

新新集团

سال دوم | شماره پنجم | تابستان ۱۴۰۱

شاپای چاپی: ۳۶۰۷-۲۷۸۳

شاپای الکترونیکی: ۳۶۱۵-۲۷۸۳

■ صاحب امتیاز: مؤسسه آموزش عالی فردوس

مدیر مسئول: دکتر حمید طباطبایی

سردبیر: دکتر ابراهیم محمودزاده

جانشین سردبیر: دکتر سعیده باباجانی محمدی

مدیر داخلی: مهندس سکینه قاسمی

■ اعضای هیات تحریریه بین المللی

راجا عبدالله

استاد- گروه مهندسی کامپیوتر و سیستم های ارتباطی،

دانشکده مهندسی، دانشگاه پوترا مالزی

محمد عثمان

استاد- بخش عمومی فناوری و شبکه، دانشگاه پوترا مالزی

راجسواران لوگیس

استاد- رئیس مرکز تحلیل آسیا و اقیانوسیه، در دانشگاه

فناوری و نوآوری آسیا و اقیانوسیه.

بهمن مقیمی

استاد- دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه جرجیا در تفلیس

محمود مقومی

استاد- گروه مهندسی برق، دانشکده مهندسی، دانشگاه مالایا

مالزی

مهرداد جلالی

دانشیار- مؤسسه فناوری کارلسروهه (KIT) آلمان.

■ اعضای هیات تحریریه (به ترتیب مرتبه علمی و حروف الفبا)

پیمان اخوان

استاد- دانشگاه صنعتی قم- رییس انجمن علمی مدیریت

دانش ایران

رضا حسنوی آتشگاه

استاد- دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه مالک اشتر، تهران،

ایران

امیرمسعود رحمانی

استاد- دانشکده مکانیک، برق و کامپیوتر، دانشگاه آزاد

اسلامی، تهران، ایران

محمود رضایی رکن آبادی

استاد- عضو هیات امنای مؤسسه آموزش عالی فردوس و عضو

هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد

ابراهیم محمودزاده

استاد- دانشگاه صنعتی مالک اشتر، تهران، ایران

علی معینی

استاد- دانشکده علوم مهندسی دانشگاه تهران، ایران

محمد مهرآیین

استاد- دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی

مشهد، ایران

امین جاجرمی

دانشیار- گروه مهندسی برق، دانشگاه بجنورد، ایران

جواد حمیدزاده

دانشیار- دانشکده کامپیوتر و فناوری اطلاعات دانشگاه

صنعتی سجاد، مشهد، ایران

عباسعلی رضایی

دانشیار- دانشگاه پیام نور مشهد، ایران

مرتضی فرجی

دانشیار- عضو هیات امنای مؤسسه آموزش عالی فردوس و

عضو هیات علمی دانشگاه دفاع ملی تهران

محمد حسین معطر

دانشیار- دانشگاه آزاد اسلامی مشهد، ایران

سعیده باباجانی محمدی

استادیار- گروه مدیریت، مؤسسه آموزش عالی فردوس،

مشهد، ایران

علیرضا روحانی منش

استادیار- گروه مهندسی برق، دانشکده فنی و مهندسی،

دانشگاه نیشابور، ایران

محمد هادی زاهدی

استادیار- دانشگاه صنعتی خواجه نصیر طوسی، تهران، ایران

سیدکاظم شکفته

استادیار- گروه مهندسی کامپیوتر، مؤسسه آموزش عالی

شاندیز مشهد، ایران

حمید طباطبایی

استادیار- گروه مهندسی کامپیوتر، واحد مشهد، دانشگاه آزاد

اسلامی، مشهد، ایران

مجتبی کفاشان کاخکی

استادیار- گروه آموزشی علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه

فردوسی مشهد، ایران

عباس مهدی زاده

استادیار- گروه کامپیوتر، مؤسسه آموزش عالی فردوس،

مشهد، ایران

ویراستار فارسی: دکتر سعیده باباجانی محمدی

ویراستار انگلیسی: دکتر عباس مهدی زاده

طراحی جلد و سرلوحه: محمدمحسن خضری

طراحی گرید و صفحه‌آرایی: نیما ملک‌زاده

کارشناس مجله: احد فانی ملکی

نشانی: ایران، مشهد، بلوار شهید کلاهدوز، شهید کلاهدوز ۳،

مؤسسه آموزش عالی فردوس

پایگاه اینترنتی: www.kdip.ir

تلفن: ۰۱۱-۳۷۱۳۸۰۵۱ داخلی ۷۰۳ و ۷۱۶-۵-۳۷۲۹۱۱۱۴-۵۱

پست الکترونیکی: journal.kdip@gmail.com

مقالات مندرج لزوماً دیدگاه فصلنامه فردوس اکتشاف و پردازش هوشمند دانش نیست و مسئولیت مقالات به عهده نویسندگان است.

استفاده از مطالب و تصاویر با ذکر مأخذ بلامانع است.

پروانه انتشار فصلنامه فردوس اکتشاف و پردازش هوشمند دانش به موجب ماده ۱۳ قانون مطبوعات مصوب ۱۳۶۴/۱۲/۲۸ مجلس شورای اسلامی، از سوی اداره کل مطبوعات وزارت علوم فرهنگ و ارشاد اسلامی، طی شماره ۸۶۹۰ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۳۰ صادر شده است.

فهرست

سخن سردبیر

۷	سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی بر قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد
۸	نقش ترکیب کالاهای صادراتی در سرمایه انسانی
۲۰	کیفیت خدمات و تجربه خدمات بر رضایت مشتری در خدمات بین شرکتی
۳۴	بررسی نگرش کارکنان نسبت به سازمان به عنوان نهاد حریص و تاثیر آن بر هویت سازمان
۴۶	رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی فرهنگ سازمانی و تعهد سازمانی
۶۴	اثرات نظام حکمرانی و ساختار فرآیندی بر پیاده سازی بودجه‌ریزی عملیاتی
۸۶	

دستورالعمل و راهنمای نویسندگان

● مجله «اکتشاف و پردازش هوشمند دانش» مقاله‌های منتشر نشده پژوهشی در زمینه تخصصی؛ مدیریت دانش، مدیریت فناوری، مدیریت اطلاعات را می‌پذیرد.

الف: ارسال مقاله

● جهت ارسال مقاله می‌توانید از طریق سامانه نشریه <https://www.kdip.ir> اقدام نمائید.

ب: روش نگارش

● متن مقاله بر روی فایل ساده با فرمت (A4) WORD براساس شیوه نامه فرهنگستان زبان و ادب فارسی با حروف خوانا و تیره تایپ شود. کلیه صفحات مقاله از جمله صفحاتی که شامل جداول، تصاویر و نمودارها هستند دارای قطع یکسان باشند. در متن مقاله تا حد امکان از نوشتن کلمات خارجی خودداری کلیه صفحات مقاله دارای شماره بوده و از ۲۰ صفحه تجاوز نکند.

● دقت شود که نشانه‌های نگارشی مانند؛ نقطه، ویرگول، علامت سوال، علامت تعجب و علامت نقل قول (، ، ؟ ، !:) به کلمه قبل از خود می‌چسبند و از کلمه بعدی فاصله می‌گیرند. پرانتز، قلاب و گیومه به کلماتی که آن‌ها را در میان گرفته‌اند می‌چسبند و از کلمات قبلی یا بعدی یک فاصله دارند. فاصله بین کلمات بیش از یکی فاصله نباشد.

● برخی کلمات دارای چند جزء مختلف هستند که لازم است به صورت جدا از هم، اما در قالب یک کلمه، بیایند، مانند پیشوند، پسوند و علامت جمع (ها)، «می» مضارع و در این گونه موارد، نباید فاصله‌ای میان اجزاء کلمه باشد مثال «دست‌ها» (و نه «دست‌ها») یا «می‌شود» (و نه «می‌شود»). برای حذف فاصله بدون آن که دو حرف به هم بچسبند از کلیدهای مذکور را پشت سر هم به این ترتیب استفاده نمایید (Ctrl+ -).

ج: نحوه تهیه مقاله

● هر مقاله تخصصی بایستی تحت نرم افزار Word و دارای چکیده فارسی و لاتین با واژگان کلیدی، مقدمه، مبانی یا ادبیات موضوع و روش تحقیق، نتایج بحث، منابع مورد استفاده و یک خلاصه باشد و اصول زیر در آن رعایت شود:

۱- مشخصات نویسنده یا نویسندگان که شامل؛ نام و نام خانوادگی، سمت، محل خدمت، عنوان و درجه علمی، شماره تماس، پست الکترونیکی به فارسی و انگلیسی و تاریخ و محل انجام تحقیق می‌باشد، در یک فایل مجزا (از قسمت فایل های الحاقی یا مکمل) ارسال شود در ضمن معرفی نویسنده مسئول الزامی است.

۲- عنوان مقاله (حداکثر در ۱۲ کلمه) در وسط صفحه اول نوشته شود. اگر مقاله قسمتی از یک سری مقالات پی در پی باشد عنوان اصلی سری مقاله‌ها همراه عنوان هر قسمت و شماره ترتیب مقاله‌ها نیز ذکر گردد.

۳- چکیده در عین مختصر بودن باید محتوای مقاله را برساند. در چکیده از منابع، جداول، نمودارها و کلمات اختصاری مبهم استفاده نشود. چکیده از ۲۵۰ کلمه تجاوز نکند و تمام آن در یک پاراگراف نوشته شود.

۴- مقدمه شامل؛ اطلاعات مربوط به سابقه‌های موضوع، اهمیت تحقیق و مسأله مورد مطالعه می‌باشد.

۵- مبانی یا ادبیات موضوع، محتوای تحقیق را بر اساس منابع معتبر تبیین می‌کند.

۶- روش شناسی موضوع مورد پژوهش مشخص و روشن بیان گردد.

۷- شماره هر جدول در بالا و سمت راست آن نوشته شود. عنوان جدول گویای نتایج مندرج در آن باشد. شماره جدول در متن نیز به تناسب اشاره شود.

۸- نتایج و بحث را می‌توان به طور توأم و یا مجزا منظور کرد. بحث شامل تجزیه و تحلیل نتایج به دست آمده در ارتباط با تحقیق مورد نظر باشد.

۹- منابع مورد استفاده شامل جدیدترین اطلاعات در زمینه مورد نظر باشد. فهرست منابع به ترتیب حروف الفبایی؛ نام خانوادگی نویسندگان مقاله‌ها مرتب و شماره گذاری شود. وقتی از چند اثر مختلف یک نویسنده استفاده می‌شود ترتیب شماره گذاری این مقاله‌ها برحسب سال انتشار آنها از قدیم به جدید انجام گیرد. لازم به ذکر است کلیه منابع مورد استفاده در متن به فارسی تنظیم شده و در انتهای مقاله، ابتدا منابع فارسی به ترتیب حروف الفبایی و سپس منابع لاتین به ترتیب حروف الفبایی اشاره شود. روش منبع نویسی به صورت (APA) ای. پی. ای. باشد. لطفاً به مثال‌های زیر توجه شود.

مجلات و نشریات

نام خانوادگی، نام، (سال). عنوان مقاله، نام نشریه، (شماره جلد) شماره نشریه و صفحه‌ها.
Poh, K. W.; Yuen, P. H., & Erkkö, A. (2005). Entrepreneurship, innovation, and economic growth: evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335-350.

کتاب

نام خانوادگی، نام، (سال انتشار). (عنوان کتاب)، (نام و نام خانوادگی مترجم)، نوبت چاپ، محل نشر: ناشر.
۱۰- چکیده انگلیسی بایستی برگردان کامل و دقیق چکیده فارسی و شامل عنوان اصلی مقاله و واژه‌های کلیدی تهیه شود.

۱۱- روش ارجاع نویسی مقالات درون‌متنی (APA) و داخل پرانتز است؛ نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار اثر و شماره صفحه یا صفحاتی که مطلب از آن برداشته شده است، باید در متن ذکر شود (نام خانوادگی، سال، شماره صفحه). برای منابع فارسی (تألیف یا ترجمه) حتماً نام نگارنده به فارسی و سال انتشار اثر به شمسی نوشته شود و برای منابع لاتین حتماً نام به انگلیسی و سال به میلادی نوشته شود.

د: سایر موارد

۱۲- مسئولیت هر مقاله از نظر محتوای علمی و نظرات مطرح شده در متن آن، به عهده نویسنده و یا نویسندگان مسئول مقاله خواهد بود.

۱۳- تا قبل از پایان مراحل نهایی چاپ، در صورتی که مشخص گردد مقاله منتخب به هر شکلی در جای دیگری به چاپ رسیده است از انتشار آن جلوگیری خواهد شد.

۱۴- در صورتی که مقاله برای چاپ پذیرفته نشود در بخش بایگانی مجله محفوظ خواهد بود و به نویسنده برگردانده نخواهد شد.

۱۵- مقاله‌ها توسط هیأت تحریریه و با همکاری متخصصان داوری شده و در صورت تصویب بر طبق ضوابط خاص مجله به نوبت، چاپ خواهد شد.

۱۶- مجله در رد یا قبول جرح و تعدیل و ویراستاری ادبی مقاله‌ها اختیار تام دارد.

۱۷- به طور کلی به موارد زیر نیز توجه شود:

- در فایل اصلی مقاله اسم نویسنده یا نویسندگان ذکر نشود، مشخصات کامل نویسنده مسؤول و نویسندگان اعم از درجه علمی، تخصص، محل کار، آدرس پستی، الکترونیکی، شماره تماس و فاکس به صورت فارسی و لاتین در یک فایل مجزا و در فایل‌های الحاقی یا مکمل ارسال شود.
- تعداد صفحات مقاله از ۲۰ صفحه بیش‌تر نباشد.
- تعداد کلمات چکیده از ۲۵۰ کلمه تجاوز ننماید.
- مقاله در صفحه ۴۴ و با تنظیمات از هر طرف ۲ سانتی متر و فاصله بین خطوط در متن مقاله ۱ باشد.

- مقاله فقط با برنامه word ۲۰۰۳ یا ۲۰۰۷، فونت متن مقاله Nazanin b سایز (اندازه) ۱۲ و فونت منابع داخل متن Times New Roman سایز (اندازه) ۱۰ و منابع پایان متن Times New Roman سایز (اندازه) ۱۱ باشد.
- عنوان مقاله به لاتین فقط کلمه اول حرف اول آن به صورت حرف بزرگ باشد و مابقی کلمات با حروف کوچک آورده شود.
- تمام اجزای مقاله در یک فایل آورده شود مانند: چکیده فارسی، لاتین، منابع، جدول ها و ...
- جدول ها و نمودارها رنگی نباشند و از کلمات و عنوان فارسی استفاده شوند.
- در منابع پایان متن از گذاشتن گیومه («یا»*) خودداری شود.
- در منابعی که سه تا پنج نویسنده دارد برای اولین بار همه نویسندگان آورده می شود و برای بار دوم از واژه «همکاران» استفاده شود.
- اگر منبعی بیش از ۶ نفر نویسنده دارد از همان ابتدا از واژه «همکاران» استفاده شود.
- در منابع داخل و پایان متن با دو نویسنده، بین نام دو نویسنده از «و در متن و» در پایان متن» استفاده شود.
- در منابع پایان متن: در منابعی که برگرفته از مقالات می باشد نام مجله به صورت ایتالیک شود. منابعی که برگرفته از کتاب می باشد نام کتاب به صورت ایتالیک شود.
- در منابعی که از نام سازمان استفاده شده، در داخل متن برای اولین بار نام کامل آن سازمان ذکر شود و برای بار دوم نام اختصاری سازمان آورده شود.
- منابع آخر متن شماره گذاری باشد (به ترتیب شماره های منابع فارسی و لاتین پشت سر هم بیاید).
- در چکیده منبع دهی مرسوم نمی باشد.
- کلید واژه فارسی بعد از چکیده فارسی قرار بگیرد و کلید واژه لاتین بعد از چکیده لاتین.
- ابتدا چکیده و واژگان فارسی، سپس چکیده و واژگان لاتین بیاید.
- منابع داخل متن آورده شود و به صورت شماره گذاری در متن نباشد در منابع داخل متن لازم نیست سال در پرانتز دیگری قرار بگیرد نام نویسنده و سال و غیره فقط در یک پرانتز قرار بگیرد.
- منابع آخر متن، شماره گذاری نباشد و اول هر منبع تورفتگی داشته باشد.
- شایان ذکر است رعایت موارد فوق، جهت قرار دادن مقاله در فرمت اولیه این نشریه بوده و به معنای پذیرش مقاله نمی باشد.
- دریافت مقاله صرفاً به صورت الکترونیکی از طریق سامانه نشریه امکان پذیر است.

تنظیم خلاصه (چکیده مبسوط)

- خلاصه مقاله (در پایان مقاله) یا به عبارت دیگر، چکیده مبسوط به این ترتیب تنظیم شود.
- تعداد واژگان بکاررفته بین ۷۰۰ تا ۸۵۰ واژه باشد.
- در چکیده مبسوط، نیازی به ارایه منبع درون متن نیست.
- تیتراهای این بخش شامل موارد زیر باشد:

INTRODUCTION
 THEORETICAL FRAMEWORK
 METHODOLOGY
 RESULTS & DISCUSSION
 CONCLUSIONS & SUGGESTIONS
 KEYWORDS:
 REFERENCES

سخن سردبیر

«بسمه تعالی»

پویایی فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، حرفه‌ای و علمی جامعه را می‌توان در پویایی قلمروی حوزه‌های نشر آن رصد نمود. به طور معمول در زمینه‌های علمی، آموزشی و حرفه‌ای، جلوه‌های تولید علم و گسترش نشر را می‌توان در قلمرو انتشار مجله‌ها و کتاب‌های علمی مورد بررسی قرار داد. اینک که پنجمین شماره از نشریه «اکتشاف و پردازش هوشمند دانش» پیش روی مخاطبان و محققان و در معرض داوری ایشان است، بر خود لازم می‌دانیم از تلاش‌های مستمر مدیران، اعضاء هیات علمی و دانش‌گاہیانی که، مؤسسه آموزش عالی فردوس، رایاری نمودند، داورانی که مقالات رسیده را مورد ارزیابی و بررسی قرار دادند، و ارائه دهندگان مقاله به نشریه سپاسگزاری نماییم. این نشریه، با هدف ارائه مجموعه تحقیقات و فعالیت‌های علمی در حوزه‌های مدیریت و کامپیوتر، چهارمین شماره را تقدیم حضور اساتید و محققین می‌کند. هدف آن است تا با استفاده از پتانسیل‌های عظیم و ارتباط مستمر با صاحب‌نظران و اندیشمندان، و دریافت مقالات علمی و نظرات ایشان، امکان فضایی مناسب و با کیفیت را فراهم آورد. لذا پذیرای دریافت مقالات علمی و نظرات ارزشمند شما عزیزان هستیم، باشد که با تلاش و جدیتی خالصانه، در راستای رسالت علمی که بر عهده داریم، گامی اندک و موثر برداریم.

مقاله پژوهشی

سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی بر قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد

Doi: 10.30508/KDIP.2022.339331.1034

فاطمه عبدالله زاده نامانلو (نویسنده مسئول)^۱ | حسینعلی بهرامزاده^۲

۱- کارشناسی ارشد، مدیریت، دانشگاه بجنورد، بجنورد، ایران

۲- دکتری مدیریت، دانشگاه بجنورد، بجنورد، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۲۷

صفحه: ۸-۱۹

چکیده:

در جامعه امروزی موفقیت سازمان‌ها را نمی‌توان فقط در انباشت ثروت مادی و تجهیز به آخرین امکانات و فناوری‌ها ارزیابی کرد. لذا جهت تقویت، رشد و توسعه اقتصادی در سازمان‌ها، یکی از مهم‌ترین متغیرهای اجتماعی موجود در محیط کسب و کار، سرمایه اجتماعی است. هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی با قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد می‌باشد. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ نوع پژوهش و شیوه اجرا توصیفی - پیمایشی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد به تعداد ۱۲۰ نفر و نمونه بر اساس جدول مورگان ۹۲ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شد. داده‌ها توسط پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، رفاه ذهنی محقق ساخته و قابلیت سازمانی جمشیدی کلش‌تاجانی (۱۳۹۳) جمع‌آوری شد که روایی آن‌ها از نوع صوری و محتوایی، مورد تأیید قرار گرفت. همچنین پایایی آن‌ها از طریق آلفای کرونباخ به ترتیب (۰/۹۴)، (۰/۹۵) و (۰/۹۶) برآورد گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، جهت سنجش روابط بین متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون نرم‌افزار آماری اس.پی.اس.اس. استفاده شد. نتایج نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی با قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد. در کل متغیر سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی توانستند، قابلیت سازمانی را تبیین نمایند. می‌توان نتیجه گرفت که توسعه سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی در سازمان تامین اجتماعی می‌تواند گام مهمی در جهت بهبود قابلیت سازمانی باشد. مدیران در سازمان تامین اجتماعی با دیدی مثبت، کارکنان را به انجام بهتر کارها با فراهم کردن رفاه ذهنی در جهت نشان دادن قابلیت‌هایشان کمک کنند.

کلمات کلیدی: سرمایه اجتماعی، رفاه ذهنی، قابلیت سازمانی.

۱- مقدمه

در کنار رفاه عینی از جنبه‌های مختلف از جمله برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری اجتناب‌ناپذیر است (برهانی و هادی‌زاده مقدم، ۱۳۹۵). سازمان تأمین اجتماعی، به لحاظ ماهیت ناهمگن کارکنان (نوع استخدام و رشته تحصیلی و ...) با تنش و نارضایتی پنهان در سطوح مختلف مواجه بود و با وجود شیوع این مشکل، هیچ مطالعه جدی جایی انجام نشد. این موضوع از چند بعد اهمیت دارد: ۱) سیاست اجتماعی هرگز به رفاه عینی محدود نیست؛ بنابراین توجه به رفاه ذهنی در کنار رفاه عینی از جنبه‌های مختلف از جمله برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری و ... اجتناب‌ناپذیر است؛ ۲) افزایش رفاه عینی افراد همیشه نشان دهنده رفاه ذهنی آنان نیست؛ زیرا بعد عینی رفاه (مانند افزایش درآمد و داشتن شغل و ...) مطلوبیت لازم را برای افراد و استفاده‌کنندگان آن به همراه نداشته است؛ ۳) توجه به رفاه ذهنی افراد باعث کاهش فشار و استرس افراد در محیط کار می‌شود و این مقوله نیز، به نوبه خود تعارض و کشمکش‌های درون سازمانی را به حداقل می‌رساند و باعث تقویت روابط اعضا و افزایش احساس همبستگی، حمایت، مشارکت و نشاط در کارکنان می‌شود (برادران و حسین‌پور، ۱۳۹۱).

هر چقدر افراد در رفاه بیشتری قرار بگیرند، قابلیت و شایستگی‌های آنان در سازمان بیشتر نمایان خواهد شد. منظور از قابلیت‌های سازمانی^۱، مجموعه‌ای از الگوهای آموخته و باثبات حاصل از فعالیت جمعی است که سازمان از طریق آن قادر خواهد بود فرایندهای عملیاتی خویش را به طور نظام‌مند در جهت ارتقای اثربخشی فعالیت‌هایش ایجاد و اصلاح کند (امیدی‌کیا، خداداد حسینی، و عزیزی، ۱۳۹۱). قابلیت از نظر مدیران، توان سازمان برای ایجاد ظرفیت‌ها و تحمل محدودیت‌ها و نارسایی‌ها برای رسیدن به اهداف معین است. اما گاهی سازمان‌های دولتی از این امر غافل می‌شوند و به سبب عدم برخورداری از قابلیت‌ها، منابع خود را به هدر می‌دهند. در مواردی علت این غفلت را کمبود بودجه، ضعف مدیریت و برتری رابطه بر ضابطه، عدم تجهیز سازمان به تکنولوژی روز و غیره بیان می‌کنند.

امروزه سرمایه اجتماعی^۱ بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می‌شود. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند. می‌توان گفت سرمایه اجتماعی مدیریت پذیر است به این معنا که می‌توان آن را بر اساس سیاست‌گذاری‌ها در حوزه‌های مشخص از سازمان بازسازی یا به فرایند شکل‌گیری آن کمک نمود (نصراصفهانی، انصاری، شائمی‌برزکی، و آقا حسینی، ۱۳۹۰). در جامعه امروزی موفقیت سازمان‌ها را نمی‌توان فقط در انباشت ثروت مادی و تجهیز به آخرین امکانات و فناوری‌ها ارزیابی کرد، زیرا سرمایه مالی، فیزیکی و انسانی بدون سرمایه اجتماعی فاقد کارایی مؤثر است. برای تقویت، رشد و توسعه اقتصادی در سازمان‌ها باید به محیط اجتماعی کسب و کار توجه ویژه‌ای شود که در این میان یکی از مهم‌ترین متغیرهای اجتماعی موجود در محیط کسب و کار، سرمایه اجتماعی است (مؤذن جمشیدی و حق پرست کنارسری، ۱۳۹۵). در این راستا این سرمایه اجتماعی هر چقدر از نظر ذهنی تأمین شوند، کارایی بیشتری می‌توانند داشته باشند. رفاه ذهنی^۲ به دریافت‌های شخص از خود و بینش ذهنی از تجربه زندگی‌اش اشاره دارد که ارزیابی‌های احساسی و شناختی از زندگی افراد را دربرمی‌گیرد و حالت پیشرفته خوشایند روان‌شناختی را ارائه می‌کند. دینر^۳ (۲۰۰۵) معتقد است رفاه ذهنی به انواع ارزیابی‌های افراد از زندگی‌شان اعم از مثبت و منفی اطلاق می‌شود (برادران و حسین‌پور، ۱۳۹۱). بر همین اساس، تأمین رفاه ذهنی و ارتقای آن در جامعه، از وظایف مهمی است که سازمان بهداشت جهانی آن را بر عهده همه دولت‌ها گذاشته است و به دلیل اهمیت این موضوع، ۲۰۰۱ را سال بهداشت روان نامید تا بیش از پیش بر اهمیت آن تأکید کرده و توجه همگان را به آن جلب کند (همان، ۳۶). توجه به رفاه ذهنی کارکنان بنا به این دلایل اهمیت دارد که سیاست اجتماعی هرگز به رفاه عینی محدود نیست؛ بنابراین توجه به رفاه ذهنی

- 1- Social capital
- 2- Mental Well-being
- 3- Dinner
- 4- Organizational Capability

با وجود این، اگر سازوکارهای ارتقای قابلیت‌های سازمانی شناخته شود، می‌توان گام ارزشمندی در جهت دستیابی بیشتر به اهداف سازمانی برداشت (دانایی فرد، برزگر، و احمدی، ۱۳۹۴).

سازمان تامین اجتماعی بر اجرا و بهبود برنامه‌های رفاهی و حمایت از کارکنان، سرمایه‌گذاری می‌کنند، و سعی دارند تا حد ممکن تسهیلات و امکانات رفاهی مناسبی برای کارکنان خود فراهم نمایند. این سازمان‌ها عملاً دریافته‌اند از سرمایه‌گذاری بر بهبود رفاه و حمایت کارکنان بهره خواهند برد؛ زیرا کارکنانی که احساس حمایت کنند، متعهد و راضی‌اند و سازمان را به سادگی ترک نمی‌کنند که همگی این عوامل، عملکرد سازمان را بهبود بخشیده و آن را به اهدافش می‌رساند. در نتیجه به قابلیت سازمانی کمک می‌کند. سرمایه اجتماعی در سازمان از طریق ارزش‌گذاری، مقبولیت و قدردانی و فراهم آوردن زمینه‌کاووش از طریق تأکید بر رشد، توسعه و پتانسیل و نیز رسیدگی به وظایف و موقعیت‌ها از طریق یک رویکرد مثبت، زمینه‌رشد، رفاه ذهنی و قابلیت را در سازمان فراهم می‌آورد؛ بنابراین سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که «آیا بین سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی با قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد؟»

۲- مبانی نظری

سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی از دو کلمه سرمایه و اجتماعی تشکیل شده است. سرمایه به ثروت انباشته، به خصوص آن چه برای تولید ثروت بیشتر به کار می‌رود، اطلاق می‌شود. کلیه سرمایه‌هایی که انسان تولید می‌کند، مستلزم صرف زمان و تلاش برای تبدیل و اجرای فعالیت‌هاست، برای این که امروز ابزارها و دارایی‌ها را تولید کند که درآمد آینده را افزایش دهد. افراد وقتی سرمایه تولید می‌کنند که منافع خود را برای مصارف کنونی به کار نگیرند و در عوض امکان مصرف (تولید) در آینده را فراهم کنند. از نظر لچمن^۱ (۱۹۷۸) سرمایه فیزیکی موجودی منابع مادی تولیدشده توسط انسان است که می‌تواند برای تولید جریان درآمد در آینده نیز به کار رود. سرمایه فیزیکی اشکال مختلفی مانند: ساختمان‌ها، جاده‌ها،

ابزارها و مانند آن دارد. سرمایه انسانی دانش و مهارت‌های اندوخته شده‌ای است که هر فرد برای اجرای یک فعالیت همراه دارد. سرمایه انسانی نیز اشکال مختلف دارد. آموزش دانشگاهی نوع متفاوتی از سرمایه انسانی نسبت به مهارت‌های یک نجار است که با کارآموزی آن را یاد گرفته است. سرمایه انسانی آگاهانه با آموزش و یادگیری و ناآگاهانه از طریق تجربه حاصل می‌شود (فقیهی و فیضی، ۱۳۹۰). اندیشه اصلی سرمایه اجتماعی این است که خانواده، دوستان و همکاران، دارایی بسیار مهمی را تشکیل می‌دهند که یک فرد می‌تواند در شرایط بحرانی آن را به کار گرفته و از آن‌ها بهره‌گیرند، یا برای منافع مادی به کار گیرد. اقتصاد جدید، سرمایه اجتماعی را به کار می‌گیرد و به هنجارهایی که از بیرون نظام اقتصادی سرچشمه گرفته‌اند و بر رفتارهای اقتصادی تأثیر می‌گذارند، توجه جدی نشان می‌دهد (حمیدی زاد، شهیدزاد، و موحدی فر، ۱۳۹۳). مفهوم سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبعی با ارزش اشاره می‌کند که با هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود. علی‌رغم اختلاف در تعریف و مفهوم سرمایه اجتماعی بین صاحب‌نظران، اکثر آن‌ها بر این موضوع که سرمایه اجتماعی به گروه و افراد گروه سود می‌رساند، هم عقیده‌اند. به طور خلاصه، فهم سرمایه اجتماعی سه کلمه بیش نیست، ارتباطات مهم هستند. گزاره اصلی سرمایه اجتماعی این است که شبکه‌های روابط منبعی بر ارزش برای هدایت و اداره امور اجتماعی و خلق مزیت رقابتی‌اند. در مطالعات سرمایه اجتماعی باید توجه کرد که ابعاد و شاخص‌های سرمایه اجتماعی در تعامل با یکدیگر و به شکل شبکه‌ای با روابط متقابل نگریسته شود و نه به طور مجزا از یکدیگرند (سلطانی، کاملی، و خمویی، ۱۳۹۴). ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را شامل سه بعد می‌دانند: بعد ساختاری که دربرگیرنده الگوهای ارتباطی میان اعضای یک گروه یا واحد اجتماعی است. که خود شامل سه بعد: پیوند شبکه، ترتیبات شبکه و ثبات شبکه است. بعد ساختاری سرمایه اجتماعی به الگوی کلی تماس‌های بین افراد اشاره می‌کند. بدین معنا که فرد به چه کسانی و چگونه دسترسی دارد. در واقع، این

1- Lachman

نددرستی و ... به کار می‌رود. این مفهوم، در دو بعد عینی و ذهنی تعریف می‌شود. در گذشته بیشتر بر بعد عینی این مفهوم تأکید می‌شده است؛ ولی از آنجا که ابعاد عینی مثل داشتن شغل و درآمد و ... به تنهایی تأمین‌کننده رفاه افراد نیست (هیدی، مافلزو و وودن، ۲۰۰۷).

مفهوم رفاه از آن مفاهیم سهل و ممتنع علوم اجتماعی است که در عین حال که به راحتی در دوره‌های مختلف تعریف شده است؛ به ندرت درباره تعریف آن توافق وجود دارد. شاید این موضوع به دلیل زمینه‌های خاص ماهیت مفهومی رفاه و سیر تحول آن و زمینه‌های تاریخی خاص از جمله؛ توجه به مقوله رفاه و نحوه نگرش به انسان از دیدگاه‌های مختلف (مکاتب و ایدئولوژی‌ها و ...) بوده است. برهم این اساس، در خصوص رفاه اجتماعی نیز جدال طولانی بین رویکردهای ذهنی و عینی وجود دارد. در رویکرد عینی، بر سنجش (سنجه‌های سخت) مثل درآمد یا انطباق زندگی در وضعیت یکسان تأکید می‌شود؛ اما رویکرد ذهنی بر (سنجه‌های نرم) مثل رضایت از درآمد و مسکن تأکید دارد. رویکرد عینی در سنت آمارهای اجتماعی ریشه دارد که داده‌های آن به قرن ۱۹ برمی‌گردد. رویکرد ذهنی نیز در تحقیقات پیمایشی ریشه دارد که مربوط به دهه ۱۹۶۰ است. رویکرد ذهنی مشابه با جریان اصلی تحقیق شاخص‌های اقتصادی با موضوعات مختلف و روش یکسان است. رویکرد ذهنی به جریان روان‌شناختی وابسته است که در تحقیق شاخص‌های اقتصادی دیده می‌شود و بر موضوعاتی مثل: اعتماد مصرف‌کننده و فقر ذهنی نظارت دارد (ون هوون، ۲۰۰۲).

راسل^۳ (۲۰۰۸) معتقد است رفاه ذهنی به دریافت‌های شخص از خود و بینش ذهنی از تجربه زندگی‌اش اشاره دارد. رفاه ذهنی، ارزیابی‌های احساسی و شناختی از زندگی افراد را دربرمی‌گیرد و حالت پیشرفته خوشایند روان‌شناختی را ارائه می‌کند. ون هوور^۴ (۲۰۰۵) معتقد است رفاه ذهنی به انواع ارزیابی‌های افراد از زندگی‌شان اعم از مثبت و منفی اطلاق می‌شود. وی در مطالعات خود شاخص‌های کیفیت زندگی، دامنه رضایت، رضایت از زندگی، شادکامی، احساس

بعد الگوی کلی ارتباطاتی است که در همه سازمان‌ها قابل مشاهده است. در این بعد روابط خیلی مهم‌اند و به دو طریق می‌توانند عملکرد افراد و سازمان را بهبود دهند که عبارت‌اند از: الف) به وسیله تسهیل دستیابی به اطلاعات و منابع؛ ب) ایجاد هماهنگی در کارهای به هم وابسته. بعد ارتباطی که دربرگیرنده میزان اعتماد متقابل میان اعضای یک واحد اجتماعی است. اعتماد عامل بسیار مهم و حیاتی در فراهم کردن ارتباطات متقابل اثربخش میان اعضا است. این بعد شامل؛ اعتماد، هنجارها، تعهدات و هویت است. بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی توصیف‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به دلیل سابقه تعاملات‌شان برقرار می‌کنند. این بعد به ماهیت همبستگی بین افراد در یک سازمان مربوط می‌شود (آیا همکاران، یکدیگر را دوست دارند؟ به هم اعتماد می‌کنند؟ آیا یکدیگر را همسان و برابر می‌دانند؟) گروه‌های کاری که یکدیگر را دوست داشته باشند، می‌تواند انعطاف بیشتری داشته باشند و بهتر قادر به تطبیق با محیط متغیر باشند، و بهتر بتوانند خود را با عملکرد بالاتر تطبیق دهند (جندقی، قریشی، و احدی شعار، ۱۳۹۶). بعد شناختی شامل؛ ادراک، باورها و تصورات فرهنگی و اجتماعی مشترک است که به وسیله مفاهیم و خاطرات مشترک، یا زبان مشترک مورد پذیرش افراد قرار گرفته است و میان آنان باقی می‌ماند (منطقی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۹۲). این بعد دربرگیرنده میزان اشتراکات کارکنان درون یک شبکه اجتماعی، در یک دیدگاه، یا درک مشترک میان آنان و شامل زبان، کدهای و روایت‌های مشترک است. این بعد که محور آن، شناخت (فعالیت‌های ذهنی، عقلی و اندیشه) است، با به‌کارگیری زبان مشترک، بینش مشترکی از اهداف و ارزش‌ها را برای اعضای شبکه فراهم کرده و مقدمه فعالیت بهینه آنان در نظام اجتماعی را فراهم می‌کند (جندقی و همکاران، ۱۳۹۶).

رفاه ذهنی: رفاه از مباحث مهم اخیر در نیمه دوم قرن بیستم بوده است. این مقوله نشان‌دهنده توجه به شأن و انسانیت و همبستگی اجتماعی افراد در جامعه است که برای دستیابی فرد و گروه به حد مقبولی از زندگی و

1- Headey, Muffels, & Wooden

2- Veenhoorn

3- Rasel

4- Veenhoorn

منفی و احساس مثبت را برای رفاه ذهنی در نظر گرفته است (برادران و حسین پور، ۱۳۹۱).

