bargh, Ali; Gharib Zadeh, Ramin; Azadi Beris, Lili. (2020). Modeling the role of political culture in political participation and trust with the mediation of social capital. *Cultural Leadership Studies Quarterly*, 2(3), 68-92. [In Persian]
2. Ahmadi, Shahrzad. (2021). A study of good governance theory based on public trust and social capital. *Quarterly Journal of Accounting and Management Outlook*, 4(44), 1-12. [In Persian]
3. Ahmadi, Yaghoob. (2019). The impact of various types of social capital in social networks on different types of political participation (Case study: Citizens aged 18 and over in Sanandaj). *Applied Sociology*, 30(3), 1-22. [In Persian]
4. Allah Verdi, Mehrshad. (2020). The impact of urban management performance in the process of sustainable political development with an emphasis on the reciprocal role of participation and social capital. *Bi-monthly Journal of Applied Studies in Management and Development Sciences*, 5(4), 69-83. [In Persian]
5. Amini, Salam; Kavoakbian, Mostafa; Shiri, Tahmoures. (2020). A study of social factors affecting political participation in Ilam province. *Iranian Journal of Political Sociology*, 3(2), 132-155. [In Persian]
6. Asghari, Ansieh; Hashem Zehi, Nowruz; Ghadimi, Bahram. (2020). A study of the impact of globalization of cultural and political life on social trust among Tehran citizens. *Socio-Cultural Changes*, 17(66), 1-21. [In Persian]
7. Bagheri, Masoumeh; Shojaei, Hassan; Kiani, Sara. (2021). Meta-analysis of social capital studies with political participation in Iran after the Islamic Revolution. *Islamic Social Research*, 27(1), 247-279. [In Persian]
8. Bashiri Givi, Hossein; Navabakhsh, Mehrdad; Fathi, Soroush. (2022). Sociological explanation of the role of civil institutions on cultural and social capital of Tehran citizens in 2016. *Socio-Cultural Changes*, 19(72), 44-69. [In Persian]
9. Bazargan Harandi, Abbas. (2008). Mixed research method: A superior approach for studies. *Management Knowledge*, (81), 15-35. [In Persian]
10. Dara, Jalil; Sadeghi, Elaheh. (2022). Factors affecting the level of women's political participation; with an emphasis on the number of female ministers in different governments of the Islamic Republic of Iran. *Biannual Political Science Journal*, 18(2), 377-400. [In Persian]
11. Habib Poor Ghatabi, Karam; Mousavi Khorshidi, Seyed Hamid Reza. (2016). The relationship between social capital and political participation of Qom citizens. *Quarterly Journal of Social Welfare*, 16(62), 359-395. [In Persian]
12. Hajipour, Hossein; Amini, Yousef; Kordzanganeh, Manouchehr. (2020). The impact of social capital on patterns of political participation among citizens over 18 years old in Ahvaz. *Quarterly Journal of Social Sciences Research of Islamic Azad University, Shushtar Branch*, 14(4), 27-52. [In Persian]
13. Hosseini, Seyed Ahmad; Abbasi, Rasoul; Rezaei, Roya. (2015). Identifying factors affecting the participation of elites in the development of the Islamic-Iranian progress model. *Quarterly Journal of Basij*

- Strategic Studies, 18(67), 25-47. [In Persian]
14. Hosseinpour, Sirus; Poryani, Mohammad Hossein; Azdarizadeh, Hossein. (2022). The role of art in explaining the sociological participation of Bakhtiari and Arab women in gaining social and political status. *Islamic Art Studies Journal*, 19(45), 160-175. [In Persian]
15. Jamini, Davood; Shamseddini, Ali; Jamshidi, Alireza. (2022). Investigating and analyzing the role of social capital on the performance of rural cooperatives in Fars province. *Quarterly Journal of Cooperation and Agriculture*, 14, 42-61. [In Persian]
16. Khamechi, Hamed; Rangriz, Hassan. (2019). Meta-analysis of the consequences of social capital. *Social Capital Management*, 6(4), 524-603. [In Persian]
17. Khosravi, Sahar; Mohseni Tabrizi, Alireza; Aghajani Mersa, Hossein. (2021). Sociological explanation of the share of social capital in social mobility. *Iranian Journal of Social Development Studies*, 13(2), 99-117. [In Persian]
18. Payani Far, Naser; Sedaghat Zadgan, Shahnaz; Mousavi, Mirtaheer; Rafiei, Hassan. (2022). Investigating the relationship between institutional interactions and social capital indicators (Case study: Charities and Imam Khomeini Relief Committee in Iran). *Social Studies and Research in Iran*, 11(2), 545-567. [In Persian]
19. Tanhaei, Abolhassan. (1995). An introduction to schools and theories of sociology. Gonabad: Marndiz Publishing. [In Persian]
20. Tashvishi, Hamed; Rahmani Kheili, Ehsan. (2022). The impact of religiosity on quality of life with the mediation of social participation and trust (Case study: Pardisan region of Qom). *Quarterly Journal of Social Welfare Development Planning*, 13(50), 85-122. [In Persian]





انجمن ژئوپلیتیک ایران

فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه‌ای)

دوره ۱۴، شماره ۵۴، بهار ۱۴۰۳

شاپا چاپی: ۶۴۶۲-۲۲۲۸ شاپا الکترونیکی: ۲۱۱۲-۲۷۸۳

Journal Homepage: <https://www.jgeoqeshm.ir/>



مقاله پژوهشی

بررسی شاخص‌های مسولیت پذیری اجتماعی در نظام بانکی و رابطه آن با جامعه پذیری سازمانی در راستای برنامه ریزی منطقه‌ای: مطالعه موردی شرکت‌های تابعه گروه مالی بانک مسکن

اکرم محمدی نیکو: دانشجوی دکتری، گروه جامعه شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران.

سیدناصر حجازی: استادیار، گروه جامعه شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران.

اصغر محمدی: استادیار، گروه جامعه شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
شماره صفحات: ۵۴۸-۵۳۱ از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید  واژه‌های کلیدی: مسولیت پذیری اجتماعی، نظام بانکی، جامعه پذیری سازمانی.	هدف از پژوهش حاضر، بررسی شاخص‌های مسولیت پذیری اجتماعی در نظام بانکی و رابطه آن با جامعه پذیری سازمانی بود. روش این تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی از لحاظ ماهیت مسئله و هدف تحقیق یک تحقیق کاربردی میباشد و به بررسی رابطه میان متغیرهای تحقیق شامل ابعاد مسؤلیت اجتماعی در نظام بانکی بعنوان متغیرهای مستقل و ابعاد جامعه پذیری سازمانی در شهر تهران می‌پردازد. جامعه آماری مورد مطالعه کلیه کارکنان ۱۱ شرکت زیر مجموعه هلدینگ گروه مالی بانک مسکن می‌باشد که در زمان پژوهش (سال ۱۴۰۱) تعداد کل آنها برابر ۷۱۹ نفر است. در انتخاب حجم نمونه از نرم افزار سمپل پاور استفاده شد. که نمونه‌ها را با دقت بیشتری نسبت به فرمول کوکران و جدول مورگان و یا سایر روش‌های انتخاب می‌نماید بنابراین با استاده از این نرم افزار تعداد نمونه برابر ۲۸۰ نفر به دست آمد. بنابراین با استاده از این نرم افزار تعداد نمونه برابر ۲۸۰ نفر به دست آمد.

استناد: محمدی نیکو، اکرم؛ حجازی، سیدناصر؛ محمدی، اصغر. (۱۴۰۳). بررسی شاخص‌های مسولیت پذیری اجتماعی در نظام بانکی و رابطه آن با جامعه پذیری سازمانی در راستای برنامه ریزی منطقه‌ای: مطالعه موردی شرکت‌های تابعه گروه مالی بانک مسکن، فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۱۴(۵۴)، صص ۵۳۱-۵۴۸.

