

نقش اعتماد سازمانی در پیشبینی رفتار شهروندی سازمانی و تأثیر آن بر تعهد سازمانی: میانجیگری هویت سازمانی و وفاداری کارکنان

کاظم ساعدوصال^۱ حمید گودرزی^۲ فائزه لرستانی^۳ مهدی میرزائی^۴ سجاد همتمی^۵ وحید طاهرخانی^۶

۱. کارشناسی تکنولوژی مکانیک خودرو و کارشناسی ارشد مهندسی صنایع گرایش مدیریت مهندسی، دانشگاه صنعتی اصفهان
۲. لیسانس و فوق لیسانس و دکتری مهندسی عمران فوق لیسانس مهندسی صنایع گرایش مدیریت مهندسی از دانشگاه صنعتی اصفهان
۳. لیسانس شیمی کاربردی دانشگاه صنعتی اصفهان فوق لیسانس بیوشیمی بالینی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان فوق لیسانس مهندسی صنایع گرایش مدیریت مهندسی دانشگاه صنعتی اصفهان
۴. کارشناسی مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی اصفهان - کارشناسی ارشد مهندسی صنایع گرایش مدیریت مهندسی، دانشگاه صنعتی اصفهان
۵. لیسانس مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور اصفهان و فوق لیسانس مهندسی صنایع گرایش مدیریت مهندسی از دانشگاه صنعتی اصفهان
۶. کارشناسی مهندسی حرفه‌ای ایمنی صنعتی (HSE) و کارشناسی ارشد مهندسی صنایع گرایش مدیریت مهندسی، دانشگاه صنعتی اصفهان

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر رفتار شهروندی سازمانی (OCB) بر تعهد سازمانی کارکنان در مؤسسات آموزش عالی ویتنام انجام شد. این مطالعه با توجه به کمبود تحقیقات در بافت آسیایی، به تحلیل اثر هفت مؤلفه‌ی OCB (کمک‌رسانی، جوانمردی، وفاداری، ابتکار فردی، تبعیت، فضیلت مدنی و خودتوسعه‌ای) بر سه بعد تعهد سازمانی (عاطفی، مستمر و هنجاری) پرداخت. داده‌ها از ۳۰۱ نفر از کارکنان ۲۱ دانشگاه در شهر هوشی‌مین جمع‌آوری و با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد PLS-SEM تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد که همه‌ی مؤلفه‌های OCB تأثیر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی دارند. در این میان، «کمک‌رسانی» قوی‌ترین اثر را بر تعهد عاطفی داشت و «تبعیت سازمانی» بیشترین تأثیر را بر تعهد هنجاری نشان داد. همچنین بین گروه‌های سنی و سطوح تحصیلی مختلف از نظر تعهد سازمانی تفاوت معناداری مشاهده شد. نتایج این پژوهش به مدیران دانشگاه‌ها توصیه می‌کند که با تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی، به ویژه فرهنگ کمک‌رسانی و تبعیت از قوانین، سطح تعهد کارکنان را افزایش دهند.

واژگان کلیدی فارسی: رفتار شهروندی سازمانی، تعهد سازمانی، مؤسسات آموزش عالی، PLS-SE، ویتنام

مقدمه

۱- تعریف مسئله:

در عصر حاضر، منابع انسانی به عنوان ارزشمندترین دارایی سازمان‌ها شناخته می‌شود و بقا و پیشرفت سازمان‌ها تا حد زیادی به رفتارها و نگرش‌های کارکنان وابسته است. دو مفهوم کلیدی در مدیریت رفتار سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی (OCB) و تعهد سازمانی (OC) هستند که تأثیر بسزایی بر عملکرد، بهره‌وری و کاهش ترک خدمت دارند. با این حال، علی‌رغم پژوهش‌های گسترده در زمینه‌ی رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی در سازمان‌های صنعتی و خدماتی، مطالعات اندکی به بررسی این مفاهیم در مؤسسات آموزش عالی، به ویژه در بافت آسیایی (مانند ویتنام) پرداخته‌اند. از سوی دیگر، نقش اعتماد سازمانی به عنوان یک متغیر زیربنایی که می‌تواند از طریق مکانیسم‌های روان‌شناختی مانند هویت سازمانی و وفاداری کارکنان، رفتار شهروندی سازمانی را تقویت کند، کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

مسئله‌ی اصلی این است که آگاهی ناکافی مدیران و سیاست‌گذاران از چگونگی تأثیرگذاری اعتماد سازمانی بر رفتارهای فرانش کارکنان و نیز چگونگی تبدیل این رفتارها به تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری، موجب می‌شود که بسیاری از مؤسسات آموزشی نتوانند از ظرفیت‌های بالقوه‌ی نیروی انسانی خود بهره‌مند شوند. به عبارت دیگر، اگرچه مطالعات پراکنده‌ای نشان داده‌اند که اعتماد سازمانی می‌تواند رفتار شهروندی را افزایش دهد و رفتار شهروندی نیز تعهد سازمانی را پیش‌بینی کند، مدل یکپارچه و بومی‌شده‌ای که این زنجیره‌ی علی (اعتماد → رفتار شهروندی → تعهد) را همراه با نقش میانجی هویت و وفاداری در بافت آموزش عالی تبیین کند، وجود ندارد.

