



قنبری ، سیروس، بهشتی راد، رقیه، و سلطان زاده ، وحید . (۱۳۹۴). بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر رفتارهای فرانقشی و تعهد سازمانی: آزمون نقش میانجی مسؤلیت پذیری اجتماعی ، فصلنامه جامعه شناسی نهادهای اجتماعی ۲ (۶)، ۳۸-۹.

بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر رفتارهای فرانقشی و تعهد سازمانی: آزمون نقش میانجی مسؤلیت پذیری اجتماعی

سیروس قنبری^۱، رقیه بهشتی راد^۲ و وحید سلطان زاده^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۷/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۲۵

چکیده

منابع انسانی به عنوان یکی از سرمایه های اصلی سازمان ها به شمار می روند. اثربخشی این سرمایه در پرتو فراهم ساختن محیط کار مناسب و زمینه ارتباط و همکاری با دیگر اعضاء سازمان و مشارکت در امور و مسائل مربوط به سازمان است. پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر رفتارهای فرانقشی و تعهد سازمانی با نقش میانجی مسؤلیت پذیری اجتماعی انجام شده است. روش تحقیق ، توصیفی و طرح پژوهشی همبستگی از نوع مدل یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان دانشگاه ارومیه می باشد که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای متناسب با حجم هر طبقه ۲۷۵ نفر به عنوان نمونه آماری جهت مطالعه انتخاب شدند. برای گردآوری داده های پژوهش از چهار پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی ، مسؤلیت پذیری اجتماعی، رفتارهای فرانقشی و تعهد سازمانی استفاده شد. داده های تحقیق پس از جمع آوری با استفاده نرم افزارهای آماری

۱- دانشیار دانشگاه بوعلی سینا، siroosghanbari@yahoo.com

۲- دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه بوعلی سینا (نویسنده مسئول)، r.beheshtirad@gmail.com

۳- دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه بوعلی سینا، vahid.soltanzadeh@gmail.com

Amos, SPSS تحلیل شدند. نتایج الگویابی معادلات ساختاری نشان داد که: اثر مستقیم سرمایه اجتماعی بر مسؤلیت پذیری اجتماعی (۰/۲۶) مثبت و معنی دار می باشد. اثر مستقیم مسؤلیت پذیری اجتماعی بر رفتارهای فرانشی (۰/۲۴) و تعهد سازمانی (۰/۶۲) مثبت و معنی دار می باشد. اما اثر مستقیم سرمایه اجتماعی بر رفتارهای فرانشی و تعهد سازمانی معنی دار نمی باشد. اثر غیر مستقیم سرمایه اجتماعی بر رفتارهای فرانشی (۰/۰۶) و تعهد سازمانی (۰/۱۶) با میانجی گری مسؤلیت پذیری اجتماعی مثبت و معنادار می باشد. بر این اساس ۰/۰۶ درصد از واریانس رفتارهای فرانشی، ۰/۰۷ درصد از واریانس از مسؤلیت پذیری اجتماعی و ۰/۳۹ درصد از واریانس از واریانس تعهد سازمانی قابل تبیین است. در نتیجه از عوامل موثری که هر سازمان در راستای تعهد سازمانی و رفتارهای فرانشی کارکنان باید مد نظر قرار دارد مسؤلیت پذیری اجتماعی و سرمایه اجتماعی است.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی؛ مسؤلیت پذیری اجتماعی؛ رفتارهای فرانشی؛ تعهد سازمانی

۱- مقدمه و بیان مسأله

در جهان پرشتاب امروز، سازمان‌ها تلاش دارند برای رسیدن به اهداف سازمانی و اقتصادی و تداوم حیات خود از الگوها و شیوه‌های مختلف بهره ببرند و با کسب مزیت‌های رقابتی جدید از سقوط و واژگونی و خطرات ناشی از دگرگونی‌های سریع محیطی در امان بمانند. بدین ترتیب، توجه صرف سازمان و مدیریت آن به عواملی همچون، سرمایه‌های مادی و فیزیکی، پیشی گرفتن از رقیبان به هر قیمتی، کسب سود و منفعت بیشتر و نپرداختن به عواملی مانند روحیه، عواطف، کیفیت زندگی کاری، میزان رضایت از محیط کاری و ... کارکنان می‌تواند سازمان را به ورطه‌ی سقوط و ورشکستگی رهنمون سازد. بر همین اساس یکی از مهم‌ترین عواملی که سازمان و مدیریت با توجه به آن می‌تواند محیطی امن و پایدار را در درون سازمان خلق و تقویت کند، سرمایه‌های اجتماعی است. سرمایه اجتماعی^۱ مجموعه‌ی هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات می‌گردد. به عبارت دیگر این

مفهوم به پیوندها و ارتباطات میان اعضای شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل، موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود (رامین مهر، ۱۳۸۸).

از زمانی که ارتباط بین نقش‌های اجتماعی، سیاسی، محیطی و اقتصادی در تجارت رو به افزایش گذاشته است، سازمان‌ها با پویایی‌های جدیدی مواجه شده‌اند. چالشی که سازمان‌ها با آن روبرو هستند این است که آن‌ها باید هم‌زمان به افزایش سودآوری و پاسخ‌گویی به انتظارات اجتماعی جدید و سپس مدیریت هم‌زمان این دو پیامد به ظاهر متناقض که نیازمند توسعه استراتژی‌های کاربردی است و اثرات مثبتی هم بر جامعه و هم بر سازمان دارد، دست یازند. پیاده‌سازی مسؤولیت اجتماعی در سطح سازمان، از جمله سازوکارها و یا راهبردهای موثر در این خصوص است. در واقع امروزه سازمان‌ها علاوه بر انجام وظایف سنتی خود به انجام فعالیت‌های دیگری نیز مکلف شده‌اند، که هدف این فعالیت‌ها، پاسخ‌گویی به انتظارات جامعه است و از آن به عنوان مسؤولیت اجتماعی سازمان یاد می‌شود. در این دوران، مدیریت موثر، مدیریتی است که از محدوده اندیشه سازمان خود را رها ساخته و به جامعه و محیط‌های وسیع‌تری می‌اندیشد، چرا که نه سازمان‌ها می‌توانند خود را از جامعه جدا کنند و نه جامعه می‌تواند بدون سازمان‌ها تداوم یابد (صالحی و آذری، ۲۰۰۹؛ کارنامی، ۱۳۸۵). آنچه مسلم است این است که از اوایل نیمه دوم قرن بیستم آگاهی عمومی درباره وابستگی سازمان، جامعه و محیط به یکدیگر افزایش یافته و همگان پی برده‌اند که از یک‌سو سازمان‌ها با تکیه بر امکانات موجود در جامعه به اهداف خود می‌رسند و از سوی دیگر، اقدامات سازمان‌ها می‌بایست منافع و دستاوردهایی نیز برای جامعه داشته‌باشد. از این رو همواره تلاش بر این بوده که منافع در سازمان‌ها به گونه‌ای بهبود یابد که مردم جامعه، بیش از هزینه‌ای که پرداخت کرده‌اند از سازمان‌ها سود ببرند و به تعبیری سازمان‌ها علاوه بر سود آفرینی، ارزش آفرینی هم داشته باشند. در حقیقت سازمان‌ها به منظور حفظ مشروعیت کامل و بقای خود باید قبول کنند که نقش و وظیفه‌ای عمومی و اجتماعی دارند. امروزه از شرکت‌ها انتظار می‌رود فراتر از سود محوری فعالیت کنند و افزایش رفاه جامعه را در الویت قرار دهند این بدان معنی است که

بخش کسب و کار نباید فقط تابع تولید کالا و ساخت سود باشند بلکه فعالیت خود را حول محور جامعه باید تنظیم کنند (نیکولای، ۲۰۰۸).

مسئولیت اجتماعی^۱ سازمان موضوع حساسیت برانگیز و رو به توجه در سال های اخیر بوده و عامل اساسی بقای هر سازمان محسوب می شود (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸). طرفداران مسئولیت اجتماعی استدلال می کنند سازمان های بزرگ نه تنها برای پاسخگویی به نیازهای سهامداران، بلکه برای تامین نیازهای ذینفعان از جمله جامعه، مشتریان، تامین کنندگان و کارمندان باید مسئولیت اجتماعی را به عنوان کلید راهبردی در سازمان گسترش دهند (گیول ۲۰۰۷؛ هلمکوئیست، ۲۰۰۹). از دیگر سو، در دو دهه اخیر بحث جدیدی که مطرح شده و نظر رفتارشناسان، روانشناسان و جامعه شناسان را به خود جلب کرده رفتارهای فرانقشی است. رفتار فرانقشی به عنوان شاخصه ای از رفتارهای کاری اختیاری و فرا وظیفه ای است که در افزایش عملکرد اثربخش سازمان مؤثر است (یالماز و تاسدان، ۲۰۰۸). از متغیرهای دیگر این پژوهش تعهد سازمانی می باشد که به عنوان درجه نسبی تعیین هویت فرد با سازمان و مشارکت و درگیری او در سازمان تعریف شده است. محققان تعهد سازمانی را به عنوان یک متغیر مهم در فهم رفتار کارکنان می دانند. بر این اساس تعهد سازمانی اثرات بالقوه و جدی بر عملکرد سازمان دارد، به همین دلیل نادیده گرفتن آن برای سازمان زیانبار است و هزینه های زیادی را به دنبال دارد (استریر و همکاران، ۲۰۰۸). جامعه آماری انتخاب شده دانشگاه ارومیه می باشد و علت این انتخاب بر این باور استوار بود که لازمه پیشرفت هر سازمان به ویژه نظام آموزش عالی تلاش دلسوزانه، همراه با تعهدکاری کارکنان می باشد که خلاء موجود در این زمینه در سازمان های کشور کاملاً محسوس و ملموس است به نظر می رسد یکی از راه های مواجهه شدن با چالش مذکور پرداختن به مسئولیت پذیری اجتماعی و مدیریت سرمایه های نامشهود از جمله سرمایه اجتماعی کارکنان باشد. علت دیگر بر این باور استوار بود که دانشگاه ها از گران بهاترین ذخایر شناخته شده برای جوامع معرفی می شوند، در این صورت پیشرفت و توسعه ملی در گروه توسعه، پویایی و تحرک دانشگاه ها است. در این تحقیق تلاش

شده به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر رفتارهای فرانقشی و تعهد سازمانی با نقش میانجی مسؤلیت پذیری اجتماعی از دیدگاه کارکنان دانشگاه ارومیه پرداخته شود. این پژوهش به دو دلیل از مطالعات قبلی متفاوت است: اولاً این مطالعه در زمره مطالعاتی است که به شفاف سازی تعیین کننده های رفتار فرانقشی و تعهد سازمانی از طریق ارزیابی تأثیر سرمایه اجتماعی می پردازد. ثانیاً: در این پژوهش نقش مسؤلیت پذیری اجتماعی به عنوان یک میانجی بالقوه در شکل گیری رفتار فرانقشی و تعهد سازمانی مورد بررسی قرار گرفته است.

سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه اجتماعی را در آغاز جامعه شناسان معرفی و در تحقیقاتشان استفاده کردند. این مفهوم به تدریج توجه اندیشمندان سایر رشته های علوم اجتماعی را به خود جلب کرد و در دهه های اخیر علاوه بر اینکه در جامعه شناسی، علوم سیاسی و اقتصاد مورد استفاده قرار گرفته است، در رشته های سازمان و مدیریت نیز طرفداران زیادی پیدا کرده است (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۳). در سال های اخیر، سرمایه اجتماعی به یک مفهوم بسیار مرسوم و چند بُعدی در علوم اجتماعی و تاثیر گذار در بسیاری از حوزه های جامعه مبدل شده است و در ادبیات مرتبط با توسعه نیز جایگاه ویژه یافته است، به گونه ای که برخی آن را حلقه مفقود شده توسعه می داند، با این استدلال که افرادی که از سرمایه اجتماعی بالا برخوردار هستند تمایل بیشتری به زندگی سالم و شادتر و شرکت در فعالیت های اجتماعی در جوامع دارند (موحد و همکاران، ۱۳۸۷؛ ویل و همکاران، ۲۰۱۱).

سرمایه اجتماعی با در خدمت مردم بودن برای چگونگی ارتباط با دیگران، به نوبه خود برای افراد و جوامع نتایج مثبتی از جمله سازگاری با محیط را به همراه داشته است (برون، ۲۰۰۹). اولین بار مفهوم سرمایه اجتماعی را شخصی به نام لیدا جودسون هانی فان^۱ در سال ۱۹۱۶ در مقاله ای درباره آموزش و پرورش ایالت ویرجینیای آمریکا به کار برد (کاظمی، ۱۳۸۷). نظریه هانی فان برای نیم قرن مسکوت ماند تا در سال ۱۹۶۱ جاکوبز^۲ در اثر خود به نام «زندگی و مرگ شهرهای بزرگ آمریکایی» از سرمایه اجتماعی بحث کرد و نقش آن را در

1 - Heni Fan

2 - Jacobs

ارتباط با حفظ نظافت، برخورد با جرم و جنایت خیابانی در محدوده های حومه و قدیمی شهری مطرح ساخت (شریفیان ثانی و ملکی سعید آبادی، ۱۳۸۵). پس از آن لوری^۱ اقتصاددان، اصطلاح سرمایه اجتماعی را در دهه ۱۹۷۰ برای توصیف مشکل توسعه اقتصاد درون شهری به کار برد (فوکویاما، ۱۳۸۵). پس از آنها اولین توضیح و تفسیر یکپارچه این اصطلاح را بوردیو در سال ۱۹۷۲ ارائه کرد. بوردیو^۲ سرمایه اجتماعی را انباشت منابع بالقوه و بالفعلی که مربوط به مالکیت یک شبکه بادوام از روابط کم و بیش نهادینه شده، همراه با شناخت و آگاهی است تعریف کرده است (بولینو و همکاران، ۲۰۰۲؛ آدام و رونسویک، ۲۰۰۳؛ انگ، ۲۰۰۹). بوردیو بر این باور است که میزان سرمایه اجتماعی که یک فرد از آن برخوردار است بسته به شبکه ارتباطات وی می تواند به طور مؤثری تغییر یابد (قلیچ لی و مشبکی، ۱۳۸۵؛ شریفیان ثانی و ملکی سعید آبادی، ۱۳۸۵؛ استورمگرن و همکاران ۲۰۱۵). پس از بوردیو و در دهه ۱۹۸۰ کلمن^۳ فصل مهمی از کتاب «بنیان های نظریه اجتماعی» را به بحث سرمایه اجتماعی اختصاص داد و در سراسر کتاب نیز به توضیح عناصر و اجزای آن پرداخت (پیراهری، ۱۳۸۸؛ لازاروا و تیلور، ۲۰۰۸). به اعتقاد کلمن سرمایه اجتماعی از طریق کارکردش تعریف می شود. سرمایه اجتماعی یک هستی منفرد نیست، بلکه تنوعی از هستی های متفاوتی است که دارای دو خصوصیت مشترک هستند. همگی دارای وجوهی از یک ساختار اجتماعی هستند و همگی کنش های خاصی از افراد داخل ساختار را تسهیل می کنند (فوجی ساوا و همکاران، ۲۰۰۹). در ادبیات مدیریت سرمایه اجتماعی به دو شکل سرمایه اجتماعی افقی و عمودی دیده می شود، سرمایه اجتماعی افقی ناشی از روابط میان افراد و گروه ها است، که در شکل مشارکت در شبکه های اجتماعی رسمی و سطح اعتماد بین فردی تجلی می یابد، که ممکن است موجب بهبود وضعیت سلامت، فراهم کردن منابع اجتماعی از طریق ایجاد شبکه های افراد و ترویج رفاه شود. و سرمایه اجتماعی عمودی ناشی از ارتباط افراد و گروه ها با قدرت های مختلف، منابع و موقعیت های اجتماعی است که درجه اول سلامت مردم را تحت تأثیر قرار می دهد و شامل شاخص های رفتاری برای توصیف سلامت افراد می باشد (گوشال و ناهبیت، ۱۹۸۸؛ بورگونوی، ۲۰۱۰؛ اینگستروم و همکاران، ۲۰۰۸؛ برون و بوسرت، ۲۰۰۹).

1 - Louri
2 - Bourdieu
3 - Coleman

مسئولیت پذیری اجتماعی

ظهور مسئولیت پذیری اجتماعی در دهه هفتاد در ادبیات علمی برای اولین بار با ضرورت توجه و مسئولیت مدیران نسبت به سهامداران مورد بحث قرار گرفت و با تغییرات مداوم جامعه اقتصادی به ضرورت به گسترش تعاریف و رویکردهای مختلف در این زمینه منجر شد (آورام و واسیکا، ۲۰۱۴). در طی دهه گذشته، سازمان‌ها از طرف گروه‌های مختلف ذینفعان شامل سهامداران، کارکنان، سرمایه‌گذاران، مصرف‌کنندگان و مدیران تحت فشار فزاینده‌ای جهت اتخاذ رفتار مسئولانه اجتماعی بوده‌اند. این مطالعات شواهدی مبنی بر افزایش بازدهی سازمان‌های دارای مسئولیت اجتماعی و همچنین نیروی کار متعهدتر را فراهم می‌آورد، به دلیل اینکه کارکنان از اینکه با سازمان‌های کاری دارای مسئولیت اجتماعی تعیین هویت می‌کنند، احساس غرور می‌کنند. فلسفه وجودی سازمان‌ها، حتی مؤسسات اقتصادی، نه تنها سود بلکه تامین انتظارات ذینفعان اعم از داخل و خارج سازمان می‌باشد (دراکر، ۲۰۰۰). زیرا از این طریق است که پایدار بودن سود نیز تامین می‌شود. ضمناً انتظاراتی که جامعه در بعد اخلاقی، قانونی، اقتصادی و مصالح عمومی از سازمان‌ها دارد، این است که آن‌ها خود را به جامعه‌ای که در آن به فعالیت می‌پردازند، متعهد بدانند (سولجز و همکاران، ۲۰۰۸؛ لینتکوم و همکاران، ۲۰۱۰). بر این اساس هنگامی که موضوع مسئولیت در زندگی اجتماعی از جمله سازمان‌ها مورد تحلیل قرار می‌گیرد، نباید صرفاً حقوق صاحبان سهام و مؤسسات یا حتی فقط رعایت چارچوب‌های قانونی که به اجبار باید بدان تن داد، ملاک عمل سازمان‌ها قلمداد شود، بلکه مسئول بودن باید به عنوان امری داوطلبانه و نوعی تعهد و وظیفه از سوی سازمان‌ها به شمار آید (تاکالا و پالاب، ۲۰۰۰). در این صورت است که مشروعیت سازمان از ناحیه ذینفعان برونی (ذینفعان اجتماعی و غیر اجتماعی، دولت و مشتریان) به پایداری می‌انجامد و منافع پایدار، ارتقاء تعهد و مشارکت فعال ذینفعان از قابلیت پیش‌بینی برخوردار می‌شود.