DOI: 10.22034/JGEOQ.2023.288552.3106

DOR:

مقدمه

مطالعات نشان می‌دهند افرادی که نتوانند با فرایندهای درون سازمانی انطباق پیدا کنند یا به عبارتی جامعه‌پذیری سازمانی در آن‌ها به شکل صحیح صورت نگرفته باشد، احساس وفاداری به سازمان نشان نمی‌دهند. جامعه‌پذیری سازمانی فرایندی است که طی آن فرد رفتار صحیح و مطلوب سازمان را فرا می‌گیرد و با فرهنگ، اهداف، ارزش‌ها و هنجارهای اصلی سازمان، به دیگر سخن با فرهنگ سازمانی، آشنا می‌شود و خود را متقاعد به پذیرش آن می‌کند (مرادی و روستایی، ۱۳۹۴: ۱۲۹). جامعه‌پذیری سازمانی با انتقال ارزش‌ها، هنجارها، الگوهای رفتاری مطلوب، دیدگاه‌ها و نیز دلالت‌های تغییرات سازمانی و محیطی به همه اعضای سازمان به صورت رسمی و غیررسمی صورت می‌پذیرد تا نمادهای سازمان و ارزش‌های جاری و موقعیتی برآمده از شرایط کنونی و آینده را پرورش دهد (سلیمی دانشگر، ۱۳۸۱: ۶۶). جامعه‌پذیری یکی از مهم‌ترین فرایندهای سازمانی است که در صورت اجرای صحیح آن، به ویژه در سازمان‌هایی که دارای مأموریت‌ها و وظایف متنوع و درعین حال حساس می‌باشند، می‌تواند شوک و تنش‌های حاصل از تفاوت بین انتظارات کارکنان و واقعیت‌های شغلی را به حداقل رسانده و هزینه‌های مربوط به جذب و استخدام، تلفات جانی و خسارت‌های مالی و میزان تقاضا برای خروج از سازمان را کاهش دهد (Soltanzadeh, 2017). جامعه‌پذیری سازمانی یکی از فرایندهایی است که از طریق آن اطلاعات ضروری به کارکنان تعلیم داده می‌شود تا انتقال موفقیت‌آمیزی به سازمان جدید برای تبدیل شدن به یک عضو هماهنگ شده داشته باشند. کارکنان، دانش، مهارت‌ها و رفتارهای ضروری برای انطباق با شغل، نقش یا فرهنگ جدید حاکم در محل اشتغال جدید را از طریق فرایند جامعه‌پذیری سازمانی خواهند آموخت (Eurgan & Ozdemir, 2015). جامعه‌پذیری از یک سو فرایند یادگیری است که از طریق آن افراد ارزش‌ها، هنجارها، شبکه‌های غیررسمی و مهارت‌های مورد نیاز سازمانی را می‌آموزند و از سوی دیگر فرایند مدیریتی است که از طریق آن سازمان کارکنان را ملزم به اطاعت و پیروی از ارزش‌ها، قوانین و رفتارهای مورد انتظار می‌کند. جامعه‌پذیری سازمانی به محتوایی اشاره دارد که از طریق آن فرد با نقش خاص خود در سازمان سازگار می‌شود (Ghalavandi & Soltanzadeh, 2013). توجه ناکافی به پدیده جامعه‌پذیری سازمانی و توسعه آن می‌تواند منتج به ترک سازمان شود (Fisher, 1986) و در نهایت باعث اختلال کارها و از دست رفتن بهره‌وری می‌شود (Delery & Gupta, Shaw, 2005). یکی از کارکردهای عمومی سازمان‌ها، اجتماعی کردن افراد است (Nikpour, 2011). محققان سازمان به شناخت فرایند اجتماعی سازی علاقه‌مندند؛ به ویژه بدان جهت که جامعه‌پذیری مؤثر، پیامدهای سازمانی قابل توجهی را شامل می‌شود (Shaw & Duff, Fang, 2011). برای کارکنان تازه‌وارد، سازمان جدید سرشار از ابهام و شگفتی است. آن‌ها باید ابهام‌های موجود در خصوص شخصیت و نحوه ارتباط با کارکنان جدید، وظایف خود و همکاران، روابط قدرت در سازمان و غیره را برطرف کنند تا بتوانند عملکرد اثربخش داشته باشند (Aref, 2019).

مسئولیت اجتماعی سازمان به معنای تمیز دادن درست از غلط و انجام آنچه که درست است، اشاره دارد و بر مشارکت فعال سازمان به عنوان یک شهروند خوب تأکید می‌کند. تعریف رسمی مسئولیت اجتماعی شامل الزامات مدیریتی برای انتخاب گزینه‌هایی است که موجب ارتقاء رفاه و منافع اجتماع و سازمان می‌شوند (محترم و ارشد، ۲۰۱۲: ۲۱۹). این مفهوم به عنوان ابزاری مؤثر برای بهبود تصویر شرکت در افکار ذینفعان و نمایش رفتار مسئولانه نسبت به جامعه و محیط زیست شناخته شده است. با وجود پیشرفت‌های عظیم در زمینه مطالعات و قوانین مرتبط با مسئولیت اجتماعی در غرب (بریچ و موون، ۲۰۰۴: ۱۸)، بسیاری از شرکت‌های آسیایی هنوز به این موضوع نپرداخته‌اند. این نشان‌دهنده نیاز اساسی به تحقیقات علمی و کاربردی در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ارتباط آن با مفاهیمی چون جامعه‌پذیری است. افزایش اندازه جامعه و فاصله بین افراد باعث شده تا انسان‌ها تحت قوانین مجرد و غیرشخصی جامعه بزرگ به عنوان اعضای گمنام عمل کنند (تنهایی، ۱۳۷۹: ۱۳۳).

بانک‌ها در راستای تحقق مسئولیت‌های اجتماعی خود، با چالش‌هایی همچون تمرکز بر افزایش سود، نبود برنامه‌های مدون و استراتژی منسجم، و فقدان مدل‌های مناسب مواجه هستند. این چالش‌ها نشان می‌دهند که مسئولیت اجتماعی در بانک‌ها تا حد زیادی به فراموشی سپرده شده است. هرچند بانک‌ها اقداماتی همچون ساخت مدرسه، بیمارستان، اماکن مذهبی و سرمایه‌گذاری در اشتغال جوانان انجام داده‌اند، اما این اقدامات غالباً ناکافی، برنامه‌ریزی نشده و بیشتر جنبه تبلیغاتی داشته‌اند. لذا، تدوین یک

الگوی مناسب و بومی با تأکید بر ساختار اجتماعی بانکداری در ایران ضروری است. مسوولیت اجتماعی بانک‌ها باید به یک فرهنگ و باور اجتماعی تبدیل شده و در ساختار سازمانی طراحی و پیاده‌سازی گردد. تا کنون، مسوولیت اجتماعی سازمان‌ها در گرایش‌های مختلف علمی مورد بحث قرار گرفته، اما در علم جامعه‌شناسی تحقیق کاربردی کافی در این زمینه انجام نشده است. این تحقیق قصد دارد تا مسوولیت اجتماعی بانک‌ها را از منظر جامعه‌شناسی و با توجه به نظریات این علم بررسی کند. بررسی رابطه بین مسوولیت‌پذیری اجتماعی و جامعه‌پذیری سازمانی در بین کارکنان اهمیت بسزایی در طراحی استراتژی‌های کلان دارد. مسوولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند به عاملی برای رضای نیازهای اعضای جامعه و در نتیجه، همبستگی و انسجام اجتماعی تبدیل شود (Durkheim, 1938: 129). بنابراین، این تحقیق به دنبال پاسخ به این سوال است که آیا بین شاخص‌های مسوولیت‌پذیری اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) و ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی (آموزشی، تفاهم، حمایت همکاران و چشم‌انداز آینده) ارتباط وجود دارد؟