کنگ زاف^۱ به عنوان یکی از صاحب نظران این حوزه سعی دارد شرایط عینی زندگی و رفاه ذهنی افراد و گروه‌ها را مطرح کند. او به تمایز بین بعد: «عینی ذهنی» و «فردی اجتماعی» اشاره نموده و معتقد است که در ارزیابی‌ها باید شرایط عینی و ارزیابی ذهنی افراد را با رفاه واقعی به طور هم زمان در نظر گرفت. بنابراین به خوبی روشن است که شرایط عینی افراد بر شرایط ذهنی آن‌ها اثرگذار بوده و نباید نادیده گرفته شود. تونی فیتزپاتریک^۲ معتقد است رفاه ذهنی است پس به احساسات، ادراک‌ها، شناخت‌ها و تجارب همان فردی مربوط می‌شود، که وی را موضوع رفاه قرار داده‌ایم. او با در نظر گرفتن این امر که تعریف روشن و کاملی از رفاه را نمی‌توان مد نظر داشت و نمی‌توان به این پرسش که رفاه چیست؟ پاسخ آسانی داد و علیرغم قرن‌ها دست‌وپنجه نرم کردن اندیشمندان، این بحث، هنوز آنچه از دست ما برمی‌آید این است که فعلاً به صورت ناقص باقی مانده است، این‌گونه ابراز می‌دارد که به بررسی چشم‌اندازهای رفاهی بسنده شود؛ شادکامی، تأمین، ترجیحات، نیازها، رهایی، استحقاق و مقایسه نسبی (بارگاهی و کبیری، ۱۳۹۴). برونو و پورتا^۳ رفاه ذهنی را به عنوان حالتی از رفاه که هم شامل؛ عنصر شناخت و عنصر دل‌بستگی است، تعریف می‌کنند (هزارجریبی و صفری شالی، ۱۳۹۱).

ژو، اولیو، ریجو و ساسکی^۴ (۲۰۱۱) جنبه احساس خوشی را در نظر گرفتند و از آن برای بررسی رفاه ذهنی استفاده کردند. رویکرد پژوهشی رفاه ذهنی که توسط سایر پژوهش‌گران ارائه شد، بر جنبه اخلاقیات تأکید دارد؛ بنابراین دیدگاه‌های فلسفی مختلف با استناد به مدل‌های نظری متمایز، مدل‌های مفهومی گوناگونی را برای مطالعه رفاه ذهنی در نظر می‌گیرند. در سنجش رفاه ذهنی که می‌توان آن را مترادف با سلامت، آرامش، بهروزی یا سعادت نیز دانست، توصیف افراد از میزان خوشبختی، رضایت از زندگی یا فراوانی

خلق مثبت به کار می‌آید. رویکرد ذهنی در پژوهش‌های پیمایشی ریشه دارد که مربوط به دهه ۱۹۶۰ است. این رویکرد به جریان روان‌شناختی وابسته است که بر موضوع‌هایی مثل اعتماد مصرف‌کننده و فقر ذهنی نظارت دارد. راسل^۵ (۲۰۰۸) معتقد است رفاه ذهنی به دریافت‌های شخص از خود و بینش ذهنی از تجربه زندگی‌اش اشاره دارد؛ به عبارت دیگر این نوع از رفاه، ارزیابی‌های احساسی و شناختی از زندگی افراد را دربرمی‌گیرد و نشان‌دهنده حالت پیشرفته خوشایند روان‌شناختی است (برهانی و هادی زاده مقدم، ۱۳۹۵). در این پژوهش چهار مؤلفه برای رفاه ذهنی در نظر گرفته شده است که عبارتند از:

الف) برخورداری از سلامت: سازمان بهداشت جهانی (۱۹۴۸) سلامتی را برخورداری از رفاه (آسایش) کامل جسمی، روانی و اجتماعی و نه فقط نداشتن بیماری و نقص عضو معرفی می‌کند.

ب) عزت نفس و ارزشمندی: عزت نفس ارزشیابی فرد در مورد خود یا قضاوت فرد در مورد ارزش خود است. این حس از مجموع افکار، احساس‌ها، عواطف و تجربیاتمان در طول زندگی ناشی می‌شود. احساس می‌کنیم که شخصی منفور یا دوست داشتنی هستیم، خود را دوست داریم یا نداریم.

ج) احساسات هیجانی ماندگار: خوشبختی و شادکامی و امید به آینده و اعتماد و مقبولیت اجتماعی از جمله احساسات هیجانی ماندگار در رفاه ذهنی هستند (سام آرام و محبوبی، ۱۳۹۳).

د) رضایت از زندگی: رضایت از زندگی عاملی از ساختار بزرگ‌تر بهزیستی است. و نتیجه رضایت فرد در زمینه‌های مختلف زندگی از جمله مادی و معنوی (مانند درآمد مناسب، مسکن، شغل، فعالیت‌های اوقات فراغت، شرایط زندگی خانواده، سلامت عمومی، توانایی ایجاد روابط، سازگاری با دیگران، رضایت و موفقیت است (کرمی، ۱۳۸۹).

قابلیت سازمانی: سینکولا^۶ و همکاران (۲۰۰۳) شایستگی

1- Gang zafe

2- Toni Fitzpatrick

3- Beroni & Porta

4- Zhu, W., Avolio, B. J., Riggio, R. E., & Sosik

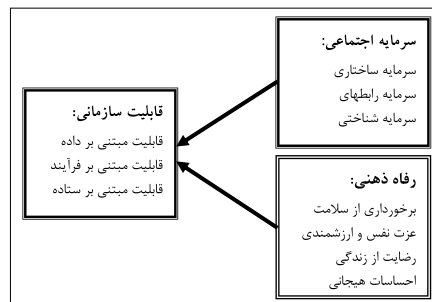
5- Rasel

6- Sinkula

است انجام می‌دهد، ارتباط دارد (مایر، ۲۰۰۱).
آرمسترانگ (۲۰۰۱) برای حل این ابهام واژه قابلیت را به جای واژه شایستگی پیشنهاد می‌کند. وی بیان می‌دارد که سازمان‌ها به طور روزافزونی از واژه قابلیت به جای واژه شایستگی شغلی (یا شایستگی رفتاری) استفاده می‌کنند. قابلیت عبارت است از آنچه افراد باید بدانند و قادر به انجام آن باشند و اینکه چگونه باید برای انجام درست نقش‌های خود رفتار کنند. بنابراین این واژه دربرگیرنده دو مفهوم شایستگی رفتاری و شایستگی شغلی است (شجاعی و مقدم، ۱۳۸۸).

منظور از قابلیت‌های سازمانی مجموعه‌ای از الگوهای آموخته و اثبات حاصل از فعالیت جمعی است که سازمان از طریق آن قادر خواهد بود فرایندهای عملیاتی خویش را به طور نظام‌مند در جهت ارتقای اثربخشی فعالیت‌هایش ایجاد و اصلاح کند (امیدی‌کیا و همکاران، ۱۳۹۱؛ یاراحمدی خراسانی، قربانی، و فریب‌ریزی، ۱۴۰۰). با توجه به مبانی نظری که اشاره شده و ادبیات موضوعی، مدل مفهومی را می‌توان به شرح شکل شماره (۱) نشان داد. در این مدل؛ ابعاد سرمایه اجتماعی شامل؛ سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه شناختی از مقاله پارسا و عطایی (۱۴۰۰)، ابعاد رفاه ذهنی شامل؛ برخورداری از سلامت، عزت نفس و ارزشمندی، رضایت از زندگی، و احساسات هیجانی ماندگار از مطالعه محمدی‌پور، صحرایی‌بیرانوند، بیرانوند، و بیرانوند (۱۳۹۷)، اقتباس شده است.

را به عنوان توانایی یک دانشجو/ کارگر در قادر ساختن او برای انجام وظایف به طور کامل، یافتن راه‌حل‌ها و تشخیص آن‌ها در موقعیت‌های کاری در نظر می‌گیرند. فیلیپوت و همکاران (۲۰۰۲) شایستگی را به عنوان ترکیبی از مهارت‌ها، دانش و نگرش‌های مورد نیاز برای انجام یک نقش به‌گونه‌ای اثربخش تعریف می‌کنند. هانستین (۲۰۰۰) بیان می‌کند شایستگی عموماً به عنوان مجموعه رفتارها یا فعالیت‌های مرتبط، انواع دانش، مهارت‌ها و انگیزه‌هاست که پیش‌نیازهای رفتاری، فنی و انگیزشی برای عملکرد موفقیت‌آمیز در یک نقش یا شغل مشخص است (شجاعی و مقدم، ۱۳۸۸). شایستگی توسط بسیاری از مردم به عنوان خصوصیات فردی تعریف می‌شوند، برخی بر قابل آموزش بودن آن تأکید دارند، دیگران اعتقاد دارند که برخی از قابلیت‌ها و شایستگی‌ها تا اندازه‌ای غیراكتسابی (ذاتی) است (کوپرهنریک و والفتن، ۲۰۰۵). نکته‌ای که در زمینه تعریف شایستگی باید بدان توجه داشت این است که معمولاً دو تعریف مرتبط در زمینه شایستگی ارائه می‌شود؛ اولی نشانگر توانایی یک فرد برای انجام کارهای مربوط به شغل به‌گونه‌ای اثربخش است و تعریف دوم عبارت است از آنچه یک فرد برای عملکرد اثربخش نیاز دارد. این دو تعریف به یکدیگر نزدیک، اما متفاوت هستند. دومی دربردارنده آن چیزی است که برای موفقیت در یک شغل لازم است در حالی که اولی با درجه‌ای از آنچه که یک فرد آنچه را که برای یک شغل مهم



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

- 1- Kupper Hendrik & Wülfften
- 2- Moyer

۳- روش تحقیق

پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ نوع پژوهش و پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ نوع پژوهش و شیوه اجرا توصیفی - پیمایشی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری شامل: کلیه کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد به تعداد ۱۲۰ نفر و نمونه بر اساس جدول مورگان ۹۲ نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شد. داده ها توسط سه پرسشنامه جمع آوری شد. الف) پرسشنامه سرمایه اجتماعی: پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) دارای ۲۸ سؤال و ۳ مؤلفه (سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه ای، سرمایه شناختی) می باشد. ب) پرسشنامه رفاه ذهنی: پرسشنامه محقق ساخته رفاه ذهنی دارای ۳۱ سؤال است و از ۴ مؤلفه (برخورداری از سلامت، عزت نفس و ارزشمندی، رضایت از زندگی و احساسات هیجانی ماندگار) تشکیل شده است ج) پرسشنامه قابلیت سازمانی: پرسشنامه ۳۳ سؤالی سؤالی قابلیت سازمانی جمشیدی کلشتاجانی (۱۳۹۳) ساخته شده است که دارای سه مؤلفه می باشد. سوالات همگی از طیف ۵ تایی لیکرت تشکیل شده اند که میزان

موافقت پاسخ دهندگان با سوالات را از ۱ (خیلی کم) تا ۵ (خیلی زیاد) نشان می دهد. روایی پرسشنامه مورد تایید صاحب نظران قرار گرفته است و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بالای (۰/۷) گزارش شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها در بخش آمار توصیفی از (میانگین، انحراف معیار و محاسبه شاخص های مرکزی و پراکنندگی) و در بخش آمار استنباطی جهت سنجش روابط بین متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون از نرم افزار آماری اس. پی. اس. اس نسخه ۲۱، استفاده شد.

۴- یافته های تحقیق

در قسمت تجزیه و تحلیل اطلاعات برای توصیف ویژگی های نمونه، از شاخص های آمار توصیفی و در بخش آمار استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده ها و تعمیم نتایج از آزمون ضریب همبستگی و رگرسیون به کمک نرم افزار اس. پی. اس. اس استفاده شد. که در جدول شماره (۱)، حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش مشاهده می شود.

جدول (۱): توزیع مقدار و میزان متغیرهای پژوهش

متغیرها	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
سرمایه اجتماعی	۴۴	۱۲۸	۹۴/۴۴۵۷	۱۸/۹۴۸۳۸
ابعاد	سرمایه ساختاری	۳۸	۲۶/۹۱۳۰	۵/۳۰۷۳۷
	سرمایه رابطه ای	۶۱	۴۵/۴۳۴۸	۹/۹۸۰۵۴
	سرمایه شناختی	۳۲	۲۲/۰۹۷۸	۴/۶۸۳۵۲
رفاه ذهنی	۵۸	۱۴۲	۱۰۵/۲۳۹۱	۱۹/۵۵۹۰۸
ابعاد	برخورداری از سلامت	۳۷	۲۶/۹۲۳۹	۵/۶۱۰۵۰
	عزت نفس و ارزشمندی	۲۸	۱۹/۴۰۲۲	۴/۰۶۰۱۵
	رضایت از زندگی	۲۹	۲۱/۰۸۷۰	۳/۹۷۹۷۶
	احساسات هیجانی ماندگار	۱۹	۵۲	۳۷/۸۲۶۱
قابلیت سازمانی	۶۱	۱۴۶	۱۰۹/۶۹۵۷	۲۰/۳۲۵۷۷
ابعاد	قابلیت های مبتنی بر داده	۲۳	۴۶/۶۴۱۳	۸/۶۷۶۸۴
	قابلیت های مبتنی بر فرآیند	۱۵	۳۳/۵۹۷۸	۷/۳۵۴۵۴
	قابلیت های مبتنی بر ستاده	۱۶	۴۳	۲۹/۴۵۶۵

جدول (۲): بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها در متغیرهای پژوهش			
متغیر شاخص‌ها	سرمایه اجتماعی	رفاه ذهنی	قابلیت سازمانی
مقدار آماری Z کلموگروف-اسمیرنوف	۰/۹۷۶	۰/۹۰۵	۰/۸۲۸
سطح معناداری	۰/۲۹۷	۰/۳۶۶	۰/۴۹۹

همان‌گونه که جدول شماره (۲) نشان می‌دهد، با توجه به این که سطح معنی‌داری آزمون کلموگروف اسمیرنوف در سه متغیر بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین می‌توان از آزمون‌های پارامتریک (ضریب همبستگی پیرسون) استفاده کرد. با توجه به توضیحات فوق، فرضیه اصلی این تحقیق عبارت است از: «بین سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی با قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد». جهت پاسخگویی به این فرضیه پژوهش از روش آماری تحلیل رگرسیون چند متغیره استفاده شد. در ادامه ابتدا پیش فرض‌های تحلیل رگرسیون (بررسی هم خطی و استقلال خطاها) ارائه و پس از آن نتایج به دست آمده از تحلیل رگرسیون ارائه شد که شرح آن در جدول شماره (۳) ارائه شده است.

جدول (۳): بررسی هم خطی بین متغیرهای پیش‌بین و ملاک		
مدل	تولرانس	VIF
سرمایه اجتماعی	۰/۵۱	۱۴/۱۶۱
رفاه ذهنی	۰/۵۱	۱۴/۱۶۱

همان‌طور که در جدول شماره (۳) مشاهده می‌شود، مقادیر عامل تورم واریانس بیشتر از یک می‌باشد، در نتیجه هم خطی کمی بین متغیرها موجود می‌باشد، ولی این هم خطی شدید نیست. هم‌چنین میزان تولرانس بیش از ۰/۴ است که مناسب می‌باشد.

جدول (۴): آزمون دوربین-واتسون جهت تعیین استقلال خطاها	
آماره دوربین-واتسون	۱/۷۳۷

آماره دوربین واتسون، آزمون استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی شده توسط معادله رگرسیون) را انجام داده و چون مقدار آماره آزمون دوربین واتسون در فاصله ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد فرض وجود همبستگی بین خطاها رد می‌شود و می‌توان از رگرسیون استفاده کرد. برای آزمون فرضیه اصلی از رگرسیون چند متغیره و گام به گام استفاده شد:

جدول (۵): خلاصه مدل				
مدل	ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۹۸۴	۰/۹۶۸	۰/۹۶۷	۳/۶۷۵۸۹

همان طور که در جدول شماره (۵) مشاهده می شود، در کل متغیر سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی (۹/۶۸) درصد از واریانس معادله قابلیت سازمانی را تبیین می نمایند.

مدل	شاخص	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F مقدار	سطح معنیداری
۱	رگرسیون	۳۶۳۹۲/۸۹۸	۲	۱۸۱۹۶/۴۴۹	۱۳۴۶/۶۷۴	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۱۴۰۲/۵۸۱	۸۹	۱۳/۵۱۲		
	جمع	۳۷۵۹۵/۴۷۸	۹۱			

داده های جدول شماره (۶) نیز حاکی از آن است که سطح معنی داری آماره F کمتر از (۰/۰۰۱) است، پس می توان گفت متغیرهای (سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی) به خوبی تغییرات متغیر (قابلیت سازمانی) را تبیین می کند.

فرضیه های فرعی	رابطه متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معنیداری
اول	سرمایه اجتماعی و قابلیت سازمانی	۰/۹۸۲ (**)	۰/۰۰۰
ابعاد	سرمایه ساختاری	۰/۹۵۰ (**)	۰/۰۰۰
	سرمایه رابطه ای	۰/۹۱۲ (**)	۰/۰۰۰
	سرمایه شناختی	۰/۹۵۴ (**)	۰/۰۰۰
دوم	رفاه ذهنی و قابلیت سازمانی	۰/۹۶۲ (**)	۰/۰۰۰
ابعاد	برخورداری از سلامت	۰/۸۹۶ (**)	۰/۰۰۰
	عزت نفس و ارزشمندی	۰/۸۹۷ (**)	۰/۰۰۰
	رضایت از زندگی	۰/۸۰۶ (**)	۰/۰۰۰
	احساسات هیجانی ماندگار	۰/۸۹۱ (**)	۰/۰۰۰
سوم	سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی	۰/۹۶۴ (**)	۰/۰۰۰
ابعاد	قابلیت های مثبتی بر داده	۰/۹۳۴ (**)	۰/۰۰۰
	قابلیت های مثبتی بر فرآیند	۰/۹۱۷ (**)	۰/۰۰۰
	قابلیت های مثبتی بر ستاده	۰/۸۸۹ (**)	۰/۰۰۰

(**): نشانه معنی داری در سطح کمتر از (۰/۰۰۱)

با توجه به جدول شماره (۷) می توان گفت: چون ضریب همبستگی محاسبه شده بین همه متغیرها در همه فرضیه ها در سطح اطمینان ۹۹ درصد ضریب همبستگی جدول بحرانی بیشتر است، در نتیجه فرضیه پژوهش تأیید و فرضیه صفر رد می شود.

۵- نتیجه‌گیری

هدف کلی پژوهش حاضر؛ بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی با قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد، بود. فرضیه اصلی این پژوهش عبارت است از: «بین سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی با قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد». در این رابطه می‌توان اشاره نمود؛ سرمایه اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد از طریق ارزش‌گذاری، مقبولیت و قدردانی و فراهم آوردن زمینه‌کاوش از طریق تأکید بر رشد، توسعه و پتانسیل و نیز رسیدگی به وظایف و موقعیت‌ها از طریق یک رویکرد مثبت، زمینه رشد، رفاه ذهنی و قابلیت را در سازمان فراهم می‌آورد. سرمایه اجتماعی، رفاه ذهنی و قابلیت سازمانی در سازمان تامین اجتماعی ضمن کمک به روشن‌تر شدن روابط بین این متغیرها، مدیران را نیز یاری می‌دهد تا با استفاده از این نتایج برای آینده هر چه بهتر و موفق‌تر تصمیمات مؤثرتری را اتخاذ کنند و راه‌حلی برای مشکلات سازمان از قبیل؛ ایجاد یک حس پایدار از امنیت و اعتماد به نفس به افراد بازنشستگی زودتر از موعد، ترک شغل، دلسردی و ناامیدی نسبت به آینده شغلی و زندگی، نارضایتی و عدم خلاقیت و نوآوری آنان و ... بیایند و به هدایت استعدادها در مسیر درست، با ایجاد یک حس پایدار سرمایه اجتماعی و اعتماد به نفس به افراد به سمت بالا بردن قابلیت‌ها در سازمان بپردازند. فرضیه فرعی اول این پژوهش عبارت است از: «بین سرمایه اجتماعی و قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد». در رابطه با فرضیه حاضر پژوهشی انجام نشده است با این وجود می‌توان گفت: برای تقویت، رشد و توسعه اقتصادی در سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد باید به محیط اجتماعی کسب و کار توجه ویژه‌ای شود که در این میان یکی از مهم‌ترین متغیرهای اجتماعی موجود در محیط کار، سرمایه اجتماعی است. بهره‌گیری مؤثر از سرمایه اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی، می‌تواند به درجات مناسبی از همکاری برسد که کارکنان را قادر می‌سازد که قابلیت بهتری را به وجود آورند. سازمان تامین اجتماعی با بالا بردن قابلیت‌هایش در سازمان، در پاسخ به محیط‌های

متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت‌های جدیدی که به آن‌ها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند، موفق خواهند بود. فرضیه فرعی دوم این پژوهش عبارت است از: «بین رفاه ذهنی و قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد». لذا می‌توان گفت: هر چقدر افراد در رفاه بیشتری قرار بگیرند قابلیت و شایستگی‌های آنان در سازمان بیشتر نمایان خواهد شد. توجه به رفاه ذهنی افراد در سازمان تامین اجتماعی باعث کاهش فشار و استرس افراد در محیط کار می‌شود و این مقوله نیز، به نوبه خود تعارض و کشمکش‌های درون سازمانی را به حداقل می‌رساند و باعث تقویت روابط اعضا و افزایش احساس همبستگی، حمایت، مشارکت و نشاط در کارکنان می‌شود. در این راستا سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد برای ادامه بقای خود به منابع مختلفی نیاز دارند و برای استفاده بهینه از این منابع باید به قابلیت‌هایی مجهز شده و آنها را تقویت کنند. قابلیت‌ها همان توان سازمان برای ایجاد ظرفیت‌ها و تحمل محدودیت‌ها و نارسایی‌ها برای رسیدن به اهداف معین است. با شناسایی ساز و کارهای ارتقای قابلیت‌های سازمانی می‌توان گام ارزشمندی در جهت دستیابی بیشتر به اهداف سازمانی برداشت. فرضیه فرعی سوم این پژوهش عبارت است از: «بین سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد». در تبیین این فرضیه می‌توان گفت: رفاه ذهنی در سازمان تأمین اجتماعی ارزیابی‌های احساسی و شناختی از زندگی افراد را دربرمی‌گیرد و حالت پیشرفته‌ خوشایند روان‌شناختی را ارائه می‌کند. بنابراین سرمایه اجتماعی در سازمان هر چقدر از نظر ذهنی از نظر؛ سلامت، عزت‌نفس و ارزشمندی، احساسات هیجانی ماندگار، رضایت از زندگی تامین شوند، کارایی بیشتری می‌توانند داشته باشند. سازمان تامین اجتماعی بر اجرا و بهبود برنامه‌های رفاهی و حمایت از کارکنان، سرمایه‌گذاری می‌کنند و سعی دارند تا حد ممکن تسهیلات و امکانات رفاهی مناسبی برای کارکنان خود فراهم نمایند. این سازمان‌ها عملاً دریافته‌اند از سرمایه‌گذاری بر بهبود رفاه و حمایت کارکنان بهره خواهند برد؛ زیرا کارکنانی که احساس حمایت کنند، متعهد و راضی بوده و سازمان را به سادگی

ترك نمي‌كنند، بنابراین همه این عوامل، عملکرد سازمان را بهبود بخشیده و آن را به اهدافش می‌رساند. با توجه به نتیجه فرضیه اصلی این پژوهش که عبارت است از: «بین سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی با قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد». پیشنهاد می‌شود مدیران از طریق ارزش‌گذاری، مقبولیت و قدردانی، رفاه ذهنی کارکنان را فراهم نمایند. با بهره‌گیری از نتایج حاصل، مسئولان سازمان تامین اجتماعی می‌توانند با تشکیل گروه‌های ویژه و بررسی مشکلات موجود در میان کارکنان از نظر رسیدن به رفاه ذهنی و توسعه قابلیت‌های سازمانی، با برقراری ارتباط با آن‌ها و تشکیل جلسات مختلف به ارائه راهکارهایی جهت ارتقاء وضعیت موجود بپردازد. مدیران سازمان تامین اجتماعی تلاش کنند با مشاهده استعداد کارکنان و تشویق و دیدی مثبت، آن‌ها را به انجام بهتر کارها و آنچه به صورت بالقوه دارند، به حرکت وا دارند و به رفاه ذهنی کارکنان کمک کنند. با توجه به نتیجه فرضیه فرعی سوم این پژوهش عبارت است از: «بین سرمایه اجتماعی و قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد». پیشنهاد می‌شود مدیران با ایجاد شرایط و جوی که در آن قابلیت‌های شغلی و کاری کارکنان به عنوان سرمایه‌های سازمانی بیشتر دیده شود و سعی در شناسایی احساسات و عواطف کارکنان داشته باشند. این شناسایی مستلزم نزدیکی هر چه بیشتر مدیران به کارکنان است. در این صورت رفاه ذهنی کارکنان افزایش می‌یابد. با توجه به

نتیجه فرضیه فرعی دوم این پژوهش عبارت است از: «بین رفاه ذهنی و قابلیت سازمانی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد». پیشنهاد می‌شود مدیران از طریق ارزش‌گذاری، مقبولیت و قدردانی، رفاه ذهنی کارکنان را فراهم نمایند. با بهره‌گیری از نتایج حاصل، مسئولان سازمان تامین اجتماعی می‌توانند با تشکیل گروه‌های ویژه و بررسی مشکلات موجود در میان کارکنان از نظر رسیدن به رفاه ذهنی و توسعه قابلیت‌های سازمانی، با برقراری ارتباط با آن‌ها و تشکیل جلسات مختلف به ارائه راهکارهایی جهت ارتقاء وضعیت موجود بپردازد. مدیران سازمان تامین اجتماعی تلاش کنند با مشاهده استعداد کارکنان و تشویق و دیدی مثبت، آن‌ها را به انجام بهتر کارها و آنچه به صورت بالقوه دارند، به حرکت وا دارند و به رفاه ذهنی کارکنان کمک کنند. با توجه به نتیجه فرضیه فرعی سوم این پژوهش عبارت است از: «بین سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد». پیشنهاد می‌شود در سازمان تامین اجتماعی کارگاه‌هایی در رابطه با سرمایه اجتماعی و رفاه ذهنی و عوامل مؤثر بر آن برگزار شود. همچنین برنامه آموزش شناختی ارتقای رفاه ذهنی، به عنوان بخشی از برنامه‌های آموزش ضمن خدمت کارکنان قرار گیرد تا بتوانند با بهره‌گیری از آن، سطح انگیزش کارکنان را ارتقاء داده و موجب افزایش رفاه ذهنی در کارکنان گردند.

منابع:

- ۱- امیددی کیا، کامران؛ خداداد حسینی، سیدحمید و عزیزی، شهریار. (۱۳۹۱). شناخت قابلیت‌های سازمانی جایگاه سازی برند شرکت در صنعت مواد غذایی با استفاده از نظریه داده بنیاد، اندیشه مدیریت راهبردی. ۶(۱) ۳۵-۷۷.
- ۲- بارگاهی، حسین؛ و کبیری، نرگس. (۱۳۹۴). رفاه ذهنی و تأثیر اعتماد اجتماعی بر آن (مطالعه موردی جوانان ساکن شهر تهران)، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان. ۶(۱) ۹-۳۲.
- ۳- برادران، مراد؛ و حسین پور، نسرین. (۱۳۹۱). رابطه سرمایه اجتماعی با رفاه ذهنی کارکنان وزارت رفاه و تأمین اجتماعی. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی. ۱۳(۴۹) ۳۵-۵۶.
- ۴- برهانی، تهمنه، و هادی زاده مقدم، اکرم. (۱۳۹۵). مطالعه عوامل اثرگذار بر رفاه ذهنی کارکنان. چشم‌انداز مدیریت دولتی. ۲۷(۲) ۸۵-۱۰۳.
- ۵- پارسا، مجید؛ و عطایی، محمد. (۱۴۰۰). طراحی مدل سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی ایران. فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۵(۲۸) ۱۳۱۲-۱۲۹۶.
- ۶- جندقی، غلامرضا؛ قریشی، سید مهدی و احدی شعار، سید مجید. (۱۳۹۶). بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی و رابطه آن با

- بازاریابی اخلاقی شعب بانک سپه استان قم، مدیریت سرمایه اجتماعی، ۴ (۳)، ۳۰۹-۳۳۲.
- ۷- حمیدی زاد، علی؛ شهیدزا، فریبا؛ و موحدی فر، عرفان. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر مؤلفه های سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی اداره کل مخابرات شهرستان قم. *فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۱ (۲)، ۲۰۳-۲۲۳.
- ۸- دانایی فرد، حسن؛ برزگر، فاطمه و احمدی، هانیه. (۱۳۹۴). سازوکارهای ارتقای قابلیت های سازمانی در بخش دولتی. *فصلنامه مدیریت سازمانهای دولتی*، ۳ (۱۱)، ۹۱-۱۰۶.
- ۹- سام آرام، عزت اله و محبوبی، رضا. (۱۳۹۳). ساخت مقیاس برای سنجش رفاه اجتماعی با تأکید بر رفاه ذهنی (احساس رفاه). *فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۱ (۱۸)، ۱-۳۴.
- ۱۰- سلطانی، مرتضی؛ کاملی، علیرضا و خمویی، فرشید. (۱۳۹۴). نقش سرمایه اجتماعی و رهبری تحول آفرین در ارتقای عملکرد نوآوری بنگاه. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۲ (۴)، ۴۹۷-۵۱۹.
- ۱۱- شجاعی، عمادالدین و مقدم، علیرضا. (۱۳۸۸). تعیین شایستگی های محوری سازمان بر مبنای فرایندها و فعالیت های ارزش ساز. *منابع انسانی*، ۲ (۲)، ۴۹-۵۴.
- ۱۲- فقیهی، ابوالحسن و فیضی، طاهره. (۱۳۹۰). سرمایه اجتماعی: رویکردی نو در سازمان. *فصلنامه دانش مدیریت*، ۱۹ (۷۲)، ۲۳-۴۶.
- ۱۳- کرمی، ابوالفضل. (۱۳۸۹). بررسی رابطه رضایت از زندگی با سلامت عمومی و سازگاری. *فصلنامه فرهنگ مشاوره*، ۱ (۴)، ۷۴-۹۰.
- ۱۴- محمدی پور، فاطمه؛ صحرایی بیرانوند، مهدی؛ بیرانوند، شبنم؛ و بیرانوند، شکوفه. (۱۳۹۷). بررسی رابطه ی رفاه ذهنی پرستاران و رضایت بیماران با نقش میانجی فرسودگی شغلی، *فصلنامه پرستاری، مامایی و پیراپزشکی*، ۳ (۴)، ۵۷-۴۶.
- ۱۵- مؤذن جمشیدی، میرهادی و حق پرست کنارسری، نرجس. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر کتتابی های سازمانی ادراک شده بر سرمایه اجتماعی با تأکید بر نقش میانجی قلدری سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان شرکت های تولیدی صنایع غذایی در شهرک های صنعتی استان گیلان). *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۳ (۲)، ۲۹۷-۳۳۰.
- ۱۶- نصرافهانی، علی؛ انصاری، محمداسماعیل؛ شائمی برزگی، علی و آقا حسینی، حسین. (۱۳۹۰). بررسی سرمایه اجتماعی سازمانی در سازمان های خدماتی استان اصفهان (بارویکرد آموزه های مدیریت در آثار سعدی). *جامعه شناسی کاربردی*، ۴ (۴۱)، ۱۵۷-۱۳۴.
- ۱۷- هزارجریبی، جعفر؛ صفری شالی، رضا. (۱۳۹۱). *آنانومی رفاه*، تهران: انتشارات جامعه و فرهنگ.
- ۱۸- یاراحمدی خراسانی، علیرضا؛ قربانی، محمود؛ و فریبرز، الهام. (۱۴۰۰). طراحی مدل ارتقای قابلیت های نوآوری سازمانی با رویکرد تابآوری سازمانی در شرکتهای دانش بنیان، *فصلنامه چشم انداز مدیریت*، ۴ (۱۲)، ۶۹-۵۲.

- 19- Headey, B., Muffels, R., & Wooden, M. (2004). Money doesn't buy happiness.... Or does it? A reconsideration based on the combined effects of wealth, income and consumption. *Or Does it*.
- 20- Kupper Hendrik, A. E., & Wulfften, P. (2005). Competency-based curriculum development. *Larenstein University of Applied Sciences, The Netherlands*.
- 21- Moyer, R. (2001). Defining and measuring competencies: An overview of approaches. *Click2learn Inc*.
- 22- Veenhoven, R. (2002). Why social policy needs subjective indicators. *Social indicators research*, 58, 33- 46.
- 23- Zhu, W., Avolio, B. J., Riggio, R. E., & Sosik, J. J. (2011). The effect of authentic transformational leadership on follower and group ethics. *The leadership quarterly*, 22(5), 801-817.

©Authors, Published by Journal of Intelligent Knowledge Exploration and Processing. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



مقاله پژوهشی

نقش ترکیب کالاهای صادراتی در سرمایه انسانی

Doi: 10.30508/KDIP.2022.340793.1036

سید صالح اکبر موسوی (نویسنده مسئول)^۱ | علیرضا کازرونی^۲

۱- دکتری اقتصاد بین الملل، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

۲- استاد گروه اقتصاد، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۱۱

صفحه: ۳۳ - ۲۰

چکیده:

یکی از مباحث بسیار مهم در دهه اخیر جهان، بحث سرمایه انسانی است. سرمایه انسانی یا به عبارتی کیفیت نیروی کار و یا دانش نهادینه شده در انسان، باعث افزایش تولید و رشد اقتصادی کشورها می شود. کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه بر توسعه بیشتر سرمایه انسانی به سمت شتاب گرفتن رشد اقتصادی تأکید می کنند. این توسعه سرمایه بشری، یکی از راه حل های اساسی برای ورود به عرصه بین المللی است. بر همین اساس هدف مطالعه حاضر، بررسی تاثیر ترکیب کالاهای صادراتی بر سرمایه انسانی در ۱۵ کشور منتخب آسیای طی دوره زمانی ۲۰۱۹-۱۹۹۰ است. برای در نظر گرفتن ترکیب کالاهای صادراتی، از سه نوع کالاهای کشاورزی، کالاهای صنعتی با مهارت پایین و کالاهای صنعتی با مهارت بالا استفاده شد. همچنین متغیرهای کل واردات کالا، جمعیت، تولید ناخالص داخلی و نرخ مرگ و میر، به عنوان متغیر کنترلی وارد مدل شد. نتایج تخمین مدل به روش حداقل مربعات معمولی پویای پانل (PDOLS) نشان داد که ضریب متغیر کالاهای صادراتی کشاورزی و کالاهای با مهارت پایین، منفی و معنی دار بوده و باعث کاهش سرمایه انسانی در کشورهای منتخب می شود. برعکس، صادرات کالاهای با مهارت بالا، موجب افزایش سرمایه انسانی در این کشورها است. متغیرهای واردات کل، جمعیت و تولید ناخالص داخلی نیز تاثیر مثبت و معنی دار بر سرمایه انسانی داشتند. با توجه به نتایج بدست آمده، توجه به ترکیب کالاهای صادراتی برای افزایش سرمایه انسانی، ضروری است.

کلمات کلیدی: سرمایه انسانی، ترکیب صادرات، مهارت، مدل پانل DOLS

۱- مقدمه

است. در بخش ششم و پایانی نیز، به نتایج مهم تحقیق اشاره می‌شود.

۲- مبانی نظری

توسعه سرمایه انسانی^۱ امروزه به یک مسئله جدی در بین جوامع بشری تبدیل شده است و سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی قطعاً منجر به بهبود تولید از لحاظ کمی و کیفی، افزایش دانش و آگاهی مردم، بهبود روابط اجتماعی و ... خواهد شد. در طول زمان، مفهوم سرمایه انسانی و تعریف آن به تدریج کامل‌تر شده است. بحث‌های اولیه در خصوص سرمایه انسانی به شولتز^۲ (۱۹۶۱) برمی‌گردد. وی دانش را به عنوان عنصر اصلی متمایزکننده بین نیروی کار ماهر و غیرماهر معرفی کرد. در ادامه، بانک جهانی با تمرکز بر ظرفیت تولیدی افراد، تعریف اولیه شولتز را گسترش داد (بانک جهانی، ۲۰۰۶). به طوری که با گسترش تعریف اولیه، مفهوم سرمایه انسانی ترکیبی از مهارت‌ها، چالاکي، قضاوت و کار افراد را نیز در بر گرفت (لانتر، وودون و کری، ۲۰۱۸). تعریف گسترده‌تری نیز از سوی یونیسف^۳ (۲۰۱۶) ارائه شده که در آن، سرمایه انسانی شامل سلامت جسمی، عاطفی و روانی و همچنین توانایی‌ها، ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و رفتارهای فردی افراد را نیز شامل می‌شود. این مفهوم نه تنها برای تولید اقتصادی، بلکه برای ایجاد رفاه فردی و اجتماعی نیز می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد (یونیسف، ۲۰۱۶).