امروزه مسئولیت اجتماعی به مراتب فراتر از حوزه فعالیت و تاثیر خود در گذشته که "انسان دوستی" بود گام می‌نهد. مسئولیت اجتماعی در عرصه کسب و کار برای رسیدن به توسعه پایدار، در مورد ارائه راه حل‌های پیشگیرانه برای چالش‌های اجتماعی و زیست محیطی و عرصه‌هایی از این دست نقش و جایگاه خود را پیدا کرده است (واسیلسکو و همکاران، ۲۰۱۰). مسئولیت اجتماعی یک موضوع جدید نیست اما به نظر می‌رسد که افزایش علاقه در میان دانشگاهیان و دست‌اندرکاران به مسئولیت اجتماعی به خاطر منفعت‌هایی که مسئولیت

اجتماعی برای اقتصاد، جامعه و محیط زیست دارد تازه و جدید باشد (هندرسون، ۲۰۰۷). در مطالعات جدید نیز این امر ثابت شده است که مسئولیت اجتماعی به طور فزاینده ای از فرهنگ، اجتماع و اقتصاد حاکم بر جامعه حمایت می کند (آزمت، ۲۰۱۰). مسئولیت اجتماعی یک استراتژی مقابله ای برای پاسخگویی به نگرانی های اجتماعی، زیست محیطی و توسعه پایدار است (نیکولا، ۲۰۰۸؛ فلیزوز و فیسن، ۲۰۱۱؛ هدایگر، ۲۰۱۰). فورد^۱ مسئولیت اجتماعی را پیروی از قوانین اجتماعی و برآوردن انتظاراتی که جامعه از فرد دارد تعریف می کند. کاستکاو بالزارووا^۲ مسئولیت اجتماعی را تعهد مداوم برای رفتار به شیوه اخلاقی و با بهبود کیفیت زندگی افراد و خانواده هایشان به علاوه بهبود اجتماع و جامعه در مقیاس وسیع تر می دانند (ایمان و جلائیان بخشنده، ۱۳۸۹). پژوهشگران مسئولیت اجتماعی را یک ارزش گرانبها که بر دموکراسی و جامعه دموکراتیک تاثیر می گذارد معرفی می کنند (کیم و ربر، ۲۰۰۸؛ باراکلو و موراو، ۲۰۰۸؛ آپایدین و ارکان، ۲۰۱۰). در سال ۱۹۶۰، دیویس^۳ مسئولیت پذیری اجتماعی را به عنوان آن نوع تصمیمات و اقدامات سازمان ها توصیف کرد که به دلایلی، فراسوی منافع مستقیم اقتصادی یا فنی اتخاذ می شوند (هردت و همکاران، ۲۰۰۹). در سال ۱۹۷۱ کمیته توسعه ی اقتصادی^۴ در تعریفی مشابه، مسئولیت اجتماعی سازمان را به صورت زیر تشریح نمود: « امروزه روشن است که مفهوم تعامل بین جامعه و تجارت و کسب و کار به طرق گوناگون در حال تغییر است. کسب و کار باید مسئولیت های گسترده تری را در خصوص جامعه نسبت به قبل بپذیرد و بایستی محدوده گسترده تری از ارزش های انسانی را مورد نظر داشته باشد» (والکر و پارتنت، ۲۰۱۰).

رفتارهای فرانقشی

رفتار شهروندی سازمانی به عنوان رفتار ارادی و از روی میل کارکنان تعریف می گردد که داوطلبانه بوده و نوعاً به آنها پاداش تعلق نمی گیرد، اما می تواند عملکرد سازمان ها را بهبود ببخشد (اورگان، ۱۹۸۸). این رفتارها برای یک سازمان به اندازه ای مهم و مطلوب است که سبب دست یابی به نتایجی چون ارتباطات بسیار اثربخش می گردد. چنین رابطه ای سبب همکاری میان گروه های کاری گردیده، زمینه ساز تقسیم کار دلخواه در میان کارکنان

1 - Ford

2 - Castka & Balzarova

3 - Davis

4 - Committee of Economic Development

می‌شود. مفهوم رفتار شهروند سازمانی را اولین بار افرادی نظیر بارنارد^۱، کتز^۲، کتز و کاهن^۳، بتمن و اورگان، اسمیت^۴، اورگان و نیر^۵ و بعدها به صورت مفصل‌تر اورگان در ادبیات رفتار سازمانی مطرح کردند. در دهه ۱۹۳۰ بارنارد پدیده رفتار شهروندی را تحت عنوان "رفتارهای فرانقشی"^۶ مطرح کرد. به اعتقاد وی تمایلات فردی برای تلاش فعالانه در راستای کمک به انجام فعالیت‌های سازمانی، برای دست‌یابی به اهداف ضروری است. بارنارد اظهار داشت که این تلاش‌ها نه تنها باید در جهت دست‌یابی به اهداف سازمان، بلکه باید در جهت حفاظت از خود سازمان باشد (یوسفی، ۱۳۸۷). پس از بارنارد و کتز و کاهن، پژوهشگران بسیاری به مفهوم سازی و تبیین پدیده رفتارهای فرانقشی پرداختند. اورگان (۱۹۹۸) رفتار شهروندی سازمانی را رفتاری خودجوش و آگاهانه می‌داند که به طور مستقیم یا صریح توسط سیستم رسمی پاداش سازمان پیش‌بینی نشده است، اما روی هم رفته عملکرد مؤثر سازمان را ارتقا می‌دهد. منظور از خودجوش و آگاهانه این است که این رفتار ضرورت اجباری نقش یا شرح شغل نیست بلکه این رفتار بیشتر یک انتخاب شخصی بوده و در صورت انجام ندادن آن تنبیهی به دنبال ندارد (رامین مهر، ۱۳۸۸؛ بینستک و همکاران، ۲۰۰۳؛ بوگلر و اسموچ، ۲۰۰۵). همچنین رفتار شهروند سازمانی به عنوان رفتار فردی که اثربخشی اهداف سازمان را از طریق کمک به محیط اجتماعی و روانشناختی ارتقا می‌دهد، تعریف شده است (حسام و ابو الانین، ۲۰۰۸).

ویگودا و همکاران (۲۰۰۷) معتقدند رفتار شهروندی سازمانی کمک‌های غیر رسمی می‌باشد که کارمند بدون توجه به تحریم‌ها و پاداش‌های رسمی به عنوان یک فرد می‌تواند آزادانه آنها را انجام دهد و یا از انجام آنها خودداری نماید. با توجه به مفهوم رفتارهای فرانقشی، پژوهشگران علوم رفتاری به مفهوم سازی پدیده مرتبط با آن یعنی رفتار شهروندی سازمانی پرداختند. اولین پژوهشگرانی که در این زمینه مطالعات گسترده‌ای انجام دادند، اورگان و اسمیت بودند. در دهه ۱۹۸۰ مفهوم رفتار شهروندی سازمانی برای اولین بار در ادبیات پژوهش سازمانی مشاهده شد (قلی‌پور، ۱۳۸۶). گراهام با استفاده از فلسفه کلاسیک و تئوری سیاسی

1 - Barnard

2 - Katz

3 - Kahn

4 - Smith

5 - Near

6 - Extra-Role Behavior

مردن چندین مورد از اعتقادات و تمایلات رفتاری که با یکدیگر ترکیب می شوند را مورد توجه قرار داد و آنها را «علائم شهروندی فعال» نامید که سه بخش اساسی مرتبط با یکدیگر از مسئولیت های شهروندی شهری را شامل می شود. بخش اول احترام به ساختارها و فرایندهای منظم را شامل می شود، به این معنی که شهروندان، مسئول اختیار منطقی- قانونی را تشخیص داده و از قانون تبعیت می کنند. بخش دوم وفاداری است که در آن شهروند علایق جامعه و ارزش های نهفته در آن را به صورت کلی تأمین می کند. بخش سوم مشارکت، درگیری مسئولانه و فعال در اداره جامعه را تحت شرایط قانونی در بر می گیرد (رامین مهر و همکاران، ۱۳۸۸؛ تورلک و کوک، ۲۰۰۷).

تعهد سازمانی

تعهد سازمانی^۱ به عنوان یک بُعد مهم نگرش شغلی، هویتی روان شناختی است که یک فرد نسبت به سازمان متبوع خود احساس می کند (ونگ و همکاران، ۲۰۱۰). لذا در نمود عینی، تعهد سازمانی، روابط کارکنان را با سازمان منعکس می کند و بر تصمیم به ماندن اعضا در آن سازمان دلالت دارد (می یو و آلن، ۱۹۹۷). افراد با نیازها، مهارت‌ها و انتظاراتی وارد سازمان می شوند و مایلند در محیطی کار کنند که بتوانند از توانایی‌هایشان استفاده و نیازهایشان را ارضاء کنند. چنانچه سازمان‌ها این فرصت‌ها را برای کارکنانشان ایجاد کنند، سطح تعهد سازمانی افزایش می‌یابد (وکولا و نیکولائو، ۲۰۰۵؛ وستی، ۲۰۰۵). در حقیقت می‌توان پیوندی بین تعهد سازمانی و فعالیت‌های اجتماعی سازمان انتظار داشت که مستقیماً به ارضاء نیازهای کارکنان می‌پردازد (پیترسون، ۲۰۰۴). با این حال هنوز کاملاً مشخص نیست که چگونه فعالیت‌های اجتماعی سازمان که مرتبط با دیگر ذینفعان است، بر تعهد سازمانی کارکنان تاثیر می‌گذارد. در این راستا، مطالعات پیترسون (۲۰۰۴) و برامر و همکاران (۲۰۰۷) خاطر نشان می‌کند که این‌گونه فعالیت‌ها تاثیر مثبتی بر تعهد سازمانی می‌گذارند. با این وجود نیاز است مفهوم تعهد سازمانی به‌خوبی تحلیل شود. درمورد تعریف تعهد سازمانی بین پژوهشگران اتفاق نظری نیست (شاو و همکاران، ۲۰۰۳؛ سیچی و همکاران، ۲۰۰۹). کانتر^۲ تعهد سازمانی را درجه نسبی تعیین هویت فرد با یک سازمان خاص و درگیری مشارکت او با آن سازمان و تمایل فرد به در اختیار گذاشتن انرژی و وفاداری خویش به نظام اجتماعی تعریف می‌کند.