پیشینه و مبانی نظری پژوهش

جایگاه مسوولیت اجتماعی در نظام بانکی

بانک‌ها به‌عنوان ارکان اساسی اقتصادی هر کشور باید مسوولیت‌های اجتماعی خود را به خوبی انجام دهند، چرا که عدم توجه به این مسوولیت‌ها می‌تواند ریسک‌های بزرگی را به کل اقتصاد تحمیل کند (عباس‌زاده و عظیمی، ۱۳۹۴). بانک‌ها نقش مهمی در توسعه اقتصادی و رفاه اجتماعی دارند و باید به عنوان شهروندان مسئول در جامعه عمل کنند (عباسی و همکاران، ۱۳۹۴). مسوولیت اجتماعی در بانکداری اسلامی نیز اهمیت ویژه‌ای دارد و با منع بانکداری غیرقانونی، می‌تواند به توسعه اقتصادی کمک کند. بانک‌ها با گردآوری سرمایه‌های کوچک و ارائه خدمات بانکی و مالی متنوع، به‌عنوان موتور توسعه اقتصاد کشورها شناخته می‌شوند. با این حال، بسیاری از اقدامات آن‌ها در حوزه مسوولیت اجتماعی ناکافی و بیشتر تبلیغاتی بوده است (عسکری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲۷). بنابراین، تدوین یک الگوی مناسب و بومی با توجه به ساختار اجتماعی بانکداری در ایران ضروری است. مسوولیت اجتماعی بانک‌ها باید به یک فرهنگ و باور اجتماعی تبدیل شده و در ساختار سازمانی طراحی و پیاده‌سازی گردد. مسوولیت اجتماعی بانک‌ها، با تمرکز بر نیازهای جامعه و افراد کم‌درآمد، می‌تواند به بهبود وضعیت اجتماعی و اقتصادی کمک کند. بانک‌ها همچنین می‌توانند با نظارت بر کسب‌وکارهای تحت حمایت خود، عملکرد زیست‌محیطی و اجتماعی خود را بهبود بخشند و از تأثیرات منفی زیست‌محیطی جلوگیری کنند. این مسوولیت‌ها باید در گزارش‌های سالانه بانک‌ها منعکس شوند (پیرایش و صالحی، ۱۳۹۷). رویکرد مسوولیت اجتماعی به بانک‌ها اجازه می‌دهد تا از طریق پروژه‌ها و اقدامات مختلف خود را از رقبا متمایز کنند و با مشتریان ارتباط موثری برقرار کنند. این رویکرد باعث بهبود عملکرد سازمانی بانک‌ها، افزایش سود و رضایت شغلی کارکنان می‌شود (آدگیولا، ۲۰۱۴). در بانکداری اسلامی، مسوولیت اجتماعی می‌تواند به طور کامل اجرا شود، زیرا بانک‌ها با تکیه بر اصول اسلامی و تعهدات مبتنی بر فقه، به شفافیت اقتصادی کمک می‌کنند و به اهداف جامعه اسلامی نزدیک تر می‌شوند (موسویان، ۱۳۸۶: ۶۷-۱۰۰). این استراتژی مسوولیت اجتماعی به بانکداری اسلامی کمک می‌کند تا نظام اقتصادی جامعه را سالم و شفاف نگه دارد.

جامعه‌پذیری

جامعه‌پذیری سازمانی، یکی از مفاهیم کلیدی در مدیریت منابع انسانی است که به یکپارچه سازی کارکنان تازه‌وارد و هم‌سویی کارکنان با سابقه با تغییرات سازمانی کمک می‌کند (Soltanzadeh, 2017)؛ آنتوناکولو و گوتل، ۲۰۱۰. (این فرآیند، نقشی مهم در شکل‌دهی ارزش‌ها، نگرش‌ها و سوگیری‌های اجتماعی افراد دارد (موحد و عباسی، ۱۳۸۵). هماهنگ شدن با شغل جدید برای تازه‌واردین دلهره‌آور است؛ آنها باید وظایف خود را یاد بگیرند و رفتارهای قابل قبول از سوی همکاران را درک کنند (شائمی برزکی و اصغری، ۱۳۸۹). جامعه‌پذیری شامل آموزش مهارت‌های نوین، دانش، توانایی‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌ها است که از طریق آن فرد، فرهنگ سازمانی را فرا می‌گیرد و عدم اطمینان و اضطراب خود را کاهش می‌دهد (سلطانزاده و قلاوندی، ۱۳۹۲). این

فرآیند، یک فرآیند یادگیری و مدیریتی است که از طریق آن سازمان، کارکنان را ملزم به پیروی از ارزش‌ها و رفتارهای مورد انتظار می‌کند.

محققان به شناخت فرآیند اجتماعی‌سازی علاقه‌مندند، زیرا جامعه‌پذیری مؤثر می‌تواند پیامدهای سازمانی قابل توجهی داشته باشد (Shaw & Duff, Fang, 2011). صنعت بانکداری نیز به اهمیت سرمایه انسانی پی برده و به کارکنان متخصص و متعهد نیازمند است (Rashidi, Beheshtifar, Moghadam, 2011). ادراک کارکنان از فرصت‌های شغلی بیرون از بانک، ترک سازمان و عدم ترغیب به ماندن، از خطراتی است که صنعت بانکداری با آن مواجه است. در نظام بانکی، اشتباهات کارکنان می‌تواند پیامدهای جبران‌ناپذیری داشته باشد. بنابراین، انتقال تجربیات حرفه‌ای و نهادینه‌سازی ارزش‌ها و هنجارهای بانکی با دقت بالا ضروری است تا آثار زیانبار کاهش یابد. با توجه به اینکه اقتصاد ایران بانک‌محور است، هرگونه خلل در وظایف بانکی می‌تواند آثار مخربی بر سایر بخش‌های اقتصادی داشته باشد. لذا، رعایت ارزش‌ها و بروز رفتارهای مطلوب، مانع بروز نارسایی‌ها می‌شود. تاکنون نظریه‌ای برای تبیین جامعه‌پذیری سازمانی در نظام بانکی ارائه نشده است.

روش پژوهش

روش این تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی است. از لحاظ ماهیت مسئله و هدف، یک تحقیق کاربردی به‌شمار می‌رود که به بررسی رابطه میان متغیرهای تحقیق شامل ابعاد مسئولیت اجتماعی در نظام بانکی به‌عنوان متغیرهای مستقل و ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی در شهر تهران می‌پردازد. عمده‌ترین روش‌های گردآوری اطلاعات در این تحقیق، استفاده از روش اسنادی و پرسشنامه‌های استاندارد و محقق ساخته بوده است. این تحقیق همچنین از نوع پیمایشی محسوب می‌شود، زیرا اطلاعات مورد نیاز توسط پرسشنامه در میدان تحقیق جمع‌آوری می‌گردد. با توجه به اینکه رویکرد حاکم بر این مطالعه کمی است و پارچوب نظری نیز اثبات‌گرایی است، روش پیمایشی بهتر می‌تواند در شناخت مسئله پژوهش کمک کند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه همراه با مصاحبه است. استفاده از مصاحبه همراه پرسشنامه به این دلیل مفید است که برخی گروه‌ها در جامعه آماری ممکن است سواد کافی برای پاسخگویی نداشته باشند و از طرفی برخی از سؤال‌ها برای پاسخگویان ممکن است نامفهوم باشند. جامعه آماری این تحقیق شامل تمامی کارکنان ۱۱ شرکت زیرمجموعه هلدینگ گروه مالی بانک مسکن است که در سال ۱۴۰۱ تعداد کل آنها ۷۱۹ نفر بوده است. برای تعیین حجم نمونه از نرم‌افزار IBM SPSS Sample Power استفاده شد که نمونه‌ها را با دقت بیشتری نسبت به فرمول کوکران و جدول مورگان انتخاب می‌کند، و تعداد نمونه به ۲۸۰ نفر رسید. با توجه به اینکه فرضیه‌های پژوهش از نوع همبستگی بودند و جهت رابطه متغیرها مشخص نبود، فرضیه‌های پژوهش دو دامنه بودند و در مطالعه مقدماتی، رابطه بین متغیرها بین ۰٫۲ تا ۰٫۷ به دست آمد. بنابراین، پیش‌فرض‌های زیر برای تعیین حجم نمونه در نظر گرفته شد: توان آزمون ۸۰٪، آلفا ۵٪ و حجم نمونه به اندازه‌ای باشد که حداقل همبستگی ۰٫۲ را به‌طور صحیح در جامعه آماری تشخیص دهد. ابزار سنجش این پژوهش پرسشنامه‌های استاندارد بود که دارای روایی و اعتبار لازم بودند. پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی که توسط تائورمینا (۱۹۹۴) طراحی شده است، شامل ۲۰ گویه است و با استفاده از مقیاس لیکرت (خیلی موافقم ۵، موافقم ۴، نظری ندارم ۳، مخالفم ۲، و خیلی مخالفم ۱) به سنجش مولفه‌های دریافت آموزش، تفاهم، حمایت کارکنان، و چشم‌انداز آینده سازمان می‌پردازد. پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی که توسط کارول (۱۹۹۱) طراحی شده است، نیز شامل ۲۰ گویه است و با مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت به سنجش مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اجتماعی می‌پردازد.