ایجاد سرمایه انسانی، به عنوان یک هدف توسعه‌ای پذیرفته شده و به عنوان عامل اصلی در رشد اقتصادی، کاهش فقر و سایر اهداف توسعه‌ای به شمار می‌رود.^۴ هر دو نظریه رشد نئوکلاسیک و درون‌زا، اهمیت سرمایه انسانی را از طریق کانال‌های مختلف، بررسی کردند.^۵ نظریه رشد نئوکلاسیک تأکید می‌کند که چگونه افزایش سرمایه انسانی نیروی کار، منجر به افزایش بهره‌وری نیروی کار

تجارت بین‌الملل یک فرصت برای تمامی کشورهاست که با دنیای خارج ارتباط برقرار کرده و بتوانند کالاها و خدماتی که در داخل کشور تولید می‌شود؛ به سایر کشورها صادر کنند؛ و در مقابل از کالاها و خدمات تولیدی سایر کشورها، از طریق واردات، بهره‌مند شود. از سوی دیگر، سرمایه انسانی^۱ به عنوان یکی از ارکان مهم رشد اقتصادی و تولید در دنیای امروزی معرفی شده است. تجارت بین‌الملل می‌تواند از طریق صادرات، به ارتقاء سرمایه انسانی در کشورها کمک کند. به طوری که، هر چه صادرات کشورها به سمت صادرات کالاهای دانش‌برو با مهارت بالا سوق پیدا کند، سرمایه انسانی در این کشورها افزایش خواهد یافت.

با توجه به استدلال‌های فوق و با مد نظر قرار دادن این نکته که شرایط تولید و برخورداری از عوامل تولید (از جمله سرمایه انسانی) در کشورهای مختلف متفاوت است؛ لذا میزان صادرات کشورها متفاوت خواهد بود. در نتیجه، بررسی اثرگذاری ترکیب کالاهای صادراتی بر وضعیت سرمایه انسانی، سوال اساسی تحقیق حاضر است. از این رو، پژوهش حاضر در نظر دارد تاثیر ترکیب کالاهای صادراتی بر سرمایه انسانی را در ۱۵ کشور منتخب آسیای طی دوره زمانی ۲۰۱۹-۱۹۹۰، مورد بررسی قرار دهد. ترکیب کالاهای صادراتی به‌گونه‌ای در نظر گرفته شده که شامل صادرات کالاهای کم مهارت و با مهارت باشد. بر این اساس، مطالعه حاضر در شش بخش سازماندهی شده است. بعد از بیان مقدمه، در بخش دوم مبانی نظری به‌طور کامل توضیح داده می‌شود. در بخش بعدی، مروری بر مطالعات خارجی و داخلی صورت گرفته است. در بخش چهارم، روش انجام تحقیق معرفی شده و در بخش بعدی، یافته‌های تحقیق به همراه تحلیل‌های مربوطه ارائه شده

۱- سرمایه انسانی به‌صورت دانش، شایستگی و مهارت‌های فردی یا گروهی که در طول زندگی کسب می‌شود، تعریف می‌گردد (کتابی، ۱۳۹۱).

2- Human Capital

3- Schultz

4- Lange, Wodon & Carey

۵- سازمان کمک‌های بشردوستانه سازمان ملل متحد

۶- برای مطالعه بیشتر به رومر (۱۹۸۶)، راولیون و چن (۱۹۹۷)، کانهوا و هکمن (۲۰۰۷)، بالداجی و همکاران (۲۰۰۸)، مانکا (۲۰۱۲)، راموس و همکاران (۲۰۱۲)، درز و سن (۲۰۱۳)، پولهک (۲۰۱۳)، بنوس و زوتو (۲۰۱۴)، کوزاک و توبین (۲۰۱۵) و ماناسو و همکاران (۲۰۱۸) رجوع کنید.

۷- برای مطالعه بیشتر به لوکاس (۱۹۸۸)، رومر (۱۹۹۰)، منکیو و همکاران (۱۹۹۲)، آقپون و هاویت (۱۹۹۸)، هانوشک و وسمان (۲۰۰۸)، بنوس و زوتو (۲۰۱۴) و ماناسو و همکاران (۲۰۱۸) رجوع کنید.

صنایع با فناوری بالا، که خود آن نیز بستگی به انباشت سرمایه انسانی بالاتر در کشورها دارد؛ عامل تعیین کننده سطح توسعه اقتصادی و اجتماعی یک کشور در اقتصاد جهانی خواهد بود.

در این بین، اگر چه میزان تولیدات صادراتی هر کشور به تنهایی می تواند به عنوان معیاری برای سطح رفاه آن کشور تلقی شود، اما در ادبیات جدید در این زمینه، نه تنها ارزش کلی صادرات، بلکه سطح فناوری به کار گرفته شده در تولیدات هر کشور نیز، از اهمیتی اساسی برای رتبه بندی مناطق از دیدگاه سطح توسعه یافتگی قلمداد می شود. فناوری برتر منشا رشد پایدار صادرات و زمینه ساز تحولات پایدار فناورانه و افزایش رشد اقتصادی است. لذا در اقتصاد دانش محور، شکوفایی اقتصادی با فراهم شدن بستر لازم برای نوآوری و حضور در بازارهای صادراتی جهانی ایجاد می شود. لازمه ورود به بازارهای جهانی صادرات، توسعه صنایع پیشرفته است و توسعه این صنایع دانش محور، نیازمند توسعه سرمایه انسانی است (میرجلیلی، حسینی و عبدی، ۱۳۹۷).

در همین راستا، در این بخش مدل ساده شده فیندلی و کیزرووسکی^۴ (۱۹۸۳) را که مکانیزم تجارت در پیشبرد سرمایه گذاری در سرمایه انسانی را توضیح می دهد؛ بررسی می شود. در این بررسی، دو کشور استاندارد (کشور خودی و کشور خارج)، دو کالا و مدل دو عاملی (نیروی کار و سرمایه) هیکشر- اوهلین^۵ در نظر گرفته شده است. فرض می شود که کشور خودی و خارج، دو کالا را تولید و مبادله می کنند: کالای کشاورزی (A) و کالای صنعتی (M). تولید هر دو کالا مستلزم نیروی کار بدون مهارت (L_n) و بامهارت (L_h) است. همچنین فرض می شود که کالای صنعتی دارای شدت استفاده از مهارت بیشتری است. به عبارت دیگر، کالای تولید شده در بخش صنعتی، دانش برتر است.

جمعیت با طول عمر محدود و براساس انتظاراتی که از آینده دارند؛ تبدیل شدن به فرد بامهارت و یا بدون مهارت را به صورت درون زا انتخاب می کنند. در هر لحظه از زمان، به تعداد N جمعیت یکسان (همگن) متولد می شوند و

می شود؛ که آن هم به نوبه خود منجر به رشد انتقالی به سمت یک وضعیت پایدار بالاتر و جدید می شود. در حالی که نظریه رشد درون زا استدلال می کند که افزایش آموزش باعث افزایش نوآوری در محصولات، فرآیندها و فناوری ها می شود؛ و همین موضوع رشد بیشتر را به همراه دارد.

انباشت و توسعه سرمایه انسانی ممکن است منجر به یک چرخه رشد همزمان شود که به موجب آن، سرمایه گذاری سرمایه انسانی باعث تولید صنایع مولدتر می شود. آن هم به نوبه خود، دوباره تقاضا برای سرمایه انسانی را افزایش می دهد که سرمایه گذاری آنها، از بازده سرمایه گذاری های قبلی سرمایه انسانی تامین می شود (بیردسل، راس و سابوت، ۱۹۹۷ و مایر-فولکس^۲، ۲۰۰۸). علاوه بر این، کشورهای با سرمایه انسانی بالا می توانند رفاه بیشتری را با افزایش تجارت بین الملل تجربه کنند؛ در حالی که در کشورهای با سرمایه انسانی پایین تر، تجارت بین الملل با توسعه انسانی کندتری همراه است (کوزاک و توبین^۳، ۲۰۱۵).

کشورهای توسعه یافته به دلیل انباشت سرمایه انسانی بالاتر نسبت به کشورهای در حال توسعه، معمولاً محصولات دانش محور و دانش بنیان را هدف صادراتی خود قرار می دهد. به عبارت دیگر، در صادرات محصولات دانش بریک مزیت نسبی نسبت به سایر کشورها دارند. از سوی دیگر، معمولاً حاشیه سود کالاها و خدمات دانش بنیان بسیار فراتر از محصولات حجمی مصرفی است. قیمت گذاری آنها کمتر تابع قواعد رقابتی بوده و به واسطه بهره مندی از دانش در تولید آنها، از کیفیت ساخت بالایی برخوردار هستند. از این رو، بنگاه های تولیدی در کشورهای مختلف، بر تسهیل و فراهم کردن زیرساخت های دانشی برای ترویج استراتژی صادرات محصولات دانش محور متمرکز شده اند.

امروزه صنایع با فناوری بالا موتور رشد اقتصادی جهان هستند و کشورهایی که به صادرات این گونه محصولات روی می آورند، امتیاز مهمی در راستای باقی ماندن در بازار رقابتی صادرات جهان کسب می کنند. همچنین سطح

1- Birdsall, Ross, & Sabot
2- Mayer-Foulkes
3- Kosack & Tobin
4- Findlay & Kierzkowski
5- Heckscher-Ohlin

هر يك از آنها براي مدت T سال زندگي مي‌كنند. يك فرد معين، مي‌تواند در طول زندگي خود بدون مهارت باقي بماند و بدون صرف كردن زمان زياد، شروع به كسب دستمزد رايج براي نيروي كار بدون مهارت براي بقيه طول عمر زندگي خود كند. همچنين مي‌تواند براي يك دوره برون‌زاي θ به كسب دانش و مهارت بپردازد؛ سپس دستمزد رايج براي نيروي كار بامهارت را دريافت كند.

در هر لحظه از زمان، به تعداد NT فرد وجود دارد كه مي‌توان آنها را به سه نوع زير تقسيم كرد:

$$NT = UT + E\theta + E(T - \theta) \quad (1)$$

كه در آن، UT كارگران فاقد مهارت، $E\theta$ افراد مشغول به تحصيل (در حال حاضر) و $E(T - \theta)$ كارگران بامهارت هستند كه تحصيلات خود را به پايان رسانده‌اند. بخش آموزش با استفاده از تابع توليد زير، افراد را به نيروي كار ماهر تبديل مي‌كند:

$$Q = F(K, E, \theta) \quad (2)$$

كه در آن، Q مقدار توليد مهارت كه بر حسب واحدهاي بهره‌وري اندازه گرفته مي‌شود، K مقدار برون‌زاي آموزش (به عنوان مثال، معلم، امكانات آموزشي و...) و E تعداد افرادي است كه هر كدام از آنها، مدت θ سال از عمر خود را صرف تحصيل در مراكز آموزشي كردند. با فرض وجود بازدهي ثابت نسبت به مقياس در Q ، K و E و عدم تغيير در θ ، مي‌توان رابطه (۲) را به صورت زير بازنويسي كرد:

$$q = f(k) \quad (3)$$

كه در آن $q = Q/E$ و $k = K/E$ است. q نشان دهنده تعدادي از واحدهاي مهارت هر فرد تحصيل کرده (سطح مهارت سرانه) است؛ در صورتي كه به k واحد از سرانه ورودی‌های آموزش برای مدت θ سال تحصيل، دسترسي داشته باشد. فرض مي‌شود كه برگشت به آموزش، بر حسب k كاهنده است. به طوري كه $f'(k) > 0$ و $f''(k) < 0$ است. با تعريف $Q = f(k)E$ ، روابط زير را مي‌توان نوشت:

$$\frac{\partial Q}{\partial E} = f(k) - f'(k)k > 0 \quad (4)$$

$$\frac{\partial^2 Q}{\partial E^2} = \frac{1}{E} k^2 f''(k) < 0 \quad (5)$$

به عبارت ديگر، توليد مهارت، با تعداد كارگران ماهر افزايش مي‌يابد. اما با يك نرخ كاهنده. به طوري كه افراد تحصيل کرده بر امكانات آموزشي ثابت K فشار مي‌آورند.

هر فرد با در نظر گرفتن سودهاي آينده حاصل از آموزش و تحصيل در مقابل هزينه‌هاي مستقيم و هزينه‌هاي فرصت، تصميم به كسب مهارت و دانش مي‌گيرد. بر اساس مدل فيندلي و كيرزووسكي (۱۹۸۳)، فرض مي‌شود كه هزينه‌هاي مرتبط با تحصيل از زمان θ تا θ ، برابر با ارزش فعلي تنزيل شده توليد نهايي تحصيل، در طول زندگي نيروي كار ماهر، از زمان θ تا T است. w دستمزد پرداختي (درون‌زا) به نيروي كار بدون مهارت و w^* دستمزد پرداختي به نيروي كار بامهارت در نظر گرفته شده است. يك نيروي كار بدون مهارت درآمد w را كسب مي‌كند؛ در حالي كه يك نيروي كار بامهارت با يك سطح مهارتي $q = f(k)$ ، مقدار درآمد $w^* f(k)$ را بدست مي‌آورد. با در نظر گرفتن دستمزد، $f(k)$ و نرخ بهره بازار r ، افراد زماني به كسب دانش و مهارت مي‌پردازند كه سود حاصل از آموزش در طول عمر خود، بيشتر از هزينه‌هاي تحصيل باشد:

1- Opportunity Cost

$$\int_{\theta}^T w_s f(k) e^{-rt} dt - \int_0^{\theta} w_s f'(k) k e^{-rt} dt \geq \int_0^T w_u e^{-rt} dt \quad (6)$$

عبارت اول سمت چپ، برابر است با ارزش فعلی کل درآمدهای آینده که یک نیروی کار بامهارت از زمان θ تا T بدست

می آورد. در حالی که عبارت دوم، هزینه های مستقیم بدست آوردن تحصیلات را از زمان θ تا T نشان می دهد. در نتیجه، کل عبارت سمت چپ، عایدی حاصل از بدست آوردن دانش و مهارت را در طول عمر افراد محاسبه می کند.

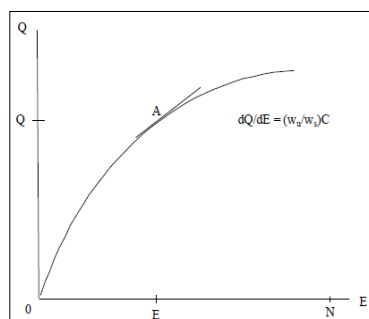
عبارت سمت راست، هزینه فرصت بدست آوردن تحصیل را نشان می دهد. در صورتی که فرد از کسب تحصیل به هر دلیلی باز بماند، دستمزد نیروی کار بدون مهارت را در طول زندگی خود از دوره θ تا T دریافت خواهد کرد. سود خالص کسب تحصیل و دانش و مهارت را می توان به صورت ارزش فعلی دستمزدهای حاصل از مهارت (بعد از تحصیل) منهای هزینه های مستقیم کسب تحصیل و دستمزدهای بدون مهارت (قبل از تحصیل) تعریف کرد. بنابراین سود خالص کسب تحصیلات که با π نشان داده می شود، به صورت زیر خواهد بود:

$$\pi = \frac{1}{r} \left[w_s \frac{\partial Q}{\partial E} (e^{-r\theta} - e^{-rT}) - w_u (1 - e^{-rT}) \right] \quad (7)$$

سود خالص با افزایش دستمزد نیروی کار بامهارت، افزایش و با افزایش دستمزد نیروی کار بدون مهارت کاهش می یابد. همچنین با افزایش نیروی کار تحصیل کرده (E)، سود کاهش می یابد. به عبارت دیگر، شرط ورود و خروج آزاد به کسب تحصیلات، سود را به مقدار تعادلی صفر خواهد رساند. بنابراین با مساوی صفر قرار دادن رابطه (۷) و مرتب کردن آن، رابطه زیر را می توان نوشت:

$$\frac{\partial Q}{\partial E} = \frac{w_u}{w_s} \cdot \underbrace{\frac{(1 - e^{-rT})}{(e^{-r\theta} - e^{-rT})}}_{\equiv C} = \frac{w_u}{w_s} C \quad (8)$$

این شرط تعادل در شکل (۱) نشان داده شده است. در این شکل، مقدار Q بر حسب E بوده و زمانی که اقتصاد در تعادل عمل می کند، مقادیر E و Q بر روی منحنی تعیین می شوند.



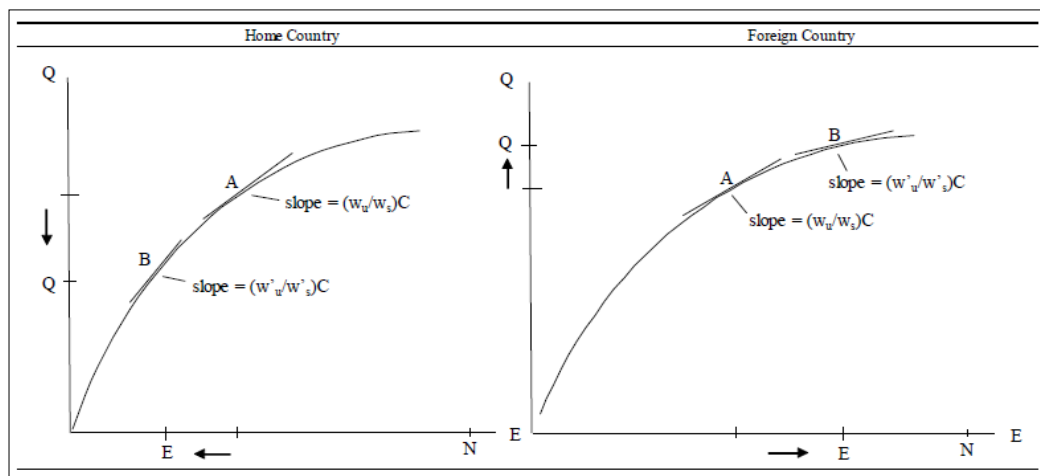
منبع: بلانچارد و اولنی (۲۰۱۷)

شکل (۱): کارایی کل هر واحد مهارت (Q) و تعداد افراد تحصیل کرده (E)

1- Free Entry

همانطور که از شکل شماره (۱) مشخص است؛ سطح تحصیلات (E) و انباشت دانش و مهارت (Q)، جایی که شیب تابع برابر با نسبت دستمزدها (ضربدر ثابت C) است؛ تعیین شده‌اند. فاصله OE روی محور افقی، تعداد افرادی که کسب تحصیلات را انتخاب می‌کنند و فاصله E تا N افرادی را که ترجیح می‌دهند بدون مهارت باقی بمانند، نشان می‌دهد. جمع این دو فاصله برابر کل جمعیت است.

حال فرض می‌شود که کشور خودی به صورت آزادانه با کشور خارج (*) درگیر تجارت است. هر دو کشور، دارای تکنولوژی، سلیقه و بخش آموزشی یکسانی هستند. تنها تفاوت آنها در ورودی تحصیلات است به طوری که $K < K^*$. کشور خودی به لحاظ امکانات آموزشی، تعداد معلمین و ... در سطح ضعیف‌تری نسبت به کشور خارج قرار دارد. در وضعیت اقتصاد بسته^۱ (زمانی که تجارت بین دو کشور برقرار نیست)، کشور خودی به صورت نسبی دارای فراوانی در نیروی کار بدون مهارت خواهد بود. در این حالت، طبق نظریه هیکشتر-اوهلین، کشور خودی دارای مزیت نسبی^۲ در تولید کالاهای کشاورزی است. بنابراین پس از باز شدن تجارت، کشور خودی کالای کشاورزی صادر خواهد کرد در حالی که کالاهای صنعتی را وارد خواهد کرد.



منبع: بلانچارد و اولتی (۲۰۱۷)

شکل (۲): کارایی کل هر واحد مهارت (Q) و تعداد افراد تحصیل کرده (E) در کشور خودی و خارج

شکل شماره (۲) تاثیر تجارت بر روی تصمیمات آموزشی را در هر دو کشور خودی (سمت چپ) و کشور خارج (سمت راست) نشان می‌دهد. در کشور خودی، چنانچه دستمزد نیروی کار بدون مهارت افزایش یابد، نقطه مماس با منحنی به سمت چپ انتقال می‌یابد (از A به B در شکل ۲ سمت چپ) و به تناسب آن، یک کاهش در سرمایه‌گذاری آموزش اتفاق می‌افتد. در این صورت، صادرات کالاهای کشاورزی بدون مهارت، مقدار تعادلی نیروی کار با مهارت E را کاهش می‌دهد. عکس این نتایج برای کشور خارج اتفاق می‌افتد. در کشور خارج، دستمزد نیروی کار با مهارت افزایش یافته و سطح تعادلی E بیشتر می‌شود. به طوری که شیب خط مماس از نقطه A به نقطه B در شکل شماره (۲) سمت راست تغییر می‌کند. نتایج متضادی که در کشور خودی و خارج اتفاق می‌افتد کاملاً بدیهی است. در کشورهایی که کالاهای بدون مهارت را صادر می‌کنند، با یک کاهش در متوسط سطح تحصیلات مواجه می‌شوند. اما کشورهایی که کالاهای با مهارت بالا صادر می‌کنند، یک افزایش در سطح تحصیل و آموزش را تجربه خواهند کرد. بنابراین ترکیب کالاهای صادراتی بر اساس مهارت، باعث تغییر در دستمزدهای نسبی نیروی کار مختلف می‌شود و آن هم به نوبه خود، انگیزه کسب تحصیل و دانش را در

- 1- Autarky
- 2- Comparative Advantage

عبارت دیگر، استانی که واردات کالای سرمایه‌ای بیشتری داشت، سطح تحصیلات دانشجویی افراد آن استان نیز بالاتر از بقیه بود. نتیجه دوم نشان داد که واردات کالاهای سرمایه‌ای، میزان مهارت افراد محلی هر استان را افزایش می‌دهد. بر اساس نتیجه سوم، واردات کالاهای سرمایه‌ای، دستمزد افراد دانشگاهی را افزایش خواهد داد. اما با افزایش مهارت، اثر افزایش دستمزد کمتر می‌شود.

کریمی و سعادت (۲۰۲۱) در مطالعه خود، تأثیر پیرشدن جمعیت بر الگوی صادراتی ایران با شرکای عمده تجاری را مورد بررسی قرار دادند. بدین منظور، محققین از داده‌های دوره زمانی ۲۰۱۵-۲۰۰۰ و روش اقتصادسنجی داده‌های پانل استفاده کردند. نتایج نشان داد که افراد با میزان تحصیلات متوسطه و میانگین سنی بین ۲۰ تا ۴۰ سال و ۴۱ تا ۶۵ سال نسبت به افراد با سطح تحصیلات ابتدایی و عالی، تأثیر مثبت و معناداری بر صادرات داشته‌اند. در نتیجه سرمایه انسانی در گروه‌های سنی با تجربه‌تر با ارتقای مهارت‌های شغلی، منجر به مزیت نسبی و افزایش صادرات کشورها می‌شود.

شاه‌آبادی و صفایی (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای تحت عنوان «تأثیر مولفه‌های دانش بر عرضه صادرات بخش کشاورزی ایران»، به بررسی عواملی نظیر انباشت هزینه‌های تحقیق و توسعه داخلی و سرریز تحقیق و توسعه شرکای تجاری از کانال واردات، انباشت هزینه‌های ترویج و آموزش و سرمایه انسانی، بر صادرات محصولات کشاورزی در ایران، طی دوره زمانی ۱۳۹۲-۱۳۵۷ پرداخته است. براساس نتایج تخمین مدل با استفاده از روش هم‌انباشتگی جوهانسون^۶، تأثیر سرمایه انسانی بر صادرات محصولات کشاورزی، منفی و بی‌معنی بوده است.

محمدخانی و همکاران (۱۳۹۹) در طی مطالعه‌ای، عوامل موثر بر صادرات کالاهای با فناوری بالا در ایران را در دو دوره زمانی کوتاه‌مدت و بلندمدت مورد ارزیابی قرار دادند. در همین راستا، محققین از داده‌های سری زمانی ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۷

کشورها تغییر می‌دهد. در ادامه، برخی از مطالعات خارجی و داخلی انجام شده در حوزه صادرات و سرمایه انسانی مرور می‌شود.

بلانچارد و اولنی^۱ (۲۰۱۷)، به بررسی تأثیر ترکیب صادرات کشورها در پیشبرد دستیابی به آموزش پرداختند. بدین منظور، از داده‌های ۱۹۶۵ تا ۲۰۱۰ (به صورت ۵ ساله) برای ۱۰۲ کشور استفاده کردند. نتایج تخمین مدل به روش پانل، حاکی از آن بوده که صادرات کالاهای نیازمند به مهارت کمتر، باعث کاهش متوسط سال‌های تحصیل به ویژه در سطوح اولیه تحصیلی می‌شود. در حالی که صادرات کالاهای نیازمند به مهارت بالا، سطح تحصیل را در سطوح بالای دوره آموزشی افزایش می‌دهد. به عبارت دیگر، صادرات کالاهای نیازمند به مهارت بیشتر، منجر به انباشت سرمایه انسانی در کشور صادرکننده خواهد شد. مالیکی، ادنت و هیسراکیکلیلار^۲ (۲۰۱۹) در طی مطالعه‌ای، موضوع سرمایه انسانی و صادرات را در سطح خرد، برای ۲۹ کشور در حال گذار مورد بررسی قرار دادند. محققین در این مطالعه، از داده‌های ۱۴۵۳۹ بنگاه در طی دوره زمانی ۲۰۱۱-۲۰۱۴ و روش اقتصادسنجی لاجیت^۳ و توبیت^۴ استفاده کردند. در این بررسی، تأثیر سهم کارکنان با تحصیلات عالی، ارائه آموزش در حین کار، سال‌های تجربه مدیریت ارشد و هزینه نیروی کار بر شدت صادرات ارزیابی شد. نتایج نشان داد که داشتن نیروی کار تحصیل کرده‌تر، تأثیر مثبتی بر شدت صادرات بنگاه‌ها در اقتصادهای در حال گذار دارد.

لی^۵ (۲۰۲۰) در پژوهش خود، موضوع واردات مبتنی بر مهارت و انباشت سرمایه انسانی را مدنظر قرار داد. بدین منظور، محقق از داده‌های دوره زمانی ۲۰۱۰-۲۰۰۰ در ۳۱ استان چین و مدل داده‌های پانل استفاده کرد. در این بررسی، جمعیت گروه سنی ۱۶ تا ۶۰ ساله مدنظر بوده است. این مطالعه سه نتیجه مهم را در پی داشت. طبق نتیجه اول، تفاوت استان‌ها در واردات کالاهای سرمایه‌ای، منجر به تفاوت در سطح تحصیلات دانشجویی آنها شده است. به

1- Blanchard and Olney
2- Mulliqi, Adnett, & Hisarciklilar
3- Logit
4- Tobit
5- Li
6- Johansen Cointegration

اقتصاد ایران و روش پانل ARDL^۱ استفاده کردند. نتایج نشان داد که هزینه‌های تحقیق و توسعه داخلی، انباشت خارجی تحقیق و توسعه و تجاری‌سازی در کوتاه‌مدت و بلندمدت و درجه باز بودن اقتصاد و سرمایه انسانی در بلندمدت، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر صادرات کالاهای با فناوری بالا در ایران دارد.

با توجه به مطالب فوق، هدف مطالعه حاضر بررسی تأثیر ترکیب کالاهای صادراتی بر سرمایه انسانی در منتخبی از کشورهای آسیایی است. در مطالعات داخلی، تأثیر سرمایه انسانی به عنوان یکی از عوامل موثر بر صادرات، مورد بررسی قرار گرفته است. در حالی که صادرات می‌تواند میزان بهره‌مندی یک کشور از سرمایه انسانی را تحت تأثیر قرار دهد. لذا مطالعه حاضر از این حیث دارای نوآوری است. همچنین در مطالعات داخلی ترکیب کالاهای صادراتی از هم تفکیک نشده است. تفکیک کالاهای صادراتی به کالاهای کشاورزی، کالاهای صنعتی با مهارت پایین و با مهارت بالا در این مطالعه، یکی دیگر از نوآوری‌های پژوهش حاضر است. همچنین در این مطالعه، متغیرها به صورت سالانه وارد مدل شده‌اند. در حالی که در مطالعات مشابه خارجی، از داده‌های ۵ ساله به عنوان مثال، مطالعه بلانچارد و اولنی^۲ (۲۰۱۷) استفاده شده است. این موضوع که نوآوری دیگر مطالعه حاضر، نسبت به مطالعات مشابه خارجی است؛ منجر به ارائه نتایج دقیق‌تری می‌شود.

۳- روش تحقیق

هدف اصلی مطالعه حاضر، بررسی تأثیر ترکیب کالاهای صادراتی بر سرمایه انسانی در منتخبی از ۱۵ کشور آسیایی، طی دوره زمانی ۲۰۱۹-۱۹۹۰ است. بر این اساس، مدل تحقیق به پیروی از بلانچارد و اولنی^۲ (۲۰۱۷) به صورت زیر است^۳:

$$Ed_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln AgEx_{it} + \beta_2 \ln Man^U Ex_{it} + \beta_3 \ln Man^S Ex_{it} + \beta_4 X_{it} + \gamma_i + \gamma_t + u_{it} \quad (9)$$

که در آن، Ed_{it} متغیر سرمایه انسانی است. پروکسی که برای نشان دادن سرمایه انسانی در مطالعات تجربی بیشتر مورد توجه بوده و در گزارش دفتر توسعه انسانی^۴ (HDRO) برنامه توسعه سازمان ملل^۵ (UNDP) از سال ۲۰۱۰ تا به حال بکار رفته، شاخص متوسط سال‌های تحصیل^۶ است. متوسط سال‌های تحصیل زیر مجموعه معینی از جمعیت بیان می‌دارد که اگر یک فرد را از بین زیر مجموعه جمعیتی انتخاب کنیم به طور متوسط شمار سال‌های تحصیل وی چند سال است. این زیر مجموعه جمعیتی می‌تواند با توجه به موضوع مورد مطالعه نیروی کار، جمعیت فعال، جمعیت ۱۵ تا ۲۵ ساله یا بالاتر و... باشد (یوسفی دیندارلو و نوفرستی، ۱۳۸۴). داده‌های متوسط سال‌های تحصیل از پایگاه داده UNDP (۲۰۲۲) استخراج شده است.

متغیر $AgEx_{it}$ نشان‌دهنده صادرات کالاهای کشاورزی، متغیر $Man^U Ex_{it}$ صادرات کالاهای صنعتی با مهارت پایین و متغیر $Man^S Ex_{it}$ ، بیانگر صادرات کالاهای صنعتی با مهارت بالا یا به عبارت دیگر دانش بر است. برای نشان دادن نوع محصولات صادراتی برای کالاهای کشاورزی و همچنین کالاهای صنعتی، از ویرایش سوم کدگذاری^۷ ۴ رقمی SITC^۸ که از سوی کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل (UNCTAD^۸) ارائه شده؛ استفاده شده است. بر این اساس، برای متغیر صادرات کالاهای کشاورزی، مجموع ارقام کدهای ۲، ۱، ۰ و ۴ تقسیم‌بندی فوق و برای متغیر کالاهای صنعتی، مجموع ارقام کدهای ۶، ۷ و ۸ در نظر گرفته شده است. به دلیل اینکه تقسیم‌بندی بر اساس مهارت برای کالاهای کشاورزی وجود ندارد؛ لذا با توجه به حضور کالاهای صنعتی در مدل، از کالاهای کشاورزی به عنوان کالاهای کم‌مهارت یاد شده است. اما پایگاه داده

1- Autoregressive Distributed Lag

2- Blanchard & Olney

۳- به جز متغیر وابسته سرمایه انسانی، سایر متغیرها به صورت لگاریتمی وارد مدل شده‌اند.

4- Human Development Report Office

5- United Nations Development Program

6- Average Years of Schooling

7- Standard International Trade Classification

8- United Nations Conference on Trade & Development

و ۱۵ کشوری که بیشترین ارزش صادرات را در طی دوره فوق داشته‌اند، به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. این کشورها عبارتند از: امارات، اندونزی، ایران، تایلند، چین، ژاپن، سنگاپور، عربستان سعودی، قطر، کره جنوبی، کویت، مالزی، ویتنام، هند و هنگ کنگ.

۴- یافته‌های تحقیق

در این بخش، نتایج تحقیق ارائه می‌شود. بدین منظور، ابتدا ریشه واحد متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس با استفاده از آزمون F لیمر نوع داده‌ها به لحاظ پانل و تلفیقی بودن^۴ و با آزمون هاسمن نوع مدل به لحاظ اثرات ثابت و تصادفی بودن تعیین شده و مدل تحقیق برآورد و نتایج آن مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

بررسی ایستایی متغیرها: قبل از برآورد هر مدل پانل، بایستی متغیرهای مورد استفاده از نظر ایستایی آزمون شوند تا از برآورد یک مدل کاذب جلوگیری شود. در این تحقیق با توجه به نامتوازن بودن داده‌ها، از آزمون ریشه واحد ایم، پسران و شین^۵ (IPS) جهت بررسی ایستایی متغیرها استفاده شده است. نتایج این آزمون در جدول شماره (۱) ارائه شده است.

UNCTAD کالاهای صنعتی را به سه دسته با مهارت پایین، با مهارت متوسط و با مهارت بالا تقسیم بندی کرده است. بر این اساس و با توجه به تقسیم بندی کالاهای کشاورزی به نوع کم مهارت و کالاهای صنعتی به دو حالت با مهارت پایین و با مهارت بالا، داده‌های متغیرهای مذکور از پایگاه داده سازمان تجارت جهانی^۲ (۲۰۲۲) در دسترس خواهد بود.

متغیر X، برداری از چندین متغیر کنترلی است که عبارتند از: کل واردات کالا بر حسب میلیون دلار ($ToIm_{it}$)، جمعیت بر حسب میلیون نفر (Pop_{it})، تولید ناخالص داخلی حقیقی بر حسب میلیون دلار (GDP_{it}) و نرخ مرگ و میر در ۱۰۰ نفر جمعیت ($DeRa_{it}$). داده‌های کل واردات کالا از پایگاه داده سازمان تجارت جهانی (۲۰۲۲) و داده‌های جمعیت، تولید ناخالص داخلی حقیقی و نرخ مرگ و میر، از پایگاه داده شاخص‌های توسعه جهانی^۳ بانک جهانی (۲۰۲۲) اخذ شده است. γ_i و γ_t به ترتیب نشان دهنده اثرات ثابت مقطع و زمان بوده و u_{it} نیز جملات خطای مدل است.

جامعه آماری تحقیق حاضر، ۵۰ کشور حاضر در قاره آسیا است. به توجه به هدف تحقیق، متوسط صادرات کالا و خدمات ۵۰ کشور مذکور طی دوره زمانی ۲۰۱۹-۱۹۹۰ محاسبه شد

جدول (۱): آزمون ریشه واحد IPS برای متغیرهای تحقیق

حالت تفاضل مرتبه اول (با عرض از مبدا و روند)		حالت سطح (با عرض از مبدا و روند)		متغیرها
ارزش احتمال	مقدار آماره	ارزش احتمال	مقدار آماره	
۰/۰۰۰۰	-۴/۷۴۵۲	۰/۱۵۲۷	-۱/۷۴۴۶	Ed_{it}
۰/۰۰۰۰	-۴/۶۱۶۸	۰/۱۹۹۲	-۱/۷۴۱۲	$\ln AgEx_{it}$
		۰/۰۱۳۴	-۲/۰۵۰۰	$\ln Man^U Ex_{it}$
۰/۰۰۰۰	-۴/۷۲۱۱	۰/۳۸۴۷	-۱/۸۱۷۷	$\ln Man^S Ex_{it}$
۰/۰۰۰۰	-۴/۴۷۶۹	۰/۵۸۸۳	-۱/۴۵۶۰	$\ln ToIm_{it}$
۰/۰۳۷۴	-۲/۰۶۶۵	۱/۰۰۰۰	-۰/۸۸۳۷	$\ln Pop_{it}$
۰/۰۰۰۰	-۴/۱۰۹۷	۰/۲۷۶۱	-۱/۷۳۷۸	$\ln GDP_{it}$
۰/۰۳۰۳	-۲/۹۵۰۰	۱/۰۰۰۰	-۰/۴۲۴۵	$\ln DeRa_{it}$

منبع: یافته‌های تحقیق

۱- برای اطلاعات بیشتر، به آدرس زیر رجوع کنید:

<http://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications.html>

2- World Trade Organization

3- World Development Indicators

4- Pooled Data

5- Levin, Lin & Chu

همانطور که از نتایج آزمون ریشه واحد مشخص است، به جز متغیر کالاهای صنعتی با مهارت پایین ($\ln Man^{U} Ex_{it}$) که در حالت سطح ایستا است؛ سایر متغیرهای در حالت سطح ایستا نیستند. بنابراین آزمون ریشه واحد برای تفاضل مرتبه اول متغیرها نیز انجام شده و نتایج آن در جدول ۱ فوق ارائه شده است. نتایج حالت تفاضل مرتبه اول نشان می‌دهد که متغیرهای تحقیق با یک مرتبه تفاضل گیری ایستا شدند. در نتیجه متغیر $\ln Man^{U} Ex_{it}$ در حالت سطح ایستا (۰) و سایر متغیرها در حالت تفاضل مرتبه اول (۱) ایستا هستند.