1 - Organizational Commitment

2 - Kunter

یکی از معمولی‌ترین شیوه‌های برخورد با تعهد سازمانی آن است که تعهد سازمانی را نوعی وابستگی عاطفی و روانی به سازمان در نظر می‌گیرند، بر اساس این شیوه، فردی که به شدت به سازمان خود متعهد است، هویت خود را از سازمان می‌گیرد، در سازمان مشارکت فعال دارد، با آن در می‌آمیزد و از عضویت در سازمان خود لذت می‌برد (موغلی و همکاران، ۱۳۸۸). بنابراین تعهد سازمانی یک نگرش درباره وفاداری کارمندان به سازمان و فرایند مستمری است که از طریق آن اعضای سازمان علاقه خود را به سازمان و موفقیت و کارایی پیوسته آن نشان می‌دهند (غفوری و گل پرور، ۱۳۸۹؛ خوشنود، ۱۳۹۰؛ ان‌جی و فلدمن، ۲۰۱۱). بدیهی است تعهد سازمانی کارکنان زمانی ارزشمند خواهد بود که بر روی عملکرد سازمان تأثیر مثبت داشته و موجب ارتقا و بهره‌وری سازمان گردد (الوانی، ۱۳۸۱).

۲- پیشینه پژوهش

با وجود آن که تحقیقات مختلفی در رابطه با متغیرهای سرمایه اجتماعی، مسئولیت اجتماعی، رفتارهای فرانقشی و تعهد سازمانی صورت گرفته است اما تا کنون تحقیقی به بررسی رابطه این چهار متغیر نپرداخته است. گوچانگ و همکاران (۲۰۰۶) اظهار داشته‌اند که سه بعد کلیدی سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی)، مالکیت روانشناختی کارکنان را تقویت خواهند کرد و در ادامه منجر به خلق رفتار شهروندی سازمانی می‌شوند. آنها بیان می‌کنند که هر سه بعد سرمایه اجتماعی با مالکیت روان شناختی رابطه مثبت و معناداری داشته و سرانجام مالکیت روانشناختی با رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری دارد. یعقوبی و همکاران (۲۰۱۱) در این باره معتقدند که بین رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. آنها اظهار داشته‌اند که افزایش و کاهش سرمایه اجتماعی به طور مستقیم منجر به تأثیر بر رفتار شهروندی سازمانی خواهد شد. بر پایه پژوهش وحدتی (۱۳۸۹) که در میان کارکنان شرکت نفت و شرکت گاز پارس صورت گرفت مشخص گردید که سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی تأثیر می‌گذارد. همچنین بین مولفه‌های سرمایه اجتماعی با تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. اینو و لی (۲۰۱۱) پژوهشی دیگر نشان داد که ابعاد مسئولیت اجتماعی تأثیر گذار بر روی عملکرد و گردش مالی در کوتاه مدت و بلند مدت است. پیترسون (۲۰۰۴) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه بین ادراکات از شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی در بین متخصصین تجاری پرداخته‌است. در این مطالعه مقیاس شهروندی

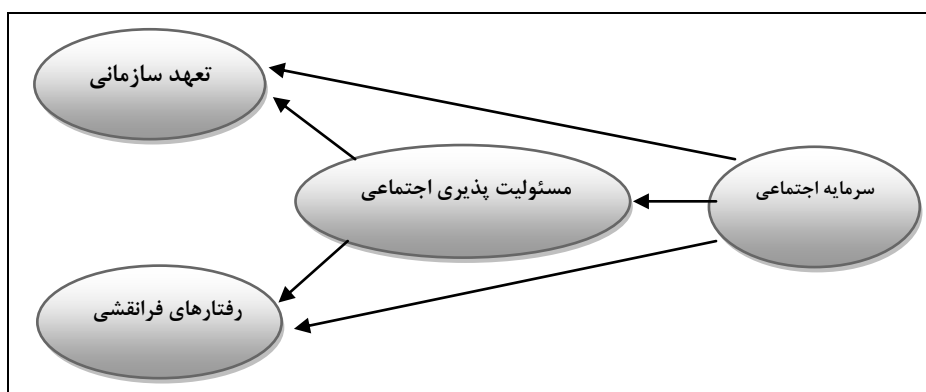
سازمانی برای ارزیابی دیدگاه‌های کارکنان درباره عملکرد اجتماعی سازمانشان، مورد استفاده واقع شده است. نتایج این تحقیق نشان داد که رابطه فوق با افزایش اهمیت مسؤولیت‌پذیری سازمان نزد کارکنان، شدیدتر می‌شود. همچنین نتایج نشان داده که مقیاس اخلاق شهروندی سازمانی، در مقایسه با سایر مقیاس‌های اقتصادی، قانونی و داوطلبانه مسؤولیت‌پذیری اجتماعی در ارتباط با تعهد سازمانی، پیش‌بینی‌کننده بهتری است. همچنین رگو و همکاران (۲۰۰۷) نیز نشان دادند که شهروندی سازمان به عنوان بخشی از سازه مسؤولیت اجتماعی تغییرات تعهد عاطفی را در جهت مثبت، تبیین می‌کند و بیشترین تاثیر، ناشی از درک مسؤولیت در قبال ذینفعان درون سازمان (کارکنان) و رعایت ملاحظات اخلاقی- قانونی بوده است. ورنر (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمان مقدمه‌ای بر محدودیت‌های اجتماعی در بنگلادش به این نتیجه رسید که مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمان اثر بالقوه مثبت و پایا در کشورهای در حال توسعه به ویژه در جوامع دارای محدودیت‌های اجتماعی دارد.

مدل مفهومی پژوهش

مطالعات نشان می‌دهد که هنگامی که کارکنان با هم تماس داشته باشند و همدیگر را خوب بشناسند، بتدریج نقاط مشترکی در بین آنها شکل می‌گیرد، آنها به هم اعتماد می‌کنند و برای تحقق اهداف مشترک با هم فعالیت می‌کنند به این معنا سرمایه اجتماعی می‌تواند بر تعهد سازمانی نقش مثبت و معنی‌داری داشته باشد (نادی و همکاران، ۱۳۹۱). این در حالی است که سرمایه اجتماعی که حاصل شکل‌گیری و استقرار ارزش‌ها، هنجارها، سنت‌ها، عرف‌ها و قواعد به صورتی خودجوش و در بستری از روابط متقابل اجتماعی است، زمینه‌ساز همدلی، همکاری، نوع دوستی، وفاداری، وجدان‌کاری در زندگی اجتماعی از جانب افراد است (جهانگیری و همکاران، ۱۳۹۱). در مقابل برامر و همکارانش (۲۰۰۷) در تحقیقی به بررسی ارتباط بین تعهد سازمانی و ادراکات کارکنان از مسؤولیت اجتماعی سازمان در داخل مدلی پرداختند که برگرفته از نظریه هویت اجتماعی است. در این تحقیق ارتباط بین تعهد سازمانی و جنبه‌های مسؤولیت اجتماعی سازمان مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این مطالعه، مفاهیم قابل توجهی را برای اجرای استراتژی‌های مسؤولیت اجتماعی در داخل سازمان‌ها به همراه داشت. اینکه، ارتباط مثبت بین هر جنبه درک کارکنان از مسؤولیت اجتماعی، بر نتیجه حاصل از تعهد سازمانی که ممکن است ناشی از سرمایه‌گذاری‌های سازمان در مسؤولیت

اجتماعی سازمان باشد، تاکید دارد. مرتضوی و همکارانش (۱۳۸۹) بیان می کنند مسئولیت پذیری اجتماعی از جمله مهم ترین عناصر فلسفه وجودی سازمان ها شناخته شده است به نحوی که اهمیت دادن به آن توسط سازمان ها در چهارچوب نظریه هویت اجتماعی، احتمال ارتقاء تعهد سازمانی را به همراه دارد. بررسی در راستای مسئولیت پذیری اجتماعی حاکی از آن است که یکی از حوزه های اثر گذار مسئولیت پذیری اجتماعی، رفتارهای فرانقشی است. رزمی (۱۳۹۲) در رساله کارشناسی ارشد خود رابطه مثبت و معنی داری را بین مسئولیت پذیری اجتماعی و رفتارهای فرانقشی کارکنان گزارش کرد.

وجی یانت و کیسمایا (۲۰۱۴) گزارش کردند که مسئولیت پذیری اجتماعی به طور مستقیم بر رفتارهای فرانقشی تاثیر دارد و هم در نقش واسطه رابطه بین ارزش های کاری و رفتارهای فرانقش تاثیر مثبت و معنی داری دارد. به طور خلاصه می توان بیان کرد که بین متغیر های پژوهش بر مبنای نظری و تجربی رابطه معنی داری برقرار است. هدف کلی این پژوهش، بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر رفتارهای فرانقشی و تعهد سازمانی با نقش میانجی مسئولیت پذیری اجتماعی کارکنان دانشگاه ارومیه می باشد. در این راستا مدل مفهومی در شکل ۱ ارائه می گردد.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

۳- روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع پژوهش های همبستگی با استفاده از روش مدل یابی معادلات ساختاری^۱ می باشد. متغیرهای تحقیق عبارتند از: سرمایه اجتماعی به مثابه متغیر مستقل، مسئولیت پذیری اجتماعی، رفتارهای فرانقشی و تعهد به مثابه متغیر وابسته و مسئولیت پذیری اجتماعی به مثابه متغیر مستقل ثانوی (میانجی و واسطه ای) برای رفتارهای فرانقشی و تعهد سازمانی. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه ی کارکنان دانشگاه ارومیه به تعداد ۱۰۵۰ نفر بود. با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای متناسب با حجم هر یک از دانشکده ها ۲۷۵ نفر به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. برای تعیین حجم نمونه مورد نظر با توجه به حجم جامعه آماری از فرمول "کوکران" استفاده شده است. به منظور رعایت ملاحظات اخلاقی آزمودنی ها کد داشتند و محرمانه ماندن اطلاعات و اصل راز داری رعایت شد. ابزار اصلی گردآوری داده ها پرسشنامه بود. برای سنجش سرمایه اجتماعی از پرسشنامه ناهاپیت و گوشال استفاده شد. این پرسشنامه در برگیرنده ۲۰ گویه است و به گونه تفکیکی و با استفاده از مقیاس پنج درجه ای لیکرت سرمایه اجتماعی (سه مولفه ساختاری سوال های ۱ تا ۷، شناختی ۸ تا ۱۴ و رابطه ای ۱۵ تا ۲۰) را مورد سنجش قرار می دهد پایایی این پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ $\alpha=0/81$ به دست آمد که نشانگر پایایی مناسب آن است.