بنابراین، هدف از حل این مسئله، شناسایی و تبیین روابط بین مؤلفه‌های اعتماد سازمانی، هویت سازمانی، وفاداری کارکنان، ابعاد رفتار شهروندی سازمانی (کمک‌رسانی، جوانمردی، وفاداری سازمانی، تبعیت، ابتکار فردی، فضیلت مدنی، خودتوسعه‌ای) و ابعاد تعهد سازمانی (عاطفی، مستمر، هنجاری) در مؤسسات آموزش عالی است.

اهمیت و کاربرد این مسئله از آن جهت است که با شناخت دقیق این زنجیره، مدیران دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی می‌توانند:

با تقویت اعتماد سازمانی (از طریق شفافیت، عدالت و حمایت)، به تبع آن افزایش هویت و وفاداری کارکنان، زمینه را برای بروز رفتارهای داوطلبانه‌ی فراتر از وظیفه فراهم سازند، که نهایتاً منجر به تعهد عمیق‌تر کارکنان به اهداف و ارزش‌های سازمان خواهد شد.

این مسئله در شرایط کنونی که مؤسسات آموزش عالی با چالش‌هایی همچون ترک خدمت اساتید، کاهش انگیزه و نیاز به ارتقای کیفیت آموزشی روبه‌رو هستند، از اهمیت راهبردی بالایی برخوردار است. پژوهش‌های پیشین (مانند دو مقاله‌ی مرجع) نشان داده‌اند که در بافت‌های آسیایی (چین و ویتنام)، متغیرهایی چون «کمک‌رسانی»، «تبعیت سازمانی» و «هویت سازمانی» بیشترین نقش را در این زنجیره ایفا می‌کنند؛ اما هنوز یک مدل تلفیقی و جامع در این

حوزه ارائه نشده است. از این رو، پژوهش حاضر تلاش می‌کند تا با ادغام یافته‌های موجود، شکاف نظری و عملی را پر کرده و راهنمای عملی برای مدیران منابع انسانی در مؤسسات آموزشی فراهم آورد.

۲- طبقه بندی مسئله:

۲-۱ مقاله اول:

موضوع اصلی: آیا رفتار شهروندی سازمانی، تعهد سازمانی کارکنان را در مؤسسات آموزش عالی پیش‌بینی می‌کند؟

بر اساس مقاله‌ی اول (Nguyen et al., ۲۰۲۲)، مسئله‌ی تحقیق را می‌توان از نظر هدف، ماهیت روابط، سطح تحلیل، رویکرد زمانی و نوع داده‌ها در قالب یک طبقه‌بندی پاراگرافی ارائه داد. از نظر هدف، این تحقیق از نوع تبیینی-علی است زیرا به دنبال کشف تأثیر هفت مؤلفه‌ی رفتار شهروندی سازمانی (کمک‌رسانی، جوانمردی، وفاداری سازمانی، تبعیت، ابتکار فردی، فضیلت مدنی و خودتوسعه‌ای) بر سه بعد تعهد سازمانی (عاطفی، مستمر و هنجاری) می‌باشد. از نظر ماهیت روابط، تحقیق همبستگی از نوع علی است زیرا تمام فرضیات (H_1 تا H_7) جهت‌دار و مثبت می‌باشند. سطح تحلیل، خرد (فردی) است زیرا واحد تحلیل کارکنان شاغل در مؤسسات آموزش عالی هستند. از نظر رویکرد زمانی، تحقیق مقطعی است زیرا داده‌ها در بازه‌ی زمانی مشخص (ژانویه تا مه ۲۰۲۱) جمع‌آوری شده‌اند. از نظر نوع داده‌ها، این تحقیق کمی به شمار می‌رود که با استفاده از پرسشنامه‌ی بسته-پاسخ و مقیاس لیکرت هفت درجه‌ای انجام شده است. همچنین از نظر پارادایم فلسفی، تحقیق در چارچوب اثبات‌گرایی قرار دارد، رویکرد استدلال آن قیاسی است و برای تحلیل داده‌ها از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد PLS-SEM استفاده شده است. در نهایت، متغیرهای جمعیت‌شناختی (مانند سن و سطح تحصیلات) به عنوان متغیرهای تعدیلگر در نظر گرفته شده‌اند که تفاوت معناداری در تعهد سازمانی گروه‌های مختلف ایجاد می‌کنند.