با توجه به اینکه متغیرهای مدل با درجات متفاوتی ایستا هستند، لذا برای اطمینان از وجود رابطه بلندمدت بین متغیرها و اطمینان از عدم برآورد یک رگرسیون کاذب، از آزمون هم‌انباشتگی کائو استفاده شده است. نتایج این آزمون در جدول شماره (۲) آمده است.

جدول (۲): آزمون هم‌انباشتگی کائو		
ارزش احتمال	مقدار آماره آزمون	نوع آماره آزمون
۰/۰۸۲۱	-۱/۳۹۱۱	دیکی فولر (DF)
۰/۰۶۵۲	-۱/۵۱۲۴	دیکی فولر تعمیم یافته (ADF)
منبع: یافته‌های تحقیق		

با توجه به ارزش احتمال آماره‌های آزمون، که در سطح ۵ درصد معنی‌دار هستند؛ فرضیه صفر آزمون مبنی بر عدم وجود هم‌انباشتگی بین متغیرها رد می‌شود. بنابراین وجود ارتباط بلندمدت بین متغیرهای مدل تایید می‌شود. در نتیجه برآورد مدل تحقیق و استفاده از حالت سطح متغیرها، منجر به رگرسیون کاذب نخواهد شد.

برآورد مدل تحقیق: برای برآورد مدل تحقیق، ابتدا باید با استفاده از آزمون F لیمر، نوع داده‌ها را به لحاظ پانل و تلفیقی بودن مشخص کرد. در صورتی که فرضیه صفر این آزمون رد شود، داده‌ها از نوع پانل خواهند بود. در مرحله بعد، دو مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی تخمین زده شده و سپس با انجام آزمون هاسمن، مشخص می‌شود که نوع مدل اثرات ثابت خواهد بود یا اثرات تصادفی. در صورت رد شدن فرضیه صفر آزمون هاسمن، نوع مدل اثرات ثابت خواهد بود. نتایج آزمون F لیمر و آزمون هاسمن در جدول شماره (۳) زیر آمده است.

جدول (۳): نتایج آزمون F لیمر و هاسمن			
آزمون F لیمر	نتیجه	آزمون هاسمن	نتیجه
۵۴/۸۶ (۰/۰۰۰۰)	داده‌های پانل	۱۲۷/۰۷ (۰/۰۰۰۰)	اثرات ثابت
منبع: یافته‌های تحقیق			

در صورتی که ارزش احتمال هر یک از آزمون‌های فوق کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه صفر آن آزمون رد می‌شود. با توجه به نتایج جدول فوق، نوع داده‌های تحقیق از نوع داده‌های ترکیبی یا پانل و نوع مدل برآوردی، از نوع اثرات ثابت خواهد بود. بعد از مشخص شدن نوع داده‌ها و نوع مدل برآوردی، اکنون می‌توان مدل تحقیق را برآورد و نتایج آن را تفسیر کرد. اما زمانی که رابطه هم‌انباشته توسط رگرسیون حداقل مربعات معمولی (OLS) برآورد شود، تخمین ضرایب سازگار خواهد بود؛ ولی به

- 1- Kao Cointegration Test
- 2- Ordinary Least Squares

دلیل اینکه تخمین زن‌های OLS در این حالت، توزیع غیر نرمال دارند؛ می‌توان به نتایج آماره t آزمون‌ها شک کرد. اما اگر توسط روش حداقل مربعات معمولی پویا (DOLS) تخمین زده شود، دارای توزیع نرمال مجانبی خواهد بود. همچنین روش DOLS، مشکل درون‌زایی و خودهمبستگی رافع می‌کند. خصوصیت بارز این روش که استفاده از آن را بسیار آسان‌تر کرده، این است که زمانی که درجه انباشتگی متغیرهای توضیحی متفاوت از هم است، می‌توان از آن استفاده کرد. به عبارت دیگر، می‌توان متغیرهای (۰) و (۱) را همزمان با هم در مدل بکار برد (حقیقت و اکبرموسوی، ۱۳۹۷). برای برآورد مدل تحقیق به روش پانل DOLS، ابتدا بایستی مقادیر وقفه پسین و پیشین بهینه انتخاب شود. برای این برآورد، تعداد یک وقفه پیشین و پسین در نظر گرفته شده است. نتایج برآورد مدل در جدول شماره (۴) آمده است.

جدول (۴): نتایج برآورد مدل				
متغیرها	مقدار ضریب	انحراف معیار	آماره t	ارزش احتمال
$\ln AgEx_{it}$	-۲/۲۱۸۵	۰/۷۵۹۸	-۲/۹۱۹۸	۰/۰۰۵۹
$\ln Man^U Ex_{it}$	-۱/۱۹۹۸	۰/۴۰۱۴	-۲/۹۸۸۸	۰/۰۰۴۹
$\ln Man^S Ex_{it}$	۱/۰۷۸۹	۰/۴۲۵۶	۲/۵۳۴۷	۰/۰۱۵۵
$\ln ToIm_{it}$	۳/۰۶۶۸	۱/۰۶۰۹	۲/۸۹۰۵	۰/۰۰۶۳
$\ln Pop_{it}$	۱۹/۸۵۹۸	۵/۱۲۰	۳/۸۷۷۳	۰/۰۰۰۴
$\ln GDP_{it}$	۲/۹۰۸۷	۱/۶۴۲۰	۱/۷۷۱۴	۰/۰۸۴۵
$\ln DeRa_{it}$	۳/۸۲۳۷	۲/۶۴۵۴	۱/۴۴۵۳	۰/۱۵۶۵
تعداد مشاهدات	۴۰۴	تعداد کشورها	۱۵	
R ²	۰/۹۵۹۲	R ² تعدیل شده	۰/۹۴۴۶	
منبع: یافته‌های تحقیق				

در بین نتایج جدول فوق، به جز متغیر نرخ مرگ و میر ($DeRa_{it}$)، سایر متغیرها معنی‌دار بوده و علامت مورد انتظار را دارند. ضریب متغیر صادرات کالاهای کشاورزی ($\ln AgEx_{it}$) برابر ۲/۲۱۸۵- است. علامت منفی این ضریب نشان می‌دهد که متوسط سال‌های تحصیل با صادرات کالاهای کشاورزی رابطه عکس دارد. به عبارت دیگر، صادرات کالاهای کشاورزی نیاز به سطح تحصیلات کمتر و به عبارت بهتر، نیاز به سرمایه انسانی کمتری دارد. این وضعیت برای متغیر صادرات کالاهای صنعتی با مهارت پایین ($\ln Man^U Ex_{it}$) هم دیده می‌شود. اما با توجه به صنعتی بودن کالاهای صادراتی نسبت به کشاورزی، مقدار ضریب متغیر مذکور نسبت ضریب متغیر صادرات کالاهای کشاورزی وضعیت بهتر دارد. اما همانند آن منفی است. با توجه به مقدار عددی برآورد شده (۱/۱۹۹۸-)، برای افزایش یک درصد در مقدار صادرات کالاهای صنعتی با مهارت پایین، به میزان ۰/۱۱۹ واحد سرمایه انسانی کمتری نیاز است.

متغیر معنی‌دار بعدی، متغیر صادرات کالاهای صنعتی با مهارت بالا است. مقدار ضریب برآورد شده برای این متغیر برابر ۱/۰۷۸۹ است. ارتباط مثبت این متغیر با متغیر وابسته سرمایه انسانی نشان می‌دهد که صادرات کالاهای صنعتی با مهارت بالا (کالاهای دانش‌بر) نیاز به سرمایه انسانی بیشتری دارد. با افزایش یک درصد در صادرات کالاهای صنعتی با مهارت بالا، ۰/۱۰۷ واحد سرمایه انسانی بیشتر خواهد شد.

1- Dynamic Ordinary Least Squares

در این پژوهش، با استفاده از داده‌های ۱۵ کشور منتخب آسیایی طی دوره زمانی ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۹، به بررسی تأثیر ترکیب کالاهای صادراتی بر سرمایه انسانی پرداخته شد. برای این منظور، از روش حداقل مربعات معمولی پویا (DOLS) جهت برآورد مدل تحقیق استفاده شد. نتایج برآورد مدل نشان داد که کالاهای صادراتی از نوع کالاهای کشاورزی و کالاهای صنعتی با مهارت پایین، نیاز به سرمایه انسانی کمتری دارند. اما صادرات کالاهای صنعتی با مهارت بالا، منجر به افزایش سرمایه انسانی کشورها می‌شود. در نتیجه آنچه اهمیت پیدا می‌کند این است که صادرات به تنهایی در میزان سرمایه انسانی یک کشور تأثیر ندارد؛ بلکه این ترکیب کالاها و نوع کالاهای صادراتی به لحاظ دانش بر بودن آنها است که در میزان سرمایه انسانی کشورها موثر است. متغیرهای کل واردات، جمعیت و تولید ناخالص داخلی کشورها نیز بر میزان سرمایه انسانی آنها تأثیر مثبت دارد. بنابراین با توجه به نتایج تحقیق، برای افزایش سرمایه انسانی در کشورها، توجه به نوع کالاهای صادراتی توصیه می‌شود. در همین راستا، پیشنهاد می‌شود جهت انباشت سرمایه انسانی و صادرات محصولات دانش محور، تحول جدی در زمینه آموزش عالی کشور صورت گیرد. به طوری که ارتباط دانشگاه با صنعت و به ویژه ارتباط با شرکت‌های دانش بنیان تقویت شود. ذهنیت قشر دانشگاهی طوری تربیت و آماده شود که بتواند از نیروی کار ساده به سرمایه انسانی تبدیل شود؛ تا ضمن ارتقاء خود به لحاظ برخورداری از دانش و مهارت، بتواند با فعالیت در مشاغل دانش محور، موجبات رشد اقتصادی و رشد صادرات کالاهای با مهارت را افزایش دهد.

متغیرهای کل واردات کالا ($ToIm_{it}$)، جمعیت (Pop_{it})، تولید ناخالص داخلی حقیقی (GDP_{it}) و نرخ مرگ و میر ($DeRa_{it}$) جزء متغیرهای کنترلی مدل هستند. با توجه به نتایج جدول ۴، مقدار کل واردات کالا بر سرمایه انسانی تأثیر مثبت دارد. برای بررسی بیشتر، می‌توان کالاهای وارداتی را بر حسب مهارت پایین و بالا تقسیم کرد؛ و تأثیرگذاری آنها را به صورت دقیق تر رصد کرد. انتظار می‌رود هر چه کالاهای وارداتی از نوع کالاهای صنعتی با مهارت بالا باشند، میزان سرمایه انسانی افزایش یابد. تأثیر مثبت متغیرهای جمعیت و تولید ناخالص داخلی نیز کاملاً مطابق انتظار است. با افزایش یک درصد در مقدار جمعیت، ۰/۱۹۸۵ واحد سرمایه انسانی افزایش خواهد یافت. همچنین هر چه قدر کشورها تولید ناخالص داخلی بیشتری داشته باشند، درآمد سرانه هم بیشتر خواهد شد. در نتیجه نیروی کار با توجه به افزایش درآمدش، سعی در ارتقاء مهارت خود خواهد داشت؛ که این امر منجر به افزایش سرمایه انسانی کشورها خواهد شد. مقدار ضریب تعیین R^2 و مقدار تعدیل شده آن، حاکی از قدرت توضیح دهنده بالایی مدل برآورد شده است.

۵- نتیجه‌گیری

تربیت نیروی کار متخصص و با مهارت می‌تواند باعث ترقی صادرات کشور، به خصوص صادرات کالاهای دانش بر و تکنولوژی بر شده و موجبات رشد اقتصادی بیشتر را فراهم آورد. در همین راستا، وقتی که ترکیب کالاهای صادراتی کشورها مورد بررسی قرار می‌گیرد، این گونه استدلال می‌شود که هر چه کالاهای صادراتی، کالاهای با مهارت بالا باشند، سرمایه انسانی کشور صادرکننده بالا خواهد بود.

منابع:

- ۱- حقیقت، جعفر، اکبر موسوی، سید صالح (۱۳۹۷). اقتصادسنجی کاربردی پیشرفته همراه با نرم افزارهای EViews، Multi، ۱۰ Stata ۱۵، تهران: انتشارات نور علم.
- ۲- شاه‌آبادی، ابوالفضل، صفائی، مریم (۱۳۹۶). تأثیر مؤلفه‌های دانش بر عرضه صادرات بخش کشاورزی ایران. پژوهشنامه بازرگانی، ۲۶(۸۴)، ۱-۲۶.
- ۳- کتابی، علیرضا (۱۳۹۱). نقش اثرگذار سرمایه انسانی در سرمایه ایرانی. معاونت توسعه مدیریت و منابع انسانی. دفتر منابع انسانی و تحول اداری، استانداری خراسان رضوی.

- ۴- محمدخانی، سمانه، فطرس، محمدحسن و مولایی، محمد (۱۳۹۹). سنجش اثرات کوتاه مدت و بلند مدت عوامل موثر بر صادرات گروه های محصولات با فناوری بالا در ایران. فصلنامه تحقیقات مدل سازی اقتصادی، ۱۱(۴۱)، ۵۰-۷.
- ۵- میرجلیلی، سید حسین، حسینی، سید شمس الدین و عبدی، یوسف (۱۳۹۷). بررسی عوامل موثر بر توسعه صادرات محصولات دانش بنیان (با فناوری بالا) در کشورهای منتخب، فصلنامه مطالعات بین رشته ای دانش راهبردی، ۸(۳۳)، ۱۱۵-۱۴۴.

- 6-Aghion, P., Howitt, P., Howitt, P. W., Brant-Collett, M., & García-Peñalosa, C. (1998). *Endogenous growth theory*. MIT press.
- 7-Baldacci, E., Clements, B., Gupta, S., & Cui, Q. (2008). Social spending, human capital, and growth in developing countries. *World development*, 36(8), 1317-1341.
- 8-Bank, W. (2006). Where is the wealth of nations. *Measuring Capital for the 21st century*. World Bank.
- 9-Benos, N., & Zotou, S. (2014). Education and economic growth: A meta-regression analysis. *World Development*, 64, 669-689.
- 10-Birdsall, N., Ross, D., & Sabot, R. H. (1997). Education, growth and inequality. In *Pathways to growth: Comparing east Asia and Latin America, Number 377* (pp. 99-130). IDB Publications (Books), Inter-American Development Bank.
- 11-Blanchard, E. J., & Olney, W. W. (2017). Globalization and human capital investment: Export composition drives educational attainment. *Journal of International Economics*, 106, 165-183.
- 12-Cunha, F., & Heckman, J. (2007). The technology of skill formation. *American economic review*, 97(2), 31-47.
- 13-Dreze, J., & Sen, A. (2013). An uncertain glory: India and its contradictions. New Delhi: Allen Lane.
- 14-Findlay, R., & Kierzkowski, H. (1983). International trade and human capital: A simple general equilibrium model. *Journal of Political Economy*, 91(6), 957-978.
- 15-Hanushek, E. A., & Woessmann, L. (2008). The role of cognitive skills in economic development. *Journal of economic literature*, 46(3), 607-668.
- 16-Karimi, A., & Saadat, R. (2021). The Population Aging Effect on Pattern of Export (Case of Major Trade Partners of Iran). *Iranian Economic Review*, 25(1), 57-68.
- 17-Kosack, S., & Tobin, J. L. (2015). Which countries' citizens are better off with trade?. *World Development*, 76, 95-113.
- 18-Lange, G. M., Wodon, Q., & Carey, K. (Eds.). (2018). *The changing wealth of nations 2018: Building a sustainable future*. World Bank Publications.
- 19-Li, L. (2020). *Skill-Biased Imports, Human Capital Accumulation, and the Allocation of Talent*. Technical report.
- 20-Lucas Jr, R. E. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of monetary economics*, 22(1), 3-42.
- 21-Manca, F. (2012). Human capital composition and economic growth at the regional level. *Regional Studies*, 46(10), 1367-1388.
- 22-Mankiw, N. G., Romer, D., & Weil, D. N. (1992). A contribution to the empirics of economic growth. *The quarterly journal of economics*, 107(2), 407-437.
- 23-Männasoo, K., Hein, H., & Ruubel, R. (2018). The contributions of human capital, R&D spending and convergence to total factor productivity growth. *Regional Studies*, 52(12), 1598-1611.
- 24-Mayer-Foulkes, D. (2008). The human development trap in Mexico. *World development*, 36(5), 775-796.
- 25-Mulliqi, A., Adnett, N., & Hisarciklilar, M. (2019). Human capital and exports: A micro-level analysis of transition countries. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 28(7), 775-800.
- 26-Poelhekke, S. (2013). Human capital and employment growth in German metropolitan areas: new

- evidence. *Regional Studies*, 47(2), 245-263.
- 27-Ramos, R., Surinach, J., & Artís, M. (2012). Regional economic growth and human capital: the role of over-education. *Regional Studies*, 46(10), 1389-1400.
- 28-Ravallion, M., & Chen, S. (1997). What can new survey data tell us about recent changes in distribution and poverty?. *The World Bank Economic Review*, 11(2), 357-382.
- 29-Romer, P. M. (1986). Increasing returns and long-run growth. *Journal of political economy*, 94(5), 1002-1037.
- 30-Romer, P. M. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98(5), 71-102.
- 31-Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American economic review*, 51(1), 1-17.
- 32-UNECE. (2016). Guide on measuring human capital prepared by the task force on measuring human capital, United Nations Economic Commission for Europe, United Nations.
- 33-United Nations Development Programme, Human Development Reports, Mean years of schooling (years), Available: <https://hdr.undp.org/en/indicators/103006#>, (Accessed, April 2022).
- 34-World Bank, World Development Indicators, Available: <https://databank.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/1ff4a498/Popular-Indicators>, (Accessed, April 2022).
- 35-World Trade Organization, WTO Stats, Available: <https://stats.wto.org>, (Accessed, April 2022).

©Authors, Published by Journal of Intelligent Knowledge Exploration and Processing. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



مقاله پژوهشی

کیفیت خدمات و تجربه خدمات بر رضایت مشتری در خدمات بین شرکتی

Doi: 10.30508/KDIP.2022.341587.1038

فرزاد آسایش^۱ | مرتضی جعفری زارع^۲ | راحله بیرانوند^۳

۱- استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرقدس، ایران، تهران
۲- دانشجوی دکتری تخصصی دانشگاه آزاد اسلامی شهرقدس، ایران، تهران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۱۶

صفحه: ۴۵ - ۳۴

چکیده:

امروزه بسیاری از مشتریان و شرکت‌ها برای دریافت و ارائه خدمات و محصولات بهتر در رقابت هستند. داشتن کیفیت بالای ارائه خدمات می‌تواند این امکان را ایجاد نماید تا که شرکت‌ها بتوانند توانایی خود را نشان دهد و با ارائه کیفیت بالا تجربه خوبی را برای مشتریان ایجاد نماید. تجربه خدمات سبب بهبود روابط می‌گردد زمانی که مشتریان تجربه خوبی از شرکت داشته باشند، بیشتر تمایل به ایجاد ارتباط با آنها هستند. در این تحقیق به بررسی تاثیر کیفیت خدمات و تجربه خدمات بر رضایت مشتری در خدمات بین شرکتی در شرکت ایراندار پرداخته شد. تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نوع؛ توصیفی - پیمایشی، از نظر ماهیت داده‌ها؛ کمی و از حیث روابط؛ بین داده‌ها همبستگی می‌باشد. جامعه آماری مطالعه حاضر مجموعه ذی‌نفعان درون و برون سازمانی شرکت ایراندار بودند. حجم نمونه با توجه به تکنیک معادلات ساختاری بین ۵ و ۱۵ برابر تعداد سنج‌ها یعنی ۳۲۲ نفر مشخص شد. روش نمونه‌گیری، تصادفی در دسترس بود. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسش‌نامه بود که روایی و پایایی آن تایید شد. جهت بررسی فرضیات تحقیق از تکنیک معادلات ساختاری در نرم‌افزار لیزرل استفاده شد. نتایج تحلیل داده‌ها نشان دادند تجربه و کیفیت خدمات بر رضایت موثر است.

کلمات کلیدی: کیفیت خدمات، تجربه خدمات، رضایت، وفاداری و تبلیغات.

۱- مقدمه

راضی اثرات مثبتی را بر روی استفاده کنندگان دیگر از محصولات شرکت دارند.

در حالی که کیفیت خدمات به عنوان نگرش کلی مشتریان در مورد کیفیت خدمات (تعبیر شده است. تجربه خدمات به عنوان پاسخ ذهنی مشتریان به هرگونه تعامل مستقیم یا غیرمستقیم) تعبیر گشته (مایر و شوگر، ۲۰۰۷). این تفاوت اساسی بین تجربه خدمات و کیفیت خدمات را نشان می‌دهد. در حالی که کیفیت خدمات بیشتر به برداشتهای منطقی مرتبط است. تجربه خدمات بیشتر به برداشتهای عاطفی احساسی مرتبط است (کلاس و مکلان، ۲۰۱۲). به عنوان مثال، ارزیابی اینکه آیا خدمات به موقع ارائه می‌شود، یک معیار کیفیت خدمات است، در حالی که نحوه رفتار فروشنده با مشتری (مثلاً درک و انعطاف‌پذیری) یک معیار تجربه خواهد بود (روی، اسریچش و باتیا، ۲۰۱۹).

تفاوت‌های اساسی بین خدمات بازار مصرفی با خدمات بین شرکتی (مانند سطح پیچیدگی و تعداد تصمیم گیرندگان درگیر) در مورد گیرنده خدمات و نحوه تعامل بین ارائه دهنده خدمات و گیرنده خدمات وجود دارد. همچنین می‌توان استدلال کرد که کیفیت خدمات به جنبه‌های غیرتجربی یا منطقی خدمات مانند: ثبات در استانداردهای مورد انتظار مربوط می‌شود (استوک، ۲۰۱۱). از طرف دیگر، تجربه خدمات با جنبه‌های تجربی یا عاطفی مربوط به حس لذت بردن از دریافت خدمات و یا خرید می‌باشد (تونتینی، سولین و سیلوریا، ۲۰۱۳).

کیفیت خدمات و تجربه خدمات به احتمال زیاد عواقب متفاوتی در نتایج مربوط به خدمات مشتریان خواهد داشت. این تفاوت به این دلیل است که درک کیفیت خدمات در مقایسه با تجربه خدمات متفاوت و توسعه می‌یابد. به طور دقیقتر، در یک سرویس B2B، هنگامی که معامله به پایان رسید، تأثیر کیفیت خدمات بر ارزیابی‌ها و رفتارهای مربوط به خدمات مشتریان ناچیز خواهد شد (حسن، ام، حسن، اس؛ نواز و اکسل، ۲۰۱۳).

در دنیای رقابتی امروزه بسیاری از مشتریان و می‌شود برای دریافت و ارائه خدمات و محصولات بهتر در رقابت هستند. می‌شود سعی می‌کنند تا محصولاتی را ارائه نمایند که هم برای خود و هم برای مشتریان سودآوری بالایی داشته باشد. داشتن کیفیت بالا می‌تواند این امکان را ایجاد نماید تا که شرکت بتواند توانایی خود را نشان دهد و با ارائه کیفیت بالا تجربه خوبی را برای مشتریان ایجاد نماید. تجربه خدمات سبب بهبود روابط می‌گردد زمانی که مشتریان تجربه خوبی از شرکت داشته باشند بیشتر تمایل به ایجاد ارتباط با آنها هستند. محصولات را برای بلند مدت از شرکت خریداری می‌نمایند. وفاداری مشتریان برای می‌شود اهمیت زیادی دارد زیرا می‌شود می‌توانند با داشتن مشتریان وفادار بسیاری از مشکلات را بررسی و حل نمایند. تبلیغاتی که به صورت شفاهی و مثبت صورت می‌گیرد باعث می‌گردد تا دیگر مشتریان جذب این محصولات گردند. شرکت به راحتی می‌تواند محصولات خود را ارتقا و تغییر دهد. نگرانی برای فروش در بازار و هزینه تبلیغات کاهش می‌یابد. مشتریان راضی تمایل دارند تا برای مدت بیشتری از محصولات استفاده نمایند. رضایت مشتریان برگرفته از محصولاتی است که استفاده کرده‌اند و ارزشی را برای آنها ایجاد نموده است. ارزش درک شده از استفاده از محصولات شرکت باعث افزایش اعتبار شرکت می‌گردد. بسیاری از می‌شود برای کسب سود و پایداری بیشتر به دنبال این هستند تا بتوانند مشتریان خود را وفادار نگه دارند. می‌شود با ارائه خدمات با کیفیت باعث می‌گردند تا مشتریان با اطمینان بیشتری از محصولات و خدمات می‌شود استفاده نمایند. ضررهای حاصله از کیفیت پایین در این شرایط کاهش خواهد یافت. کیفیت خدمات به زمان ارائه خدمات و سرعت ارائه آن نیز مربوط می‌باشد. زمانی که مشتری تجربه خوب و مثبتی از ارائه خدمات داشته باشد می‌تواند برای برقراری ارتباط و خرید از محصولات شرکت اقدام به برنامه‌ریزی نماید. مشتریان

- 1- Meyer, & Schwager
- 2- Klaus, & Maklan
- 3- Roy, Sreejesh, & Bhatia

Stock -۴

Tontini, G., Søilen, K. S., & Silveira -۵

- 6- Hassan, Hassan, Nawaz, & Aksel

اختلاف بین انتظارات هنجاری مشتریان برای خدمات و برداشت آنها از عملکرد سرویس تعریف می‌شود. تعریف کیفیت خدمات بعنوان ارزیابی کلی یک شرکت خدمات خاص که حاصل مقایسه عملکرد آن شرکت با انتظارات عمومی مشتری از نحوه عملکرد می‌شود در آن صنعت است، ایجاد شده است (لام، لی، ایوو و فزوت، ۲۰۱۲).

فناوری زمینه جدید و آینده‌های غیر از اندازه‌گیری معمولی کیفیت خدمات است که باید در زمینه تعامل مشتری و فن‌آوری دوباره توسعه یابد. فناوری در رضایت مشتری تأثیر دارد. مشتری‌ها از شرکت‌هایی که خدمات ارائه می‌دهند در جایی که انعطاف‌پذیری بیشتری برای استفاده از خدمات از نظر آزادی در فضا یا محدودیت زمانی با استفاده از فناوری‌های مختلف وجود دارد، خدمات ارائه می‌دهند. یک پیشرفته‌ترین فناوری و طراحی به شرکت کمک می‌کند تا به وعده‌های خود در زمینه ارائه خدمات بهتر به مشتریان عمل کند. در پرتو این مباحث علاوه بر پنج مؤلفه، فناوری نیز به عنوان یک عامل مهم برای سنجش کیفیت خدمات کلی بنگاه اضافه شده است (علیزاده‌چوباری، قدیمی و مرجانی، ۲۰۱۹).

تجربه خدمات: تجربه مشتری به عنوان نتیجه تعامل مشتریان با بنگاه، از جمله تعامل با کارکنان، فن‌آوری‌های سلف سرویس و محیط سرویس تعریف می‌شود. این تعامل نه تنها بر آنچه که درباره یک مارک فکر می‌کنند و احساس می‌کنند بلکه بر قدرت ارتباط آنها با برند تأثیر می‌گذارد (چو، ژانگ، چن، چن، لی، زوو و لایو، ۲۰۱۷). در حالی که تجربه مشتری نشان دهنده تعامل مشتری مداری بین می‌شود، مارک‌ها، محصولات و خدمات است، بعد تجربه خدمات از وسعت بیشتری در بخش خدمات برخوردار است و یک مفهوم اصلی منطق غالب خدمات و پایه و اساس کلیه مشاغل محسوب می‌شود (دجلاسی، دیالو و زیلیک، ۲۰۱۸). تجربه مشتری یک ساختار جامع است که باید شامل سه مرحله کلاسیک خرید باشد: پیش خرید، خرید

مطابق گفته‌های هاگ، پی. و هاگ، ان.^۱ (۲۰۲۳)، بیشتر خدمات B2B در کنترل کیفیت، تولید و تدارکات خوب عمل می‌کنند اما در مدیریت احساسات و تجربه مشتری موفق نیستند. در امور خدماتی که تجربه مشتری در ارزیابی آن تأثیرگذار می‌باشد، تعامل خدمات (ارتباط مشتری با فروشنده) عمیقتر خواهد بود و تصمیم‌گیرندگان اصلی نقش بیشتری خواهند داشت (بیدنباچ و مارل، ۲۰۱۰). لذا، با توجه به اهمیت وفاداری می‌شود به عنوان مشتریان و تبلیغات شفاهی آنها در بازار رقابتی داخلی و وارداتی موجود، در این تحقیق در صدد پاسخگویی به این سوال هستیم که کیفیت خدمات و تجربه خدمات چه تأثیری بر رضایت مشتریان شرکت ایراندار می‌گذارد؟

۲- مبانی نظری

کیفیت خدمات: کیفیت خدمات به تفاوت بین انتظارات مشتری از خدمت و میزان خدماتی که دریافت می‌کند اشاره دارد (روی و همکاران، ۲۰۱۹) کیفیت خدمات بطور گسترده به عنوان عاملی برای سودآوری سازمان و ابزاری برای دستیابی به یک مزیت رقابتی شناخته می‌شود. کیفیت خدمات به عنوان متمرکز بر تأمین نیازها و نیازهای مشتری و چگونگی ارائه خدمات با انتظارات مشتریان مطابقت دارد^۲ تعریف شده است.

بخش خدمات در اقتصاد کشورهای جهان از اهمیت بالایی برخوردار است و خدمات در آینده به عنوان نیروی غالب در اقتصاد جهانی ادامه خواهند یافت. بنابراین، کیفیت خدمات تقریباً در سه دهه گذشته به یک زمینه تحقیقاتی تبدیل شده است.

فیت خدمات به عنوان یک ارزیابی کلی انجام شده توسط خدمات به مشتریان تعریف شده است (ال ساغی و ناتان، ۲۰۱۳)، در حالی که سایر محققان خدمات مشتری را به عنوان میزان تحقق نیازها یا انتظارات مشتریان تعریف کرده‌اند. علاوه بر این، کیفیت خدمات به عنوان میزان

1- Hague, P. & Hague, N.

2- Biedenbach, & Marell

3- El Saghier, & Nathan

4- Lam, Lee, Ooi, & Phusavat

5- Alizadeh-Choobari, Qadimi, & Marjani

6- Chu, Zhang, Chen, Chan, Lee, Zou, & Lau

7- Djelassi, Diallo, & Zielke

از آنجا که رضایت مشتری یک وضعیت عاطفی است، واکنش های پس از خرید آنها می تواند عصبانیت، ناراضی، تحریک، واقعیت، هیجان یا لذت باشد (شانکا، ۲۰۱۲). براین اساس رضایت مشتری تا حدی است که عملکرد ارائه شده توسط یک محصول متناسب با انتظارات خریدار است. اگر عملکرد محصول کمتر از حد انتظار باشد، مشتریان راضی نیستند.

رضایت مشتری پس از خرید برخی کالاها یا خدمات در مقایسه با انتظارات مشتری، بازخورد مشتری در قالب ارزیابی است. رضایت مشتری با استفاده از انتظارات مشتری با عملکرد کالا یا خدماتی که می تواند نیازها و خواسته های مشتریان را برآورده کند، سنجیده می شود. مشتری رضایت بخش بدین معنی است که بین عملکرد کالا و خدمات با امید مشتریان شباهت هایی وجود دارد، جایی که آنها را به خرید مجدد محصولات ترغیب می کند. در عین حال، مشتری ناامید مشتریان دیگر را ترغیب به خرید مجدد نمی کند و در نتیجه، آنها به سمت برند رقیب دیگری حرکت می کنند.

کوئلر و آرمسترانگ (۲۰۱۲) تعریف کردند که «رضایت مشتری به حدی است که عملکرد ادراک شده محصول با انتظارات خریدار مطابقت داشته باشد». رضایت مشتری از چندین شاخص تشکیل شده است، از جمله وفاداری، رضایت، علاقه به خرید مجدد، تمایل کمی به شکایت، تمایل به توصیه محصول و شهرت شرکت (شانکا، ۲۰۱۲). رضایت مشتری به عنوان محاسبه کلیدی در انتخاب برجسته دستیابی به تمرکز فعلی تجارت هدفمند، در نظر گرفته می شود. دانستن میزان اطمینان مشتری، به یک رابطه کمک می کند تا به بررسی قابلیت های فعالیت خود بپردازد، اهداف آینده را ترسیم کند و تمرین های اساسی را برای ماندن یا افزایش آن انجام دهد. علاوه بر این، برای رضایت از زندگی، تعیین کننده های آن (عواملی که قابلیت اطمینان از خریدار را دارند) مورد بررسی قرار می گیرد (فریرا، کابرال و ساراویا، ۲۰۱۰).

شرکت های B۲B: مدل تجاری B۲B اغلب در برابر مدل

و پس از خرید. بنابراین فرایندی است که ابعاد عاطفی و شناختی را در هم می آمیزد (وانگ، ۲۰۱۳). لمون و ورهوف (۲۰۱۶) اظهار داشتند که تجربه مشتری نتیجه تعامل بین مشتری و عناصر یا بخش هایی از سازمان مانند محصولات، خدمات یا کارمندان است. تجربه مخصوص هر مشتری است؛ بنابراین، این یک تجربه شخصی با سطوح مختلف درگیری است: عقلانی، عاطفی، حسی، جسمی و معنوی. تجربه مشتری به تمام لحظات تعامل با شرکت و همچنین با نام تجاری، محصولات، خدمات، ساختار و / یا کارمندان پاسخ می دهد (عمر، آریفین و احمد، ۲۰۱۶).

ساخت تجربه مشتری برای زمینه بازاریابی و همچنین صنعت خدمات اساسی است. بنابراین، طبق گفته های اشمیت، ژوکو براکوس و زارانتونلو (۲۰۱۵)، هر مبادله خدمات نوعی تجربه مشتری را شامل می شود. با وجود اهمیت اساسی آن، هیچ اجماعی در مورد چگونگی سنجش تجربه مشتری وجود ندارد. در بخش خدمات، عدم قطعیت در مورد اندازه گیری حتی بیشتر قابل توجه است. بنابراین، محققان باید با پیچیدگی تجربه مشتری و ویژگی های بخش و ویژگی های آن مقابله کنند. بنابراین، برای درک بهتر پدیده، چندین سازه از قبیل کیفیت خدمات، رضایت مندی و تجربه خدمات استفاده شده است (عفیقه و اسنان، ۲۰۱۵).

رضایت مشتری: رضایت مشتری به عنوان ارزیابی کلی مشتری از عملکرد یک ارائه تا به امروز تعریف شده است رضایت مشتری تابعی از انتظارات و عملکرد کیفیت خدمات است. اگر انتظارات از عملکرد بیشتر باشد، مشتری ناراضی خواهد شد و اگر عملکرد از انتظارات فزونی یابد، مشتری رضایت خواهد داشت (روی و همکاران، ۲۰۱۹). اساساً هدف از ایجاد یک تجارت ایجاد مشتریان رضایت مند است. ایجاد رضایت مشتری می تواند مزایای مختلفی از جمله ارتباط بین شرکت و مشتریان را برای هماهنگی، فراهم آوردن بستر مناسب برای خرید مجدد و ایجاد وفاداری مشتری فراهم آورد و یک توصیه نامه شفاهی را ایجاد کند که برای شرکت سودمند باشد.

- 1- Wong
- 2- Omar, Ariffin, & Ahmad
- 3- Afifah, & Asnan
- 4- Shankar
- 5- Ferreira, Cabral, & Saraiva

در کاربردهای تجارت بین شرکتی خریداران و فروشندگان تنها سازمان‌ها هستند. این نوع تجارت حدود ۸۵ درصد حجم معاملات با پوشش طیف گسترده‌ای از کاربردها به سازمان این امکان را می‌دهد تا با توزیع‌کنندگان، واسطه‌ها، تامین‌کننده‌ها، مشتریان و سایر شرکای تجاری را مجدداً سازماندهی کنند. چندین مدل کسب و کار برای کاربردهای تجارت B2B وجود دارد، مهمترین آنها بازارهای سمت فروشنده، بازارهای سمت خریدار و بورس الکترونیکی است.

پیشینه تحقیق

روی و همکاران (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان کیفیت خدمات در مقابل تجربه خدمات: یک بررسی تجربی از اثرات جانبی در خدمات بین شرکتی انجام دادند. مطالعه حاضر به بررسی نقش تجربه خدمات در خدمات بین شرکتی در مقابل کیفیت خدمات می‌پردازد. یافته‌های عمده حاکی از تأثیر بیشتر تجربه خدمات بر رضایت و ارزش درک شده در مقایسه با کیفیت خدمات است. نتایج همچنین نشان می‌دهد که اثر غیرمستقیم تجربه خدمات بر وفاداری قوی‌تر است.