جدول ۱- مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی

پرسشنامه	مولفه‌ها	گویه‌ها	شماره گویه‌ها
مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان	تعهدات اقتصادی	۵	۵-۴-۳-۲-۱
	تعهدات قانونی	۵	۱۰-۹-۸-۷-۶
	تعهدات اخلاقی	۵	۱۵-۱۴-۱۳-۱۲-۱۱
	تعهدات اجتماعی	۵	۲۰-۱۹-۱۸-۱۷-۱۶

در خصوص پرسشنامه جامعه پذیری سازمانی، برای تعیین روایی، از روایی عاملی تاییدی استفاده شد. پایایی این پرسشنامه نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۸۵٪ محاسبه شد. روایی و پایایی این مقیاس در مطالعات داخلی و خارجی، غفاری مجلج، امانی و عبدالملکی (۱۳۹۷) ساروی خوروزی، اسماعیلی شاد (۱۳۹۸) نیز تأیید شده است. این پرسشنامه ۲۰ سوال داشته و هدف آن ارزیابی ابعاد مختلف جامعه پذیری سازمانی (آموزش، تفاهم، حمایت همکاران، چشم انداز آینده) می‌باشد. طیف نمره گذاری آن بر اساس طیف لیکرت پنج گزینه‌ای می‌باشد.

جدول ۲- ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی

بعد	سوالات مربوطه
آموزش	۵-۱
تفاهم	۱۰-۶
حمایت همکاران	۱۵-۱۱
چشم انداز آینده	۲۰-۱۶

در خصوص پرسشنامه مسئولیت پذیری اجتماعی، برای تعیین روایی، از روایی عاملی تاییدی استفاده شد که در پژوهش حاضر مورد تأیید قرار گرفت. پایایی این پرسشنامه نیز با استفاده از آزمون دامنه نمرات آن بین ۱ تا ۳ است که حد نمره پائین تر از ۳ مسئولیت پذیری پائین و حد نمره بالاتر از ۳/۰۱ دارای مسئولیت پذیری بالا است آلفای کرونباخ ۹۲٪ محاسبه شد. روایی و پایایی این مقیاس در مطالعات داخلی و خارجی (رجبی فرجاد، اکرمی ۱۳۹۷) عباس (۲۰۲۰) تأیید شده است.

جدول ۳- شاخص‌ها و آلفای کرونباخ پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی

متغیرها	شاخص‌ها	آلفای کرونباخ
مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان	مسئولیت‌پذیری اقتصادی	۷۸٪
	مسئولیت‌پذیری قانونی	۸۶٪
	مسئولیت‌پذیری اخلاقی	۸۹٪
	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۹۱٪
کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان		۸۰٪

بحث و یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های عمومی پاسخ‌دهندگان

جهت توصیف ویژگی‌های عمومی پاسخ‌دهندگان از شاخص‌های آمار توصیفی استفاده شده است. فراوانی پاسخ‌دهندگان بر اساس جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه کاری مورد بررسی قرار گرفته است. تعداد ۶۶ نفر از پاسخ‌دهندگان در بازه سنی کمتر از ۳۰ سال قرار دارند که ۲۳/۵۷ درصد از حجم نمونه را تشکیل می‌دهند. تعداد ۹۰ نفر از افراد پاسخ‌دهنده ۳۰ تا ۳۹ سال سن دارند. ۱۰۱ نفر نیز ۴۰ تا ۴۹ سال سن دارند که ۳۶/۰۷ درصد حجم نمونه را شامل می‌شوند. تعداد ۲۳ نفر از افراد پاسخ‌دهنده بیش از ۵۰ سال سن دارند. افراد دارای مدرک تحصیلی کاردانی شامل ۳۴ نفر می‌باشد. افرادی که مدرک تحصیلی کارشناسی دارند، ۱۳۷ نفر می‌باشند که ۴۸/۹۳ درصد از حجم نمونه را به خود اختصاص داده‌اند. ۷۸ نفر مدرک کارشناسی ارشد دارند و ۳۱ نفر دارای مدرک دکتری می‌باشند. ۳۴ نفر سابقه کار کمتر از ۱ سال دارند که ۱۲/۱۴ درصد کل حجم نمونه است. ۵۹ نفر بین ۱ تا ۳ سال سابقه کار دارند. ۴۲ نفر ۳ تا ۵ سال سابقه کاری دارند که ۱۵/۰۰ درصد حجم نمونه را شامل می‌شوند. تعداد ۶۶ نفر از پاسخ‌دهندگان نیز بین ۵ تا ۱۰ سال سابقه کاری دارند و ۷۹ نفر بیش از ۱۰ سال سابقه کاری دارند.

تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق

تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق براساس پارامترهای مرکزی (میانگین، میانه، مد) و پارامترهای پراکندگی (انحراف معیار، واریانس و دامنه تغییرات) برای عامل‌های اصلی تحقیق در جدول ارائه شده است.

جدول ۴- تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق

تعداد	میانگین	هنگامه	س	انحراف معیار	واریانس	دامنه تغییرات	کمینه	بیشینه
۲۸۰	۳,۲۴۸	۳,۲۰۰	۳,۶۰۰	۰,۶۸۹	۰,۴۷۴	۴,۰۰۰	۱,۰۰۰	۵,۰۰۰
۲۸۰	۳,۴۰۴	۳,۴۰۰	۳,۶۰۰	۰,۶۰۵	۰,۳۶۶	۳,۱۰۰	۱,۷۰۰	۴,۸۰۰
۲۸۰	۳,۴۹۷	۳,۵۰۰	۳,۷۰۰	۰,۵۳۶	۰,۲۸۷	۳,۱۵۰	۱,۷۰۰	۴,۸۵۰
۲۸۰	۳,۴۰۴	۳,۶۰۰	۳,۶۰۰	۰,۷۳۴	۰,۵۳۹	۳,۶۰۰	۱,۴۰۰	۵,۰۰۰
۲۸۰	۳,۴۰۳	۳,۴۰۰	۴,۰۰۰	۰,۶۶۳	۰,۴۳۹	۳,۶۰۰	۱,۴۰۰	۵,۰۰۰
۲۸۰	۳,۴۸۱	۳,۶۰۰	۴,۰۰۰	۰,۶۹۷	۰,۴۸۶	۳,۸۰۰	۱,۲۰۰	۵,۰۰۰
۲۸۰	۳,۵۲۶	۳,۶۰۰	۴,۰۰۰	۰,۶۸۷	۰,۴۷۲	۳,۶۰۰	۱,۴۰۰	۵,۰۰۰
۲۸۰	۳,۴۳۸	۳,۶۰۰	۳,۶۰۰	۰,۶۷۴	۰,۴۵۴	۳,۴۰۰	۱,۶۰۰	۵,۰۰۰

براساس این جدول مشخص است ۲۸۰ پاسخ صحیح به تمامی پرسش‌های پژوهش گردآوری شده است. همچنین بیشترین میانگین به حمایت همکاران با مقدار ۳/۵۲۶ تعلق دارد که از مقدار زیاد طیف لیکرت نیز بالاتر است. دامنه تغییرات از ۱ تا ۴ در نوسان است. میانه و مد نشان می‌دهد بیشتر پاسخ‌دهندگان گزینه ۳ و ۴ به معنای متوسط و زیاد را انتخاب کرده‌اند.

تحلیل‌های استنباطی

از روش‌های آمار استنباطی برای پاسخ به فرضیه‌ها و سوالات تحقیق استفاده شده است. ابتدا آزمون نرمال بودن داده‌ها صورت گرفته است تا مشخص شود آیا می‌توان از روش‌های پارامتریک استفاده کرد یا خیر. سپس بسته به مورد از روش‌های مناسب آماری و آزمون‌های میانگین جامعه استفاده شده است.