۲-۲ مقاله دوم:

موضوع اصلی: چگونه اعتماد سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر می‌گذارد: هویت سازمانی و وفاداری کارکنان به

عنوان میانجی‌های زنجیره‌ای

از نظر هدف، این تحقیق از نوع تبیینی-علی است زیرا به دنبال بررسی تأثیر اعتماد سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی و همچنین نقش میانجی‌گری زنجیره‌ای هویت سازمانی و وفاداری کارکنان می‌باشد. از نظر ماهیت روابط، تحقیق از نوع همبستگی علی است چرا که فرضیات تحقیق (H_1 تا H_4) همگی حاکی از روابط مستقیم و غیرمستقیم مثبت بین متغیرها هستند. سطح تحلیل، خرد (فردی) است زیرا واحد تحلیل، کارکنان شاغل در شرکت‌های چینی می‌باشند. از نظر

رویکرد زمانی، این تحقیق از نوع طولی با دو مقطع زمانی (two-wave longitudinal) محسوب می‌شود؛ به این صورت که داده‌های مربوط به اعتماد سازمانی و وفاداری کارکنان در مقطع اول، و داده‌های هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی یک ماه بعد در مقطع دوم جمع‌آوری شده‌اند. از نظر نوع داده‌ها، تحقیق کمی است که با استفاده از پرسشنامه‌ی بسته-پاسخ و مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای انجام شده است. از نظر پارادایم فلسفی، تحقیق در چارچوب اثبات‌گرایی قرار دارد، رویکرد استدلال آن قیاسی است و برای تحلیل داده‌ها از رگرسیون و آزمون بوت‌استرپ با نرم‌افزارهای SPSS و PROCESS استفاده شده است. همچنین متغیرهای جنسیت، سن و سطح تحصیلات به عنوان متغیرهای کنترل در نظر گرفته شده‌اند. در مجموع، این تحقیق از نوع تبیینی-میانجی‌گرانه است که به دنبال کشف مکانیسم‌های شناختی و روان‌شناختی (هویت و وفاداری) در رابطه بین اعتماد سازمانی و رفتارهای فرانش کارکنان می‌باشد.

۳- مدل سازی مفهومی:

۳-۱ مقاله اول

مدل سازی مفهومی مسئله در مقاله‌ی اول بر اساس یک رویکرد گام‌به‌گام و بدون استفاده از روابط ریاضی صریح طراحی شده است. در این مدل، متغیرهای تصمیم (ورودی‌های قابل کنترل توسط مدیریت) همان هفت مؤلفه‌ی رفتار شهروندی سازمانی شامل کمک‌رسانی، جوانمردی، وفاداری سازمانی، تبعیت، ابتکار فردی، فضیلت مدنی و خودتوسعه‌ای هستند و متغیرهای وابسته (خروجی‌های مطلوب) سه بعد تعهد سازمانی یعنی تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری می‌باشند. فرآیند مدل‌سازی از یک مدل ابتدایی تک‌متغیره آغاز می‌شود که در آن رفتار شهروندی سازمانی به عنوان یک مفهوم واحد بر تعهد سازمانی واحد اثر می‌گذارد؛ سپس با تفکیک OCB به هفت مؤلفه و تعهد به سه بعد، مدل به صورت ماتریسی گسترش می‌یابد و در نهایت مدل اصلی تحقیق با هفت فرضیه جهت‌دار شکل می‌گیرد که در آن هر مؤلفه صرفاً بر ابعاد خاصی از تعهد تأثیر مستقیم دارد (مثلاً کمک‌رسانی فقط بر تعهد عاطفی، جوانمردی بر تعهد هنجاری و مستمر، و فضیلت مدنی و خودتوسعه‌ای فقط بر تعهد مستمر اثر می‌گذارند). تابع هدف در این مسئله، حداکثرسازی مجموع سه بعد تعهد سازمانی از طریق تخصیص بهینه‌ی منابع به مؤلفه‌های OCB با اولویت کمک‌رسانی (بیشترین ضریب تأثیر) و تبعیت سازمانی است. محدودیت‌های اصلی شامل بودجه و زمان محدود مؤسسات آموزشی، نسبت مشخص دانشگاه‌های دولتی به خصوصی (۳:۱)، محدودیت زمانی ناشی از جمع‌آوری داده‌ها در دوره‌ی همه‌گیری کووید-۱۹، و محدودیت تعمیم‌پذیری جغرافیایی و فرهنگی به خارج از شهر هوشی‌مین و ویتنام می‌باشند. نکات جالب توجه در این مدل عبارتند از نادیده گرفتن روابط غیرخطی و اثرات متقابل بین مؤلفه‌ها، فرض علیت یک‌سویه از OCB به تعهد (با وجود داده‌های مقطعی)، و وزن‌دهی نابرابر مؤلفه‌ها که مدیران را به تمرکز بر کمک‌رسانی و تبعیت راهنمایی می‌کند. در پایان، رویکردهای جایگزین مدل‌سازی این مسئله شامل رگرسیون چندگانه خطی (ساده اما ناتوان در لحاظ خطای اندازه‌گیری)، مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر کوواریانس با نرم‌افزار AMOS مناسب برای نظریه‌های قوی و نمونه‌های بزرگتر، روش‌های یادگیری ماشین مانند شبکه‌های عصبی (برای روابط غیرخطی و قدرت

پیش‌بینی بالا) و مدل‌سازی چندسطحی (برای در نظر گرفتن واریانس بین دانشکده‌ها) معرفی می‌شوند که هر یک بسته به هدف، حجم نمونه و پیچیدگی مدل قابل انتخاب هستند.