فرناندز (۲۰۱۸)، تحقیقی تحت عنوان اثر واسطه‌ای رضایت مشتری در رابطه بین کیفیت خدمات، جهت‌گیری خدماتی و استراتژی آمیخته بازاریابی با وفاداری مشتری انجام دادند. هدف از این مقاله بررسی تأثیر واسطه‌ای رضایت مشتری در رابطه بین کیفیت خدمات، جهت‌گیری خدماتی و استراتژی آمیخته بازاریابی برای وفاداری مشتری بود. یافته‌ها حاکی از آن بود که کیفیت خدمات، جهت‌گیری خدماتی، و ترکیب بازاریابی استراتژی که توسط این شرکت اعمال می‌شود، نمی‌توانند مستقیماً بر وفاداری مشتری تأثیر بگذارند، این بدان معنی است که می‌شود باید ابتدا به درک نیازهای مشتری از طریق کیفیت خدمات متغیر، جهت‌گیری خدماتی، و استراتژی آمیخته بازاریابی داشته باشند تا مشتریان احساس کنند که وقتی سطح رضایت حل می‌شود، آنها (مشتریان) احساس وفاداری می‌کنند. موکرژی (۲۰۱۸) تحقیقی با عنوان تأثیر تجربه برند، کیفیت خدمات و ارزش درک شده بر تبلیغات شفاهی مشتریان خرده فروشی بانک و بررسی تأثیر واسطه وفاداری انجام

(B2B) C (تجارت به مصرف‌کننده) قرار دارد. در تجارت بنگاه به بنگاه اغلب دو طرف داد و ستد از قدرت مذاکره قابل مقایسه‌ای با هم برخوردارند و اگر هم نباشند، هر یک از طرفین معمولاً دارای پرسنل حرفه‌ای و مشاور حقوقی در مذاکره در بیان و پیگیری شرایط خود می‌شود، در حالی که در بازارهای مصرفی این روابط تا اندازه بسیار بیشتری با معیارهای اقتصادی توأم با عدم تقارن اطلاعاتی شکل می‌گیرد. به‌طور کلی حجم معاملات B2B بیشتر از حجم معاملات بازارهای مصرفی است. دلیل اصلی این است که به‌طور معمول در یک زنجیره تأمین تراکنش‌های بین شرکتی خیلی بیشتر مواد خام یا اجزای تشکیل دهنده محصول مورد معامله قرار می‌گیرد، ولی یک تراکنش بازار مصرفی فقط برای فروش محصول نهایی انجام می‌شود. برای مثال: یک کارخانه تولید اتومبیل معامله‌های بین شرکتی زیادی ایجاد می‌کند مثلاً خرید تایرها و شیشه‌های جلوی اتومبیل و انواع شلنگ‌های لاستیکی برای خودرو ولی فقط محصول نهایی تولید شده برای فروش به مشتری یک معامله مصرفی انجام می‌شود.

در اساس تجارت B2B هرآنچه که بتواند امورات خرید و فروش را سرعت و سهولت بیشتری ببخشد از قبیل شرکاء و خدمات مرتبط با تجارت همچون تأمین‌کنندگان، خریداران، حمل و نقل دریایی محصولات، (پشتیبانی)، سرویس‌های بازرسی، کاربری‌های نرم‌افزار و غیره در مکان واحدی جمع میشوند. یافتن راه‌های جدید برای ترویج روابط از طریق رسانه‌های اجتماعی در حال حاضر یک موضوع داغ در جهان و بازاریابی B2B است. شبکه‌های اجتماعی راه جدیدی را برای مکالمات و ارتباطات بین کسب و کارها ایجاد کرده‌اند. بررسی‌ها نشان داد که احتمال خرید می‌شود از طریق رسانه‌های اجتماعی نسبت به سال‌های گذشته بسیار زیاد است. شرکت‌های بنگاه به بنگاه حرفه‌ای و فرصت طلب راه‌های ابتکاری‌ای برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی به نفع خود یافته‌اند. در این مدل تجارت (بین شرکتی - B2B) خرده فروشی اهمیت و جایگاهی ندارد و خریداران به دنبال خرید عمده محصولات با سود و قیمت خوب هستند، زیرا خرده فروشی خالی از ریسک نیست و خریداران تمایلی برای خرید هر نوع جنسی را از اینترنت ندارند.

يك تحقيق پيمائشي از نوع مقطعي به شمار مي آيد. جامعه آماري مطالعه حاضر مجموعه ذينفعان درون و برون سازمانی شرکت ايراندار می باشند. جهت جمع آوری پرسشنامه از اين جامعه آماری با مراجعه به اين شرکت و کسب مجوز از مدیریت، پرسشنامه های تاييد شده از طرف متخصصين علمی، بين ذينفعان درون و برون سازمانی شرکت ايراندار توزیع شد. حجم نمونه با توجه به تکنیک معادلات ساختاری بين ۵ و ۱۵ برابر تعداد سنجها مشخص شد. تعداد نمونه ۳۳٪ نفر یعنی ۶ برابر تعداد سالم جمع آوری و مورد تجزيه و تحليل قرار گرفت. روش نمونه گیری نیز تصادفی در دسترس می باشد.

روش گردآوری داده ها: روش گردآوری داده ها به صورت کتابخانه ای و میدانی با استفاده از پرسش نامه بود.

ابزار جمع آوری داده ها: در اين تحقيق از ابزار پرسشنامه استفاده شد. اين پرسشنامه دارای ۵۵ سنجه می باشد. اندازه گیری امتيازات پرسشنامه فاصله های و بر اساس مقیاس ۵ گزینه ای ليکرت می باشد. سؤالات اين پرسشنامه در جهت مثبت و به صورت گزینه های خیلی کم، کم، متوسط، زياد، خیلی زياد به ترتيب از ۱ تا ۵ تنظيم شده است.

روايی پرسشنامه: در اين تحقيق برای سنجش اعتبار پرسشنامه از اعتبار صوری و اعتبار سازه استفاده می شود. **پايایی پرسشنامه:** در اين تحقيق برای تعيين پايایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده شد.

در اينگونه ابزار، پاسخ هر سؤال می تواند مقادير عددی مختلفی را اختيار کند. برای محاسبه ضريب آلفای کرونباخ ابتدا باید واريانس نمره های هر زیرمجموعه سؤالات پرسشنامه (یا زیر آزمون) و واريانس کل را محاسبه کرد. اندازه گیری قابلیت اعتماد از روش آلفای کرونباخ و با استفاده از نرم افزار اس.پی.اس.اس. انجام شد. بدین منظور يك نمونه اوليه شامل ۳۰ پرسشنامه از جامعه تحت بررسی جمع آوری و سپس با استفاده از داده های به دست آمده از اين پرسشنامه ها و نرم افزار اس.پی.اس.اس. میزان ضريب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد. با توجه به اینکه مقادير آلفا، از ۰/۷ بیشتر بود، پايایی پرسشنامه تائید می گردد.

داد. هدف از اين تحقيق، بررسی تأثیر تجارب پيشين تجربه برند، کیفیت خدمات و ارزش درك شده از تبلیغات شفاهی توسط مشتریان جدید بانکی در يك بازار جدید بود. نتایج نشان می دهد که تجربه برند، کیفیت خدمات و ارزش درك شده تأثیر معنی داری بر توصیه های شفاهی مشتریان بانکها دارد که اين مطالعه کمکهای بسیاری به ادبيات دانشگاهی می کند. عسگرزاد نوری و همکاران (۱۳۹۸) تحقیقی با عنوان تأثیر ارزش درك شده بر تصویر ذهنی از مقصد، رضایت و وفاداری گردشگران پزشکی (مطالعه موردی: شهر اردبیل) انجام دادند. ارزش درك شده، به عنوان عنصری اساسی در استراتژی رقابتي است و تحقیقات نشان داده است که بين کیفیت، ارزش، رضایت و تمایلات رفتاری از جمله وفاداری مشتری، قیمت، قصد خرید مجدد و تبلیغات شفاهی مثبت روابط معنادار وجود دارد.

شرکت ايراندار (سهامی خاص) در سال ۱۳۳۷ تاسیس گردید. ايراندار به عنوان یکی از شرکت های عضو گروه صنعتی گلرنگ، در زمینی به مساحت ۲۰،۰۰۰ مترمربع و زیربنای حدوداً ۱۴،۰۰۰ مترمربع در سال ۱۳۹۳ به بهره برداری رسید. تولیدات اين شرکت در حال حاضر به شرح ذیل است: انواع کاغذهای نیمه گلاسه، سوپر گلاسه، آرت، متالایز، فارما به صورت پشت چسبدار. انواع فیلم های شفاف، متالایز، و صدفی است. اين شرکت نمونه صنعتی پس از سال ها تلاش بیوقفه با مطرح کردن خود در جمع شرکت های برتر صنعت بسته بندی، توانسته سهم مناسبی از بازار داخلی را به خود اختصاص دهد. صادرات انواع محصولات تولیدی و حضور در سایر کشورها، یکی دیگر از موفقیت های ايراندار در توسعه بازار بوده است. اين شرکت علاوه بر دریافت لوح تقدیر واحد نمونه صنعتی از سازمان صنعت، معدن و تجارت استان قزوین، به عنوان یکی از پنج شرکت نخست ايران موفق به دریافت نسخه ۲۰۱۵ گواهینامه های مدیریت کیفی ۹۰۰۱، محیط زیست ۱۴۰۰ و ایمنی و سلامت شغلی ۱۸۰۰۱ نیز شده است.

۳- روش تحقيق

مطالعه حاضر يك مطالعه کاربردی توصیفی از نوع همبستگی بود. همچنین اين پژوهش از لحاظ نوع روش،

۱۰ سال، ۴ درصد دارای سابقه بین ۱۰ تا ۱۵ سال و ۵ درصد دارای سابقه بالای ۱۵ سال هستند. از آنجایی که گویه‌ها در طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای تعریف شدند؛ پس حداقل مقدار و حداکثر مقداری که می‌توانند اختیار کنند، به ترتیب برابر ۱ و ۵ است. با توجه به نتایج، همه متغیرها دارای میانگینی بیش از حد وسط طیف مورد بررسی عدد ۳، هستند که نشان دهنده این است؛ اغلب متغیرها دارای سطح بالاتر از متوسط هستند. مقدار انحراف استاندارد متغیرها عددی کوچک است که نشان دهنده پراکندگی کم داده‌ها است. تحلیل توصیفی داده‌های تحقیق در جدول شماره (۱) نشان داده شده است.

روش و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها: در پژوهش حاضر تجزیه و تحلیل‌های کمی، با استفاده از روش‌های آماری به دو صورت توصیفی و آمار استنباطی نظیر مدل معادلات ساختاری به‌آزمون فرضیه‌های تحقیق با استفاده از نرم‌افزار اس.پی. اس. اس و نرم‌افزار لیزرل پرداخته شد.

۴- یافته‌های تحقیق

با توجه به نتایج بدست آمده، ۸۴ درصد از افراد نمونه را مردان و ۱۶ درصد رازنان تشکیل می‌دهند. بنابراین، اغلب افراد نمونه مردان هستند. در بررسی سابقه کاری افراد مشخص شد، ۸ درصد دارای سابقه کمتر از ۱ سال، ۶۹ درصد دارای سابقه بین ۱ تا ۵ سال، ۲۱ درصد دارای سابقه بین ۶ تا

جدول (۱): تحلیل توصیفی داده‌های تحقیق

نام متغیر	تعداد مشاهدات	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف استاندارد
کیفیت خدمات	۳۲۲	۱٫۶۷	۴٫۱۸	۳٫۰۱۳	۰٫۴۹۴۷۴
تجربه خدمات	۳۲۲	۱٫۶۹	۴٫۳۱	۳٫۹۸۸۸	۰٫۴۷۱۶۰
ارزش درک شده	۳۲۲	۱٫۷۶	۴٫۳۹	۳٫۰۳۸۶	۰٫۵۰۵۱۵
رضایت	۳۲۲	۱٫۶۰	۴٫۶۳	۳٫۰۳۵۶	۰٫۵۱۳۴۷
وفاداری	۳۲۲	۱٫۶۷	۴٫۳۳	۳٫۰۴۳۷	۰٫۴۸۳۹۶
تبلیغات	۳۲۲	۱٫۳۱	۴٫۳۷	۳٫۹۸۴۴	۰٫۴۹۹۷۰

دلیلی برای رد فرض صفر وجود ندارد، یعنی توزیع داده‌های سنجش هریک از ابعاد نرمال هستند.

آمار استنباطی

براساس نتایج مندرج در جدول شماره (۲)؛ در تمامی موارد مقدار معنی‌داری بزرگتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین

جدول (۲): بررسی نرمال بودن داده‌های تحقیق

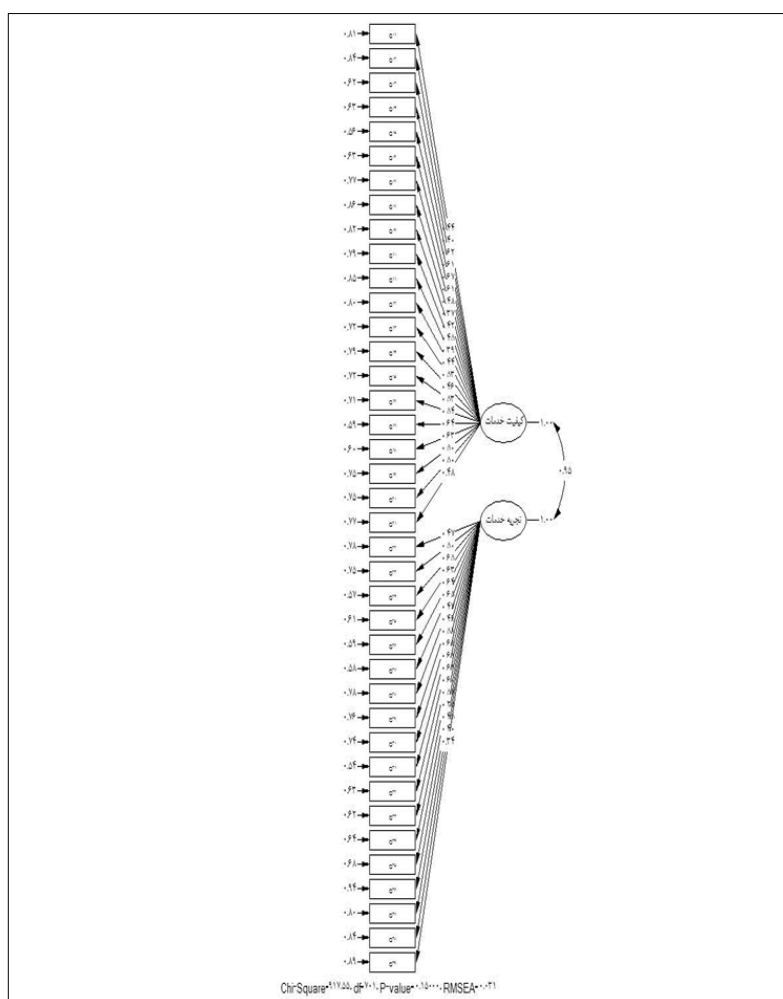
نام متغیر	تعداد مشاهدات	آماره آزمون	معناداری
کیفیت خدمات	۳۲۲	۰٫۳۰	۰٫۹۲۸
تجربه خدمات	۳۲۲	۰٫۳۶	۰٫۷۹۷
رضایت	۳۲۲	۰٫۳۱	۰٫۹۰۹

سنجش معناداری گویه‌ها: با توجه به نتایج بدست آمده شاخص KMO و بار تلت در فاصله معیار قرار دارند و لذا پیش فرض تحلیل عاملی برقرار است. که در این نتایج را در جدول شماره (۳) مشاهده می‌شود.

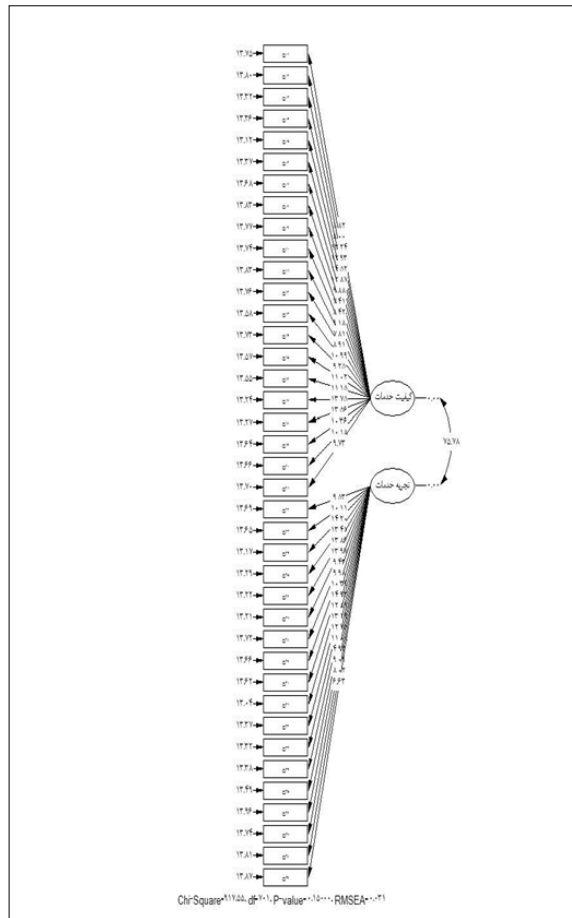
جدول (۳). آزمون بار تلت		
۰/۷۷۱	اندازه گیری کفایت نمونه KMO	
۳۰۰۶/۹۲۸	آماره آزمون	سنجش مناسب بودن همبستگی (بار تلت)
۱۴۸۵	درجه آزادی	
۰/۰۰۰	معنی داری	

(با متغیر مکنون: عامل‌ها) می‌باشد. به بیانی دیگر، قدرت رابطه‌ی بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده، به وسیله‌ی بار عاملی نشان داده می‌شود. در شکل شماره (۱)، متغیرهای پنهان با بیضی و متغیرهای آشکار گویه‌ها، با مستطیل نشان داده شده‌اند.

تحلیل عاملی تائیدی: بارهای عاملی مدل در حالت تخمین استاندارد، میزان تأثیر هر کدام از گویه‌ها را در توضیح و تبیین واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی نشان می‌دهد. به عبارت دیگر بار عاملی نشان‌دهنده میزان همبستگی هر متغیر مشاهده‌گر سؤال پرسشنامه



شکل (۱): بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی تائیدی متغیرهای تحقیق



شکل (۲): آماره تی تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای تحقیق

که خارج از این محدوده باشند، معنادار هستند. لازم به توضیح است که در سطح خطای ۵/۰ و آزمون دوطرفه (پیش فرض نرمال) مقادیر بحرانی اعداد ۱/۹۶ و -۱/۹۶ می باشند.

مدل در حالت ضرایب t یا حالت معنی داری، مقادیر آماره تی را نشان می دهد، که برای قضاوت در مورد معنی داری روابط به کار می روند. به این صورت که اگر مقادیر آماره t بین ۱/۹۶ و -۱/۹۶ قرار داشته باشند، ضرایب معنی داری نیستند و منجر به رد فرضیات تحقیق می شوند و در حالتی

جدول (۴): خلاصه نتایج بررسی روابط بین متغیرها

نتیجه	آماره سوپل	آماره تی	ضریب مسیر	فرضیه
تایید	-	۴,۱۵	۰,۶۹	تجربه خدمات بر رضایت موثر است
تایید	-	۵,۵۵	۰,۶۹	کیفیت خدمات بر رضایت موثر است
تایید	-	۳,۸۰	۰,۷۴	تجربه خدمات بر ارزش درک شده موثر است

شرکت به دست آورده است. بررسی‌ها نشان می‌دهند روی و همکاران (۲۰۱۹) نیز در پژوهش خود این فرضیه را بررسی کرده و تاثیر تجربه خدمات بر رضایت مشتری را مثبت و معنادار دانسته است و لذا با پژوهش حاضر همخوانی دارد.

مدیریت شرکت ایران‌دار پیشنهاد می‌شود، تعداد کانال‌های ارتباطی خود با مشتری‌تان را افزایش داده و با نظارت دقیق بر نحوه پاسخگویی از لحظه تماس تارفع نیاز مشتری، تعداد شکایات را کاهش دهند. به مدیریت شرکت ایران‌دار پیشنهاد می‌شود، نیازهای مشتریان را به درستی شناسایی کرده و بر اساس نیازهای فعلی، درخواست‌های آینده آن‌ها را نیز پیش بینی و شناسایی نموده و پاسخگویی را در بلند مدت تضمین کنند. همچنین براساس یافته‌ها می‌توان گفت کیفیت خدمات بر رضایت موثر است؛ تحلیل داده‌ها نشان دادند که رضایت مشتریان تحت تاثیر ۶۹ درصدی کیفیت خدمات است. یعنی کیفیت خدمات، رضایت مشتریان را تا ۶۹ درصد افزایش خواهد داد. از پذیرش این فرضیه چنین استنباط می‌شود که اگر شرکت امکانات لازم برای رفع نیازهای مشتریان را فراهم کند و به منظور ارائه خدمات یک زمان بندی دقیق و منظم داشته باشد، خرید مشتریان را به یکی از بهترین خاطرات آن‌ها از خرید تبدیل خواهد نمود. یعنی یک مشتری می‌تواند بر اساس سطح کیفی خدمات دریافتی خود، میزان رضایت‌مندی خود را دچار دستخوش کند. بررسی پیشینه‌های تحقیق نشان داد روی و همکاران (۲۰۱۹) در میان محققین خارجی و توکلی و همکاران (۱۳۹۶) و نعیم‌اوی و گسگری (۱۳۹۵) در میان محققین داخلی از جمله کسانی بودند که در پذیرش این فرضیه با تحقیق حاضر همخوانی داشتند. براین اساس به مدیریت شرکت ایران‌دار پیشنهاد می‌شود، یکی از اصلی‌ترین اهداف شرکت رضایت مشتریان قرار داده و با توجه کارکنان در این رابطه، تلاش کنند تا با فعالیت‌های کاری، رضایت وی را جلب کنند. به مدیریت شرکت ایران‌دار پیشنهاد می‌شود، قبل از فروش کالا و خدمات، مشتریان را مورد ارزیابی قرار داده و علایق و خواسته‌های آن‌ها را به طور دقیق شناسایی کنند و سپس بر اساس آیت‌های روان‌شناسی که به دست آورده‌اند، و با آگاهی کامل درباره

تجربه خدمات بر رضایت موثر است. برای بررسی درستی این فرضیه از آماره‌تی استفاده شد. نتایج بدست آمده از آزمون، بیانگر این است که مقدار ضریب مسیر رابطه میان دو متغیر برابر ۵۷/۰ محاسبه شده است. آماره‌تی نیز ۱۲/۴ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی تی در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد با اطمینان ۹۵٪ مشارکت کارآفرینی بر رفاه تاثیرگذار است.

کیفیت خدمات بر رضایت موثر است. برای بررسی درستی این فرضیه از آماره‌تی استفاده شد. نتایج بدست آمده از آزمون، بیانگر این است که مقدار ضریب مسیر رابطه میان دو متغیر برابر ۵۷/۰ محاسبه شده است. آماره‌تی نیز ۴/۱۲ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی تی در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد با اطمینان ۹۵٪ مشارکت کارآفرینی بر رفاه تاثیرگذار است.

۵- نتیجه‌گیری

مشتریان هر شرکت، اصلیتیرین عنصر تمرکز مدیران هستند. چرا که آنها می‌توانند آینده و موفقیت شرکت را تعیین کنند. به وجود آمدن احساسات مثبت مانند؛ رضایت، وفاداری، درک کیفیت خدمات و... توسط مشتریان می‌تواند شرایط مطلوبی را در شرکت ایجاد کند. مشتریان با تبلیغاتی که انجام می‌دهند، تاثیرگذاری بالاتری بر دیگران دارند، چرا که به عنوان یک عضو با تجربه، می‌توان به آنها اعتماد بیشتری کرد. لذا هدف این تحقیق تاثیر کیفیت خدمات و تجربه خدمات بر رضایت مشتری در خدمات B2B بود. نتایج بدست آمده نشان داد که تجربه خدمات بر رضایت موثر است؛ بر اساس نتایج تحلیل داده‌ها، تاثیر تجربه خدمات می‌تواند رضایت مشتریان شرکت ایران‌دار را ۶۹٪ افزایش دهد، یعنی با افزایش یک واحد تجربه خدمات، رضایت مشتریان به اندازه ۶۹٪ بهبود خواهد یافت. پذیرش این فرضیه نشان می‌دهد زمانی که مشتریان بتوانند به راحتی با شرکت ارتباط برقرار نموده و نیازهای وی را با آنها برای طی کردن روندهای اداری در میان بگذارند، سطح رضایت بالاتری را تجربه خواهند نمود. بر این اساس کسب مرتبه اول خدماتی که از شرکت دریافت میشوند و یا محصولات خریداری شده توسط مشتری، در گرو تجربه ایست که وی در دفعات قبلی و در خرید از این

مشتریان، برنامه‌ریزی و عمل کنند. در نهایت براساس یافته‌های تحقیق با توجه به این که این تحقیق در شرکت ایران‌دار صورت گرفته است، به محققین آتی پیشنهاد می‌گردد که تحقیق‌های خود را در سایر شرکت‌ها انجام داده و به مقایسه نتایج بایکدیگر بپردازند. به محققین آتی توصیه می‌گردد تحقیقی با موضوع بررسی تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر تبلیغات شفاهی مثبت انجام دهند.

منابع

- ۱- عسگرزاد نوری، باقر؛ نعمتی، ولی و عباسقلی‌زاده، ناطق. (۱۳۹۸). تاثیر ارزش درك شده بر تصویر ذهنی از مقصد، رضایت و وفاداری گردشگران پزشکی (مطالعه موردی: شهر اردبیل)، سلامت و بهداشت، ۱۰، (۱).
- 2-Afifah, N., & Asnan, A. (2015). The impact of corporate social responsibility, service experience and intercultural competence on customer company identification, customer satisfaction and customer loyalty (case study: PDAM Tirta Khatulistiwa Pontianak West Kalimantan). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 277-284.
- 3-Alizadeh-Choobari, O., Qadimi, M., & Marjani, S. (2019). Evaluation of 2-m temperature and precipitation products of the Climate Forecast System version 2 over Iran. *Dynamics of Atmospheres and Oceans*, 88, 101105.
- 4-Biedenbach, G., & Marell, A. (2010). The impact of customer experience on brand equity in a business-to-business services setting. *Journal of brand management*, 17, 446-458.
- 5-Chu, S. K. W., Zhang, Y., Chen, K., Chan, C. K., Lee, C. W. Y., Zou, E., & Lau, W. (2017). The effectiveness of wikis for project-based learning in different disciplines in higher education. *The internet and higher education*, 33, 49-60.
- 6-Djelassi, S., Diallo, M. F., & Zielke, S. (2018). How self-service technology experience evaluation affects waiting time and customer satisfaction? A moderated mediation model. *Decision Support Systems*, 111, 38-47.
- 7-El Saghier, N., & Nathan, D. (2013, April). Service quality dimensions and customers' satisfactions of banks in Egypt. In *Proceedings of 20th international business research conference* (Vol. 13).
- 8-Ferreira, I., Cabral, J., & Saraiva, P. (2010). An integrated framework based on the ECSI approach to link mould customers' satisfaction and product design. *Total Quality Management*, 21(12), 1383-1401.
- 9-Fernandes, A. A. R. (2018). The mediation effect of customer satisfaction in the relationship between service quality, service orientation, and marketing mix strategy to customer loyalty. *Journal of Management Development*, 37(1), 76-87.
- 10-Hague, P., & Hague, N. (2023). *B2B customer experience: A practical guide to delivering exceptional CX*. Kogan Page Publishers.
- 11-Hassan, M., Hassan, S., Nawaz, M. S., & Aksel, I. (2013). Measuring customer satisfaction and loyalty through service fairness, service quality and price fairness perception: an empirical study of Pakistan Mobile telecommunication sector. *Science International*, 25(4), 971-980.
- 12-Lam, S. Y., Lee, V. H., Ooi, K. B., & Phusavat, K. (2012). A structural equation model of TQM, market orientation and service quality: Evidence from a developing nation. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- 13-Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding customer experience. *Harvard business review*, 85(2), 116.

- 14-Mukerjee, K. (2018). The impact of brand experience, service quality and perceived value on word of mouth of retail bank customers: Investigating the mediating effect of loyalty. *Journal of Financial Services Marketing*, 23(1), 12-24.
- 15-Omar, M. S., Ariffin, H. F., & Ahmad, R. (2016). Service quality, customers' satisfaction and the moderating effects of gender: A study of Arabic restaurants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 384-392.
- 16-"Phil" Klaus, P., & Maklan, S. (2012). EXQ: a multipleitem scale for assessing service experience. *Journal of Service Management*, 23(1), 5-33.
- 17-Roy, S., Sreejesh, S., & Bhatia, S. (2019). Service quality versus service experience: An empirical examination of the consequential effects in B2B services. *Industrial Marketing Management*, 82, 52-69.
- 18-Shanka, M. S. (2012). Bank service quality, customer satisfaction and loyalty in Ethiopian banking sector. *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, 1(1), 001-009.
- 19-Stock, R. M. (2011). How does product program innovativeness affect customer satisfaction? A comparison of goods and services. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 813-827.
- 20-Tontini, G., Søilen, K. S., & Silveira, A. (2013). How do interactions of Kano model attributes affect customer satisfaction? An analysis based on psychological foundations. *Total Quality Management & Business Excellence*, 24(11-12), 1253-1271.
- 21-Wong, I. A. (2013). Exploring customer equity and the role of service experience in the casino service encounter. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 91-101.

©Authors, Published by Journal of Intelligent Knowledge Exploration and Processing. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



مقاله پژوهشی

بررسی نگرش کارکنان نسبت به سازمان به عنوان نهاد حریص و تاثیر آن بر هویت سازمان

Doi: 10.30508/KDIP.2022.349667.1045

زهرا رجائی (نویسنده مسئول) | علی عسگری^۱ | علی اکبر همایون

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور، بیرجند، ایران

۲- دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران.

۳- دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور، بیرجند، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۰۶

صفحه: ۶۳ - ۴۶

چکیده:

هدف تحقیق حاضر بررسی نگرش کارکنان نسبت به سازمان به عنوان نهاد حریص و تاثیر آن بر هویت سازمان می باشد جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کارکنان اداره کل آموزش و پرورش خراسان جنوبی که براساس جدول مورگان به صورت تصادفی ساده حجم نمونه انتخاب شد. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه سازمان حریص عسگری و جوانجت (۱۳۹۹) و هویت سازمانی چنی (۱۹۸۳) بود که تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار اسمارت پی.ال.اس انجام شد بارهای عاملی همه گویه ها به جز سوال ۱۴ که از مدل حذف شد از ۰/۴ بیشتر بود. همچنین سازه های آلفای کرونباخ، AVE و CR در محدوده مطلوب قرار داشتند، بنابراین اعتبار گویه ها مطلوب است. مقدار قدر مطلق آماره t برای تاثیر سازمان حریص بر هویت سازمانی برابر با ۱۱/۹۹۶ است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، سازمان حریص بر هویت سازمانی تاثیر معنی داری دارد. مقدار ضریب مسیر برابر با ۰/۶۷۴- و منفی است، بنابراین سازمان حریص بر هویت سازمانی تاثیر منفی و معنی داری دارد و فرضیه اصلی تایید می شود. مقدار قدر مطلق آماره t برای تاثیر فشار شغلی بر هویت سازمانی برابر با ۲/۲۶۰ و از ۱/۹۶ بیشتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، فشار شغلی بر هویت سازمانی تاثیر معنی داری دارد. مقدار ضریب مسیر برابر با ۰/۲۳۲- و منفی است، بنابراین فشار شغلی بر هویت سازمانی تاثیر منفی و معنی داری دارد. بنابراین فرضیه فرعی اول تایید می شود. مقدار قدر مطلق آماره t برای تاثیر حمایت سازمانی بر هویت سازمانی برابر با ۴/۶۴۵ و از ۱/۹۶ بیشتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، حمایت سازمانی بر هویت سازمانی تاثیر معنی داری دارد. مقدار ضریب مسیر برابر با ۰/۴۷۱- و منفی است، بنابراین حمایت سازمانی بر هویت سازمانی تاثیر منفی و معنی داری دارد. بنابراین فرضیه فرعی دوم تایید می شود. مقدار قدر مطلق آماره t برای تاثیر افسردگی شغلی بر هویت سازمانی برابر با ۱/۳۱۸ و از ۱/۹۶ کمتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، افسردگی شغلی بر هویت سازمانی تاثیر معنی داری ندارد. بنابراین فرضیه فرعی سوم تایید نمی شود و نیکویی برآزش مدل بیانگر برآزش مطلوب مدل می باشد.

کلمات کلیدی: سازمان به عنوان نهاد حریص، هویت سازمان، آموزش و پرورش خراسان

جنوبی

۱- مقدمه

منابع انسانی بزرگ‌ترین سرمایه و عامل اصلی پیشرفت یک کشور است. کشور ما نیز به منظور کاهش وابستگی به درآمدهای حاصل از فروش نفت که دیر یا زود به اتمام خواهد رسید، راهی جز تأکید و تکیه بیشتر بر نیروی انسانی خود ندارد (براک و کوپر، ۲۰۰۸). نیروی انسانی به عنوان مهم‌ترین و باارزش‌ترین سرمایه سازمان، عوامل سازمانی هستند که می‌توانند با بهینه استفاده کردن سایر منابع، سازمانی قدرتمند و پویا ایجاد نمایند. عدم توجه صحیح به مدیریت منابع انسانی در سازمان‌ها و ادارات، همچنین بکارگیری روش‌های غیرعلمی در توسعه انسانی، وابستگی عاطفی و روانی فرد به سازمان خود را تحت تأثیر قرار داده و باعث عدم احساس مسئولیت و وفاداری و تعهد در میان کارکنان و به تبع آن هویت سازمان می‌شود (توماس، ۲۰۱۰). بنابراین باید برای بهبود کیفی نیروی انسانی بسیار کوشید؛ صرفاً آموزش‌های تخصصی کافی نیست، بلکه بهبود نگرش‌ها و تعدیل ارزش‌های افراد نیز لازم است (کویی، ۱۹۹۵). تعهد یک حالت روانی بوده که نشان دهنده‌ی تمایل، نیاز و الزام فرد به ادامه خدمت در سازمان و به عبارتی تبیین کننده میزان وفاداری و تعلق فرد به سازمان است که هویت سازمان را متاثر می‌کند. از طرف دیگر، نگرش کارکنان نسبت به سازمان موضوعی است که از دیرباز نظر محققان و عموم مردم را به خود جلب کرده است (اتوماکوپولو و چیوا، ۲۰۰۷؛ مرسر، ۲۰۰۵). شاید علت جذابیت گسترده نگرش کارکنان نسبت به سازمان این باشد که نگرش کارکنان، فرآیندی بسیار اسرارآمیز است که در زندگی همه افراد وجود دارد. در اکثر موارد، دانشمندان علوم رفتاری کوشیدند تا بدانند مسائلی چون پرداخت بر مبنای عملکرد، ارزیابی از عملکرد کارکنان، سیاست‌های به کار گرفته شده برای ایجاد امنیت شغلی کارکنان، ایجاد ارتباط با کارکنان و مشتریان، شناخت نیازها و انتظارات آنان، توجه به برنامه‌ریزی‌های بلندمدت، کاهش مقررات خشک و بورکراسی در سازمان‌ها، ایجاد انعطاف و خلاقیت،

ایجاد کارهای گروهی و تیمی در سازمان‌ها، گسترده کردن مفهوم آموزش در سازمان‌ها و ارگان‌ها، ایجاد امنیت روحی و روانی برای کارکنان و توجه به مسأله رفاه آنان از جمله عواملی است که باعث نوع نگرش آنان به سازمان می‌شود (گیدنس، ۱۹۹۰). نوع نگرش کارکنان به سازمان همواره مورد توجه بوده است چرا که نوع نگرش نسبت به سازمان در متغیرهای زیادی اثرگذار است و هویت سازمانی که برداشت عمیق از معنای مشترک در یک سازمان است، متاثر از همین نگرش است. امروزه سازمان‌ها برای موفقیت با یکدیگر رقابت می‌کنند، سازمان‌ها برای اینکه از کورس رقابت عقب نمانند، فشار کاری زیادی به کارکنان خود وارد می‌کنند. افزایش شدت کار در طی ۲۰ سال گذشته به ویژه در سازمان‌های حرفه‌ای، باعث افزایش یک دید انتقادی به این سازمان‌ها شده است، که آنها را سازمان‌های حریص می‌نامند. به دلیل رقابت شدید در بازارهای جهانی، شرکت‌ها بر این باور بودند که با استفاده ترکیبی از راهبردها در جهت کاهش هزینه‌ها و افزایش کیفیت، بهره‌وری و عملکرد کارکنان افزایش باید. افزایش فشار کار و کاهش رضایت شغلی به ویژه برای کارگران حرفه‌ای که در انجام وظایف روزانه، آزادی عمل دارند، گزارش شده است. یک تحقیق در سراسر انگلستان توسط دانشگاه کمبریج صورت گرفت که در آن بیش از ۳۰٪ مصاحبه دقیق و عمیق با مردان و زنانی که در طیف گسترده‌ای از صنایع و مشاغل به کار بودند، انجام شد. نتایج نشان داد که عدم امنیت شغلی به ویژه در میان کارکنان حرفه‌ای در دهه ۱۹۹۰ افزایش یافته است (اسچین، ۱۹۹۹؛ بلکمر، ۱۹۹۹). بیش از ۴۰ درصد آنها بیان کردند که به هیچ وجه و یا؛ خیلی کم، می‌توانند به مدیران اعتماد کنند و ۷۵ درصد آنها باور داشتند که مدیران و کارمندان در یک جبهه قرار ندارند. عدم امنیت شغلی و تشدید کار، با سلامت عمومی ضعیف و روابط خانوادگی متشنج همراه بوده است. بیش از دو سوم آنها بیان کردند که «همیشه» و یا «به طور منظم» بیش از ساعت کاری معمول، کار کرده‌اند. کوزر مؤسسات

- 1- Burke, & Cooper
- 2- Thompson
- 3- Coopey
- 4- Antonacopoulou, & Chiva
- 5- Mercer
- 6- Schein
- 7- Blackmore

استفاده کرد. از جمله متغیرهای متقدم و موثر، نوع نگرش به سازمان نام برد. نگرش کارکنان به سازمان به عنوان نهاد حریص یک نگرش مهم شغلی و سازمانی است که در طول سال‌های گذشته مورد علاقه بسیاری از محققان رشته‌های؛ رفتار سازمانی و روان‌شناسی اجتماعی بوده است. این نگرش در طول سه دهه گذشته دستخوش تغییراتی شده است که عمده‌ترین تغییر در این قلمرو، مربوط به نگرش چند بعدی به این مفهوم تا نگرش یک بعدی به آن بوده است (گرین، ۲۰۰۸). همچنین با توجه به تحولات اخیر در حیطه کسب و کار از جمله کوچک‌سازی‌ها، تعدیل و ادغام‌های شرکت‌ها در یکدیگر، عده‌ای از صاحب‌نظران را بر آن داشته تا اظهار کنند استعمار انسانی و تشدید کار، بیگانگی و فرمان‌برداری نیروی کار (جدا کردن کارگر از کنترل او بر کار) به منظور «استخراج ارزش اضافی» است، که تأثیرات منفی فردی چون کاهش سلامتی و رفاه کارکنان؛ استرس شغلی؛ فرسودگی شغلی و روحیه پایین کارکنان را به دنبال دارد. (پریمان، ۲۰۰۶) که بیان‌گر این است که اثر نگرش کارکنان نسبت به سازمان بر دیگر متغیرهای مهم در حوزه مدیریت باید بیشتر مورد توجه قرار بگیرد. با مطالعه تحقیقات گذشته مورد مشابیهی که به نگرش کارکنان نسبت به سازمان به عنوان نهاد حریص پردازد وجود ندارد بنابراین انجام تحقیقاتی مانند تحقیق حاضر ضروری به نظر می‌رسد.