آزمون نرمال بودن داده‌ها

پیش از استفاده از آزمون‌های آماری پژوهش ابتدا باید آزمون نرمال بودن داده انجام شود. زیرا قبل از هرگونه آزمونی که با فرض نرمال بودن داده‌ها صورت می‌گیرد باید از نرمال بودن داده‌ها اطمینان حاصل شود. هنگام بررسی نرمال بودن داده‌ها، فرض صفر مبتنی بر اینکه توزیع داده‌ها نرمال است در سطح خطای ۵٪ آزمون می‌شود. بنابراین اگر مقدار معناداری بزرگتر مساوی ۰/۰۵ بدست آید، در این صورت دلیلی برای رد فرض صفر وجود نخواهد داشت. به عبارت دیگر توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود. فرض نرمال بودن داده‌ها در سطح معناداری ۵٪ با تکنیک کولموگروف-اسمیرنوف آزمون شده است. برای آزمون نرمال بودن داده‌ها فرض‌های آماری به صورت زیر تنظیم می‌شود:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \text{توزیع داده‌ها نرمال است} \\ H_1: \text{توزیع داده‌ها نرمال نیست} \end{array} \right.$$

چون تحقیقات مبتنی بر مدل ساختاری مبتنی بر فرض نرمال بودن داده‌ها هستند بنابراین نخست آزمون نرمال بودن صورت گرفته است. در تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌یابی معادلات ساختاری نیازی به نرمال بودن تمامی داده‌ها نیست بلکه باید عامل‌ها (سازه‌ها) نرمال باشند (کلاسن، ۲۰۱۰).

جدول ۵- آزمون نرمال بودن داده‌ها

چشم انداز آینده	حمایت همکاران	تفاهم	آموزشی	بشردوستانه	اخلاقی	قانونی	اقتصادی	N
۲۸۰	۲۸۰	۲۸۰	۲۸۰	۲۸۰	۲۸۰	۲۸۰	۲۸۰	
۳,۴۳۸	۳,۵۲۶	۳,۴۸۱	۳,۴۰۳	۳,۴۰۴	۳,۴۹۷	۳,۴۰۴	۳,۲۴۸	میانگین
۰,۶۷۴	۰,۶۸۷	۰,۶۹۷	۰,۶۶۳	۰,۷۳۴	۰,۵۳۶	۰,۶۰۵	۰,۶۸۹	انحراف معیار
۱,۶۸۹	۲,۱۵۵	۲,۰۱۵	۱,۶۹۶	۲,۲۶۲	۱,۳۴۰	۱,۳۷۶	۱,۷۸۳	کولموگروف-اسمیرنوف
۰,۱۳۹	۰,۰۷۹	۰,۱۲۸	۰,۱۰۶	۰,۰۹۴	۰,۱۶۷	۰,۰۸۷	۰,۱۲۳	معناداری

براساس نتایج مندرج در جدول در تمامی موارد مقدار معناداری بزرگتر از $0/05$ بدست آمده است. بنابراین دلیلی برای رد فرض وجود ندارد یعنی توزیع داده‌های سنجش هریک از ابعاد نرمال است. بنابراین می‌توان از آزمون‌های پارامتریک و تحلیل عامل تأییدی استفاده کرد.

تکنیک حداقل مربعات جزئی و آزمون فرضیه‌های تحقیق

هریک از فرضیه‌های تحقیق به تفکیک با استفاده از تکنیک حداقل مربعات جزئی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. همچنین در نهایت مدل کلی تحقیق نیز با استفاده از همین تکنیک مورد آزمون قرار داده شده است. در تکنیک حداقل مربعات جزئی چند نکته از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است:

۱- قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده بوسیله بار عاملی نشان داده می‌شود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از $0/3$ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می‌شود. بار عاملی بین $0/3$ تا $0/6$ قابل قبول است و اگر بزرگتر از $0/6$ باشد خیلی مطلوب است.

۲- زمانیکه همبستگی متغیرها شناسائی گردید باید آزمون معناداری صورت گیرد. برای بررسی معناداری همبستگی‌های مشاهده شده از روش‌های خودگردان سازی (بوت استراپ) و یا برش متقاطع جک نایف استفاده می‌شود. در این مطالعه از روش خودگردان سازی استفاده شده است که آماره t را به دست می‌دهد. در سطح خطای 5% اگر مقدار آماره بوت استراپینگ t -value بزرگتر از $1/96$ باشد همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است. به طور کلی روابط بین متغیرها در تکنیک حداقل مربعات جزئی دو دسته است:

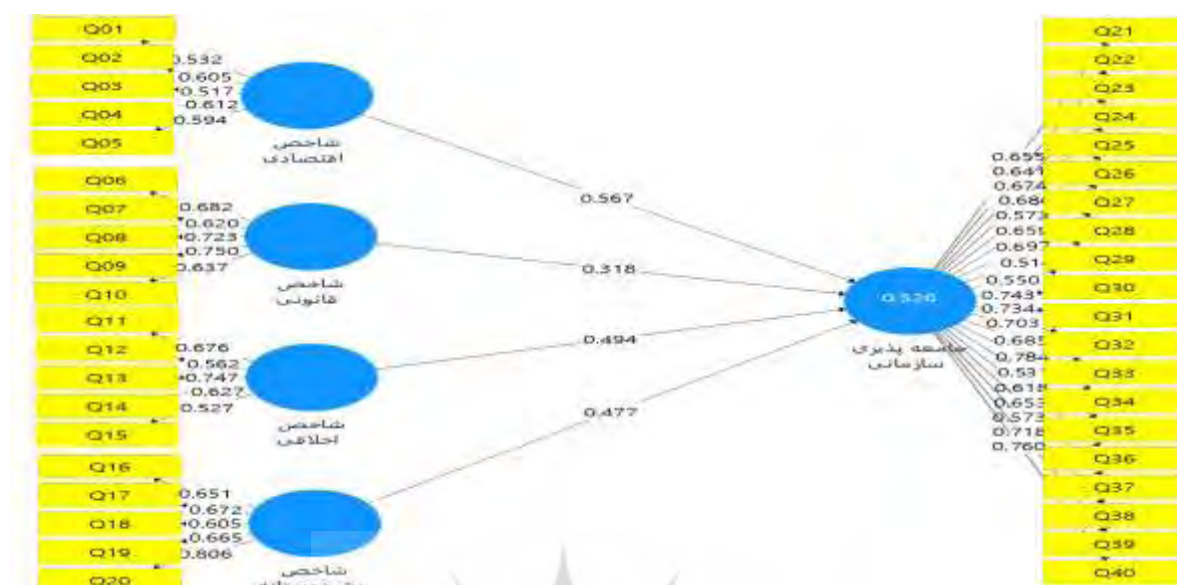
۱- مدل بیرونی: مدل بیرونی هم ارز مدل اندازه‌گیری (تحلیل عامل تأییدی) در معادلات ساختاری است و روابط بین متغیرهای پنهان با متغیرهای آشکار را نشان می‌دهد.

۲- مدل درونی: مدل درونی هم ارز مدل ساختاری (تحلیل مسیر) در معادلات ساختاری است و روابط بین متغیرهای پنهان با یکدیگر را بررسی می‌کند (امانی، ۱۳۹۱).

مدل بیرونی (مدل اندازه‌گیری)

همانطور که بیان شد مدل بیرونی هم ارز تحلیل عامل تأییدی است. یعنی جهت بررسی مدل، نخست برای سنجش روابط متغیرهای پنهان با گویه‌های سنجش آنها از مدل بیرونی استفاده شده است. مدل بیرونی ارتباط گویه‌ها یا همان سوالات پرسشنامه را با سازه‌ها مورد بررسی قرار می‌دهد. در واقع تا ثابت نشود سوالات پرسشنامه، متغیرهای پنهان را به خوبی اندازه

گیری کرده‌اند، نمی‌توان روابط را مورد آزمون قرار داد. برای آنکه نشان داده شود متغیرهای پنهان به درستی اندازه‌گیری شده‌اند از مدل بیرونی استفاده شده است. نتایج مدل اندازه‌گیری در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱- مدل بیرونی حداقل مربعات جزئی (مدل اندازه‌گیری)

براساس نتایج مدل اندازه‌گیری مندرج در شکل بار عاملی مشاهده در تمامی موارد مقداری بزرگتر از ۰,۴ دارد که نشان می‌دهد همبستگی مناسبی بین متغیرهای قابل مشاهده با متغیرهای پنهان مربوط به خود وجود دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت هر متغیر اصلی به درستی مورد سنجش قرار گرفته است و با عنایت به یافته‌های حاصل از این مقیاس می‌توان به آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخت.