۳-۲ مقاله دوم:

مدل‌سازی مفهومی مسئله در مقاله‌ی دوم بر اساس یک رویکرد گام‌به‌گام و بدون استفاده از روابط ریاضی صریح طراحی شده است. در این مدل، متغیرهای تصمیم (ورودی‌های قابل کنترل توسط مدیریت) عبارتند از اعتماد سازمانی (شامل اعتماد شناختی و عاطفی به سازمان و سرپرستان) که به عنوان متغیر مستقل اصلی در نظر گرفته می‌شود. متغیرهای میانجی شامل هویت سازمانی (احساس تعلق و همسان‌سازی فرد با اهداف و ارزش‌های سازمان) و وفاداری کارکنان (تمایل به ماندن و تلاش برای سازمان) هستند و متغیر وابسته نهایی، رفتار شهروندی سازمانی می‌باشد. فرآیند مدل‌سازی از یک مدل ابتدایی ساده شروع می‌شود که در آن اعتماد سازمانی به طور مستقیم بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت دارد (فرضیه اول). سپس در گام دوم، نقش میانجی هویت سازمانی به مدل اضافه می‌شود: اعتماد سازمانی ابتدا هویت سازمانی را تقویت می‌کند و سپس هویت سازمانی منجر به افزایش رفتار شهروندی سازمانی می‌گردد (مسیر غیرمستقیم اول). در گام سوم، وفاداری کارکنان به عنوان میانجی دوم وارد مدل می‌شود: اعتماد سازمانی وفاداری را افزایش می‌دهد و وفاداری نیز رفتار شهروندی سازمانی را بالا می‌برد (مسیر غیرمستقیم دوم). در نهایت، مدل اصلی تحقیق با اضافه کردن مسیر زنجیره‌ای کامل (اعتماد سازمانی → هویت سازمانی → وفاداری کارکنان → رفتار شهروندی سازمانی) شکل می‌گیرد که در آن هویت سازمانی و وفاداری به صورت زنجیره‌ای و پیاپی نقش میانجی را ایفا می‌کنند. تابع هدف در این مسئله، حداکثرسازی رفتار شهروندی سازمانی کارکنان از طریق تقویت اعتماد سازمانی و به تبع آن افزایش هویت و وفاداری است. محدودیت‌های اصلی مدل شامل وابستگی داده‌ها به خودگزارش‌دهی کارکنان (که ممکن است با سوگیری روش رایج همراه باشد)، محدودیت تعمیم‌پذیری به فرهنگ‌های غیرچینی (چون نمونه منحصراً از شرکت‌های چینی جمع‌آوری شده)، محدودیت زمانی ناشی از طراحی طولی دو مرحله‌ای که ممکن است رویدادهای بین دو مقطع تأثیرگذار باشند، و محدودیت ناشی از حذف متغیرهای احتمالی دیگر مانند جو سازمانی و فرهنگ سازمانی است. نکات جالب توجه در این مدل عبارتند از: اولاً، قدرت پیش‌بینی هویت سازمانی (ضریب غیرمستقیم ۰.۱۶) بیشتر از وفاداری (۰.۰۷) در انتقال اثر اعتماد به رفتار شهروندی است. ثانیاً، مدل نشان می‌دهد که اثر کل اعتماد بر رفتار شهروندی سازمانی عمدتاً از طریق مسیرهای غیرمستقیم (٪۱۰۰ اثر کل غیرمستقیم است) تأمین می‌شود و اثر مستقیم پس از وارد شدن میانجی‌ها به صفر نزدیک می‌شود (میانجی‌گری کامل). ثالثاً، مدل زنجیره‌ای سه‌بخشی حدود ٪۱۳ از کل اثر غیرمستقیم را توضیح می‌دهد که حاکی از اهمیت توالی هویت‌سازی و سپس وفاداری‌سازی است. در پایان، رویکردهای جایگزین مدل‌سازی این مسئله عبارتند از: مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر کوواریانس با نرم‌افزار AMOS که برای آزمون نظریه‌های قوی مناسب است، تحلیل مسیر به روش رگرسیون سلسله‌مراتبی (مانند روش بارون و کنی) که ساده‌تر اما با قدرت آماری کمتر، مدل‌سازی با رویکرد بوت‌استرپ در نرم‌افزار PROCESS که به طور خاص برای آزمون میانجی‌گری طراحی شده و در این مقاله نیز استفاده گردیده است، و همچنین روش‌های مدل‌سازی مبتنی بر معادلات ساختاری بیزی که امکان وارد کردن دانش پیشین را

فراهم می‌کنند. انتخاب بین این روش‌ها به حجم نمونه، توزیع متغیرها، و نیاز به برآورد همزمان چند مسیر غیرمستقیم بستگی دارد.