۲- مبانی نظری

بارترام و همکاران (۲۰۱۴)، عناصر ساختاری حریص «کوزر» را ذیل موارد زیر خلاصه می‌کنند:

- (۱) تحریم ارتباطات اجتماعی فرد با هدف کم کردن مشارکت در حوزه‌های اجتماعی بیرونی
- (۲) ساکن و منفعل بودن هویت اعضا در ساختار نمادین سازمان
- (۳) ترویج احساس منحصر به فرد بودن و نخبگی، اغلب بر اساس تمایز اخلاقی بین خودی و افراد بیرونی
- (۴) محاکمات سرسختی که اعضای کمتر وفادار و یا ضعیف‌تر را از بین می‌برد، تا حداکثر سازگاری درون سازمانی

حریص را به عنوان گروه‌هایی معرفی کرد که «مطالبات کلی از اعضا دارند و تلاش می‌کنند کل شخصیت فرد را در حلقه خود قرار دهند» (بروچل و همکاران، ۱۹۹۹). چنین نهادهایی «به دنبال وفاداری منحصر به فرد و یکپارچه هستند و تلاش می‌کنند، مطالبات خودمختارانه و موقعیت‌طلبانه را در کسانی که در صدد بدست آوردن جایگاهی در مؤسسه هستند، کاهش دهند. در عین حال خواست‌های آن‌ها در مورد فرد همه‌جانبه و پابرجا است به نظر می‌رسد این ترکیب تأسف بار و به تبع آن کاهش هویت فرد و سازمان از تغییرات مهم در سازمان باشد. تحقیق حاضر قصد دارد تا به بررسی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر نگرش کارکنان نسبت به سازمان به عنوان نهاد حریص و تأثیر آن بر هویت سازمان می‌پردازد. امروزه اندیشمندان سازمان و مدیریت بیان می‌کنند که مهم‌ترین و ارزشمندترین سرمایه سازمان، سرمایه انسانی آن است و توجه به این سرمایه گران‌بها، بر روند شکست یا کامیابی سازمان تأثیر مستقیم دارد. لذا تلاش برای توسعه تعهد در کارکنان امر مهمی است که مدیران باید به آن توجه داشته باشند. لپ تاپ، ایمیل، اینترنت و تلفن‌های همراه، زمان موجود برای کار در قطارها، هواپیماها و حتی در خانه را به حداکثر رسانده است اما این با وجود این تغییرات سیاست‌های منابع انسانی طوری طراحی شده است که در نگرش مثبت کارکنان و هویت سازمانی موثر باشد در حالی که روش‌های صحیح تولید، مدیریت کیفیت جامع (TQM) و کار گروهی در سرتاسر صنایع گسترش یافته است، کارکنان از طریق طرح نظارت، شرکت در جلسات و آموزش‌های طراحی شده، توانمند شده‌اند. محققان زیادی بررسی می‌کنند که آیا احساس هویت و تعلق هم ارتقاء یافته است؟ یافته‌های تحقیقاتی که رابطه معنی‌داری بین نگرش‌های کارکنان با هویت سازمانی و تعهد کاری نشان داده‌اند، موجب گردیده، روان‌شناسان صنعتی و سازمانی به جستجوی متغیرهایی برآیند که بر هویت سازمان و تعهد کارکنان تأثیر دارند. آنها اضافه می‌کنند که با به دست آوردن این یافته‌ها، می‌توان در جهت توصیه به مدیران منابع انسانی به منظور مطلوب ساختن نگرش‌های شغلی، حذف رفتارهای کناره‌گیری

1- Burchill etal

2- Perryman

را ايجاد كند.

در ابتدای امر، این مفهوم برای توصیف و بحث در مورد ویژگی‌های نهادهای خاص نظیر؛ کلیسا، احزاب سیاسی، نیروهای مسلح و خانواده پیشنهاد شد؛ سپس سبک مدیریتی مطروحه خود را به سایر سازمان‌ها تعمیم داد و خاطر نشان کرد که نهادهای خاص، از طریق استفاده از تکنیک‌های خاص، «ادعای مالکیت در مورد اعضای خود» دارند. یعنی اولاً، این نهادها به دنبال «وفاداری منحصر به فرد و بی‌قید و شرط» اعضای خود هستند و از اعضای خود خواسته‌های قابل توجه در مورد مدت زمان کار طولانی داشته و به شدت به اتخاذ تدابیر وسیع برای «فعال‌سازی وفاداری و تعهد همه جانبه اعضا»، تکیه می‌کنند. ثانیاً، آنها مانند یک مؤسسه انحصاری که «تلاش می‌کند از ادعای اعضا برای تصدی نقش یا رقابت جلوگیری کند»، عمل می‌کنند. این امر بوسیله ایجاد جو انحصاری مؤسسه و تحت فشار قرار دادن اعضا برای «تضعیف (یا قطع) روابط خود با دیگر موسسات و یا افرادی به دست می‌آید که با تقاضاهای سازمانی خود تعارض دارند. ثالثاً؛ سازمان با ایجاد ارتباطات نزدیک با هویت اجتماعی اعضای خود از طریق عناصر انحصاری و مسدودسازی راه‌های ارتباطی اعضا با جهان خارج از مؤسسه، آنها را وادار می‌کنند تا هویت اجتماعی خود را در «جهان نمادین» مؤسسه پیدا کنند. انحصار این مؤسسات و مطالبات فوق‌العاده‌ای که از اعضای خود دارند، منجر شده که کوزر از آنها به عنوان «حریص» یاد کند. چرا که ویژگی‌های سیری‌ناپذیر و دست‌کاری شده (قوانین کار)، این نهادها از ویژگی‌های کلیدی آنها است (بارترام، بارچلی و تناکودی، ۲۰۱۴).

از آنجایی که رابطه بین نهاد حریص و فرد منحصر به فرد است و رقابت را تحمل نمی‌کند، این استثمار انسانی و تشدید کار، بیشتر با زمان کار و ساعات کاری مرتبط است، بنابراین می‌توان گفت از ویژگی‌های تعیین‌کننده این سازمان‌ها عبارتند از؛ عدم حمایت سازمانی و در نتیجه تشدیدکار، پیوند صمیمانه آن با استثمار، بیگانگی و فرمان‌برداری نیروی کار (جدا کردن کارگر از کنترل او بر کار) به منظور «استخراج ارزش اضافی» است که با تأثیرات و نشانه‌های منفی فردی همچون؛ افسردگی شغلی، فشار

سازمانی و در نتیجه فرسودگی شغلی؛ و روحیه‌ی پایین کارکنان در پی این عدم حمایت سازمانی همراه است، که در نتیجه تمام این موارد، اثرات جریان منفی این سبک مدیریت در اجتماع، از جمله؛ عدم تعادل خانواده و کار نیز، غیر قابل چشم‌پوشی است (ایگر، ۲۰۱۳).

هویت سازمانی شامل؛ خصیصه‌ها و ویژگی‌های یک سازمان است که اعضا آنها را به عنوان ویژگی‌های هسته‌ای منحصر و مستمر سازمان درک کرده‌اند. هویت سازمانی در طول دو دهه اخیر از جمله؛ تعاریف غالب و شایع این مفهوم بوده و بسیاری از پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه نیز بر مبنای آن بوده است. مفهوم هویت سازمانی به عنوان پدیده‌ای در سطح سازمان شناخته می‌شود. خصیصه هسته‌ای سازمان در سیستم عقاید، ارزش‌ها و هنجارهای محوری که در ماموریت سازمان بیان شده و باعث ایجاد ادراک و اقدام می‌شود، ریشه دارد. آنها عنوان می‌دارند که ادراک اعضا از منحصر به فرد بودن هویت سازمان بر اساس مقایسه آن با سازمانهای مرجع و بخصوص رقبای اصلی آن شکل می‌گیرد (پوسا، ۲۰۰۶).

هویت سازمانی می‌تواند به عنوان یک سیستم تعبیر و تفسیر یا به عنوان مجموعه‌ای از؛ شناخت‌های مشترک و یا به عنوان زبان و رفتار مشترک نگریسته شود. هویت سازمانی، ادراکی در مورد سازمان است و در تعبیر و تفسیر اعضای سازمان از موضوعات استراتژیکی که سازمان با آن روبروست نفوذ کرده، آن را هدایت می‌کند و اعضا را برای حمایت و پشتیبانی از اهداف استراتژیک سازمان برمی‌انگیزاند. هویت سازمانی قوی به عنوان یک مزیت رقابتی مهم برای سازمان تلقی شده و قوت و استحکام آن به درک اعضا از ویژگی‌ها و مشخصات سازمان و درجه‌ای که به ویژگی‌ها اعتقاد دارند، بستگی دارد. هویت سازمانی به سرمایه‌گذاری بیشتر کارکنان در کارشان منجر می‌شود و سطح بالاتری از همکاری میان فردی و ارتباط بهتر با ذی‌نفعان می‌شود. در بخش آموزش این امر باعث افزایش توانایی یک سازمان در ایجاد منابع مالی بیشتر می‌شود. هویت سازمانی و سایر شکل‌های تعلق و دلبستگی مانند تعهد و وفاداری نتایج مطلوبی مانند؛ افزایش رضایت کاری، کاهش غیبت، کاهش جابجایی کارکنان، و اثربخشی به

همراه خواهد داشت (چنی، ۱۹۸۳).

ابعاد هویت سازمانی از نظر چنی به این شرح است: بعد عضویت؛ احساس تعلق، پیوستگی و کشش احساسی، ارجاع به خود به عنوان عضو سازمان و افتخار به عضویت در سازمان. بعد وفاداری: وفاداری به سازمان و اشتیاق به تحقق اهداف سازمان. بعد شباهت: ادراك از داشتن ویژگی‌های مشترك در سازمان.

طاهری و نورافکن (۱۳۹۴) در پژوهش خود بیان کردند، بررسی ارتباط بین جهت‌گیری‌های ارزشی با تعهد سازمانی در بین دبیران آموزش و پرورش شهرستان ممسنی بود. پژوهش از نوع توصیفی است. آزمون آنالیز واریانس یک طرفه نشان داد تفاوت آماری معنی‌داری میان رشته تحصیلی در میزان هیچ یک از متغیرهای جهت‌گیری ارزشی (کل) و جهت‌گیری ارزشی زیبایی‌شناختی، اقتصادی و اجتماعی در سطح ۰/۰۵ وجود ندارد، اما تفاوت آماری معنی‌داری میان رشته تحصیلی در میزان هر یک از متغیرهای جهت‌گیری ارزشی نظری، سیاسی و مذهبی وجود داشت.

عسگری (۱۳۹۴) در مقاله‌ای تحت عنوان سازمان‌های حریص به بررسی استدلال و شواهد علیه سازمان یادگیرنده پرداخته است. این مقاله به بررسی این پارادوکس عمده می‌پردازد که نهادهای مدرن به نظر می‌رسد، وعده‌رهای می‌دهند. اما با این وجود، مکانیزم‌های سرکوب را به جای تحقق سازمان یادگیرنده ایجاد می‌کنند. در این مقاله سرمایه انسانی به صورت افراطی مورد سوء استفاده واقع شده و روح معلمان توسط مدیران به جای عدالت اجتماعی با وسواس در بهره‌وری و کارایی تسخیر شده است. بر اساس شواهد موجود می‌توان چنین بیان کرد که وقوع رویاء و یا کابوس هر دو محتمل است. با وجود یک محیط دلسردکننده در عصر حاضر، برخی تلاش‌های صادقانه در ایجاد دایره موفقیت، مؤثر بوده است. راه دیگر اینکه، حتی اگر آنها با تلاش از قبل تعیین شده به درگیر کردن و توانمندسازی کردن افراد اقدام کرده باشند، به سرعت پروژه‌های مدیریتی نتیجه‌مدار منقضی خواهد شد. مرز بین آموزش و بهره‌کشی ممکن است، کوچک‌تر از آن باشد، که به نظر برسد.

فرجی و ابراهیمی (۱۳۹۵) بیان کردند که رعایت و برقراری عدالت یکی از مهم‌ترین وظایف هر مدیر و انسان در هر شرایطی است. عدالت از بارزترین معیارهای زندگی اجتماعی است. عدالت سازمانی نقش مهم و تعیین‌کننده بر نگرش کارکنان، رضایت شغلی کارکنان، تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی دارد. هدف این پژوهش بررسی تاثیر عدالت سازمانی بر تعهد سازمانی و نگرش شغلی کارکنان می‌باشد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که عدالت سازمانی بر تعهد سازمانی و نگرش شغلی تاثیر دارد.

تکه‌ئی و رجب‌لو (۱۳۹۶) در پژوهشی با هدف بررسی تاثیر هویت سازمانی بر نگرش کارکنان، عدالت و تعهد سازمانی کارکنان اداره آموزش و پرورش شهرستان گنبد کاووس بود. این پژوهش، از طریق نظرخواهی و با استفاده از نظر افراد به بررسی وضعیت موجود پرداخته، در ردیف تحقیقات توصیفی قرار دارد، و چون به بررسی رابطه بین تاثیر هویت سازمانی بر نگرش کارکنان، عدالت و تعهد سازمانی کارکنان پرداخته است از نوع همبستگی است. همچنین از نظر هدف در حوزه تحقیقات کاربردی قرار دارد و از لحاظ توجه به زمان، گذشته‌نگر است. جامعه آماری مورد نظر کلیه کارکنان ادارات آموزش و پرورش شهرستان گنبد کاووس می‌باشند. نتایج تحقیق نشان داد که: هویت سازمانی بر نگرش کارکنان، عدالت و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

خاندانی و همکاران (۱۳۹۶) تحقیقی با هدف بررسی رابطه بین نگرش مدیران با تعهد سازمانی و خلاقیت در دانشگاه شهید باهنر کرمان در سال تحصیلی ۱۳۹۳-۱۳۹۲ انجام شده است. روش انجام پژوهش، پیمایش و جامعه آماری، این پژوهش را مدیران دانشگاه شهید باهنر کرمان تشکیل می‌دهند. در مجموع تعداد جامعه آماری ۱۰۰ نفر می‌باشد. با توجه به تعداد کم مدیران از روش تمام‌شماری استفاده شده است. جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استاندارد شده نگرش دینی، تعهد سازمانی و خلاقیت استفاده شده است. داده‌های پژوهش، با استفاده از آمار توصیفی ضریب همبستگی پیرسون و آزمون رگرسیون مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد

اجتماعی سازمان بر ادراک از تناسب فرد. سازمان مثبت و معنی دار است. همچنین، تأثیر ادراک از تناسب فرد. سازمان بر هویت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک شده مثبت و معنی دار است. در ادامه، نتایج آنها نشان داد که تأثیر هویت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک شده بر تعهد عاطفی کارکنان مثبت و معنی دار است. تأثیر هویت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک شده به عنوان میانجی رابطه بین تناسب فرد. سازمان و تعهد عاطفی کارکنان نیز به شکل مثبت و معنی داری تأیید شد.

کشفی، استیری و شاه حسینی (۱۳۹۵) نگهداری و حفظ کارکنان متخصص در سازمان‌ها و افزایش عملکرد ایشان، دغدغه همیشگی بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها در عرصه رقابت بوده است. میزان رسیدن به این اهداف، به مؤلفه‌های بسیاری از جمله درک حمایت‌های سازمان و سرپرست از سوی کارکنان بستگی دارد. در پژوهش پیش رو به بررسی تأثیر درک حمایت‌های سازمان و سرپرست بر تعهد سازمانی و عملکرد فردی کارکنان پرداخته می‌شود. به این منظور، نمونه‌هایی از طریق تمام شماری آماری از شرکت اپتیک با ۲۶ نفر از کارکنان مطالعه شده است. تحلیل نتایج به دست آمده از داده‌های گردآوری شده به کمک روش همبستگی و رگرسیون چندگانه (گام به گام) در نرم افزار اس.پی.اس.اس. نشان داد، حمایت سازمانی و سرپرست ادراک شده بر ابعاد عاطفی و هنجاری تعهد سازمانی و بر هر دو بعد وظیفه‌های و زمینه‌ای عملکرد فردی تأثیر مثبت و معنی داری می‌گذارد و تنها میان حمایت‌های سازمانی و سرپرست ادراک شده با تعهد مستمر رابطه معنی داری وجود ندارد.

یزدی و جعفری (۱۳۸۹) این پژوهش به منظور بررسی اثر تعاملی بین ابعاد فشار روانی و رضایت شغلی مدیران انجام شد. به این دلیل از میان مدیران سطوح مختلف از سه شرکت مواد نفتی در سه شهر ایران، ۱۴۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده‌اند. برای اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش (فشار روانی شغلی و رضایت شغلی) از پرسشنامه نشانگان استرس و منابع فشار روانی شغلی دیویس، رابینز و مک لی و شاخص توصیف شغلی (IDI) اسمیت، کندال و هیولین استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که میزان رضایت شغلی در ابعاد مختلف آن با ابعاد

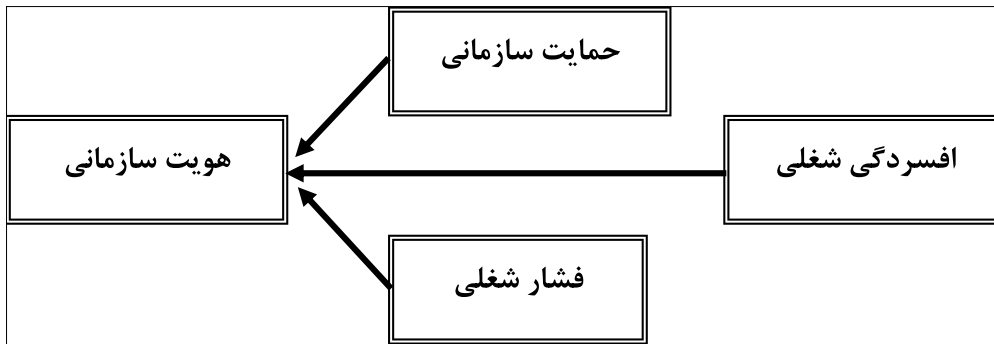
که در مجموع متغیرهای ورودی به مدل، فقط متغیر تعهد سازمانی تأیید گردید و به تنهایی قادر است که ۹/۴۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته خلاقیت مدیران را پیش بینی و تبیین می‌نماید. در پایان پیشنهاد می‌گردد که هر ساله دانشگاه‌ها با پرکردن پرسشنامه‌های نگرش دینی، تعهد سازمانی و خلاقیت به بررسی وضعیت سازمان خود برآیند تا چنانچه که سازمان دچار ضعف و بیماری شده باشد، به سرعت در صدد درمان آن برآیند.

مهدوی نژاد (۱۳۹۷) در تحقیقی که با عنوان بررسی رابطه هویت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان پست بانک ایران استان کرمان انجام دادند. بیان کردند که بین هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان پست بانک رابطه مثبت معنی داری وجود دارد. به علاوه، نتایج نشان داد که مولفه‌های هویت سازمانی قادرند به طور معنی داری از تغییرات رفتار شهروندی سازمانی را پیش بینی کنند. همچنین از بین مولفه‌های هویت سازمانی به ترتیب، عضویت، وفاداری و شباهت بیشترین رابطه را با رفتار شهروندی سازمانی داشته‌اند.

استاجی (۱۳۹۸) امروزه سازمان‌ها و مدیران عالی سازمان‌ها اذعان دارند که کارکنان بزرگ‌ترین دارایی آنها هستند. منابع انسانی در سازمان‌ها از مهم‌ترین سرمایه‌ها و ثروت سازمان به حساب می‌آیند، لذا توجه به مفاهیمی چون؛ نگرش شغلی، تعهد سازمانی، رضایت شغلی و وابستگی شغلی می‌تواند اطلاعات مفیدی برای برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، افزایش کارایی، عملکرد بالا در اختیار سازمان قرار دهد. نگرش شغلی بیان‌گر تصورات فرد درباره کار و جنبه‌های مختلف محیط کار به صورت مثبت یا منفی می‌باشد. نوع نگرش در کسب موقعیت‌های فردی و سازمانی حائز اهمیت می‌باشد و از طرفی آگاهی و توجه مدیران به این موضوع زمینه‌ساز، پیش‌بینی رفتار سازمانی کارکنان می‌گردد.

رنجی جفرودی و نصراللهی مقدم (۱۳۹۹) در مقاله‌ای به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی درک شده بر تعهد عاطفی کارکنان با توجه به نقش میانجی تناسب فرد. سازمان، هویت سازمان، و حمایت سازمانی ادراک شده پرداختند و با بررسی ۱۷۷ نفر از کارکنان سازمان منطقه آزاد بندرانزلی و نتایج معادله‌های ساختاری تأثیر ادراک از مسئولیت

مختلف فشار روانی شغلی رابطه تعاملی دارد و رضایت شغلی ۴۹٪ واریانس فشار روانی و همچنین فشار روانی ۵۲٪ واریانس رضایت شغلی مدیران و سرپرستان را تبیین می‌کند. با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان پیشنهاد کرد که نقش و وظایف مدیران شفاف سازی شود و از ایجاد بیگانگی و سبک باری نقش جلوگیری شود، تا میزان فشار روانی مدیران کاهش یابد. با توجه به مبانی نظری و پیشینه‌های ارزیابی شده می‌توان مدل مفهومی تحقیق را به شرح شکل شماره (۱) نشان داد.



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

قالب پرسشنامه به شرح جدول شماره (۱) ذکر شده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس. انجام شد. بارهای عاملی همه گویه‌ها به جز سوال ۱۴ که از مدل حذف شد از ۰/۴ بیشتر بود.

۳- روش تحقیق

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل؛ کارکنان اداره کل آموزش و پرورش خراسان جنوبی است. با توجه به تعداد جامعه آماری تحقیق و بر اساس جدول مورگان، تعداد نمونه به صورت تصادفی ساده تعیین شد. ابزار گردآوری داده‌ها در

جدول (۱): ابزارهای گردآوری داده‌ها		
ابعاد	منبع	متغیر
حمایت سازمانی	عسکری و جوانبخت (۱۳۹۹)	سازمان حریص
افسردگی شغلی		
فشار شغلی		
احساس همبستگی	چنی (۱۹۸۳)	هویت سازمانی
وفاداری یا حمایت از سازمان		
مشابهت یا ادراک مشخصه‌های مشترک		

۴- یافته‌های تحقیق

پرسشنامه را با سازه‌ها مورد بررسی قرار می‌دهد. جدول شماره (۲) نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای گویه‌های پرسشنامه را نشان می‌دهد.

جهت بررسی مدل، ابتدا برای سنجش روابط متغیرهای پنهان با گویه‌های سنجش آنها از مدل بیرونی استفاده شده است. مدل بیرونی ارتباط گویه‌ها یا همان سوالات

جدول (۲): تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای پنهان

متغیرها	گویه‌ها	بار عاملی	انحراف استاندارد	آماره t
حمایت سازمانی	q۱	۵۹۳/۰	۱۰۸/۰	۴۷۷/۵
	q۱۰	۸۶۸/۰	۰۳۳/۰	۰۴۱/۲۶
	q۱۲	۵۷۵/۰	۱/۰	۷۲۵/۵
	q۱۳	۸۲۹/۰	۰۴/۰	۷۰۴/۲۰
	q۱۵	۵۹۹/۰	۰۸۲/۰	۲۷۲/۷
	q۱۶	۷۶۱/۰	۰۵۷/۰	۴۲۱/۱۳
	q۱۹	۷۲۲/۰	۰۸۲/۰	۷۸۲/۸
	q۲۱	۶۶۶/۰	۰۶۳/۰	۵۵۳/۱۰
	q۲۲	۷۴۷/۰	۰۷۴/۰	۰۹۴/۱۰
	فشار شغلی	q۲	۶۶۵/۰	۱۲۷/۰
q۳		۷۵۱/۰	۰۹۶/۰	۷۹/۷
q۶		۷۶۱/۰	۰۹۱/۰	۳۳۹/۸
q۸		۶۸۲/۰	۰۹۷/۰	۰۶۲/۷
q۹		۷۷۲/۰	۰۹۱/۰	۴۸۴/۸
q۱۱		۶۰۷/۰	۱۲۶/۰	۸۱۴/۴
q۱۴		۳۲۷/۰	۱۶۵/۰	۹۸۲/۱
افسردگی شغلی		q۴	۷۵۷/۰	۰۹۳/۰
	q۵	۶۷۶/۰	۱۱۹/۰	۶۶/۵
	q۷	۶۶۲/۰	۱/۰	۶۱۲/۶
	q۱۷	۸۴۳/۰	۰۶۴/۰	۱۲۵/۱۳
	q۱۸	۸۲۲/۰	۰۷۲/۰	۳۸۶/۱۱
	q۲۰	۶۴۲/۰	۰۹۹/۰	۴۶۴/۶

جدول (۲): تحليل عاملی تاییدی متغیرهای پنهان

متغیرها	گویه‌ها	بار عاملی	انحراف استاندارد	آماره t
احساس همبستگی	q۲۳	۷۸۴/۰	۰۵۷/۰	۷۱۲/۱۳
	q۲۴	۴۴۳/۰	۱۳۱/۰	۳۹۳/۳
	q۲۵	۸۶۱/۰	۰۳۵/۰	۸۳۱/۲۴
	q۲۶	۹۱۱/۰	۰۲۲/۰	۷۹۶/۴۱
	q۲۷	۸۶۵/۰	۰۲۶/۰	۴۳۷/۳۳
	q۲۸	۶۶۲/۰	۰۸۱/۰	۲۲۵/۸
	q۲۹	۶۷۵/۰	۰۹۳/۰	۲۴۲/۷
وفاداری	q۳۰	۷۴۲/۰	۱۰۲/۰	۲۴۳/۷
	q۳۱	۷۴۲/۰	۰۸۴/۰	۸۸۶/۸
	q۳۲	۶۴۸/۰	۰۹۲/۰	۰۷۴/۷
	q۳۳	۸۳/۰	۰۴۲/۰	۵۸۸/۱۹
	q۳۴	۶۵/۰	۰۹۸/۰	۶۱۱/۶
	q۳۵	۶۴۴/۰	۱۶۳/۰	۹۵۵/۳
	q۳۶	۶۹/۰	۱۴۱/۰	۸۸۴/۴
مشابهت	q۳۷	۷۷۸/۰	۱۰۵/۰	۳۸۷/۷
	q۳۸	۷۷/۰	۱۱۳/۰	۲۵۶/۶
	q۳۹	۸۲۸/۰	۰۹۶/۰	۵۸۳/۸
	q۴۰	۷۱۲/۰	۰۹۹/۰	۲۱۹/۷

بر اساس نتایج جدول شماره (۳) ملاحظه می‌شود که مقادیر بارهای عاملی همه گویه‌ها به جز گویه‌ی، ۱۴ از ۰/۴ بیشتر است. همچنین مقادیر آماره t برای همه گویه‌ها از ۱/۹۶ بیشتر است. بنابراین باید گویه ۱۴ حذف شود و مجدداً روایی بررسی شود.

جدول (۳): تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای پنهان پس از اصلاح							
متغیرها	گویه ها	بار عاملی	انحراف استاندارد	آماره t	AVE	CR	آلفای کرونباخ
حمایت سازمانی	q1	۵۹۳/۰	۱۰۸/۰	۴۷۸/۵	۵۰۹/۰	۹۰۲/۰	۸۷۶/۰
	q1۰	۸۶۸/۰	۰۴/۰	۵۳۸/۲۱			
	q1۲	۵۷۵/۰	۱۰۵/۰	۴۹/۵			
	q1۳	۸۲۹/۰	۰۴۲/۰	۶۸۷/۱۹			
	q1۵	۵۹۹/۰	۰۸۱/۰	۳۵۳/۷			
	q1۶	۷۶۱/۰	۰۵۴/۰	۱۷۳/۱۴			
	q1۹	۷۲۲/۰	۰۸۵/۰	۵۱۵/۸			
	q۲۱	۶۶۶/۰	۰۶۲/۰	۷۹/۱۰			
	q۲۲	۷۴۷/۰	۰۸۳/۰	۰۵۵/۹			
فشار شغلی	q۲	۶۸۶/۰	۱۰۱/۰	۸۰۵/۶	۵۰۹/۰	۸۶۱/۰	۸۰۷/۰
	q۳	۷۵۱/۰	۰۶۶/۰	۳۹۳/۱۱			
	q۶	۷۶/۰	۰۶/۰	۵۸۸/۱۲			
	q۸	۶۷۱/۰	۰۷۵/۰	۹۵۳/۸			
	q۹	۷۸۸/۰	۰۵۵/۰	۲۳۴/۱۴			
	q۱۱	۶۰۹/۰	۱۱۴/۰	۳۳۷/۵			
افسردگی شغلی	q۴	۷۵۷/۰	۱۰۳/۰	۳۲۸/۷	۵۴۴/۰	۸۷۶/۰	۸۳۵/۰
	q۵	۶۷۶/۰	۱۲۵/۰	۴۰۷/۵			
	q۷	۶۶۲/۰	۱۰۱/۰	۵۲۴/۶			
	q1۷	۸۴۳/۰	۰۷۷/۰	۰۱۱/۱۱			
	q1۸	۸۲۲/۰	۰۸۷/۰	۴۵۱/۹			
	q۲۰	۶۴۲/۰	۰۹۲/۰	۰۰۵/۷			
احساس همبستگی	q۲۳	۷۸۴/۰	۰۵۷/۰	۷۲۸/۱۳	۵۹۵/۰	۸۹۴/۰	۸۵۵/۰
	q۲۴	۴۴۳/۰	۱۴۸/۰	۹۹/۲			
	q۲۵	۸۶۱/۰	۰۴/۰	۳۱۷/۲۱			
	q۲۶	۹۱۱/۰	۰۲۱/۰	۶۸۷/۴۲			
	q۲۷	۸۶۵/۰	۰۲۹/۰	۳۵۳/۳۰			
	q۲۸	۶۶۲/۰	۰۸۳/۰	۹۶۲/۷			

جدول (۳): تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای پنهان پس از اصلاح

متغیرها	گویه‌ها	بار عاملی	انحراف استاندارد	آماره t	AVE	CR	آلفای کرونباخ
وفاداری	q29	۰.۶۷۵	۰.۰۹۱	۴۲۳/۷	۰.۵۱۵	۰.۸۶۳	۰.۸۱۲
	q30	۰.۷۴۲	۰.۰۸۱	۱۳۸/۹			
	q31	۰.۷۴۲	۰.۰۷۸	۵۲۳/۹			
	q32	۰.۶۴۸	۰.۱	۴۵۴/۶			
	q33	۰.۸۳	۰.۰۳۶	۸۹۴/۲۲			
	q34	۰.۶۵	۰.۰۸۸	۳۶۳/۷			
مشابهت	q35	۰.۶۵	۰.۱۲۶	۱۶۱/۵	۰.۵۳۱	۰.۸۷۱	۰.۸۲۴
	q36	۰.۶۹۳	۰.۱۱۱	۲۱۹/۶			
	q37	۰.۷۷۴	۰.۰۷۸	۹۵۱/۹			
	q38	۰.۷۰۲	۰.۰۹۱	۷۰۵/۷			
	q39	۰.۸۲۴	۰.۰۶۱	۴۶۵/۱۳			
	q40	۰.۷۱۳	۰.۰۶۹	۲۶۹/۱۰			

بایستی ۰/۷ یا بالاتر باشد که نشان از کافی بودن سازگاری درونی می‌باشد. همچنین مقادیر آلفای کرونباخ برای همه متغیرها بیش از ۰/۷ است.

برای بررسی روایی واگرا از روش فورنل و لارکر (۱۹۸۱) استفاده می‌شود. جذر AVE هر متغیر در قطر اصلی قرار دارد و مقادیر همبستگی متغیرها در زیر قطر اصلی قرار گرفته است. لزوم تایید روایی واگرا در این روش، بیشتر بودن قطر اصلی از مقادیر زیرین آن می‌باشد.

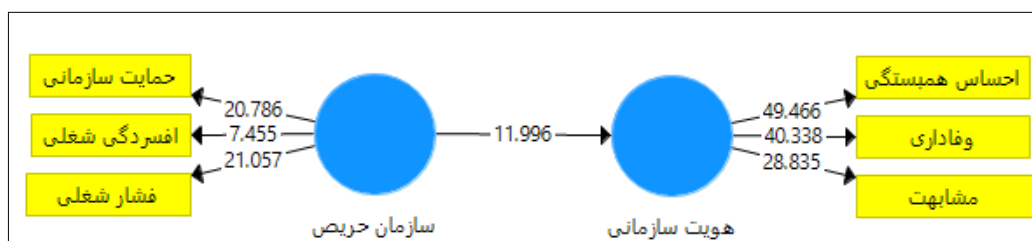
بر اساس نتایج جدول شماره (۳)، ملاحظه می‌شود که مقادیر بارهای عاملی همه گویه‌ها از ۰/۴ بیشتر است. همچنین مقادیر آماره t برای همه گویه‌ها از ۱/۹۶ بیشتر است. همچنین دو شاخص AVE و CR سازه‌های مورد بررسی نیز در محدوده مطلوب قرار دارند، بنابراین اعتبار گویه‌ها مطلوب است. برای اندازه‌گیری پایایی مدل در اسمارت پی. ال. اس. از شاخص پایایی ترکیبی استفاده می‌شود. پایایی مرکب هم بنا به گفته فورنر و لارکر (۱۹۸۱)

1- Composite reliability

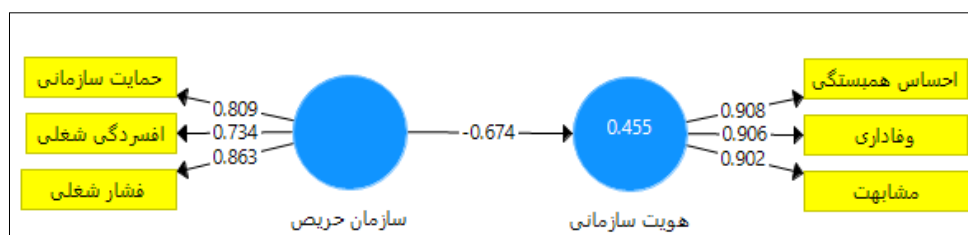
جدول (۴): بررسی روایی همگرا (روش فورنل ولارکر)						
وفاداری	مشابهت	فشار شغلی	حمایت سازمانی	افسردگی شغلی	احساس همبستگی	
					۷۷۱/۰	احساس همبستگی
				۷۳۸/۰	۴۱۱/۰-	افسردگی شغلی
			۷۱۴/۰	۳۵۲/۰	۶۱۹/۰-	حمایت سازمانی
		۷۱۴/۰	۵۳۹/۰	۶۰۹/۰	۴۳۳/۰-	فشار شغلی
	۷۲۸/۰	۵۰۷/۰-	۴۸۴/۰-	۳۴۱/۰-	۶۴۵/۰	مشابهت
۷۱۷/۰	۷۱۶/۰	۵۰۶/۰-	۴۶۹/۰-	۴۸۹/۰-	۶۱۱/۰	وفاداری

نمودار مسیر مدل تحقیق را برای فرضیه اصلی و شکل های شماره (۴) و (۵)، مدل معادلات ساختاری و نمودار مسیر مدل تحقیق را برای فرضیه های فرعی نشان می دهد.