ضریب آلفای کرونباخ

ضریب آلفای کرونباخ عامل دیگری است که مقدار آن از ۰ تا ۱ متغیر است، مقدار آلفای کرونباخ بالاتر از ۰,۷ (کرونباخ، ۱۹۵۱)، نشانگر پایداری قابل قبول است. البته موس و همکاران (۱۹۹۸) در مورد متغیرهایی با تعداد سوالات اندک، مقدار ۰,۶ را به عنوان سرحد ضریب آلفای کرونباخ معرفی کرده‌اند. در جدول زیر مقدار این ضریب برای هر یک از عوامل برآورد شده است.

Error! No text of specified style in document.

سازه	آلفای کرونباخ
اقتصادی	۰/۷۹۳
قانونی	۰/۸۴۲
اخلاقی	۰/۸۵۵
بشردوستانه	۰/۷۸۲
جامعه پذیری سازمانی	۰/۸۱۲
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۷۸۳

مطابق با جداول بالا معیارها برای سازه‌های مورد نظر بالاتر از ۰,۷ است که حاکی از پایداری مناسب مدل دارد.

پایایی ترکیبی (CR)

این معیار توسط ورتس و همکاران (۱۹۷۴) معرفی شد و برتری آن نسبت به آلفای کرونباخ در این است که پایایی سازه‌ها نه به صورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی سازه‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌گردد. در صورتی که مقدار پایایی ترکیبی برای هر سازه بالای ۰٫۷ (نونالی، ۱۹۷۸) شود، نشان از پایایی درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری دارد و مقدار کمتر از ۰٫۶ عدم وجود پایایی را نشان می‌دهد (نونالی و برنستین، ۱۹۹۴). ذکر این نکته ضروری است که پایایی ترکیبی در مدل سازی ساختاری معیار بهتری از آلفای کرونباخ به شمار می‌رود (وینزای و همکاران، ۲۰۱۰). به دلیل اینکه در محاسبه ضریب آلفای کرونباخ در مورد هر سازه، تمامی شاخص‌ها با اهمیت مساوی در محاسبات وارد می‌شوند. در حالی که برای محاسبه پایایی ترکیبی، شاخص‌ها با بارعاملی بیشتر، اهمیت زیادتری دارند. این موضوع باعث می‌شود که مقادیر پایایی ترکیبی سازه‌ها، معیار واقعی‌تر و دقیق‌تری نسبت به آلفای کرونباخ آن‌ها باشد. (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

جدول ۷- پایایی ترکیبی

سازه	CR
اقتصادی	۰/۸۹۴
قانونی	۰/۹۱۲
اخلاقی	۰/۸۷۲
بشر دوستانه	۰/۹۱۶
جامعه پذیری سازمانی	۰/۸۷۲
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۸۲۰

روائی مدل بیرونی

برای بررسی روائی مدل بیرونی از دو معیار استفاده شده است. معیار اول روائی همگرا و معیار دوم روائی واگرا می‌باشد. معیار دوم از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگرا است که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد که هرچه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است (بارکلی و همکاران، ۱۹۵). فورنل و لارکر (۱۹۸۱) معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) را برای سنجش روایی همگرا معرفی کرده و اظهار داشتند که مقدار عدد بحرانی ۰٫۵ می‌باشد. در جدول زیر مقدار این ضریب برای هریک از سازه‌ها ارائه شده است. نکته قابل توجه این است که در صورتی که معیار میانگین واریانس استخراج شده برای یک متغیر پایین‌تر از ۰٫۵ بود باید سؤالی را که کمترین بار عاملی را دارد، حذف و دوباره مدل را اجرا نمود (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

جدول ۸- روایی همگرا

سازه	AVE
اقتصادی	۰/۵۹۳
قانونی	۰/۶۳۴
اخلاقی	۰/۷۵۵
بشر دوستانه	۰/۷۴۳
جامعه پذیری سازمانی	۰/۶۱۸
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۵۹۴

با توجه به میزان AVE به دست آمده در جدول تمامی مقادیر بیش از ۰٫۵ می‌باشد لذا سازه‌ها دارای روایی همگرا می‌باشند.

روش فورنل و لاکر

معیار مهم دیگری که با روایی واگرا مشخص می‌گردد، میزان رابطه‌ی سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها است؛ به‌گونه‌ای که روایی واگرای قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در دل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارد تا با سازه‌های دیگر (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی آن سازه و سازه‌های دیگر (مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل باشد (فورنل و لاکر، ۱۹۸۱). بررسی این امر به‌وسیله یک ماتریس صورت می‌پذیرد که خانه‌های این ماتریس حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها و جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه استاین مدل در صورتی روایی واگرای قابل قبولی دارد که اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر باشند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

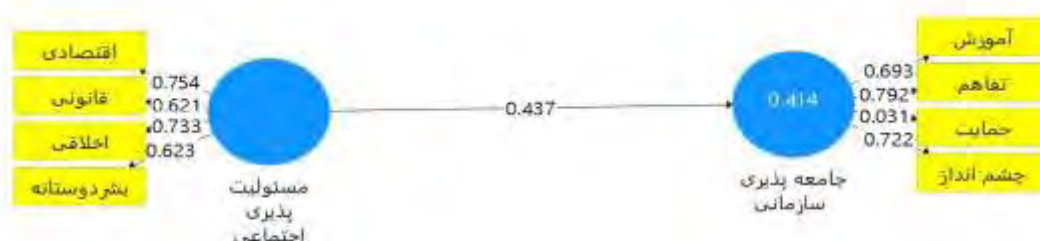
مشخصه اصلی این ماتریس آن است که قطر اصلی یک است (حنفی‌زاده و زارع، ۱۳۹۱). در جدول ۸ نمونه آن مشخص است. سپس مقادیر موجود روی قطر اصلی ماتریس را با ریشه دوم مقادیر واریانس شرح داده شده در AVE جایگزین می‌کنیم و در نهایت جدول ۹ ارائه می‌شود.

جدول ۹- روش فورنل و لاکر جایگزین

مسئولیت پذیری اجتماعی	جامعه پذیری سازمانی	بشردوستانه	اخلاقی	قانونی	اقتصادی
					اقتصادی
				۰.۷۹۶	۰.۵۴۳
			۰.۸۶۸	۰.۶۳۹	۰.۴۷۸
		۰.۸۶۱	۰.۷۱۲	۰.۵۶۸	۰.۶۳۱
	۰.۷۸۶	۰.۳۵۱	۰.۳۲۵	۰.۶۶۲	۰.۵۲۹
۰.۷۷۰	۰.۵۵۹	۰.۶۴۸	۰.۴۴۱	۰.۳۱۰	۰.۷۰۲
مسئولیت پذیری اجتماعی	جامعه پذیری سازمانی	بشردوستانه	اخلاقی	قانونی	اقتصادی

معیار R squares یا R2:

معیار R^2 برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان‌دهنده تأثیری است که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. نکته ضروری این است که R^2 تنها برای سازه‌های درون‌زا (وابسته) مدل محاسبه می‌شود و در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار این معیار صفر است. هرچه مقدار R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زا در یک مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل دارد. چین (۱۹۹۸) سه مقدار ۰.۱۹، ۰.۳۳ و ۰.۶۷ را به‌عنوان ضعیف، متوسط و قوی بودن مدل تعیین کرده‌اند (داوری، ۱۳۹۲: ۹۱).

شکل ۲- معیار R^2

مقدار R^2 برای سازه ۰/۴۱۴ که در شکل مشخص شده است. با توجه به سه مقدار ملاک مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تایید می‌سازد.

برازش کلی مدل (معیار GOF)

این معیار مربوط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است. بدین معنی که توسط این معیار، محقق می‌تواند پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. معیار GOF توسط تینهااس و همکاران (۲۰۰۴) ابداع گردید و طبق فرمول زیر محاسبه می‌گردد:

$$GOF = \sqrt{Avg(Communalities)} \times R^2$$

وتزلس و همکاران ۱ (۲۰۰۹-ص ۱۸۷) سه مقدار ۰,۳۶-۰,۲۵-۰,۰۱ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند.