۴- روش حل مسئله:

۴-۱ مقاله اول:

برای حل مسئله‌ی پیش‌بینی تعهد سازمانی بر اساس مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی در مؤسسات آموزش عالی، مقاله‌ی اول از ترکیب دو روش اصلی استفاده کرده است. روش اول و اصلی، مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) با نرم‌افزار SmartPLS ۳٫۰ می‌باشد. این روش در دو گام متوالی اجرا می‌شود: گام نخست، ارزیابی مدل اندازه‌گیری با بررسی بارهای عاملی (بزرگتر از ۰٫۷)، پایایی (آلفای کرونباخ و CR بالای ۰٫۷)، روایی همگرا (AVE بالای ۰٫۵) و روایی واگرا (معیار فورنل و لارکر) است. گام دوم، ارزیابی مدل ساختاری شامل بررسی همخطی (VIF زیر ۵)، ضریب تعیین (R^2 به ترتیب برای تعهد عاطفی ۰٫۲۸۵، مستمر ۰٫۲۸۲ و هنجاری ۰٫۳۸۳)، اندازه اثر (f^2) و آزمون بوت‌استرپ با ۱۰۰۰ زیرنمونه برای تعیین معنی‌داری ضرایب مسیر می‌باشد. روش دوم، تحلیل واریانس یک‌طرفه (ANOVA) با نرم‌افزار SPSS است که برای مقایسه‌ی تفاوت‌های معنادار بین گروه‌های جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت، تحصیلات و ...) به کار رفته است. نتایج نشان داد که سن و سطح تحصیلات تفاوت معناداری در تعهد سازمانی ایجاد می‌کنند. فرآیند حل شامل شش مرحله‌ی طراحی پرسشنامه (۸۹ سؤال، مقیاس ۷ درجه‌ای)، جمع‌آوری داده از ۳۰۱ کارمند ۲۱ دانشگاه، ارزیابی مدل اندازه‌گیری، ارزیابی مدل ساختاری، آزمون فرضیات و در نهایت ANOVA بوده است. در جدول زیر، روش‌های متداول برای مسائل مشابه در سه دسته‌ی دقیق، ابتکاری و فراابتکاری طبقه‌بندی شده‌اند.

دسته روش	ویژگی‌ها	مثال روش‌ها
روش‌های دقیق	کمینه‌سازی مجموع مربعات خطاها؛ نیاز به نرمال بودن و عدم همخطی کامل	روابط مستقیم بین متغیرهای مشاهده‌پذیر
روش‌های ابتکاری	برآورد با حداقل مربعات جزئی؛ بدون نیاز به نرمال بودن، مناسب نمونه کوچک و مدل پیچیده	پیش‌بینی و توسعه نظریه در پژوهش‌های کاربردی
روش‌های فراابتکاری	الگوریتم پس‌انتشار خطا؛ مدل‌سازی روابط غیرخطی و تعاملی	پیش‌بینی رفتار کارکنان با قدرت تعمیم بالا

۴-۲ مقاله دوم:

برای حل مسئله‌ی بررسی تأثیر اعتماد سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی‌گری زنجیره‌ای هویت

سازمانی و وفاداری کارکنان، مقاله‌ی دوم از ترکیبی از روش‌های آماری مبتنی بر رگرسیون و بوت‌استرپ استفاده کرده است. روش اصلی حل، تحلیل میانجی‌گری با استفاده از نرم‌افزار PROCESS ماکرو (نسخه ۳.۳) اثر هابس می‌باشد. این روش به طور خاص برای آزمون اثرات غیرمستقیم و زنجیره‌ای در مدل‌های میانجی طراحی شده و بر اساس رگرسیون حداقل مربعات معمولی (OLS) با بهره‌گیری از روش بوت‌استرپ (Bootstrapping) برای محاسبه‌ی فواصل اطمینان اثرات غیرمستقیم عمل می‌کند. فرآیند حل در این مقاله شامل چند گام است: گام نخست، جمع‌آوری داده‌ها به صورت طولی دو مرحله‌ای (زمان اول: اعتماد سازمانی و وفاداری کارکنان؛ زمان دوم: هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی) با ۳۰۵ پرسشنامه معتبر از شرکت‌های چینی. گام دوم، بررسی روایی و پایایی ابزارها با استفاده از آلفای کرونباخ (همگی بالای ۰.۸۶)، بارهای عاملی (بین ۰.۶۵ تا ۰.۸۵)، AVE (بین ۰.۵۱ تا ۰.۶۷) و CR (بین ۰.۸۴ تا ۰.۹۳) با نرم‌افزارهای SPSS و AMOS گام سوم، آزمون مدل اندازه‌گیری با تحلیل عاملی تأییدی برای اطمینان از روایی واگرا و همگرا. گام چهارم، برآورد ضرایب مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم با استفاده از PROCESS ماکرو و روش بوت‌استرپ با ۵۰۰۰ زیرنمونه برای محاسبه‌ی فواصل اطمینان ۹۵٪. گام پنجم، آزمون فرضیات شامل اثر مستقیم اعتماد بر رفتار شهروندی (H^1)، اثر میانجی هویت سازمانی (H^2)، اثر میانجی وفاداری (H^3) و اثر میانجی زنجیره‌ای هویت و وفاداری (H^4) نتایج نشان داد که اثر کل اعتماد بر رفتار شهروندی (۰.۳۲) کاملاً غیرمستقیم است و پس از وارد شدن میانجی‌ها، اثر مستقیم معنادار نمی‌ماند (میانجی‌گری کامل). در جدول زیر، روش‌های حل مسائل مشابه در سه دسته‌ی دقیق، ابتکاری و فراابتکاری طبقه‌بندی شده‌اند.