برای بررسی روایی کل مولفه های این پرسشنامه از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد که شاخص های برازش $GFI=0.94$, $AGFI=0.91$, $CFI=0.95$, $RMSEA=0.07$ نشانگر روایی مناسب این پرسشنامه برای سنجش سرمایه اجتماعی است. برای اندازه گیری مسئولیت پذیری اجتماعی از پرسشنامه استفاده شد. کارول (۱۹۹۱) در قالب ۲۰ گویه به گونه تفکیکی و با استفاده از مقیاس پنج درجه ای لیکرت با کمی تغییرات برای کارکنان طراحی شده است. پرسشنامه مسئولیت پذیری اجتماعی (چهار مولفه مسئولیت اقتصادی سوال های ۱ تا ۵، مسئولیت قانونی ۶ تا ۱۰، مسئولیت اخلاقی ۱۱ تا ۱۵ و مسئولیت اجتماعی ۱۶ تا ۲۰) را شامل می شود. مقدار آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه در پژوهش حاضر $\alpha=0/79$ به دست آمد. برای بررسی روایی این پرسشنامه از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد که شاخص های برازش $GFI=0.92$, $AGFI=0.90$, $CFI=0.96$, $RMSEA=0.06$ نشانگر برازش

مناسب این ابزار است. برای سنجش رفتارهای فرانقشی از پرسشنامه اورگان (۱۹۹۸) استفاده شد. این پرسشنامه در برگزیده ۱۵ گویه است و به گونه تفکیکی و با استفاده از مقیاس پنج درجه ای لیکرت رفتارهای فرانقشی (پنج بعد وجدانیات و وظیفه شناسی سوالهای ۱ تا ۳، نوع دوستی ۴ تا ۶، فضیلت مدنی ۷ تا ۹، جوانمردی ۱۰ تا ۱۲ و نزاکت سازمانی ۱۳ تا ۱۵) را مورد سنجش قرار می دهد. مقدار آلفا برای این ابزار ۰/۷۶ به دست آمد که نشانگر پایایی قابل قبول این ابزار است. برای بررسی روایی این پرسشنامه از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد که شاخص های برازش $GFI=0.96$, $AGFI=0.93$, $CFI=0.98$ $RMSEA=0.05$ نشانگر برازش مناسب این ابزار است. برای سنجش تعهد سازمانی از مقیاس می یو و آلن (۱۹۹۰) استفاده شد. این پرسشنامه در برگزیده ۲۳ گویه است و به گونه تفکیکی و با استفاده از مقیاس پنج درجه ای لیکرت تعهد سازمانی (سه مولفه تعهد عاطفی سوال های ۱ تا ۸، مستمر ۹ تا ۱۶ و هنجاری ۱۷ تا ۲۳) را مورد سنجش قرار می دهد. مقدار آلفای کرونباخ ۰/۸۷ به دست آمد که نشان دهنده پایایی مناسب این ابزار است. برای بررسی روایی این پرسشنامه از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد که شاخص های برازش $GFI=0.97$ $AGFI=0.94$ $CFI=0.98$, $RMSEA=0.04$ نشانگر برازش مناسب این پرسشنامه برای اندازه گیری تعهد سازمانی است.

تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار آماری $SSPS16$ و $AMOS$ در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شد. در سطح توصیفی از آماره های نظیر میانگین و انحراف استاندارد، کجی و کشیدگی و در سطح استنباطی از آزمون های ضریب همبستگی پیرسون بهره گرفته شده است، همچنین برای تعیین میزان و قدرت توان تاثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی و رفتارهای فرانقشی از مدل یابی معادلات ساختاری بر اساس نرم افزار آماری $AMOS$ استفاده شده است.

۴- یافته های پژوهش

در جدول ۱ شاخص های توصیفی متغیرها شامل میانگین، انحراف استاندارد، چولگی و کشیدگی ارائه شده اند. کلاین (۲۰۱۱) پیشنهاد می کند که در مدل یابی علی، توزیع متغیرها باید نرمال باشد. او پیشنهاد می کند که قدر مطلق چولگی و کشیدگی متغیرها به ترتیب نباید از ۳ و ۱۰ بیشتر باشد. با توجه به جدول شماره ۱ قدر مطلق چولگی و کشیدگی تمامی متغیرها کمتر از مقادیر مطرح شده توسط کلاین (۲۰۱۱) می باشد. بنابراین این پیش فرض

مدل یابی علی یعنی نرمال بودن تک متغیری برقرار است. در جدول شماره ۲ ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش ارایه شده اند.

جدول ۱- شاخص های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی
رفتارهای فرانقشی	۳/۰۱	۰/۶۹	-۰/۷۰	۰/۳۶
تعهد سازمانی	۳/۴۵	۰/۹۰	-۰/۵۱	۰/۰۲
مسئولیت پذیری اجتماعی	۳/۲۰	۰/۶۹	-۰/۳۹	۰/۷۹
سرمایه اجتماعی	۴/۰۸	۰/۷۸	-۰/۸۰	۰/۴۶

جدول ۲- ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

شماره متغیر	۱	۲	۳	۴
۱ سرمایه اجتماعی	۱			
۲ مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۱۹**	۱		
۳ تعهد سازمانی	۰/۱۵*	۰/۴۹**	۱	
۴ رفتارهای فرانقشی	۰/۰۳	۰/۱۸**	۰/۰۷	۱

*p<0.05, **p<0.01

با توجه به جدول شماره ۲، رابطه متغیر سرمایه اجتماعی با مسئولیت پذیری اجتماعی ۰/۱۹ است که در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی دار می باشد. رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی با رفتارهای فرانقشی ۰/۱۸ و تعهد سازمانی ۰/۴۹ است که در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی دار است. هم چنین سرمایه اجتماعی نیز رابطه مثبت و معنی داری با تعهد سازمانی دارد (۰/۱۵). اما رابطه سرمایه اجتماعی با رفتارهای فرانقشی معنی دار نیست. از روش بیشینه احتمال برای آزمون الگوی نظری پژوهش و برازش آن با داده‌های گردآوری شده استفاده شد. استفاده از این روش نیازمند نرمال بودن چندمتغیره متغیرها می باشد. در پژوهش برای بررسی نرمال بودن چندمتغیره از ضریب کشیدگی استاندارد شده مردیا^۱ استفاده شد. این عدد در پژوهش حاضر ۵۰/۱۹ بدست آمد که کمتر عدد ۲۲۵ می باشد که از طریق فرمول $p(p+2)$ محاسبه شده است. در این فرمول p مساوی است با تعداد متغیرهای مشاهده شده که در این پژوهش ۱۵ می باشد (تئو و نویس، ۲۰۱۲). لازم به ذکر است که از نرم افزار ایموس نسخه ۱۶ برای تجزیه

1 - Mardia's normalized multivariate kurtosis value

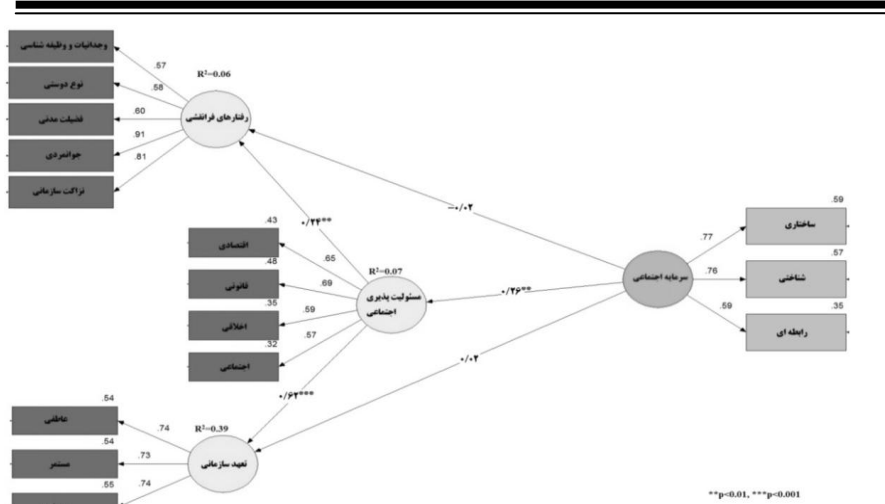
تحلیل داده‌ها استفاده شد. در جدول ۳ اثرات مستقیم، غیرمستقیم، کل و واریانس تبیین شده متغیرها گزارش شده است.

جدول ۳- اثرات مستقیم، غیرمستقیم، کل و واریانس تبیین شده متغیرها

متغیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل	واریانس تبیین شده
به روی رفتارهای فرانقشی از	-۰/۰۱	۰/۰۶**	۰/۰۵	۰/۰۶
سرمایه اجتماعی	۰/۲۴**	-	۰/۲۴**	
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۰۲	۰/۱۶**	۰/۱۸*	۰/۳۹
به روی تعهد سازمانی از	۰/۶۲***	-	۰/۶۲***	
سرمایه اجتماعی	۰/۲۶**	-	۰/۲۶**	۰/۰۷
مسئولیت پذیری اجتماعی				

p<0.01, *p<0.001

با توجه به جدول ۳ اثر غیر مستقیم سرمایه اجتماعی بر رفتارهای فرانقشی (۰/۰۶) و تعهد سازمانی (۰/۱۶) در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی دار می باشد. از آنجایی که این اثر از طریق متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر این متغیرها وارد می شود، نقش واسطه ای مسئولیت پذیری اجتماعی در ارتباط بین سرمایه اجتماعی و رفتارهای فرانقشی و تعهد سازمانی تایید می شود. همچنین با توجه به جدول فوق سرمایه اجتماعی ۷ درصد از تغییرات مسئولیت پذیری اجتماعی را تبیین می کند. مسئولیت پذیری اجتماعی نیز ۶ درصد از واریانس رفتارهای فرانقشی و ۳۹ درصد از تغییرات تعهد سازمانی را پیش بینی می کند. در شکل ۲، مدل آزمون شده پژوهش نشان داده شده است.