محاسبه معیار GOF:

$$R^2=0.414$$

$$GOF = \sqrt{0.530 \times 0.414} = \sqrt{0.219} = 0.468$$

آزمون فرضیه‌های پژوهش

رابطه متغیرهای مورد بررسی در هر یک از فرضیه‌های تحقیق براساس یک ساختار علی با تکنیک حداقل مربعات جزئی PLS آزمون شده است. در مدل کلی تحقیق که در شکل ۳ ترسیم شده است مدل اندازه‌گیری (رابطه هریک از متغیرهای قابل مشاهده ب متغیر پنهان) و مدل مسیر (روابط متغیرهای پنهان با یکدیگر) محاسبه شده است. برای سنجش معناداری روابط نیز آماره t با تکنیک بوت استرپینگ محاسبه شده است که در **Error! Reference source not found.** ارائه شده است. در این مدل که خروجی نرم افزار Smart PLS است خلاصه نتایج مربوط به بار عاملی استاندارد روابط متغیرهای تحقیق در ارائه شده است. آزمون فرضیه‌های تحقیق براساس روابط هریک از متغیرها به تفکیک نیز ارائه شده است.



شکل ۳- تکنیک حداقل مربعات جزئی مدل کلی پژوهش

شکل ۴- آماره t -value مدل کلی پژوهش با تکنیک بوت استرپینگ

فرضیه ۱: به نظر می‌رسد بین شاخص اقتصادی مسوولیت‌پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۰- تاثیر شاخص اقتصادی مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی

متغیر	ضریب تاثیر	آماره تی	وضعیت
شاخص اقتصادی مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی	۰.۵۰۷	۷,۷۱۱	تایید

بنابراین با اطمینان ۹۵٪ بین شاخص اقتصادی مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی رابطه وجود دارد. فرضیه ۲: به نظر می‌رسد بین شاخص قانونی مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۱- تاثیر شاخص قانونی مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی

متغیر	ضریب تاثیر	آماره تی	وضعیت
شاخص قانونی مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی	۰.۳۳۱	۴,۱۳۸	تایید

بنابراین با اطمینان ۹۵٪ بین شاخص قانونی مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی رابطه وجود دارد. فرضیه ۳: به نظر می‌رسد بین شاخص اخلاقی مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۲- تاثیر شاخص اخلاقی مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی

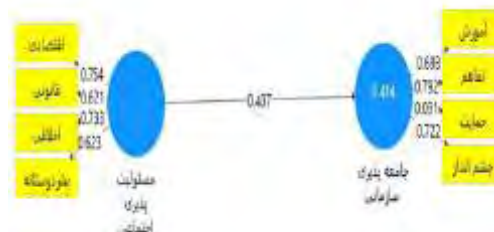
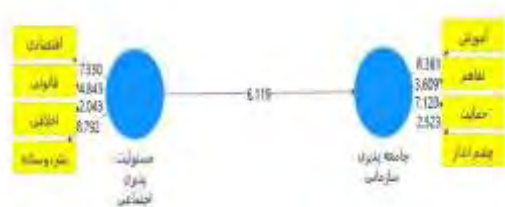
متغیر	ضریب تاثیر	آماره تی	وضعیت
شاخص اخلاقی مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی	۰.۴۵۰	۵,۷۹۶	تایید

بنابراین با اطمینان ۹۵٪ بین شاخص اخلاقی مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی رابطه وجود دارد. فرضیه ۴: به نظر می‌رسد بین شاخص بشردوستانه مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۳- تاثیر شاخص بشردوستانه مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی

متغیر	ضریب تاثیر	آماره تی	وضعیت
شاخص بشردوستانه مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی	۰.۴۲۵	۶,۱۸۲	تایید

بنابراین با اطمینان ۹۵٪ بین شاخص بشردوستانه مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی رابطه وجود دارد. فرضیه اصلی: به نظر می‌رسد بین شاخص‌های مسئولیت پذیری اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) و ابعاد جامعه پذیری سازمانی (آموزشی، تفاهم، حمایت همکاران و چشم انداز آینده) رابطه وجود دارد.



شکل ۶- آماره t-value فرضیه اصلی پژوهش با تکنیک بوت استرپینگ

شکل ۵- تکنیک حداقل مربعات جزئی فرضیه اصلی پژوهش

جدول ۱۴- تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی

متغیر	ضریب تاثیر	آماره تی	وضعیت
مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی	۰,۴۳۷	۶,۱۱۹	تأیید

بنابراین با اطمینان ۹۵٪ بین شاخص‌های مسئولیت پذیری اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) و ابعاد جامعه پذیری سازمانی (آموزشی، تفاهم، حمایت همکاران و چشم انداز آینده) رابطه وجود دارد.

نتیجه گیری

مشارکت سیاسی از دیدگاه اندیشمندان علوم اجتماعی و علوم سیاسی، فرایندی است که در شبکه‌ای از روابط اجتماعی شکل می‌گیرد و می‌تواند از شرکت در انتخابات محلی تا رسیدن به بالاترین مقام سیاسی در کشور متغیر باشد. شناسایی عوامل موثر بر مشارکت سیاسی به برنامه‌ریزان سیستم سیاسی این امکان را می‌دهد تا با حذف عوامل کاهنده و تقویت عوامل مثبت، زمینه ثبات سیاسی و استحکام سیستم را فراهم آورند. سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از این عوامل در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است. در ایران معاصر، کاهش مشارکت سیاسی افراد نشان‌دهنده ضرورت بررسی و تقویت عوامل موثر بر مشارکت سیاسی است. از دیدگاه جامعه‌شناسی، مشارکت‌پذیری به معنای احساس تعلق به گروه و شرکت فعالانه و داوطلبانه در آن است که به فعالیت اجتماعی منجر می‌شود. بر اساس نتایج این مطالعه، تعاملات اجتماعی نقش مهمی در زندگی جمعی افراد ایفا می‌کنند و سرمایه اجتماعی به‌عنوان عاملی تاثیرگذار در مشارکت سیاسی جامعه محسوب می‌شود. نظریه جایگزینی معتقد است که افراد که زمان زیادی را به اینترنت اختصاص می‌دهند، فرصت کمتری برای فعالیت‌های اجتماعی دارند و رسانه‌ها به دلیل گرفتن فرصت زمانی افراد، جلوگیری از ارتباطات چهره به چهره و تشویق به عضویت در گروه‌های هم‌فکر، تأثیری منفی بر مشارکت سیاسی دارند. نظریه‌پردازان ساختارگرایی نیز معتقدند که ساختارهای موجود در جامعه بر میزان مشارکت افراد موثر است و این ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی هستند که کنش افراد را تعیین می‌کنند. و بر چهار کنش اجتماعی (عقلانی معطوف به هدف، عقلانی ارزشی، عاطفی و سنتی) را معرفی می‌کند و بر اساس آن مشارکت افراد را تبیین می‌کند. او معتقد است که زندگی انسان دستخوش نیروهای عقلانی و غیر عقلانی است و بسیاری از رفتارهای اجتماعی، غیر عقلانی به شمار می‌روند. بنابراین، رفتار سیاسی نیز یکسره عقلانی نیست و علایق غیر عقلانی نیز در آن تأثیرگذارند. نظریه نخبه‌گرایی بیان می‌کند که تفاوت مشارکت سیاسی نخبگان با سایر اقشار مردم در مشارکت عقلانی نخبگان است که بر اساس سود و فایده اقدام به مشارکت می‌کنند. بنابراین، حاکمان سیاسی جامعه باید کنش‌های عقلانی و مشارکت‌های سیاسی عقلانی را تقویت نمایند تا پایداری و ثبات در مشارکت سیاسی را ارتقاء دهند. پری با استفاده از نظریه‌های ابزاری معتقد است که افرادی که از تصمیمات حکومت تاثیر می‌پذیرند، حق دارند در آن مشارکت داشته باشند. بر این اساس، حکومت از مشارکت بیشتر افراد مشروعیت و کارآمدی را دریافت می‌کند و افراد با مشارکت در امور سیاسی می‌توانند عقاید و خواسته‌های خود را دنبال کنند. پری همچنین معتقد است که شهروند آرمانی، یک شهروند مشارکت‌کننده است و مشارکت، یک تجربه یادگیری است که شهروندان را نه تنها آگاه از حقوق خود بلکه آگاه از وظایف و مسئولیت‌هایشان پرورش می‌دهد. لیپست معتقد است که بین مشارکت سیاسی و عوامل اجتماعی و اقتصادی همبستگی بالایی وجود دارد. اعضای طبقات بالا به علت داشتن تحصیلات بیشتر و آگاهی سیاسی و اجتماعی بیشتر، به مشارکت سیاسی علاقه مندتر می‌شوند. نتایج این مطالعه نشان داد که مشارکت اجتماعی بر میزان مشارکت سیاسی موثر است. این نتایج، نظریه هانتینگتن و نلسون را تأیید می‌کند که معتقدند داشتن مشارکت فعال در سازمان‌های جمعی، باعث افزایش مشارکت سیاسی و اجتماعی افراد می‌شود. عدم مشارکت یا کاهش مشارکت سیاسی باعث می‌شود که گردش قدرت بین نخبگان سیاسی در جامعه به وجود نیاید و قدرت و سیاست در انحصار گروه یا افراد خاصی قرار گیرد. این تمرکز و انحصار قدرت بدون شک آزادی شهروندان و حقوق آنان را محدود می‌کند و در نهایت منجر به فساد و استبداد سیاسی می‌شود. تجربه کشورهای مختلف نشان داده است که عدم گردش نخبگان سیاسی و عدم چرخش قدرت مانع پیشرفت و اصلاح امور جاری می‌شود. بنابراین، سیاستمداران باید عوامل موثر بر میزان مشارکت سیاسی را تقویت نمایند تا هم برنامه‌های خود را اجرا کنند و هم مشروعیت حکومت را افزایش دهند.