جدول: طبقه‌بندی روش‌های حل مسئله :

دسته روش	نام روش	کاربرد در مسائل مشابه
روش‌های دقیق	کمینه‌سازی مجموع مربعات خطاها؛ نیاز به مفروضات کلاسیک	برآورد روابط مستقیم بین متغیرهای مشاهده‌پذیر
روش‌های ابتکاری	برآورد با بیشینه درست‌نمایی؛ نیاز به حجم نمونه بزرگ و توزیع نرمال	تأیید نظریه‌های قوی با متغیرهای پنهان چندگانه
روش‌های فراابتکاری	یافتن ابرصفحه بهینه برای رگرسیون یا طبقه‌بندی	طبقه‌بندی کارکنان بر اساس سطح رفتار شهروندی سازمانی

۵- نقد ادبیات

۵-۱ مقاله اول:

خلاصه مقاله

مقاله‌ی اول با عنوان «آیا رفتار شهروندی سازمانی تعهد سازمانی کارکنان را در مؤسسات آموزش عالی پیش‌بینی می‌کند؟» به بررسی تأثیر هفت مؤلفه‌ی رفتار شهروندی سازمانی (کمک‌رسانی، جوانمردی، وفاداری سازمانی، تبعیت،

ابتکار فردی، فضیلت مدنی و خودتوسعه‌ای) بر سه بعد تعهد سازمانی (عاطفی، مستمر و هنجاری) در مؤسسات آموزش عالی ویتنام پرداخته است. رویکرد مدلسازی مقاله از نوع علی-تبیینی با مدل معادلات ساختاری می‌باشد که در آن هفت فرضیه جهت‌دار بین مؤلفه‌های OCB و ابعاد تعهد تعریف شده است. روش حل مقاله PLS-SEM با نرم‌افزار ۳, ۰ SmartPLS به همراه آزمون ANOVA برای مقایسه گروه‌های جمعیت‌شناختی بوده است. نتایج نشان داد که همه مؤلفه‌های OCB تأثیر مثبت بر تعهد دارند، «کمک‌رسانی» قوی‌ترین اثر را بر تعهد عاطفی (۰.۵۳۶) و «تبعیت» بیشترین اثر را بر تعهد هنجاری (۰.۴۱۱) دارد. همچنین سن و سطح تحصیلات تفاوت معناداری در تعهد ایجاد می‌کنند. زمینه‌های تحقیقاتی آتی شامل گسترش نمونه به دانشکده‌های فنی و حرفه‌ای، افزایش حجم نمونه، انجام پژوهش در سایر کشورهای آسیایی و استفاده از روش‌های طولی برای تأکید علیت می‌باشد.

نقد مقاله (نقاط قوت و ضعف)

نقاط قوت :

- استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد PLS-SEM که برای نمونه متوسط (۳۰۱ نفر) و مدل پیچیده (۱۰ سازه با ۸۱ شاخص) بسیار مناسب است.
- تفکیک OCB به هفت مؤلفه و تعهد به سه بعد، دقت تحلیل را نسبت به مطالعات پیشین که مفاهیم را تک‌بعدی در نظر گرفته‌اند، افزایش داده است.
- انجام مراحل کیفی (مصاحبه با خبرگان) قبل از پرسشنامه، بومی‌سازی ابزارها را برای بافت ویتنام تضمین کرده است.
- گزارش شفاف شاخص‌های برازش و آزمون روایی واگرا (فورنل و لارکر)

نقاط ضعف :

- داده‌ها به صورت مقطعی جمع‌آوری شده‌اند، در حالی که روابط علی بین OCB و تعهد نیاز به داده‌های طولی دارد.
- محدودیت جغرافیایی به شهر هوشی‌مین و فقط ۲۱ دانشگاه، تعمیم نتایج را به کل ویتنام یا سایر کشورها دشوار می‌کند.
- عدم بررسی اثرات متقابل بین مؤلفه‌های OCB مثلاً تعامل کمک‌رسانی و فضیلت مدنی بر تعهد)
- نادیده گرفتن متغیرهای تعدیلگر احتمالی مانند فرهنگ سازمانی یا سبک رهبری.
- تکیه بر خودگزارش‌دهی کارکنان (self-report) که ممکن است با سوگیری روش رایج (common method bias) همراه باشد، هرچند آزمون هارمن نشان داده است.

۲-۵ مقاله دوم:

خلاصه مقاله

مقاله‌ی دوم با عنوان «چگونه اعتماد سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر می‌گذارد: هویت سازمانی و وفاداری کارکنان به عنوان میانجی‌های زنجیره‌ای» به بررسی نقش میانجی‌گری هویت سازمانی و وفاداری در رابطه بین اعتماد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در شرکت‌های چینی پرداخته است. رویکرد مدلسازی مقاله از نوع علی-تبیینی با دو متغیر میانجی