شکل ۲- الگوی آزمون شده پژوهش

با توجه به شکل ۱، اثر مستقیم سرمایه اجتماعی بر مسئولیت پذیری اجتماعی ۰/۲۶ است که در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی دار است. اثر مستقیم مسئولیت پذیری اجتماعی بر رفتارهای فرانقشی (۰/۲۴) در سطح ۰/۰۱ و تعهد سازمانی (۰/۶۲) در سطح ۰/۰۰۱ نیز مثبت و معنی دار می باشد. همچنین اثر مستقیم سرمایه اجتماعی بر رفتارهای فرانقشی (۰/۰۱-) و تعهد سازمانی (۰/۰۲) معنی دار نمی باشد. در جدول ۴ نتایج بررسی فرضیه های پژوهش گزارش شده است.

جدول ۴- نتایج بررسی فرضیه های تحقیق

فرضیه	ضریب مسیر	t	P	نتیجه
سرمایه اجتماعی اثر معنی داری بر مسئولیت پذیری اجتماعی دارد.	۰/۲۶	۳/۰۷	۰/۰۰۲	تایید شد
مسئولیت پذیری اجتماعی اثر معنی داری بر رفتارهای فرانقشی دارد.	-۰/۲۴	۲/۹۷	۰/۰۰۳	تایید شد
مسئولیت پذیری اجتماعی اثر معنی داری بر تعهد سازمانی دارد.	۰/۶۲	۵/۹۵	۰/۰۰۱	تایید شد
سرمایه اجتماعی اثر معنی داری بر رفتارهای فرانقشی دارد.	-۰/۰۱	-۰/۲۰	۰/۸۴	تایید نشد
سرمایه اجتماعی اثر معنی داری بر تعهد سازمانی دارد.	۰/۰۲	۰/۲۷	۰/۷۸	تایید نشد

برای بررسی برازش مدل از شاخص هایی که کلاین (۲۰۱۱) مطرح نموده است، استفاده شد. این شاخص ها شامل موارد زیر هستند. شاخص $X^2/d.f$ که مقادیر کمتر از ۳ قابل پذیرش

هستند، شاخص نیکویی برازش^۱ (GFI)، شاخص برازش تطبیقی^۲ (CFI) و شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته^۳ (AGFI) که مقادیر بیشتر از ۰/۹ نشانگر برازش مناسب الگوی هستند. و مجذور میانگین مربعات خطای تقریب^۴ (RMSEA) که مقادیر کمتر از ۰/۰۸ نشانگر برازش مناسب الگو هستند. در جدول ۵ این شاخص‌ها گزارش شده‌اند.

جدول ۵- معیار شاخص‌های اصلی برازش مدل

RMSEA	AGFI	CFI	GFI	X2/df
۰/۰۷	۰/۹۱	۰/۸۸	۰/۹۲	۲/۳۶

با توجه به جدول ۵ شاخص‌های GFI, AGFI, CFI بیشتر از مقادیر ارائه شده توسط کلاین (۲۰۱۱) هستند. مقادیر RMSEA و X2/df نیز کمتر از مقادیر ذکر شده در بالا هستند. با توجه به این یافته‌ها می‌توان گفت که مدل آزمون شده از برازش مناسبی برخوردار است.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

رفتارهای فرانشی و تعهد از جمله مهم‌ترین عوامل موثر بر بهبود عملکرد و اثربخشی سازمان‌ها به شمار می‌روند. از طرفی سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان پدیده‌ای جامعه‌شناختی و روانشناختی نه تنها در بهبود زندگی تک‌تک افراد نقش دارد، بلکه نوعی زندگی سالم و مثبت را برای افراد و جامعه فراهم می‌آورد. تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش نشان داد که اثر مستقیم سرمایه اجتماعی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی مثبت و معنی‌دار است، بنابراین فرضیه اول تحقیق تأیید می‌شود.

اثر مستقیم مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر رفتارهای فرانشی و تعهد سازمانی نیز مثبت و معنی‌دار می‌باشد، لذا فرضیه دوم و سوم پژوهش نیز به طور کامل تأیید می‌گردد. هم‌چنین اثر غیر مستقیم سرمایه اجتماعی بر رفتارهای فرانشی و تعهد سازمانی با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری اجتماعی مثبت و معنی‌دار می‌باشد. از آنجایی که این اثر از طریق متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر این متغیرها وارد می‌شود، نقش واسطه‌ای و میانجی مسئولیت

1- Goodness of Fit Index

2- Comparative Fit Index

3- Adjusted Goodness of Fit Index

4- Root Mean Square Error of Approximation

پذیری اجتماعی در ارتباط بین سرمایه اجتماعی و رفتارهای فرانقشی و تعهد سازمانی تایید می شود. این نتایج با مطالعات برامر و همکاران (۲۰۰۷) که در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که طبق نظریه هویت اجتماعی، بین ادراک کارکنان از مسؤلیت پذیری اجتماعی سازمان و تعهد سازمانی ارتباط مثبتی وجود دارد و هم چنین مطالعه پیترسون (۲۰۰۴) که نشان داد که رابطه بین ادراکات در مورد شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی با افزایش اهمیت مسؤلیت پذیری سازمان نزد کارکنان، بیشتر می شود، مطابقت دارد. تقویت شدت تعهد کارکنان از طریق اهمیت دادن سازمان به مسؤلیت اجتماعی خود، با یافته های ویس وس واران، دشفاندی و میلان (۱۹۹۸) از همسویی برخوردار است. توجه به مسؤلیت اجتماعی توسط سازمان، از جمله متغیر هایی بوده است که در بهبود گرایشات مثبت، احساس غرور و بازدهی بیشتر از طریق نیروی کار متعهدتر، موثر بوده است. تایید تاثیر متغیر میانجی مسؤلیت پذیری نسبت به کارکنان بر تعهد سازمانی در این تحقیق نیز این ایده را تقویت می کند که توجه بیشتر به کارکنان، به صورت پایدارتری اثربخشی سازمان ها را به همراه دارد. در خصوص تعهد سازمانی بر اساس نتایج به دست آمده می توان شاهد بود که افراد با بهره گیری از استعداد ها، توانایی و مهارت های خود با علاقه و وفاداری در سازمان برای نیل به اهداف از قبل تعیین شده تلاش می کند؛ افراد سازگاری بالایی با منافع و اهداف سازمان پیدا خواهند کرد و وفاداری به سازمان را به عنوان یک ارزش اخلاقی در درون خود می پذیرند و در راستای اثر گذاری مسؤلیت پذیری اجتماعی بر رفتارهای فرانقشی می توان شاهد بود که افراد برای بروز رفتارهای فرانقشی ترغیب شوند و رفتارهایی چون وظیفه شناسی، نوع دوستی، فضیلت مدنی، جوانمردی و احترام و تکریم را از خود نشان دهند، علی رغم اینکه اجباری از سوی سازمان ها برای انجام آنها وجود ندارد، در نتیجه در سایه انجام آنها از جانب کارکنان، برای سازمان منفعت هایی ایجاد می شود.

یافته های به دست آمده از نتایج تجزیه و تحلیل آماری فرضیه چهارم و پنجم پژوهش نشان داد که اثر مستقیم سرمایه اجتماعی بر رفتارهای فرانقشی و تعهد سازمانی معنی دار نمی باشد، پس داده ها، نتایج تجزیه و تحلیل آماری فرضیه چهارم و پنجم را تایید نمی کند. از این رو نتایج این پژوهش با پژوهش های دلارا و رودریگز (۲۰۰۷)؛ ژین (۲۰۰۹)؛ چاوو (۲۰۰۹)؛ کوکوبیود (۲۰۰۹)؛ زارع (۱۳۸۳)؛ پارسانژاد (۱۳۸۷)؛ شریف فر (۱۳۸۹)؛ شایمی و محمودی (۱۳۸۸) و عرب (۱۳۸۸) ناهمسو و ناسازگار است. با توجه به نتایج به دست آمده می توان بیان کرد که یکی از عوامل مهم مرتبط با مسؤلیت اجتماعی، سرمایه اجتماعی است. عناصر سرمایه اجتماعی از جمله عنصر شناختی به ایجاد چارچوب مرجع برای مشاهده و تفسیر

کارکنان از محیط می‌پردازد این عنصر می‌تواند در بحث و تبادل نظر بین اعضاء بستری مناسب برای تبادل تجربه را به وجود آورد. همچنین عنصر ساختاری بعنوان مبنای سرمایه اجتماعی اشاره به عواملی نظیر وظیفه‌شناسی، حس همکاری، نکته‌سنجی، قابلیت و طرز تلقی کارکنان دارد و عنصر ساختاری سبب می‌شود که سازمان‌ها تا حد زیادی به توانایی و مسئولیت‌پذیری کارکنان برای ایجاد درآمد و رشد و همچنین، بهبود کارایی و بهره‌وری متکی شوند. در نتیجه می‌توان شاهد اثر گذاری سرمایه اجتماعی بر مسئولیت‌پذیری بود.