منابع

۱. احمدی، شهرزاد (۱۴۰۰). بررسی نظریه حکمرانی خوب بر پایه اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی. فصلنامه چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۴(۴۴)، ۱-۱۲.
۲. احمدی، یعقوب (۱۳۹۸). تأثیر انواع سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی بر انواع مشارکت سیاسی (مورد مطالعه: شهروندان ۱۸ سال به بالای سمنج). جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۰(۳)، ۱-۲۲.
۳. اصغری، انسیه؛ هاشم زهی، نوروز؛ قدیمی، بهرام (۱۳۹۹). مطالعه تأثیر جهانی شدن زندگی فرهنگی و سیاسی بر اعتماد اجتماعی شهروندان تهرانی. تغییرات اجتماعی-فرهنگی، ۱۷(۶۶)، ۱-۲۱.
۴. امینی، سلام؛ کواکبیان، مصطفی؛ شیری، طهمورث (۱۳۹۹). مطالعه عوامل اجتماعی موثر بر مشارکت سیاسی مردم استان ایلام. فصلنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۳(۲)، ۱۵۵-۱۳۲.
۵. آقایی خانه برق، علی؛ غریب زاده، رامین؛ آزادی بریس، لیلی (۱۳۹۹). مدلیابی نقش فرهنگ سیاسی در مشارکت و اعتماد سیاسی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی. فصلنامه مطالعات رهبری فرهنگی، ۲(۳)، ۹۲-۶۸.
۶. بازرگان هرندی، عباس (۱۳۸۷). روش تحقیق آمیخته: رویکردی برتر برای مطالعات. دانش مدیریت، (۸۱)، ۳۵-۱۵.
۷. باقری، معصومه؛ شجاعی، حسن؛ کیانی، سارا (۱۴۰۰). فراتحلیل مطالعات سرمایه اجتماعی با مشارکت سیاسی در ایران پس از انقلاب اسلامی ایران. پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، ۲۷(۱)، ۲۷۹-۲۴۷.
۸. بشیری گیوی، حسین؛ نوابخش، مهرداد؛ فتحی، سروش (۱۴۰۱). تبیین جامعه‌شناختی نقش نهادهای مدنی بر سرمایه فرهنگی و اجتماعی شهروندان در شهر تهران سال ۱۳۹۵. تغییرات اجتماعی-فرهنگی، ۱۹(۷۲)، ۶۹-۴۴.
۹. پایانی فر، ناصر؛ صداقت زادگان، شهناز؛ موسوی، میراظهر؛ رفیعی، حسن (۱۴۰۱). بررسی ارتباط تعاملات نهادی و شاخص‌های سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی: خیریه‌ها و کمیته امداد امام خمینی در ایران). مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۱۱(۲)، ۵۶۷-۵۴۵.
۱۰. تشویشی، حامد؛ رحمانی خیلی، احسان (۱۴۰۱). تأثیر دین‌داری بر کیفیت زندگی با میانجی‌گری متغیر مشارکت و اعتماد اجتماعی (مورد مطالعه: منطقه پردیسان قم). فصلنامه علمی برنامه‌ریزی رفاه توسعه اجتماعی، ۱۳(۵۰)، ۱۲۲-۸۵.
۱۱. تنهایی، ابوالحسن (۱۳۷۴). درآمدی بر مکاتب و نظریه‌های جامعه‌شناسی. گناباد: نشر مرنديز.
۱۲. جمینی، داود؛ شمس الدینی، علی؛ جمشیدی، علیرضا (۱۴۰۱). بررسی و تحلیل نقش سرمایه اجتماعی بر عملکرد تعاونی‌های روستایی در استان فارس. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۱۴، ۶۱-۴۲.
۱۳. حاجی پور، حسین؛ امینی، یوسف؛ کردزنگنه، منوچهر (۱۳۹۹). تأثیر سرمایه اجتماعی بر الگوهای مشارکت‌پذیری سیاسی در بین شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اهواز. فصلنامه علمی-پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، ۱۴(۴)، ۵۲-۲۷.
۱۴. حبیب پورگتایی، کرم؛ موسوی خورشیدی، سیدحمیدرضا (۱۳۹۵). رابطه بین سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی شهروندان قم. فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی، ۱۶(۶۲)، ۳۹۵-۳۵۹.
۱۵. حسین پور، سیروس؛ پوریانی، محمدحسین؛ اژدری زاده، حسین (۱۴۰۱). نقش هنر در تبیین جامعه‌شناختی مشارکت زنان اقوام لر بختیاری و عرب در کسب منزلت‌های اجتماعی و سیاسی. نشریه مطالعات هنر اسلامی، ۱۹(۴۵)، ۱۷۵-۱۶۰.
۱۶. حسینی، سیداحمد؛ عباسی، رسول؛ رضایی، رویا (۱۳۹۴). شناسایی عوامل موثر بر مشارکت نخبگان در تدوین الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، ۱۸(۶۷)، ۴۷-۲۵.
۱۷. خامه‌چی، حامد؛ رنگریز، حسن (۱۳۹۸). فراتحلیل پیامدهای سرمایه اجتماعی. مدیریت سرمایه اجتماعی، ۶(۴)، ۵۲۴-۶۰۳.
۱۸. خسروی، سحر؛ محسنی تبریزی، علیرضا؛ آقاجانی مرشاء، حسین (۱۴۰۰). تبیین جامعه‌شناختی سهم سرمایه اجتماعی در تحرک اجتماعی. مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۳(۲)، ۱۱۷-۹۹.
۱۹. دارا، جلیل؛ صادقی، الهه (۱۴۰۱). عوامل تأثیرگذار بر میزان مشارکت سیاسی زنان؛ با تأکید بر تعداد وزرای زن در دولت‌های مختلف جمهوری اسلامی ایران. دوفصلنامه علمی دانش سیاسی، ۱۸(۲)، ۳۷۷-۴۰۰.
۲۰. الله ویردی، مهرشاد (۱۳۹۹). تأثیر عملکرد مدیریت شهری در فرآیند توسعه پایدار سیاسی با تأکید بر نقش دوسویه مشارکت و سرمایه‌های اجتماعی. دوماهنامه علمی-تخصصی مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، ۵(۴)، ۸۳-۶۹.