زنجیره‌ای است که بر اساس نظریه‌ی تبادل اجتماعی و نظریه‌ی هویت اجتماعی بنا شده است. روش حل مقاله شامل تحلیل میانجی‌گری با نرم‌افزار PROCESS ماکرو (نسخه ۳.۳) و آزمون بوت‌استرپ با ۵۰۰۰ زیرنمونه به همراه تحلیل عاملی تأییدی در AMOS می‌باشد. داده‌ها به صورت طولی دو مرحله‌ای (با فاصله یک ماه) از ۳۰۵ کارمند در ۸ شرکت چینی (زمینه‌های مالی، آموزشی، ساختمانی، مشاوره و املاک) جمع‌آوری شده است. نتایج نشان داد که اعتماد سازمانی تأثیر مثبت و مستقیم بر رفتار شهروندی دارد (H^1 تأیید)، هویت سازمانی (H^2) و وفاداری (H^3) هر کدام به طور جداگانه نقش میانجی دارند و همچنین مسیر زنجیره‌ای «اعتماد → هویت → وفاداری → رفتار شهروندی» معنادار است (H^4). جالب آنکه پس از وارد شدن میانجی‌ها، اثر مستقیم اعتماد بر رفتار شهروندی معنادار نمی‌ماند (میانجی‌گری کامل). زمینه‌های تحقیقاتی آتی شامل بررسی در بافت‌های فرهنگی دیگر (غیر چینی)، استفاده از منابع داده‌ی چندگانه (ارزیابی مدیران به جای خودگزارش‌دهی)، و افزودن متغیرهای تعدیلگر مانند جو سازمانی و فرهنگ سازمانی می‌باشد.

نقد مقاله (نقاط قوت و ضعف)

نقاط قوت :

- استفاده از طراحی طولی دو مرحله‌ای که تا حد زیادی مشکل علیت معکوس و سوگیری روش رایج را کاهش می‌دهد، برخلاف بیشتر مطالعات مقطعی .
- آزمون همزمان سه مسیر میانجی (تنهایی هویت، تنهایی وفاداری و زنجیره‌ای) که درک جامعی از مکانیسم اثر اعتماد بر رفتار شهروندی ارائه می‌دهد .
- تلفیق دو نظریه‌ی قوی (تبادل اجتماعی و هویت اجتماعی) برای ارائه مدل یکپارچه، که از نقاط قوت نظری مقاله است .
- استفاده از نرم‌افزار PROCESS و بوت‌استرپ که روشی استاندارد و دقیق برای آزمون اثرات غیرمستقیم با توزیع غیرنرمال است .
- گزارش شفاف نتایج بوت‌استرپ با فواصل اطمینان (BootULCI و BootLLCI) و درصد هر مسیر از کل اثر غیرمستقیم .

نقاط ضعف :

- نمونه‌گیری فقط از شرکت‌های چینی (۸ شرکت در ۴ شهر)، که تعمیم نتایج به جوامع با فرهنگ متفاوت (غربی یا آسیای جنوب شرقی) را محدود می‌کند .
- داده‌ها همچنان به صورت خودگزارش‌دهی کارکنان جمع‌آوری شده است، هر چند طراحی طولی تا حدی مشکل را کاهش می‌دهد، اما عدم استفاده از منابع مستقل (مدیران یا همکاران) می‌توانست اعتبار بیشتری ایجاد کند .
- عدم بررسی اثرات تعدیلگر بالقوه مانند جنسیت، سن یا سابقه کار (هر چند به عنوان کنترل وارد شده‌اند، اما آزمون تعامل انجام نشده است)
- فاصله زمانی یک ماهه بین دو مرحله‌ی جمع‌آوری داده نسبتاً کوتاه است و ممکن است تغییرات واقعی در هویت و وفاداری را منعکس نکند .

- نادیده گرفتن ابعاد مختلف اعتماد (شناختی در مقابل عاطفی) به صورت جداگانه، با اینکه ابزار مک آلیستر هر دو بعد را دارد .

مقاله اول	مقاله دوم	معیار مقایسه
Nguyen et al.	Dai et al.	نویسنده
۲۰۲۲	۲۰۲۲	سال
چندبعدی OCB V (مؤلفه، ۳ OCB بعد)	چندسطحی (میانجی زنجیره‌ای)	چند سطحی / چندبعدی
ندارد (داده مقطعی با فرض نرمال بودن)	ندارد (داده طولی با کنترل تصادفی بودن)	تصادفی بودن متغیرها
دارد (AC, NC, CC)	ندارد (تنها یک متغیر وابسته: OCB)	چند متغیره وابسته
محدودیت بودجه و زمان مؤسسات	محدودیت دسترسی به شرکتها و حجم نمونه	قید ظرفیت (منابع محدود)
دارد (HE, SP, LO, CO, II, CV, SD)	دارد (OT)	چند متغیر مستقل
ندارد (فقط اثر مستقیم)	دارد (OI و EL به صورت زنجیره‌ای)	متغیر میانجی زنجیره‌ای
ندارد (داده مقطعی)	دارد (داده طولی دو مرحله‌ای)	محدودیت زمانی (داده طولی)
ندارد (یک مقطع)	دارد (یک ماه فاصله بین دو مرحله)	پنجره زمانی (فاصله جمع آوری)
ندارد (حداکثرسازی تعهد، اما به صورت تابع واحد)	ندارد (تمرکز بر اثر کل و غیرمستقیم)	تابع هدف چندگانه
فردی	فردی	سطح تحلیل (فردی / گروهی)
عدم بررسی اثرات متقابل و روابط غیرخطی	خودگزارش دهی، تعمیم محدود به فرهنگ چین	دیگر فرضیات
سخت (فرض علیت یکسویه با داده مقطعی)	ثانویه (میانجی گری کامل، پس از وارد شدن میانجی‌ها اثر مستقیم حذف می‌شود)	نوع روابط (سخت / ثانویه)