با گذر جوامع از حالت سنتی به صنعتی و فراصنعتی سرمایه اجتماعی اهمیت زیادی پیدا می‌کند، به نحوی که امروزه مورد توجه قرار گرفته است. در جامعه ما نیز به عنوان جامعه‌ای در حال گذر از یک مرحله نیمه صنعتی به یک جامعه صنعتی، سرمایه اجتماعی حائز اهمیت شده است. زندگی در ساختار جدید و متفاوت از گذشته، مستلزم همکاری و عضویت در شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. نتایج حاکی از این تحقیق نشان می‌دهد هر اندازه افراد در این ساختار دارای سرمایه اجتماعی بالاتری باشند، مسئولیت اجتماعی آنان بیشتر خواهد بود. دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی نیازمند رشد و توسعه و سرمایه‌گذاری نیروی انسانی خود هستند تا پاسخگوی چالش‌های درونی و بیرونی بوده و برخوردی فراواکنشی در مواجهه با چالش‌های پیش روی خود داشته باشند. بر این اساس دانشگاه ارومیه به عنوان نماد آموزش عالی، باید سنجش و ارتقای تعهد و ارتقای رفتار شهروند سازمانی کارکنان خود را در قالب برنامه‌های منسجم و عملیاتی برای کلیه واحدهای خود تعریف کرده و هدف گذاری نموده و در جهت پذیرش حاکمیت و استاندارد‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی اهتمام ورزد چرا که در سازمان‌های خدماتی کارکنان معرف سازمان بوده و نگرش و رفتارهای آنها در کیفیت خدمات و رضایت مشتری تاثیر گذار می‌باشد و دانشگاه نیز از این قاعده مستثنی نبوده و بی شک برای رسیدن به چشم‌انداز و اهداف بلند مدت خود به کارکنانی نیاز دارد که فراتر از ملزومات تعیین شده نقش سازمانی عمل کرده و مشارکت و حضوری فعال در رویدادها و فرایندهای سازمان داشته باشند. در این راستا، با توجه به اینکه پژوهش در دانشگاه ارومیه انجام شده است، به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که این تحقیق در سایر دانشگاهها به ویژه دانشگاههای آزاد اسلامی و غیرانتفاعی نیز قابل بررسی است. شناسایی عوامل اثر گذار بر سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان و فرهنگ سازمانی دانشگاهها ممکن است بر متغیرهای

مورد مطالعه تأثیر داشته باشد. پیشنهاد می‌گردد که رابطه‌ی فرهنگ سازمانی را با متغیرهای پژوهش مورد تحقیق قرار دهند.

در راستای نتایج به دست آمده پیشنهادات زیر ارائه گردید.

- به کارگیری روش‌های آموزش گروهی و نیز تقویت یادگیری گروهی در قالب فرایندهای کاری برای خلق و توسعه‌ی سرمایه‌های اجتماعی در سازمان.
- پایبندی مدیر به تعهدات و برقراری محیطی که کارکنان در آن احساس کنند که به وجود آنها نیاز است و به عنوان ابزار به آنها نگریسته نشود.
- تشویق و تقویت روابط اجتماعی میان واحدها، افراد و همکاری‌های گروهی در سازمان
- مشارکت دادن کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی و توجه به نظرات و پیشنهادهای آنها تا کارکنان با شور و اشتیاق در محل کار خود حاضر شوند.
- ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سازمان‌ها گسترش یابد تا از این طریق علاوه بر افزایش مسئولیت‌پذیری کارکنان، فعالیت‌های فرانقشی و تعهد به سازمان در میان کارکنان افزایش یابد.
- از آنجایی که در گسترش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سازمان‌ها مدیران نقش مهمی دارند، زمینه‌ای فراهم گردد که مدیران با جنبه‌های مختلف مسئولیت‌پذیری اجتماعی آشنا شوند تا بتوانند نقش موثر در این زمینه داشته باشند.
- در سازمان‌ها بویژه مراکز آموزش عالی بهداشت محیط کار رعایت شود تا علاوه بر تقویت روابط بین کارکنان، افزایش تعامل آنها، تقویت رفتارها و گفتارها افزایش یابد.

منابع

۱. ایمان، محمد تقی و جلائیان بخشنده، وجیهه. (۱۳۸۹). بررسی و تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی و سرمایه اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز، جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۱(۳۷)، ۴۲-۱۹.
۲. پارسا نژاد، محمدرضا. (۱۳۸۷). ارتباط رفتار سازمانی با سرمایه‌های اجتماعی و تبیین تئوری سرمایه گذاری اجتماعی. مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی رفتار شهروندی سازمانی. دانشگاه تهران.
۳. پیراهری، نیر. (۱۳۸۸). سرمایه اجتماعی در نظریات جدید. پژوهش نامه علوم اجتماعی، ۳(۳)، ۱۱۰-۱۳۱.
۴. جهانگیری، علی، قویرانلو، مهرانوش و حاج زاده، مصطفی. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی. مجله مطالعات جامعه‌شناسی جوانان، ۳(۸)، ۹۸-۸۳.
۵. خشنود، الهام. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر ابعاد اصلی شغل بر میزان تعهد سازمانی کارکنان سازمان تأمین اجتماعی شهرستان سنند. (پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج).
۶. رامین مهر، حسین. (۱۳۸۸). تبیین زیر ساخت های لازم برای استقرار رفتار شهروندی سازمانی در گروه صنعتی مینو. (پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی).
۷. رامین مهر، حمید، هادی زاده مقدم، اکرم و احمدی، ایمان. (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین ادراک از عدالت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی (مطالعه موردی: شرکت ملی پخش فراورد های نفتی استان تهران). پژوهش نامه مدیریت تحول، ۱(۱)، ۸۸-۶۵.
۸. رزمی، آذین. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی در شرکت گاز شهر شیراز. (پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان فارس).
۹. رویایی، رمضانعلی و مهردوست، حسین. (۱۳۸۸). بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی: بررسی موردی مدیران تک پست صدا و سیما. پژوهش نامه علوم اجتماعی، ۳(۳)، ۵۹-۴۳.

۱۰. زارع، حمید. (۱۳۸۳). نقش رفتار شهروندی سازمانی در عملکرد سازمان. فرهنگ مدیریت، ۲(۶)، ۱۶۹-۱۵۱.
۱۱. شایمی، اصغر و محمودی، حجت. (۱۳۸۸). بررسی ارتباط رفتار شهروندی سازمانی با عملکرد سازمان ها. اولین کنفرانس ملی رفتار شهروندی سازمانی. دانشگاه تهران.
۱۲. شریف فر، امیر. (۱۳۸۹). رفتار شهروندی کارکنان و مشتریان و تأثیر آن بر ساخت سرمایه اجتماعی. مجله تدبیر، ۲۱۷، ۶۱-۵۵.
۱۳. شریفیان ثانی، مریم و ملکی سعید آبادی، امیر (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی به مثابه یک سیستم پیچیده. رفاه اجتماعی، (۲۳)، ۶۵-۲۵.
۱۴. عرب، حسن. (۱۳۸۸). بررسی رابطه ی بین سرمایه ی اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی. (پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت واحد پردیس قم).
۱۵. غفوری، محمدرضا و گل پرور، محسن. (۱۳۸۹). بررسی رابطه مولفه های عدالت سازمانی با تعهد سازمانی در کارکنان شهرداری شهر اصفهان. مطالعات روانشناختی، ۵(۴)، ۱۴۸-۱۲۹.
۱۶. فوکویاما، فرانسیس. (۱۳۸۵). ارزیابی سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن. ترجمه رستم عباس پور. تهران: انتشارات نواندیش.
۱۷. قلی پور، آرین. (۱۳۸۶). مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی)، سازمان مطالعه و تدوین کتب درسی. تهران: سمت.
۱۸. قلیچ لی، بهروز و مشبکی، اصغر. (۱۳۸۵). نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری: مطالعه موردی دو شرکت خودرو سازی ایرانی. فصلنامه مدیریت دانش، سال ۱۹(۷۵) ۱۴۷-۱۲۵.
۱۹. کاظمی، ابراهیم. (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین سرمایه ی اجتماعی و میزان آمادگی سازمانی بر استقرار مدیریت دانش در شرکت فولاد مبارکه اصفهان. (پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران).
۲۰. مرتضوی، سعید، پورآزاد، امیر رضوی، پگاه و صادقی مقدم، معصومه. (۱۳۸۹). بررسی نقش تعدیل گری متغیر اهمیت مسوولیت اجتماعی بر رابطه بین مسوولیت اجتماعی و تعهد سازمانی؛ نمونه موردی شرکت های صنایع غذایی شهر مشهد. مجله علوم اجتماع دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه مشهد، ۷(۱۶)، ۲۱۸-۱۹۷.

۲۱. مشبکی، اصغر و خلیلی شجاعی، وهاب. (۱۳۸۹). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان ها: وزارت نیرو به عنوان مورد. *جامعه‌شناسی کاربردی*، (۴) (۴۰)، ۲۱-۳۷.
۲۲. موحد، مجید، عنایت، حلیمه و پورنعمت، آرش. (۱۳۸۷). بررسی رابطه میان سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی زنان. *پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی*، نیمه اول، ۸(۱)، ۱۶۲-۱۹۰.
۲۳. موغلی، علیرضا، حسن پور، اکبر و حسن پور، محمد. (۱۳۸۸). بررسی ارتباط بین توانمندسازی و تعهد سازمانی کارکنان در مناطق نوزده گانه سازمان آموزش و پرورش شهر تهران. *نشریه مدیریت دولتی*، (۲) ۱، ۱۳۲ - ۱۱۹.
۲۴. نادى، محمدعلی، مولوی، حسین و طغرایى، بنت الهدا. (۱۳۹۱). رابطه بین سرمایه اجتماعی و عدالت سازمانی با تعهد سازمانی ر اساس مدل معادلات ساختاری در بین دبیران زن دبیرستان های دخترانه هر اصفهان. *رویکردهای نوین آموزشی*، (۱۶) ۷، ۱۲۰-۹۷.
۲۵. الوانی، سیدمهدی. (۱۳۸۱). سرمایه ی اجتماعی، مفاهیم و نظریه ها. *فصلنامه مدیریت*. (۳۴)، ۲۶-۳.
۲۶. الوانی، سیدمهدی و شیروانی، علی رضا. (۱۳۸۳). سرمایه ی اجتماعی، اصل محوری توسعه. *ماهنامه تدبیر*، (۱۴۷).
۲۷. وحدتی، مهناز. (۱۳۸۹). *تاثیر سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان شرکت نفت و گاز پارس*. (پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور مرکز تهران).
۲۸. یوسفی، محمدرضا. (۱۳۸۷). بررسی زمینه های بروز رفتار شهروندی سازمانی در قالب ارائه یک چهارچوب مفهومی. *مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی رفتار شهروندی سازمانی*. دانشگاه تهران.

29. Adam, F. & Roncevic, B. (2003). Social capital: Recent debates and research trends. *Social Science Information*, 42(2), 155-183.
30. Apaydin, C. & Ercan, B. (2010). A structural equation model analysis of Turkish school managers' views on social responsibility, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 5590-5598.