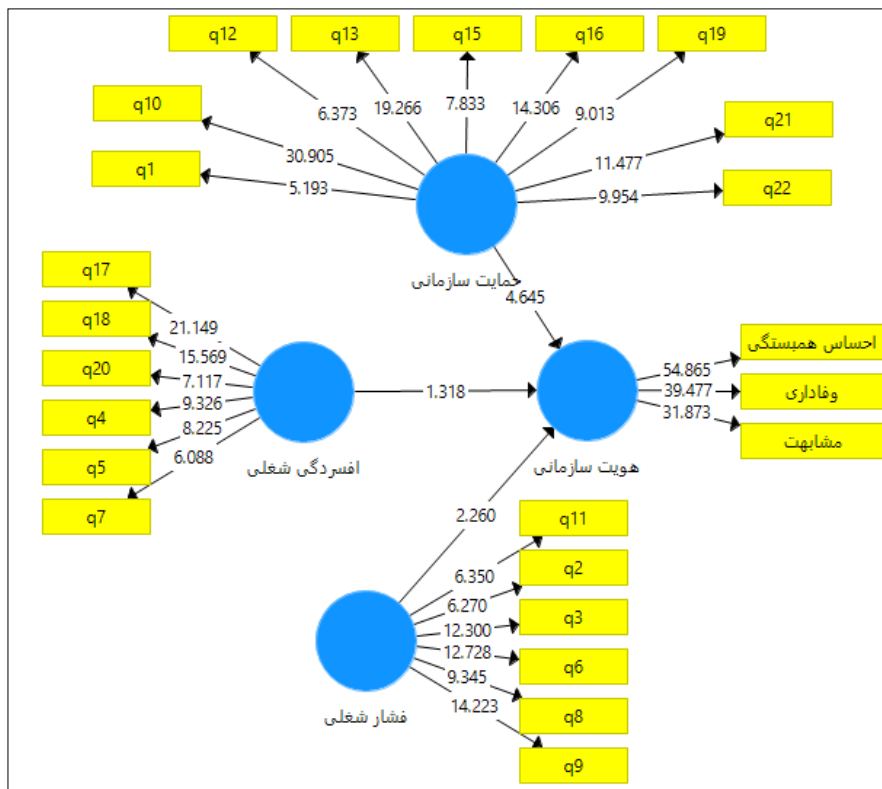
با توجه به جدول شماره (۴) روایی واگرا به روش فورنل و ولارکر تأیید می شود. بعد از بررسی برازش مدل های اندازه گیری، به برازش مدل ساختاری پژوهش می پردازیم. شکل های شماره (۲) و (۳)، مدل معادلات ساختاری و



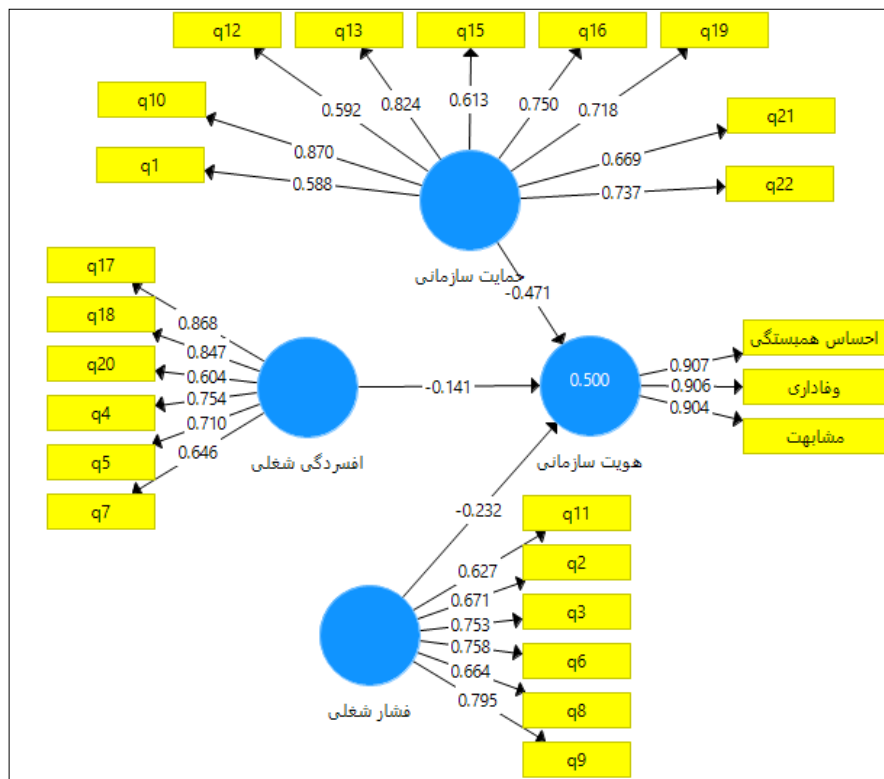
شکل (۲): مدل معادلات ساختاری به همراه آماره های t (فرضیه اصلی)



شکل (۳): مدل معادلات ساختاری به همراه ضرایب استاندارد شده (فرضیه اصلی)



شکل (۴): مدل معادلات ساختاری به همراه آماره‌های t (فرضیه‌های فرعی)



شکل (۵): مدل معادلات ساختاری به همراه ضرایب استاندارد شده (فرضیه‌های فرعی)

قدرت پیش بینی مدل در متغیرهای وابسته رامشخص می کند. به اعتقاد آن ها مدل هایی که دارای برازش بخش ساختاری قابل قبول هستند، باید قابلیت پیش بینی شاخص های مربوط به سازه های درون زای مدل را داشته باشند. با توجه به شکل های (۳) و (۵)، ضرایب تعیین و معیار استون گایسر متغیرهای وابسته در دو مدل در جدول شماره (۵) ارائه شده است.

به منظور ارزیابی مدل ساختاری (درونی) از معیارهای اساسی ضریب تعیین و ارزیابی ضرایب مسیر استفاده می شود که در ادامه به تفکیک مراحل مورد بررسی این معیارها گزارش می شود.

از طرفی ضریب تعیین نسبت به ضریب همبستگی معیار گویاتری است. این ضریب بیان کننده درصد تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل می باشد... معیار ارتباط پیش بین (معیار استون-گایسر (Q2))

مدل	متغیرهای وابسته	R ²	Q ²	شدت
۱	هویت سازمانی	۴۵۵/۰	۳۵۹/۰	متوسط- قوی
۲	هویت سازمانی	۵۰۰/۰	۳۷۸/۰	متوسط- قوی

در جدول شماره (۶) معنی داری مسیرهای بین متغیرهای پنهان از نظر آماری توسط مقادیر t به عنوان آماره آزمون گزارش شده است.

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر استاندارد شده	انحراف معیار	قدر مطلق آماره t	نتیجه
اصلی	سازمان حریص -> هویت سازمانی	۰/۶۷۴	۰/۵۶	۱۱/۹۹۶	تایید
فرعی	افسردگی شغلی -> هویت سازمانی	۰/۱۴۱	۰/۱۰۷	۱/۳۱۸	رد
	حمایت سازمانی -> هویت سازمانی	۰/۴۷۱	۰/۱۰۱	۴/۶۴۵	تایید
	فشار شغلی -> هویت سازمانی	۰/۲۳۲	۰/۱۰۳	۲/۲۶۰	تایید

بنابراین سازمان حریص بر هویت سازمانی تاثیر منفی و معنی داری دارد. بنابراین فرضیه اصلی تایید می شود. مقدار قدر مطلق آماره t برای تاثیر فشار شغلی بر هویت سازمانی برابر با ۲/۲۶ و از ۱/۹۶ بیشتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، فشار شغلی بر هویت سازمانی تاثیر معنی داری دارد. مقدار ضریب مسیر برابر با ۰/۲۳۲- و منفی است، بنابراین فشار شغلی بر هویت سازمانی تاثیر منفی و معنی داری دارد. بنابراین فرضیه فرعی اول تایید می شود. مقدار قدر مطلق آماره t برای تاثیر

نتایج معنی داری ضرایب براساس مقدار آماره t گزارش شده است. به طوری که اگر مقدار قدر مطلق آماره t از ۱/۹۶ بیشتر باشد، با اطمینان ۹۵ درصد می توان نتیجه گرفت که متغیر مستقل بر متغیر وابسته تاثیر دارد.

طبق جدول شماره (۶)، مقدار قدر مطلق آماره t برای تاثیر سازمان حریص بر هویت سازمانی برابر با ۱۱/۹۹۶ و از ۱/۹۶ بیشتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، سازمان حریص بر هویت سازمانی تاثیر معنی داری دارد. مقدار ضریب مسیر برابر با ۰/۶۷۴- و منفی است،

حمایت سازمانی بر هویت سازمانی برابر با ۴/۶۴۵ و از ۱/۹۶ بیشتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، حمایت سازمانی بر هویت سازمانی تاثیر معنی داری دارد. مقدار ضریب مسیر برابر با ۰/۴۷۱- و منفی است، بنابراین حمایت سازمانی بر هویت سازمانی تاثیر منفی و معنی داری دارد. بنابراین فرضیه فرعی دوم تایید می شود. مقدار قدر مطلق آماره t برای تاثیر افسردگی شغلی بر هویت سازمانی برابر با ۱/۳۱۸ و از ۱/۹۶ کمتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، افسردگی شغلی بر هویت سازمانی تاثیر معنی داری ندارد. بنابراین فرضیه فرعی سوم تایید نمی شود.

تنها شاخص برازش مدل در تکنیک حداقل مجذورات جزئی شاخص GOF است. مقادیر ۰/۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این شاخص معرفی شده است. این شاخص با استفاده از میانگین هندسی شاخص R^2 و میانگین شاخص های افزونگی قابل محاسبه است. محاسبه این شاخص به کمک فرمول زیر انجام شد، و به این ترتیب برازش مناسب مدل تایید گردید.

مدل اصلی

$$GOF \text{ مدل کلی} = \sqrt{Communalities \times \bar{R}^2} = \sqrt{0.733 \times 0.455} = \sqrt{0.733 \times 0.455} = 0.577$$

مدل فرعی

$$GOF \text{ مدل کلی} = \sqrt{Communalities \times \bar{R}^2} = \sqrt{0.598 \times 0.500} = \sqrt{0.598 \times 0.500} = 0.546$$

۵- نتیجه‌گیری

نیروی انسانی به عنوان مهم‌ترین و باارزش‌ترین سرمایه سازمان، عوامل سازمانی هستند که می‌توانند با بهینه استفاده کردن سایر منابع، سازمانی قدرتمند و پویا ایجاد نمایند. عدم توجه صحیح به مدیریت منابع انسانی در سازمان‌ها و ادارات، همچنین بکارگیری روش‌های غیرعلمی در توسعه انسانی، وابستگی عاطفی و روانی فرد به سازمان خود را تحت تاثیر قرار داده و باعث عدم احساس مسئولیت و وفاداری و تعهد در میان کارکنان و به تبع آن هویت سازمان می‌شود. بنابراین باید برای بهبود کیفی نیروی انسانی بسیار کوشید؛ صرفاً آموزش‌های تخصصی کافی نیست، بلکه بهبود نگرش‌ها و تعدیل ارزش‌های افراد نیز لازم است. با توجه به نتایجی که در بخش قبلی، بدست آمد؛ می‌توان همسویی نتایج این پژوهش را با پیشینه‌های پژوهشی به این شرح بیان نمود. در مقایسه با پژوهش عسگری (۱۳۹۴)؛ وقوع رویاء و یا کابوس هر دو محتمل است. با وجود یک محیط دلسرد کننده در عصر حاضر، برخی تلاش‌های صادقانه در ایجاد دایره موفقیت، مؤثر بوده است. راه دیگر اینکه، حتی اگر آنها با تلاش از قبل تعیین شده به درگیر کردن و توانمندساز کردن افراد اقدام کرده باشند، به سرعت پروژه‌های مدیریتی نتیجه‌مدار منقضی خواهد شد. مرز بین آموزش و بهره‌کشی ممکن است کوچک‌تر از آن باشد که به نظر برسد. در پژوهش تکه‌ئی و رجب‌لو (۱۳۹۶) هویت سازمانی بر نگرش کارکنان، عدالت و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. در پژوهش فرجو و ابراهیمی (۱۳۹۵)؛ عدالت سازمانی نقش مهم و تعیین کننده بر نگرش کارکنان، رضایت شغلی کارکنان، تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی دارد. عدالت سازمانی بر تعهد سازمانی و نگرش شغلی تاثیر دارد. در پژوهش مهدوی‌نژاد (۱۳۹۷)، بین هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد. به علاوه، مولفه‌های هویت سازمانی قادرند به طور معنی‌داری از تغییرات رفتار شهروندی سازمانی را پیش‌بینی کنند. همچنین از بین مولفه‌های هویت سازمانی به ترتیب؛ عضویت، وفاداری و شباهت بیشترین رابطه را با رفتار شهروندی سازمانی

داشتند. در پژوهش استاجی (۱۳۹۸) نوع نگرش در کسب موقعیت‌های فردی و سازمانی حائز اهمیت می‌باشد و از طرفی آگاهی و توجه مدیران به این موضوع زمینه‌ساز پیش‌بینی رفتار سازمانی کارکنان می‌گردد. در پژوهش کشفی، استیری و شاه حسینی (۱۳۹۵) حمایت سازمانی و سرپرست ادراک شده بر ابعاد عاطفی و هنجاری تعهد سازمانی و بر هر دو بعد وظیفه‌های و زمینه‌ای عملکرد فردی تأثیر مثبت و معنی‌داری می‌گذارد و تنها میان حمایت‌های سازمانی و سرپرست ادراک شده با تعهد مستمر رابطه معنی‌داری وجود ندارد. در پژوهش یزدی و جعفری (۱۳۸۹) میزان رضایت شغلی در ابعاد مختلف آن با ابعاد مختلف فشار روانی شغلی رابطه تعاملی دارد. در صورتی که نقش و وظایف مدیران شفاف‌سازی شود و از ایجاد بیگانگی و سبک باری نقش جلوگیری شود تا میزان فشار روانی مدیران کاهش یابد. بنابراین پیشنهاد می‌شود؛ سازمان در اتخاذ تصمیمات پیرامون مسائل سازمان از نظرات کارکنان استفاده نماید. مدیریت سازمان برای جلوگیری از مشکلات روحی و جسمی و همچنین دلهره و استرس از کارکنان خود حمایت کند، به شخصیت انسانی کارمندان در سازمان بیشتر توجه شود. مدیریت سازمان جهت جلوگیری از تداخل امور سازمانی و زمانی که کارکنان در خدمت خانواده هستند، برنامه‌ریزی دقیق انجام دهند. که کارکنان بین خواسته‌های سازمان و خانواده گرفتار نشوند. لازم است سازمان بستری محیا کند که کارکنان امکان و اجازه اظهار نظر در خصوص تصمیمات شورای معاونین داشته باشند. از طرفی ابتکار عمل در انجام وظایف از سوی سازمان مورد استقبال و از آن قدردانی می‌شود. چون نیروی انسانی سازمان مهم‌ترین ابزار رسیدن سازمان به اهداف سازمان است؛ مدیریت سازمان باید در کنار برنامه‌ریزی برای رسیدن به اهداف سازمانی به جبران خدمات و پیشرفت سازمانی کارکنان توجه نماید. از سویی سازمان دوره‌های دانش‌افزایی مفید و مرتبط با تخصص‌های موجود برگزار کند. سازمان هم با طراحی برنامه‌های شادی‌بخش و انگیزه‌آفرین احساس کنند، هویت و وفاداری در کارکنان ایجاد نماید.

منابع

- ۶- استاجی، احمد. (۱۳۹۴). نقش نگرش و رفتار در سازمان، اولین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری، تهران.
- ۷- تکه‌ئی، محمدحسین؛ رجب‌لو، یاسر. (۱۳۹۶). کیفیت زندگی کاری ضرورت بالتدگی در سازمان‌ها، تهران: نشر به‌آوران.
- ۸- خاندانی، حسین؛ میرجعفری، احمد؛ مجاهدی جهرمی، سعیده. (۱۳۹۰). رابطه کیفیت زندگی کاری با تعهد سازمانی و میزان بهره‌وری در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی جهرم، فصلنامه علمی پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۳، ۴۰-۲۵.
- ۹- رنجی جفرودی، نیما؛ نصراللهی مقدم، پدram. (۱۳۹۹). تاثیر مسئولیت اجتماعی درک شده بر تعهد عاطفی کارکنان با توجه به نقش میانجی تناسب فرد سازمان، هویت سازمان، و حمایت سازمانی/ادراک شده. <https://civilica.com/doc/1172215>.
- ۱۰- طاهری، مجید؛ نورافکن، رضا. (۱۳۹۴). بررسی رابطه کیفیت زندگی کاری و سلامت سازمانی در مدارس متوسطه.
- ۱۱- عسگری، علی، (۱۳۹۴). سازمان‌های حریص، همایش ملی مدیریت و آموزش، ملایر، <https://civilica.com/doc/365984>.
- ۱۲- فرجی، گیتا؛ ابراهیمی، باقر. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین کیفیت زندگی کاری و تعارض کار خانواده با عملکرد شغلی کارکنان مرد متاهل، فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، ۴(۱۰)، ۷۲-۵۷.
- ۱۳- کشفی، محمدعلی؛ استیری، مهرداد؛ و شاه حسینی، مریم‌السادات. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر حمایت سازمانی ادراک شده و حمایت سرپرست ادراک شده بر تعهد سازمانی و عملکرد فردی کارکنان، مدیریت دولتی، ۸(۲)، ۳۹۱-۳۷۳.
- ۱۴- مهدوی‌نژاد، علی. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان پست بانک ایران، <https://civilica.com/doc/832716>.
- ۱۵- یزدی، سیده‌منور؛ و جعفری، صدیقه. (۱۳۸۹). اثر تعاملی بین ابعاد فشار روانی شغلی و رضایت شغلی مدیران، مطالعات روانشناختی، ۶(۲).

- 16-Antonacopoulou, E., & Chiva, R. (2007). The social complexity of organizational learning: the dynamics of learning and organizing. *Management learning*, 38(3), 277-295.
- 17-Blackmore, J. (1999). Troubling women feminism, leadership and educational change.
- 18-Burchill, B., Day, D., Hudson, M., Ladipo, D., Mankelow, R., Nolan, J., ... & Wilkinson, F. (1999). Job insecurity and work intensification: Flexibility and the changing boundaries of work. *York: Joseph Rowntree Foundation*.
- 19-Burke, R. J., & Cooper, C. L. (Eds.). (2008). *Long work hours culture: Causes, consequences and choices*. Emerald Group Publishing.
- 20-Cheney, G. (1983). On the various and changing meanings of organizational membership: A field study of organizational identification. *Communications Monographs*, 50(4), 342-362.
- 21-Coopey, J. (1995). The learning organization, power, politics and ideology introduction. *Management learning*, 26(2), 193-213.
- 22-Fielding, M. (2001). Learning organisation or learning community? A critique of Senge. *Philosophy of Management*, 1, 17-29.
- 23-Mercer, J. (2005). Challenging appraisal orthodoxies: Teacher evaluation and professional development in the United Arab Emirates. *Journal of Personnel Evaluation in Education*, 18, 273-287.
- 24-Perryman, J. (2006) Panoptic performativity and school inspection regimes: disciplinary mechanisms and life under special measures', *Journal of Education Policy*, 21(2): 147-61.
- 25-Puusa, A. (2006). Conducting research on organizational identity. *EJBO-Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*.
- 26-Thompson, P. (2010). The capitalist labour process: Concepts and connections. *Capital & Class*, 34(1), 7-14.
- 27-Schein, E. H. (1999). Empowerment, coercive persuasion and organizational learning: do they connect?. *The Learning Organization*, 6(4), 163-172.

©Authors, Published by Journal of Intelligent Knowledge Exploration and Processing. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



مقاله پژوهشی

رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی فرهنگی سازمانی و تعهد سازمانی

(مورد مطالعه: دادگستری استان تهران، مجتمع قضایی قدس)

Doi: 10.30508/KDIP.2022.354040.1047

مهدي نوروزي (نویسنده مسئول) ^۱ | مهرداد شهابی ^۲ | خسرو نادری هشی ^۳

۱- دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۲- دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یادگار امام (ره) شهرری، ایران

۳- استادیار مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یادگار امام (ره) شهرری، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۰۷

صفحه: ۸۵ - ۶۴

چکیده:

وجود سبک رهبری مناسب به عملکرد صحیح کارکنان به عنوان مهم‌ترین سرمایه سازمان، کمک نموده و در جهت عملکرد فراتر از وظایف و نقش‌های تعیین شده آنان در شرح شغل‌شان تأثیر بسزایی دارد. هدف از مطالعه حاضر بررسی تأثیر رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی فرهنگی سازمانی و تعهد سازمانی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه مدیران و کارکنان دادگستری استان تهران، مجتمع قدس هستند که تعداد آنان ۵۲۰ نفر می‌باشد. با توجه به حجم جامعه آماری، برای تعیین تعداد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. بنابراین ۲۲۱ نفر از کلیه مدیران و کارکنان دادگستری استان تهران، مجتمع قدس به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شد. روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر، روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بود. برای تحلیل داده‌های این پژوهش از آزمون‌های توصیفی و استنباطی استفاده شد. جهت تحلیل داده‌های پژوهش از نرم‌افزارهای اس.پی.اس.اس. و اسمارت. پی.ال.اس. استفاده شد. نتایج نشان داد که رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد، رهبری خدمت‌گزار بر عملکرد کارکنان تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد، فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی‌گری می‌کند، فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و عملکرد کارکنان را میانجی می‌کند، تعهد سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی نموده و تعهد سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و عملکرد کارکنان را میانجی می‌کند.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی، رهبری خدمت‌گزار، عملکرد کارکنان، رفتار شهروندی سازمانی، تعهد سازمانی

۱- مقدمه

در فضای رقابتی امروز کارکنان مهم‌ترین سرمایه سازمان بوده و نقش اساسی را در موفقیت یا عدم موفقیت سازمان دارند. در مکاتب اولیه مدیریت، افراد با رفتارهایی ارزیابی می‌شدند که در آن‌ها شرح شغل و شرایط احراز شغل، از شاغل انتظار می‌رفت؛ اما امروزه رفتارهای فراتر از آن مد نظر است، تا سازمان بتواند در گروهی آن رشد و ارتقاء یابد. در این شرایط، حساس‌ترین نقش را رهبران بر عهده دارند، زیرا می‌توانند نیروی انسانی را کارآمد نموده و سازمان را اثربخش کنند. مطالعات نشان می‌دهد رهبری مقوله‌ای است که بیشترین تحقیقات روی آن انجام شده اما کمترین درک از آن وجود دارد. شیوه رهبری و مدیریت در بستر هر تمدنی، چهره‌ای از ساخت فرهنگی آن تمدن، محسوب می‌گردد و این ساخت، یک مجموعه متشکل از ارزش‌های مذهبی، فلسفی، هنری، سیاسی،... است که در شکل رفتار فردی مدیر و بافت اجتماعی سازمان جلوه‌گر می‌شود. یکی از دلایل اهمیت سبک رهبری این است که سبک رهبری نشان دهنده طرز تفکر، جهان بینی و شخصیت رهبران است. همین عوامل؛ مدیر موفق را از غیر موفق مجزای می‌کند. طریقی که رهبر، از نفوذش برای کسب اهداف استفاده می‌کند سبک رهبری نامیده می‌شود (گیوکی، منظری توکلی، سلاجقه، و شیخی، ۱۳۹۸). به نظر می‌رسد از بین سبک‌های رهبری، سبک رهبری خدمت‌گزار که ریشه در آموزه‌های دین اسلام و همچنین نظریه روابط انسانی در مدیریت دارد، با شرایط و اوضاع کنونی سازگاری زیادی داشته و می‌تواند راه‌حل‌های مناسبی را برای مشکلاتی که سازمان با آن‌ها روبروست ارائه کند (بیوئر، پروت، لیدن و اردوگان، ۲۰۱۹؛ حیدریان، چناری، و پارسامعین، ۱۳۹۸).

بررسی‌ها نشان داد، علی‌رغم اینکه رفتار شهروندی و عملکرد کارکنان به عنوان عامل تأثیرگذار بر عملکرد مطلوب سازمان محسوب می‌شود، اما دانش مربوط به آن به ویژه در ایران محدود بوده است.

کارکنان در کلیه سازمان‌ها به ویژه سازمان‌های

خدماتی نظیر؛ دادگستری استان تهران، نقش مهمی در تحقق اهداف سازمان و کیفیت خدمات ایفا می‌نمایند. چه بسا ایجاد رفتار شهروندی سازمانی با عملکرد مناسب و در نظر گرفتن نقش میانجی فرهنگی سازمانی و تعهد سازمانی بتواند منجر به ایجاد رابطه بهتر بین کارکنان شده و در نهایت کیفیت خدمات ارائه شده را بالا ببرد. این مهم، بررسی ارتباط بین رهبری خدمت‌گزار با رفتار شهروندی و عملکرد کارکنان سازمانی را در هر سازمانی به ویژه دادگستری استان تهران که یک سازمان خدماتی است ضروری می‌سازد تا شاید بتوان به ارتقاء بهتر آن از هر نظر پرداخت.

بر اساس ضرورت آنچه عنوان شد جهت رفع مشکلات کاری کارکنان، ایجاد انگیزش در کارکنان و افزایش رضایت شغلی، افزایش مزیت رقابتی و در نهایت افزایش اثربخشی و کارایی در سازمان، محقق به دنبال بررسی تأثیر رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی فرهنگی سازمانی و تعهد سازمانی در دادگستری استان تهران، مجتمع قضایی قدس است.

۲- مبانی نظری

واژه رهبری مفهومی فراگیر است که موضوع بسیاری از کتب دانشگاهی و مشهور بوده است. تعاریفی که از رهبری شده از نظر تعداد، برابر تعداد کسانی است که در صدد ارائه تعریفی از آن برآمده‌اند (واتسون، کلارک، وتلگون، ۱۹۸۸؛ یوو، دانتو و لویی، ۲۰۰۰). برخی از این تعاریف به شرح ذیل می‌باشند: رهبری نیروی بالقوه در الهام بخشیدن به نقش افراد برای اهداف گروهی، همکاری و پشتیبانی از همکاران است (هیلی، ۲۰۱۲). رهبری فرآیندی است که به وسیله آن رهبر، مشارکت داوطلبانه پیروان در تلاش جهت رسیدن به اهداف معین را جستجو می‌کند. فرآیند رهبری نباید مبتنی بر اجبار یا تحمیل باشد (رحیم‌نیا، قناعت و کفاش‌پور، ۲۰۲۳؛ نیلاشی، و همکاران، ۲۰۲۱). رهبری

- 1- Bauer, Perrot, Liden, & Erdogan
- 2- Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988)
- 3- Yoo, B., Donthu, N., & Lee
- 4- Hoyle
- 5- Rahimnia, Ghanaat, & Kafashpoor
- 6- Nilashi

رافدای منافع دیگران می‌کند تا افراد از اختیار و سلامت بیشتری برخوردار باشند (صفرپور دهکردی، جعفری، و قورچیان، ۱۳۹۷). این سبک رهبری توان زیادی برای بهبود رهبری سازمان دارد و رهبر خدمت‌گزار دارای انگیزه بالایی برای تمرکز بر نیازهای پیروان است و خدمت کردن به آن‌ها را در هسته و مرکز امور خود قرار می‌دهد (چهرازی، قلی‌پور، و پیران‌نژاد، ۱۳۹۴).

گرینلیف عنوان نمود که یک رهبر خدمت‌گزار از طریق خدمت کردن به دیگران کار خود را شروع می‌کند. رهبری صحیح از تمایل عمیق به کمک به دیگران شکل می‌گیرد و این نوع رهبران جهت برآورده ساختن نیازهای دیگران، مانند خدمت‌گزار عمل می‌نمایند. این رهبران به دنبال این هستند که ابتدا نیازهای دیگران را برآورده نمایند و سپس به نیازهای خودشان رسیدگی نمایند (کلین، ۲۰۲۳). رفتار شهروندی سازمانی: ارگان (۱۹۹۷) رفتار شهروندی سازمانی را به عنوان کمک‌هایی برای حفظ و تقویت زمینه‌های اجتماعی و روانشناسی (ریدهد، ۲۰۲۰؛ پزال و نیزام، ۲۰۱۶)، لپین و جانسون (۲۰۰۲) آن را تحت تمایل به تشریک مساعی و مفید بودن در محیط‌های سازمانی (بیلاس، و کاستالیوس، ۲۰۱۴) و کیم و کو (۲۰۱۲) رفتاری که فراتر از الزامات رسمی کار بوده و برای سازمان سودمند است تعریف کرده‌اند (شریفی، شجاع، و صادق وزیری، ۱۳۹۹).

رفتار شهروندی سازمانی به معنای مجموعه‌ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری است که بخشی از وظایف رسمی فرد نمی‌باشد، اما توسط فرد انجام و باعث بهبود وظایف و نقش‌های سازمانی و رشد و توسعه عملکرد سازمانی می‌شود (آلوی، ویانو، بافدال و ایمرون، ۲۰۲۱). رفتارهای فراتر از نقش بر خلاف رفتارهای نقشی اختیاری و داوطلبانه هستند و معمولاً به صورت رسمی پاداش داده

ابتکار عمل و حفظ ساختار انتظارات و روابط متقابل است (پاراسچو، ۲۰۱۳). رهبری اثرگذاری بر افراد است به طوری که از روی تمایل و علاقه برای دست یافتن به اهداف گروهی تلاش کنند (اقیلار و همکاران، ۲۰۲۲؛ کیم و هان، ۲۰۱۱). رهبری هنر یا فرآیند نفوذ بر مردم است، به طوری که از روی میل و اشتیاق، کوشش‌هایشان را برای رسیدن به اهداف گروهی متمرکز کنند (رافورد و همکاران، ۲۰۲۱؛ نیر، استون و کلوژکی، ۲۰۱۹). در نهایت در یک تعریف کلی رهبری اعمال نفوذ در افکار، رفتار و تصمیمات دیگران است به طوری که دیگران را تشویق کند تا با میل و رغبت برابر با انتظارات عمل نمایند.

رهبری خدمت‌گزار: این سبک رهبری، از جدیدترین شیوه‌های رهبری است که توسط رابرت گرینلیف در دهه ۱۹۷۰ مطرح شد. سبک رهبری خدمت‌گزار تأکید بر خدمت و خدمت‌رسانی دارد. رهبر به عنوان یک خدمت‌کار در نظر گرفته می‌شود به طوری که انگیزه رهبری خدمت‌گزار جهت خدمت کردن، به عنوان یکی از مشخصه‌های این سبک رهبری عنوان شده است (رحمان، عابدین و حسان، ۲۰۱۸). وی این سبک رهبری را بر اساس تئوری خادمیت بنا نهاده، در حالی که تئوری‌های سنتی رهبری بر مبنای تئوری عاملیت می‌باشند. نیاز به خدمت کردن مشخصه اصلی رهبری خدمت‌گزار است. مدل رهبری خدمت‌گزار به کارکنان ارزش‌هایی همانند مدیران می‌دهد. اعضای سازمان همگی از شأن و منزلت یکسانی برخوردار شده و همگی به شکلی فعال در مدیریت و تصمیم‌گیری‌های سازمانی مشارکتی فعال خواهند داشت (اندریانت و سوپارتا، ۲۰۱۸).

رهبری خدمت‌گزار با هدف بهبود رهبری در سازمان بر روی خدمت به دیگران تأکید داشته و منافع شخصی

- 1- Paraschiv
- 2- Aguilar
- 3- Kim, & Hyun
- 4- Radford et al
- 5- Nair, Aston, & Kozlovski
- 6- Rahman, Abidin, & Hasan
- 7- Andriyanti, & Supartha
- 8- Kline
- 9- Reidhead
- 10- Paschal, & Nizam
- 11- Belias, D., & Koustelios
- 12- Alwi, Wiyono, Bafadal, & Imron

عملکرد مفهومی است که به تنهایی قادر به توجیه وجود بقا و حتی انحلال سازمان‌هاست و اصولاً فلسفه سازمان‌ها همان عملکرد آن‌ها می‌باشد. چرا که همه عناصر و زیرمجموعه‌های یک سازمان که یک نظام یا یک سیستم را می‌سازند، با عملکرد خود به صورت زنجیروار بقای کل سازمان را تضمین می‌کنند. عملکرد کارکنان، ترکیبی از توانایی و انگیزه است که توانایی شامل مهارت‌ها، آموزش و منابع مورد نیاز برای انجام یک کار است (کیروجا و موکورو، ۲۰۱۸ به نقل از عسگرنژاد نوری و میروسوی، ۱۴۰۰). عملکرد عبارت است از حاصل فعالیت‌های یک فرد، از لحاظ اجرای وظایف محوله در مدت زمان معین. مفهوم ارزیابی عملکرد برآوردی انتقادی و کاوش‌گرانه از فعالیت‌های مختلف یک سازمان است. ارزشیابی مروری است مستمر و مداوم که همواره باید در کلیه فعالیت‌های انسانی اعم از فردی و یا جمعی معمول و رایج گردد (آفتابی و سلطان‌پناه، ۱۴۰۰).

هر سازمانی برای بدست آوردن نتایج کاری خوب باید ارزیابی دوره‌ای از عملکرد خود داشته باشد. ارزیابی عملکرد هم پیش‌گیرانه و هم تشخیص‌دهنده است. در صورتی که عملکرد رو به بدی و ضعف برود جاهایی که نیاز به اصلاح و بهینه‌سازی دارد مشخص می‌شود و در صورت دستیابی به نتایج خوب راه‌ها و وسایل لازم برای بهبود عملکرد تا حد اکثر ممکن به کار گرفته می‌شود.

فرهنگ در یک سازمان، به مثابه شخصیت یک انسان است. مفروضات بنیادی، اعتقادات، باورها، هنجارها و ارزش‌ها، به عنوان مبانی فرهنگ یک سازمان می‌باشند که شالوده وجودی آن را تشکیل داده و نقطه تمیز خوب و بد را مشخص می‌کنند. فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از نظام‌های ارزشی مختلف است که به یک سازمان کمک می‌کند تا کارکنان درک بهتری از کلیه عملکردهای اصلی سازمان از طریق به اشتراک‌گذاری هنجارها و ارزش‌های کلیدی سازمان داشته باشند (جانسیویلی، نیکسوی، و ویسک، ۲۰۱۸؛ بیدهید، ۲۰۲۰؛ ساندارایجان و همکاران، ۲۰۲۰). به ندرت افرادی پیدا می‌شوند که سازمانی را تجربه نکرده باشند. مدرسه، باشگاه، تیم‌های ورزشی، انجمن‌های

نمی‌شوند (کور و رانداوا، ۲۰۲۱ به نقل از زارعان دولت‌آبادی، شاه‌طالبی، و جعفری هرنیدی، ۱۴۰۰).

به طور کلی آنچه در تعاریف فوق مشترک است این است که رفتار شهروندی باید رفتاری داوطلبانه باشد؛ یعنی نه یک وظیفه از پیش تعیین شده و نه بخشی از وظایف رسمی فرد است. رفتار شهروندی سازمانی، موجب افزایش بهره‌وری کارکنان، کاهش نرخ اشتباهات، مشارکت، افزایش تعامل کارکنان در سازمان و به طور کلی فراهم‌سازی جو سازمانی مثبت می‌شود (رئوف قطب‌الدینی، شیرازی، و خوراکیان، ۱۳۹۷).