۶- نتیجه گیری:

یافته‌های کلیدی مقاله اول :

مقاله اول به طور مشخص نشان داد که رفتار شهروندی سازمانی (OCB) در هفت مؤلفه‌ی خود (کمک‌رسانی، جوانمردی، وفاداری، تبعیت، ابتکار فردی، فضیلت مدنی و خودتوسعه‌ای) تأثیر مستقیم و مثبتی بر ابعاد سه‌گانه‌ی تعهد سازمانی (عاطفی، مستمر و هنجاری) در مؤسسات آموزش عالی ویتنام دارد. قوی‌ترین اثر متعلق به مؤلفه‌ی «کمک‌رسانی» بر تعهد عاطفی بود و مؤلفه‌ی «تبعیت سازمانی» بیشترین تأثیر را بر تعهد هنجاری نشان داد. همچنین مشخص شد که متغیرهای جمعیت‌شناختی سن و سطح تحصیلات، تفاوت معناداری در میزان تعهد سازمانی ایجاد می‌کنند. این یافته‌ها به مدیران دانشگاه‌ها توصیه می‌کند که با ترویج فرهنگ همکاری و پایبندی به قوانین، بتوانند دلبستگی روان‌شناختی کارکنان را افزایش دهند .

یافته‌های کلیدی مقاله دوم و ادغام با مقاله اول :

مقاله دوم نشان داد که اعتماد سازمانی به طور کامل و غیرمستقیم از طریق هویت سازمانی و وفاداری کارکنان (به صورت میانجی‌گری زنجیره‌ای) بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، اعتماد ابتدا هویت کارکنان را تقویت می‌کند، هویت به نوبه خود وفاداری را افزایش می‌دهد و وفاداری در نهایت منجر به بروز OCB می‌شود. با ادغام دو مقاله، یک مدل جامع شکل می‌گیرد : اعتماد سازمانی → هویت سازمانی → وفاداری کارکنان → رفتار شهروندی سازمانی → تعهد سازمانی . این زنجیره نشان می‌دهد که اعتماد نقطه‌ی آغازین یک فرآیند روان‌شناختی است که با تقویت هویت و وفاداری، زمینه را برای رفتارهای فراتر از نقش فراهم می‌کند و سپس همین رفتارها به تعهد عمیق و پایدار کارکنان به سازمان منجر می‌شود. بنابراین، دو مقاله مکمل یکدیگرند: مقاله دوم پیشایندهای OCB (اعتماد، هویت، وفاداری) و مقاله اول پیامدهای OCB (تعهد) را تبیین می‌کند .

پیامدهای مدیریتی، محدودیت‌ها و جهت‌گیری پژوهش‌های آتی :

از نظر عملی، مدیران سازمان‌ها باید ابتدا با ایجاد شفافیت، عدالت رویه‌ای و حمایت سرپرست‌ها، اعتماد سازمانی را تقویت کنند. سپس با برجسته‌سازی ارزش‌های مشترک و مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها، هویت سازمانی را افزایش دهند. پس از آن، با تأمین نیازهای روان‌شناختی و چشم‌انداز رشد، وفاداری را بهبود بخشند. این اقدامات در نهایت به بروز رفتارهای شهروندی و تعهد سازمانی منجر خواهد شد. با این حال، هر دو مطالعه دارای محدودیت‌هایی هستند: مقاله اول به دلیل طراحی مقطعی قادر به اثبات علیت نیست و مقاله دوم با وجود طراحی طولی، همچنان از خودگزارش‌دهی استفاده کرده و به بافت چین محدود است. پژوهش‌های آتی می‌توانند با استفاده از داده‌های طولی سه مرحله‌ای، به کارگیری منابع داده‌ی چندگانه (ارزیابی مدیران و همکاران)، و گسترش نمونه به فرهنگ‌ها و صنایع مختلف، اعتبار و تعمیم‌پذیری این مدل یکپارچه را افزایش دهند. همچنین بررسی متغیرهای تعدیلگر مانند سبک رهبری و فرهنگ سازمانی می‌تواند درک دقیق‌تری از مرزهای این زنجیره‌ی علی فراهم آورد .

۷-منابع:

- Nguyen, P. N.-D., Tran, V. D., & Le, D. N.-T. (۲۰۲۲). Does organizational citizenship behavior predict organizational commitment of employees in higher educational institutions? *Frontiers in Education*, ۷, ۹۰۹۲۶۳. <https://doi.org/10.3389/feduc.2022.909263>
- Dai, Y., Tang, Y. M., Chen, W., & Hou, J. (۲۰۲۲). How organizational trust impacts organizational citizenship behavior: Organizational identification and employee loyalty as mediators. *Frontiers in Psychology*, ۱۳, ۹۹۶۹۶۲. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.996962>