31. Avram, E. & Avasilcai, S. (2014). Business performance measurement in relation to corporate social responsibility: A conceptual model development, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 1142 – 1146.
32. Azmat, F. (2010). Exploring social responsibility of immigrant entrepreneurs: Do home country contextual factors play a role? *European Management Journal*, 28, 377– 386.
33. Barraclough, S. & Morrow, M. (2008). A grim contradiction: The practice and consequences of corporate social responsibility by British American Tobacco in Malaysia, *Social Science & Medicine*, 66, 1784e1796.
34. Bienstock, C. C., Demoranville W. & Smith, K. R. (2003). Organizational citizenship behavior and service quality. *Journal of Services Marketing*, 17(4), 357-378.
35. Bogler, R. & Somech, A. (2005). Organizational citizenship behavior in school. *Journal of Educational Administration*, 43(5), 420-438.
36. Bolino, M., Turnley, W. H. & Bloodgood, J. M. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of Management Review*, 4, 505-22.
37. Borgonovi, F. (2010). A life-cycle approach to the analysis of the relationship between social capital and health in Britain. *Social Science & Medicine*, 71, 1927-1934.
38. Brammer, S., Millington, A. & Rayton, B. (2007). The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment. *University of Bath, school of management, Working Paper Series*, 20.236-344.
39. Brune, N. E. & Bossert, T. (2009). Building social capital in post-conflict communities: Evidence from Nicaragua, *Social Science & Medicine*, 68, 885–893.
40. Brunie, A. (2009). Meaningful distinctions within a concept: Relational, collective, and generalized social capital, *Social Science Research*, 38, 251–265.
41. Chow, I. H. S. (2009). The relationship between social capital, organizational citizenship behavior, and performance outcomes: an empirical study from China. *SAM Advanced Management Journal*, 74(3), 259-267.
42. Cichy, R., Jaj, C. H. & Kim, S. (2009). The relationship between organizational commitment and contextual performance among

- private club leaders. *International Journal of Hospitality Management*, 28 (1), 53 – 62.
43. De Lara, P. Z. M. & Rodriguez, T.F.E. (2007). Organizational anomie as of the relationship between an unfavorable attitudinal environment and citizenship behavior (OCB) – an empirical study among university administration and services personnel. *Personnel Review*, 5-6, 843-66.
 44. Drucker, P. (2000). *An abridged and revised version of management: Tasks, Responsibilities and Practices*. Butterworth-Heinemann.
 45. Engstrom, K., Mattsson, F., Jarleborg, A., & Hallqvist, J. (2008). Contextual social capital as a risk factor for poor self-rated health: A multilevel analysis, *Social Science & Medicine*, 66, 2268-2280.
 46. Filizöz, B. & Fisne, M. (2011). Corporate social responsibility: A study of striking corporate social responsibility practices in sport management, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24: 1405–1417.
 47. Fujisawa, Y., Hamano, T., & Takegawa, S. (2009). Social capital and perceived health in Japan: An ecological and multilevel analysis, *Social Science & Medicine*, 69: 500 –505.
 48. Ghoshal, S., & Nahapiet, J. (1998). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of management Review*, 28, 53-67.
 49. Givel, M. (2007). Motivation of chemical industry social responsibility through Responsible Care, *Health Policy*, 81, 85–92.
 50. Hardt, S. S., Thurow-Kröning, B., & Frey, D. (2009). Preference-based escalation: A new interpretation for the responsibility effect in escalating commitment and entrapment, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108, 175–186.
 51. Hediger, H. (2010). Welfare and capital-theoretic foundations of corporate social responsibility and corporate sustainability, *The Journal of Socio-Economics*. 39, 518–526.
 52. Henderson, J. C. (2007). Corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami, *Hospitality Management*, 26, 228–239.
 53. Holmqvist, M. (2009). Corporate social responsibility as corporate social control: The case of work-site health promotion, *Scandinavian Journal of Management*, 25, 68–72.

54. Hossam, M. & Abu Elanain, A. (2008). An investigation of the relationship of openness to experience and organizational citizenship behavior, *journal of American academy of business*, 13(1), 72-78
55. Inoue, Y., & Lee, S. (2011), Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries, *Tourism Management*, 32, 790-804.
56. Kim, S. Y. & Reber, B. H. (2008). Public relations' place in corporate social responsibility: Practitioners define their role, *Public Relations Review*, 34, 337-342.
57. Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (2th ed.). New York: The Guilford Press.
58. Kokobyo, A. K. (2009). *Operant competence, organizational social capital, organizational commitment and organizational citizenship behavior*. Uganda Scholarly Digital Library.
59. Lazarova, M. & Taylor, S. (2008). Boundary less careers, social capital and knowledge management: implications for organizational performance. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 119-39.
60. Linthicum, C., Reitenga, A. L., & Sanchez, J. M. (2010). Social responsibility and corporate reputation: The case of the Arthur Andersen Enron audit failure, *J. Account. Public Policy*. 29, 160-176.
61. Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*, Sage Thousand Oaks, CA.
62. Ng, T. W. H., & Feldman, D. C. (2011). Affective organizational commitment and citizenship behavior: Linear and non-linear moderating effects of organizational tenure, *Journal of Vocational Behavior*, 79, 528-537
63. Nicolau, J. L. (2008). Corporate social responsibility worth-creating activities, *Annals of Tourism Research*, 35(4), 990-1006,
64. Organ, D. W. (1988). *Organization citizenship behavior: The good soldier syndrome*, Lexington, MA: Lexington Books.
65. Peterson, D. K. (2004) .The Relationship between Perceptions of Corporate Citizenship and Organizational Commitment. *Journal of Business & Society*, 43(3), 296-319.
66. Rego, A., Susana, L., Pina e Cunha, M. & Faria, J. (2007). *How the employees' perceptions of corporate citizenship predict their organizational commitment*. available from: <http://academicpapers.org/ocs2/session/Papers/A8/355-460-1-RV.doc>

-
67. Salehi, M. & Azary, Z. (2009). Stakeholders' perceptions of corporate social responsibility: empirical evidences from Iran, *International Business Research*, 2(1), 121-135.
 68. Schultz, J., O'Brien, A. M., & Tadesse, B. (2008). Social capital and self-rated health: Results from the US 2006 social capital survey of one community. *Social Science & Medicine*, 67, 606–617.
 69. Shaw, J. D., Delery, J. E., Mohamed, H. & Abdulla, A. (2003). Organizational commitment and performance among guest workers and citizens of an Arab country, *Journal of Business*, 56, 1021–1030.
 70. Eng, S. (2009). *Social capital and academic achievement among children in Cambodia: A close look at family*. Doctoral dissertation, Texas Tech University.
 71. Steyrer, J, Schiffinger, M, & Long, R (2008). Organizational commitment – A missing link between leadership behavior and organizational performance? *Scandinavian Journal of Management*. 24, 4, 364-374.
 72. Strömngren, M., Eriksson, A., Bergman, D., and Dellve, L. (2015). Social capital among healthcare professionals: A prospective study of its importance for job satisfaction, work engagement and engagement in clinical improvements, *International Journal of Nursing Studies*, 53: 116-125.
 73. Takala, T. & Pallab, P. (2000). Individual, collective and social responsibility of the Firm, *business ethics: A European Review*, 9(2), 109-118.
 74. Teo, T. & Noyes, J. (2012). Explaining the intention to use technology among pre-service teachers: a multi-group analysis of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Interactive Learning Environments*, DOI: 10.1080/10494820.2011.641674.
 75. Torlak, O. & Koc, U. (2007). Materialistic attitude as an antecedent of organizational citizenship behavior, *Management Research News*, 30 (8), 581-596.
 76. Vakola, M. & Nikolaou, I. (2005). Attitudes towards organizational change: What is the role of employees, stress and commitment?. *Journal of Employee Relation*, 25(2), 160–174.

77. Vasilescu, R., Barna, C., Epure, M., & Baicu, C. (2010). Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 4177-4182.
78. Vigoda-Gadot, E., Itai Beeri, T. B. & Somech, A. (2007). Group-level organizational citizenship behavior in the education system: a scale reconstruction and validation, *Educational Administration Quarterly*, 43(4), 366-372.
79. Viswesvaran, C., S. P. Deshpande & Milman, C. (1998). The effect of corporate social responsibility on employee counterproductive behavior, *Journal of Cross Cultural Management*, 5(4), 5-12.
80. Walker, M., & Parent, M.M. (2010). Toward an integrated framework of corporate social responsibility, responsiveness, and citizenship in sport. *Sport Management Review*, 13, 198-213.
81. Wasti, S. A. (2005). Commitment profiles: combinations of organizational commitment forms and job outcomes, *Journal of Vocational Behavior*, 67, 290-308.
82. Weil, F., Lee, M.R., & Shihadeh, E.S. (2011). The burdens of social capital: How socially-involved people dealt with stress after Hurricane Katrina, *Social Science Research*, 1-10.
83. Weng, Q., McElroy, J.C., Morrow, P.C. & Liu, R. (2010). The relationship between career growth and organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 77, 391-400.
84. Werner, W. J. (2009). Corporate social responsibility initiatives addressing social exclusion in bangladesh, *Journal of Health, Population and Nutrition*, 27(4), 545-562.
85. Wijayanto, B.R., & Kismono, G. (2014). The effect of job embeddedness on organizational citizenship behavior The Mediating Role of social responsibility. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 18(1), 307-318.
86. Xin, H. (2009). The study of relationship between OCB and social capital based on different culture, *The British Psychology Society*, Peer-Reviewed.
87. Yaghoubi, N.M., Yazdani, B. & Khornegah, K., (2011). The relationship between organizational citizenship behavior (OCB) and social capital (SC). *American Journal of Scientific Research*, 24, 121-6.
88. Yilmaz, K. & Tasdan, M. (2008). Organizational citizenship and organizational justice in Turkish primary school. *Journal of Educational Administration*, 47 (1), 108-125.