علی‌رغم توجه فزاینده به موضوع رفتار شهروندی، با مروری بر ادبیات این حوزه فقدان اجماع درباره ابعاد این مفهوم آشکار می‌گردد. نتایج حاصل از مرور ادبیات نشان می‌دهد که تقریباً سی نوع متفاوت از رفتار شهروندی قابل تفکیک است و تعاریف متعددی از آن به عمل آمده است. به هر حال اجماع عمومی بر روی ابعاد مختلف رفتار شهروندی سازمانی وجود ندارد. ارگان مقیاس چند بعدی از رفتار شهروندی سازمانی ارائه کرده که این ابعاد متشکل از ابعاد پنج‌گانه نوع دوستی، وجدان کاری، جوانمردی، رفتار مدنی، ادب و ملاحظه است که ساختار رفتار شهروندی سازمانی را تشکیل می‌دهند.

باتوجه به توضیحات ارائه شده، رفتار شهروندی به عنوان رفتارهایی توصیف شده است که فراتر از عملکرد وظیفه‌ای و مهارت فنی فرد قرار می‌گیرند، به عبارت دیگر رفتارهایی مانند حمایت، تأیید و پشتیبانی از بافت محیط و شرایط روان‌شناسی اجتماعی و سازمانی را شامل می‌شود که به عنوان تسهیل‌کننده‌های اصلی انجام وظایف عمل می‌کنند. از لحاظ منطقی می‌توان حدس زد رفتار شهروندی سازمانی یک محیط کاری بهتر درون سازمانی را ایجاد می‌کند؛ چرا که باعث داشتن یک گروه از کارکنان می‌شود که به شرکت متعهد هستند. کارکنانی که به شرکت متعهدند در شرکت به مدت طولانی باقی می‌مانند و محصولات با کیفیت بالا تولید می‌کنند و به موقعیت شرکت بر اساس رویکردهای متنوع و مختلف کمک می‌کنند.

نیز خواهد داشت. چنین نگرش معمولاً تعهد سازمانی نامیده می‌شود و انعکاس‌کننده این است که تا چه حدی یک فرد با سازمانش شناخته می‌شود و به آن تعلق دارد (پاتریانگ، جایتالیک، و ابیسکرا، ۲۰٪).

در رفتار سازمانی، با عناوین گوناگون، انواع وسیعی از تعاریف و مقیاس‌های اندازه‌گیری برای تعهد سازمانی وجود دارد. اما به عنوان یک نگرش، تعهد سازمانی اغلب چنین تعریف شده است:

یک میل قوی به ماندن در عضویت یک سازمان. تمایل به تلاش زیاد برای سازمان. ایمان قطعی و پذیرش ارزش‌ها و اهداف سازمان. وجود نیروهای متعهد در هر سازمان، ضمن کاهش غیبت، تأخیر و جابجایی، باعث افزایش چشمگیر عملکرد سازمان، نشاط روحی کارکنان و تجلی بهتر اهداف متعالی سازمان و نیز دستیابی به اهداف فردی خواهد شد. عدم احساس تعهد یا تعهد در سطح پایین، نتایجی منفی برای فرد و سازمان به دنبال دارد (گرگوندی، ترکمان، و معدنی، ۱۴۰۰).

با توجه به مدل سه بخشی تعهد سازمانی مه پرو آلن (۱۹۸۴) ابعاد تعهد سازمانی را در سه بعد: تعهد عاطفی، تعهد مستمر، تعهد تکلیفی معرفی کرده که در جدول شماره (۱) به تفصیل توضیح داده شده است.

خبریه و همچنین سازمان‌های بزرگ اداری از جمله این سازمان‌ها هستند. به موازات آن که افراد برای فعالیت و تماس به سازمان‌ها وارد می‌شوند، با آداب لباس پوشیدن در آن سازمان، داستان‌هایی که مردم درباره نحوه کارکردن می‌گویند، قوانین و روش‌های اداره سازمان، روابط سازمان، نحوه تشریفات و مراسم، وظایف، سیستم پرداخت، زبان تخصصی آن، طنز و لطایف که فقط اعضای داخلی سازمان آن را می‌فهمند و با نظایر آن‌ها آشنا می‌شوند.

دنیسون و میسرا چهار بعد فرهنگ سازمانی را شامل: مشارکت، هماهنگی، انطباق و مأموریت دانسته‌اند (جعفری و امیرنژاد، ۲۰۱۷ به نقل از اشکبوس، دارایی، و پورحسینی، ۱۴۰۰) و شاین (۱۳۸۰)، فاصله قدرت، اجتناب از عدم اطمینان، فرد گرایی و مردگرایی را ابعاد فرهنگ سازمانی عنوان کرده است.

تعهد سازمانی: آیا بعضی افراد را شناخته‌اید که کارشان را دوست دارند، ولی از سازمانی که در آن کار می‌کنند متنفر هستند و یا برعکس اگر با افرادی از هر دو نوع مواجه شده باشید، مسلماً از این حقیقت آگاه می‌شوید که احساس مثبت و منفی درباره شغل تنها قسمتی از کل دیدگاه یک فرد نسبت به کارش می‌باشد، و علاوه بر آن یک شخص احساس مثبت یا منفی نسبت به کل سازمان

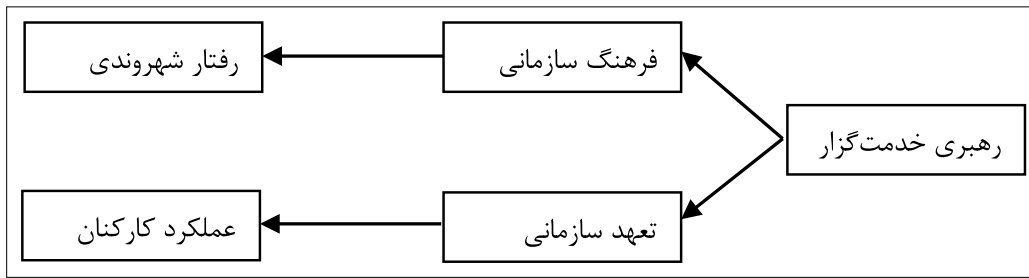
جدول (۱): خلاصه‌ای از پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی مرتبط با موضوع

ردیف	پژوهش‌گران	عنوان پژوهش	نتایج پژوهش
۱	قلی‌پور، پورعزت، و حضرتی (۱۳۸۸)	بررسی تأثیر رهبری خدمت‌گزار بر اعتماد سازمانی و توانمندسازی در سازمان‌های دولتی	نتایج حاصله بر وجود رابطه‌ای قوی میان رهبری خدمت‌گزار، اعتماد سازمانی و توانمندسازی دلالت دارند. همچنین یافته‌های تحقیق بیانگر آن بود که تفاوت معنی‌داری میان ادراک کارکنان و مدیران از رهبری خدمت‌گزار وجود دارد
۲	کرمی‌نیا، سلیمی، امینی (۱۳۸۹)	رابطه سبک رهبری با فرهنگ سازمانی و تعهد سازمانی در نیروهای نظامی	نیروی انسانی کارآمد به دلیل ارزشمند بودن مورد توجه سازمان‌ها و موسسات معتبر و بکارگیری نیروی انسانی، نیازمند وجود رهبران شایسته و استفاده از سبک‌های موثر رهبری است تا بتوانند تعهد سازمانی را افزایش دهند و فرهنگ سازمانی مطلوب در سازمان ایجاد نمایند.

جدول (۱): خلاصه‌ای از پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی مرتبط با موضوع			
۳	ماهوتی و دیگران (۲۰۱۴)	بررسی چگونگی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر مدیریت منابع انسانی	رفتار شهروندی به شکل قابل توجهی می‌تواند بر موفقیت سازمان تأثیر گذارد. بین وجدان و کیفیت اطلاعات به دست آمده، بهره‌وری و فضیلت مدنی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. افراد منظم و منضبط، مسئولیت‌پذیرتر هستند. وظایف خود را با کیفیت بالایی انجام می‌دهند. افراد با رفتارهای خوب و فضیلت مدنی بیشتر در کارها مشارکت نموده و به بهره‌وری کمک می‌کنند.
۴	مهرابی زاده (۱۳۹۴)	بررسی سبک رهبری خدمت‌گزار با رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان شعب بانک ملی تهران	بین سبک رهبری خدمت‌گزار و رضایت شغلی رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد و همچنین بین سبک رهبری خدمت‌گزار و تعهد سازمانی رابطه مثبت معنی‌دار وجود دارد. علاوه بر آن بین ابعاد چهارگانه رهبری خدمت‌گزار یعنی؛ خدمت‌رسانی، تواضع و فروتنی، قابلیت اعتماد و مهرورزی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری مشاهده گردید.
۵	یاتس (۲۰۱۴)	بررسی رابطه رهبری اخلاقی با رضایت شغلی، تعهد سازمانی، و رفتار شهروندی سازمانی	رهبری اخلاقی روش موثری بر تقویت نگرش کارکنان و انجام اقدامات سازمانی است. کارکنان به رهبری اخلاق‌گرا و معنوی توجه خاصی نشان می‌دهند. این سبک رهبری بر رضایت شغلی، تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد.
۶	ماه‌مبه و انگلبرجت (۲۰۱۵)	رابطه بین رهبری خدمت‌گزار، رفتار شهروندی سازمانی و اثربخشی تیمی	افزایش مزیت رقابتی، بهبود بهره‌وری، افزایش خلاقیت، بهبود در تصمیم‌گیری از نتایج رفتار شهروندی در سازمان‌ها است و ایجاد یک محیط مساعد از کارکردهای رهبری خدمت‌گزار است
۷	زهیر و دیگران (۲۰۱۳)	اثرات غیر مستقیم رفتار رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی و عملکرد شغلی: نقش واسطه عدالت سازمانی	رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی با هم در ارتباط هستند و رهبران خدمت‌گزار با ایجاد رفتارهای شهروندی سازمانی سبب افزایش رفتارهای شهروندی شده و روحیه کارکنان را به طور مستمر بهبود می‌دهند.
۸	رملی (۲۰۱۴)	رابطه بین سبک رهبری خدمت‌گزار با تعهد سازمانی	بین سبک رهبری خدمت‌گزار و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. سبک رهبری تعهد سازمانی را پیش‌بینی می‌کند.
۹	خداداد حسینی و همکاران (۱۳۹۷)	تاثیر رهبری خدمت‌گزار بر توانمندسازی کارکنان با نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی	رهبری خدمت‌گزار شامل مولفه‌های؛ ارزش نهادن به افراد، رشد و توسعه افراد، روابط دوستانه با افراد، نمایش اعتماد به افراد و فراهم کردن زمینه رهبری بود.

منطقی جریان پیدا می‌کند. لذا بر اساس مبانی نظری فوق، مدل مفهومی در قالب شکل شماره (۱) و فرضیه‌های پژوهش به شرح ذیل خواهد بود.

چارچوب نظری الگویی مفهومی، مبتنی بر روابط تئوریک میان شماری از عواملی است که در ارتباط با مسائل مورد پژوهش با اهمیت تشخیص داده شده‌اند. این چهارچوب نظری با بررسی سوابق پژوهشی در قلمرو مسئله، به‌گونه‌ای



شکل (۱): مدل مفهومی

جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه مدیران و کارکنان دادگستری استان تهران، مجتمع قدس هستند که تعداد آنان ۵۲۰ نفر می‌باشد. با توجه به حجم جامعه آماری، برای تعیین تعداد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد:

$$n = \frac{Nt^2s^2}{Nd^2 + t^2s^2}$$

که در این فرمول:

t=درصد خطای معیار ضریب اطمینان قابل قبول

d=درجه اطمینان یا دقت احتمالی مطلوب

s=نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین

N=تعداد افراد جامعه

$$n = \frac{520 \cdot (1/96)^2 \cdot (0/5)^2}{520 \cdot (0/05)^2 + (1/96)^2 \cdot (0/5)^2} = 221$$

بنابراین ۲۲۱ نفر از کلیه مدیران و کارکنان دادگستری استان تهران، مجتمع قدس به عنوان نمونه پژوهش انتخاب خواهند شد. روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر نیز روش نمونه‌گیری تصادفی ساده خواهد بود. پایایی پرسشنامه: قابلیت اعتماد یا پایایی یکی از ویژگی‌های فنی ابزار اندازه‌گیری است. به این ترتیب که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد. در این تحقیق به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. این روش برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کند به کار می‌رود که طبق نظر فیلد (۲۰۰۹) و درنی (۲۰۰۷)، آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ برای تست‌هایی که به سنجش توانایی افراد می‌پردازد، مناسب

۱. رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی فرهنگ سازمانی و تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

۲. رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

۳. رهبری خدمت‌گزار بر عملکرد کارکنان تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

۴. فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی می‌کند.

۵. فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و عملکرد کارکنان را میانجی می‌کند.

۶. تعهد سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی می‌کند.

۷. تعهد سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و عملکرد کارکنان را میانجی می‌کند.

۳- روش تحقیق

پژوهش حاضر بر حسب هدف، از نوع کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی، بارویکرد علی و کاربردی است؛ چون به توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص می‌پردازد. توصیفی است زیرا به توصیف شرایط پدیده‌های مورد بررسی می‌پردازد. پیمایشی است زیرا به بررسی عقاید در جامعه مورد نظر می‌پردازد و ابزار آن پرسشنامه باشد. علی است زیرا به بررسی نحوه تأثیر متغیر مستقل بر وابسته می‌پردازد و رابطه علی بین متغیرها بررسی می‌شود. بنابراین می‌توان این گونه بیان نمود که روش اجرای پژوهش حاضر توصیفی پیمایشی و طرح پژوهش همبستگی از نوع معادلات ساختاری است.

اس.اس. نسخه ۲۲، میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ به شرح جدول شماره (۲) محاسبه شد.

بوده و قاعدتاً به طور قوی‌تر این عدد برای پرسشنامه‌های نگرش‌سنج نیز مناسب است. با استفاده از داده‌های به دست آمده از پرسشنامه و به کمک نرم‌افزار آماری اس.پی.

متغیرها	آلفای کرونباخ
رهبری خدمت‌گزار	۰/۷۷۹
رفتار شهروندی سازمانی	۰/۷۹۸
عملکرد کارکنان	۰/۷۳۱
فرهنگ سازمانی	۰/۷۶۰
تعهد سازمانی	۰/۷۸۶
تمامی ابعاد	۰/۸۳۶

آوردن آماره T از آزمون بوت استراب (روش باز نمونه‌گیری از طریق جایگذاری) استفاده شد. شایان ذکر است که جهت وارد نمودن و تجزیه و تحلیل مقدماتی داده‌ها از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس. و جهت مدل‌یابی از نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس. استفاده شد.

بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه آماری:
در این بخش ویژگی‌های جمعیت‌شناختی عضو نمونه تحقیق یعنی جنسیت، تحصیلات و سن مورد بررسی قرار می‌گیرد. تمامی پاسخ‌دهندگان یعنی ۲۲۱ نفر و ۴۳/۴ درصد آن‌ها زن و ۵۶/۶ درصد آن‌ها مرد بوده‌اند. از بین تعداد افراد پاسخ‌دهنده بیشترین فراوانی مربوط به بازه سنی کمتر از ۳۰ سال است که با ۱۰۲ نفر، ۴۶/۲ درصد حجم نمونه را تشکیل می‌دهند. کمترین فراوانی مربوط به افراد با بازه سنی ۴۱-۵۰ سال است که با ۴۵ نفر، ۲۰/۴ درصد نمونه را به خود اختصاص داده‌اند. از طرفی بیشترین فراوانی مربوط به افراد دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس و بالاتر است که شامل ۹۸ نفر می‌باشد و ۴۴/۳ درصد از حجم نمونه را تشکیل می‌دهند. افرادی که مدرک تحصیلی فوق دیپلم دارند ۲۲/۲ درصد حجم نمونه را تشکیل داده و کمترین فراوانی را با تعداد ۴۹ نفر به خود اختصاص داده‌اند.

باتوجه به جدول شماره (۲) و ستون مربوط به ضرایب آلفا، ملاحظه می‌شود که تمام ابعاد مورد بررسی دارای آلفای مورد قبول بوده و ضریب اعتماد قابل قبولی دارند.

روایی پرسشنامه: منظور از روایی یک مقیاس یا یک ابزار اندازه‌گیری، پاسخ به این سوال است که ابزار اندازه‌گیری چه چیزی را می‌سنجد و تا چه اندازه موضوع موفق بوده و کارایی لازم را دارد. به عبارتی، روایی به معنای میزان انطباق بین تعریف مفهومی متغیر با تعریف عملیاتی آن است (حافظ‌نیا، ۱۳۸۹). برای بررسی روایی ابزار اندازه‌گیری از روایی صوری و روایی محتوایی (ارائه پرسشنامه به اساتید و خبرگان متخصص در زمینه پژوهش و تأیید آنان) استفاده شد.

۴- یافته‌های تحقیق

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده گردید. در بخش آمار توصیفی از میانگین و انحراف معیار استفاده شده است. در بخش آمار استنباطی از مدل‌یابی معادلات ساختاری به روش اسمارت پی.ال.اس. برای برآورد ضرایب مسیر (Beta) و همچنین آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شد. همچنین برای محاسبه معنی‌داری ضرایب مسیر و بدست

عاملی تأییدی داده‌ها: بررسی قابلیت اعتماد و اعتبار ابزارهای اندازه‌گیری (آزمون الگوی اندازه‌گیری)

مدل پی‌ال‌اس. نیز همانند دیگر هم خانواده خود، یعنی روش‌های مبتنی بر کوواریانس، در دو مرحله یا گام آزمون و تفسیر می‌شود. ۱- الگوی اندازه‌گیری و ۲- الگوی ساختاری. الگوی اندازه‌گیری یا قسمت تحلیل عاملی تأییدی، برای پاسخگویی به سوالات مربوط به اعتبار و قابلیت اعتماد اندازه‌گیری، تعیین می‌کند که چگونه متغیرهای نهان یا سازه‌های فرعی در قالب تعداد بیشتری متغیر قابل مشاهده اندازه‌گیری شده‌اند. الگوی ساختاری نیز روابط بین سازه‌ها (متغیرهای نهان) و قدرت تبیین آن‌ها را نشان می‌دهد. در این بخش آزمون الگوی اندازه‌گیری و در ادامه به آزمون الگوی ساختاری می‌پردازیم.

بررسی قابلیت اعتماد ابزارهای اندازه‌گیری

آزمون الگوی اندازه‌گیری شامل بررسی قابلیت اعتماد (همسانی درونی^۱) و اعتبار (اعتبار واگرا^۲) سازه‌ها و ابزارهای پژوهش می‌شود. قابلیت اعتماد آزمون به دقت اندازه‌گیری و ثبات آن مربوط است، پس دو معنای متفاوت دارد: یک معنای قابلیت اعتماد، ثبات و قابلیت اعتماد نمره‌های آزمون در طول زمان است. بدین معنا که اگر یک آزمون چند بار در مورد یک پاسخگو اجرا شود، نمره آن در همه موارد یکسان است. معنای دوم قابلیت اعتماد، به همسانی گویه‌ها اشاره دارد. مفهوم آن این است که سوال‌های آزمون تا چه اندازه‌ای با یکدیگر همبستگی دارند (سرمد، بازگان و حجازی، ۱۳۸۷). جهت بررسی قابلیت اعتماد سازه‌ها فرنل^۳ و لاکر^۴ (۱۹۸۱) سه ملاک را پیشنهاد می‌کنند که شامل: ۱- قابلیت اعتماد هر یک از گویه‌ها، ۲- قابلیت اعتماد ترکیبی^۵ هر یک از سازه‌ها و ۳- متوسط واریانس استخراج شده^۶ AVE. در مورد قابلیت اعتماد هر یک از گویه‌ها، بار عاملی ۵/۰ و بیشتر هر گویه در

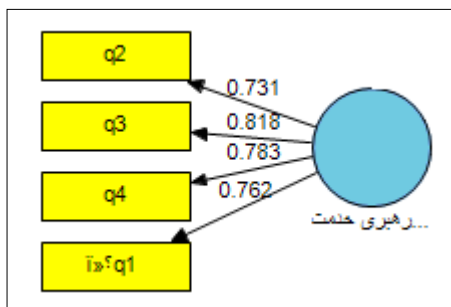
تحلیل عاملی تأییدی نشان‌گر سازه خوب تعریف شده است (کیفن و اشتراپ، ۲۰۰۵). برای بررسی قابلیت اعتماد ترکیبی هر یک از سازه‌ها از ضریب دیلون - گلدشتاین^۷ (cp) استفاده شد. از آنجایی که PLS بر خلاف رگرسیون چندگانه OLS^۸ از نمرات عاملی آزمودنی‌ها برای تحلیل استفاده می‌کند، در نظر گرفتن بار عاملی هر یک از گویه‌ها در محاسبه شاخص قابلیت اعتماد ضروری است. این در حالی است که ضریب آلفای کرونباخ وزن برابری به گویه‌ها می‌دهد و قابلیت اعتماد را کمتر نشان می‌دهد، بنابراین از ضریب cp استفاده شد. مقادیر قابل پذیرش cp باید ۰/۷ یا بیشتر باشند (فرنل و لارکر، ۱۹۸۱). نشانگر سوم بررسی قابلیت اعتماد، میانگین واریانس استخراج شده می‌باشد (فرنل و لارکر، ۱۹۸۱). نانالی و برنسترین (۱۹۹۴) مقادیر AVE ۰/۴ و بیشتر را توصیه می‌کنند. در جداول ۴-۵ تا ۴-۹ با cp و AVE و ضریب آلفای هر یک از سازه‌ها ارائه شده‌اند. ضریب آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی پرسشنامه‌ها استفاده می‌شود. در مورد میزان مورد قبول آلفای کرونباخ نظرات متفاوتی ذکر شده است. برای مثال فیلد (۲۰۰۹) آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ را برای تست‌هایی که به سنجش توانایی افراد می‌پردازد مناسب دانسته و قاعدتاً به طور قوی‌تر این عدد برای پرسشنامه‌های نگرش سنج نیز مناسب است. درنی^۹ (۲۰۰۷) نیز به طور کلی آلفای بالای ۰/۷ را مناسب دانسته و برای پرسشنامه‌هایی که تعداد سوالات آن کم است نیز با دیده اغماز، آلفای کمتر از ۰/۷ را نیز قبول می‌کند، لکن هشدار می‌دهد که این مقدار نباید به کمتر از ۰/۶ برسد. در این پژوهش نیز آلفای بالای ۰/۶ میزان مناسبی برای پایایی ابزار در نظر گرفته می‌شود. از سازه‌ها ارائه شده‌اند. مقادیر این جدول‌ها نشان دهنده قابلیت اعتماد کافی و مناسب سازه‌ها هستند.

- 1- Internal Consistency
- 2- Discriminant Validity
- 3- Fornell
- 4- Larcker
- 5- Composite Reliability
- 6- Average Variance Extracted
- 7- Dillon - Goldstein
- 8- Ordinary Least Squares
- 9-7 Dornyei

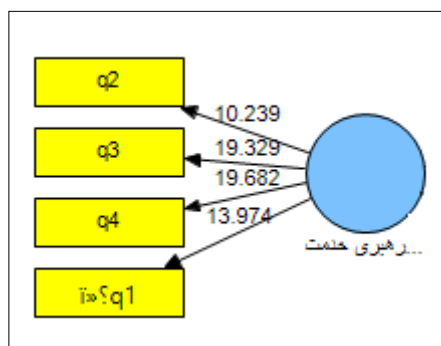
نتایج تحلیل عاملی تأییدی رهبری خدمت‌گزار

همان‌طور که ملاحظه می‌شود تمام سؤال‌ها بارهای معنی‌داری روی رهبری خدمت‌گزار دارند.

در شکل‌های شماره (۲) و (۳) و جدول شماره (۳) نتایج تحلیل عاملی تأییدی رهبری خدمت‌گزار آورده شده است.



شکل (۲): نتایج تحلیل عاملی تأییدی رهبری خدمت‌گزار

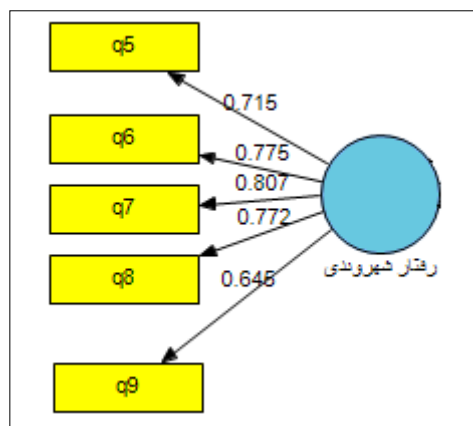


شکل (۳): نتایج ضرایب تی تحلیل عاملی تأییدی رهبری خدمت‌گزار

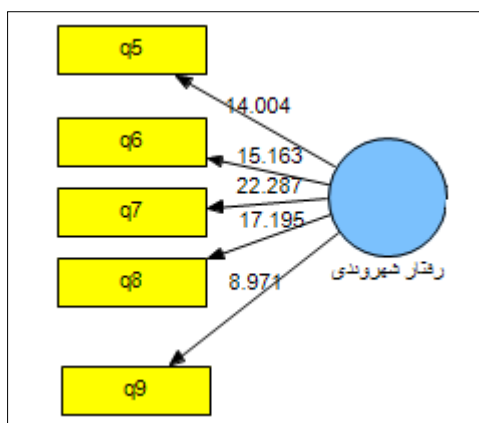
متغیر / شاخص	Pc	AVE	α
رهبری خدمت‌گزار	۰/۸۱	۰/۶۶	۰/۷۷۹

نتایج تحلیل عاملی تأییدی رفتار شهروندی سازمان: در شکل‌های شماره (۴) و (۵) جدول شماره (۴) نتایج تحلیل عاملی تأییدی آورده شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود تمام سؤال‌ها بارهای معنی‌داری روی رفتار شهروندی سازمان دارند.

نتایج تحلیل عاملی تأییدی رفتار شهروندی سازمان: در شکل‌های شماره (۴) و (۵) جدول شماره (۴) نتایج تحلیل عاملی تأییدی آورده شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود تمام سؤال‌ها بارهای معنی‌داری روی رفتار شهروندی سازمان دارند.



شکل (۴): نتایج تحلیل عاملی تأییدی رفتار شهروندی سازمان رفتار شهروندی سازمان

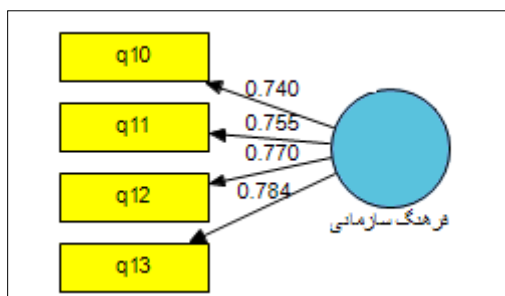


شکل (۵): نتایج ضرایب تی تحلیل عاملی تأییدی رفتار شهروندی سازمان رفتار شهروندی سازمان

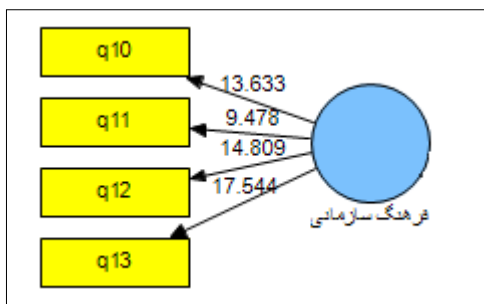
جدول (۴): پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده رفتار شهروندی سازمان رفتار شهروندی			
متغیر / شاخص	Pc	AVE	α
رفتار شهروندی سازمان	۰/۸۶	۰/۷۸	۰/۷۹۸

تمام سؤال‌ها بارهای معنی‌داری روی فرهنگ سازمانی دارند.

نتایج تحلیل عاملی تأییدی فرهنگ سازمانی: در شکل‌های شماره (۶) و (۷) جدول شماره (۵) نتایج تحلیل عاملی تأییدی آورده شده است. همانطور که ملاحظه می‌شود



شکل (۶): نتایج تحلیل عاملی تأییدی فرهنگ سازمانی فرهنگ سازمانی

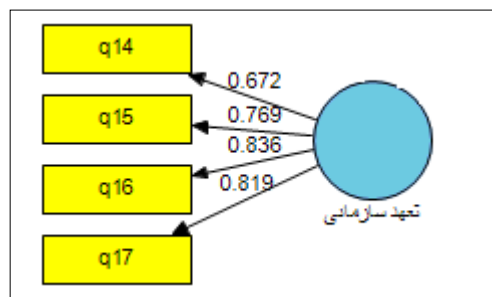


شکل (۷): نتایج ضرایب تی تحلیل عاملی تأییدی فرهنگ سازمانی فرهنگ سازمانی

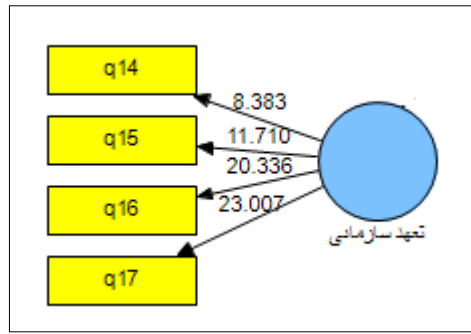
جدول (۵): پایایی ترکیبی و میانگین فرهنگ سازمانی تمایل به فرهنگ سازمانی			
متغیر / شاخص	P_c	AVE	α
فرهنگ سازمانی	۰/۸۵	۰/۷۷	۰/۶۷۷

ملاحظه می‌شود تمام سؤال‌ها بارهای معناداری روی تعهد سازمانی دارند.

نتایج تحلیل عاملی تأییدی تعهد سازمانی: در شکل‌های شماره (۸) و (۹) جدول شماره (۶) نتایج تحلیل عاملی تأییدی تعهد سازمانی آورده شده است. همان‌طور که



شکل (۸): نتایج تحلیل عاملی تأییدی تعهد سازمانی تعهد سازمانی



شکل (۹): نتایج ضرایب تی تحلیل عاملی تأییدی تعهد سازمانی تعهد سازمانی

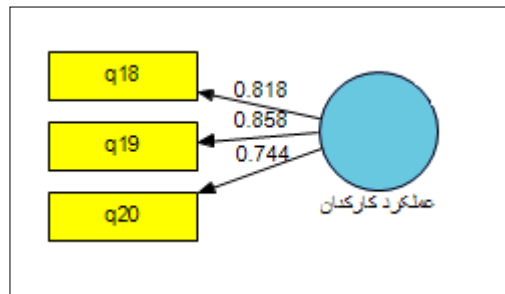
جدول (۶): پایایی ترکیبی و میانگین حکم تمایل به تعهد سازمانی تعهد سازمانی

متغیر / شاخص	P_c	AVE	α
تعهد سازمانی	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۷۸۶

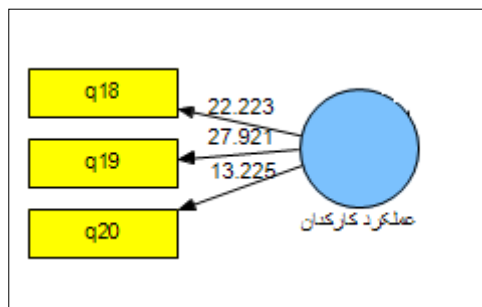
نتایج تحلیل عاملی عملکرد کارکنان

که ملاحظه می‌شود تمام سؤال‌ها بارهای معنی‌داری روی عملکرد کارکنان دارند.

در شکل‌های شماره (۱۰) و (۱۱) جدول شماره (۷) نتایج تحلیل عاملی تأییدی کارکنان آورده شده است. همان‌طور



شکل (۱۰): نتایج تحلیل عاملی تأییدی عملکرد کارکنان



شکل (۱۱): نتایج ضرایب تی تحلیل عاملی تأییدی عملکرد کارکنان

جدول (۷): پایایی ترکیبی و میانگین عملکرد کارکنان

متغیر / شاخص	P_c	AVE	α
عملکرد کارکنان	۰/۸۶	۰/۷۴	۰/۷۳۱

شاخص‌های توصیفی متغیرهای اندازه‌گیری شده پژوهش می‌پردازیم. در جدول شماره (۸) این شاخص‌ها در این قسمت به ارائه شاخص‌های توصیفی متغیرهای ارائه شده‌اند.

متغیر	میانگین	انحراف معیار
رهبری خدمت‌گزار	۳/۳۸	۰/۸۳
رفتار شهروندی سازمان	۳/۰۱	۰/۸۲
فرهنگ سازمانی	۳/۰۶	۰/۸۲
تعهد سازمانی	۳/۰۵	۰/۸۷
عملکرد کارکنان	۲/۹۸	۰/۹۰

ضریب همبستگی بین متغیرها: پس از تعیین روایی ابزارهای اندازه‌گیری شناسایی رابطه بین متغیرها قدم بعدی برای ورود به بحث تحلیل مسیر می‌باشد. برای شناسایی رابطه بین متغیرهای حاضر در مدل از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. یافته‌های بدست آمده از ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول شماره (۹) درج گردیده است.

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵
۱. رهبری خدمت‌گزار	۱				
۲. رفتار شهروندی سازمان	۰/۶۷۴**	۱			
۳. فرهنگ سازمانی	۰/۵۵۳**	۰/۶۲۸**	۱		
۴. تعهد سازمانی	۰/۶۷۷**	۰/۷۱۴**	۰/۷۱۰**	۱	
۵. عملکرد کارکنان	۰/۴۹۵**	۰/۹۱۷**	۰/۵۱۵**	۰/۵۲۶**	۱

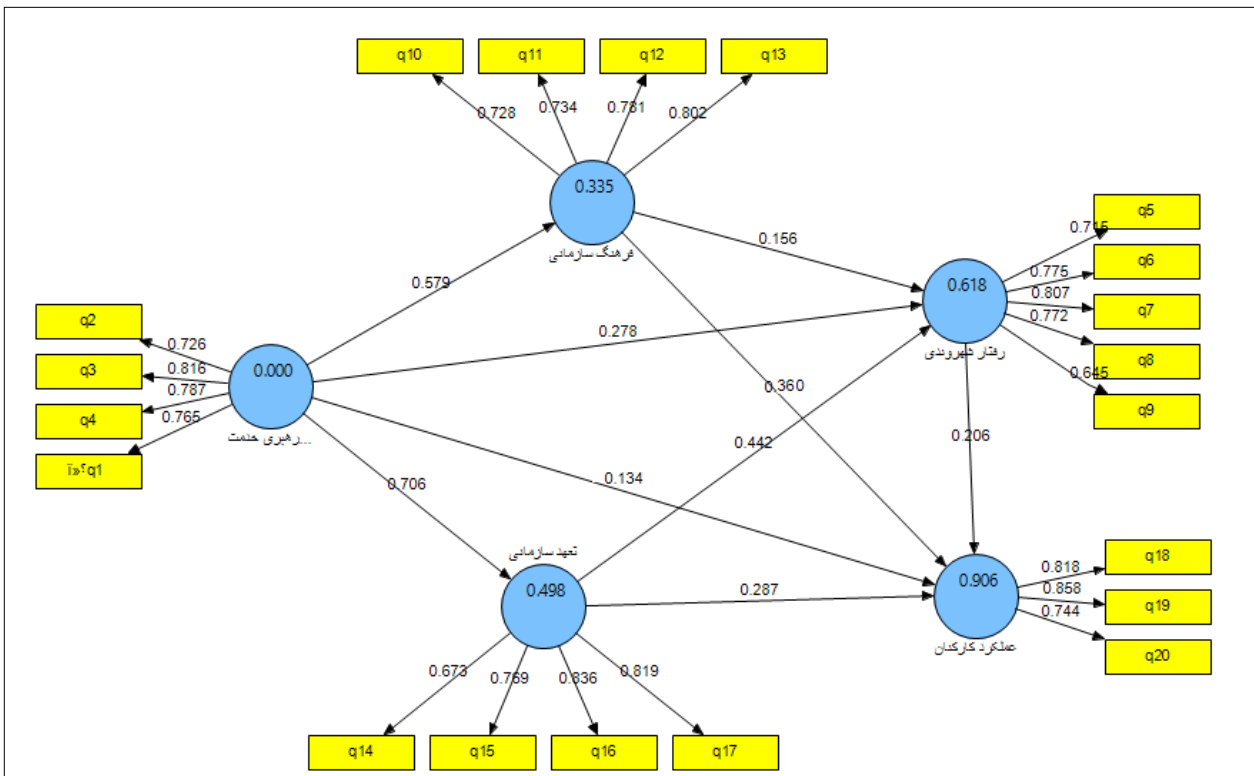
* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

مسیر (بارهای عاملی) و مقادیر R^2 امکان‌پذیر است. همچنین از روش بوت استرپ (با ۳۰۰ زیر نمونه) برای محاسبه مقادیر آماره T جهت تعیین معنی‌داری ضرایب مسیر استفاده شد. ضرایب مسیر برای تعیین سهم هر یک از متغیرهای پیش‌بین در تبیین واریانس متغیر ملاک مورد استفاده قرار می‌گیرند و مقادیر R^2 نشان‌گر واریانس

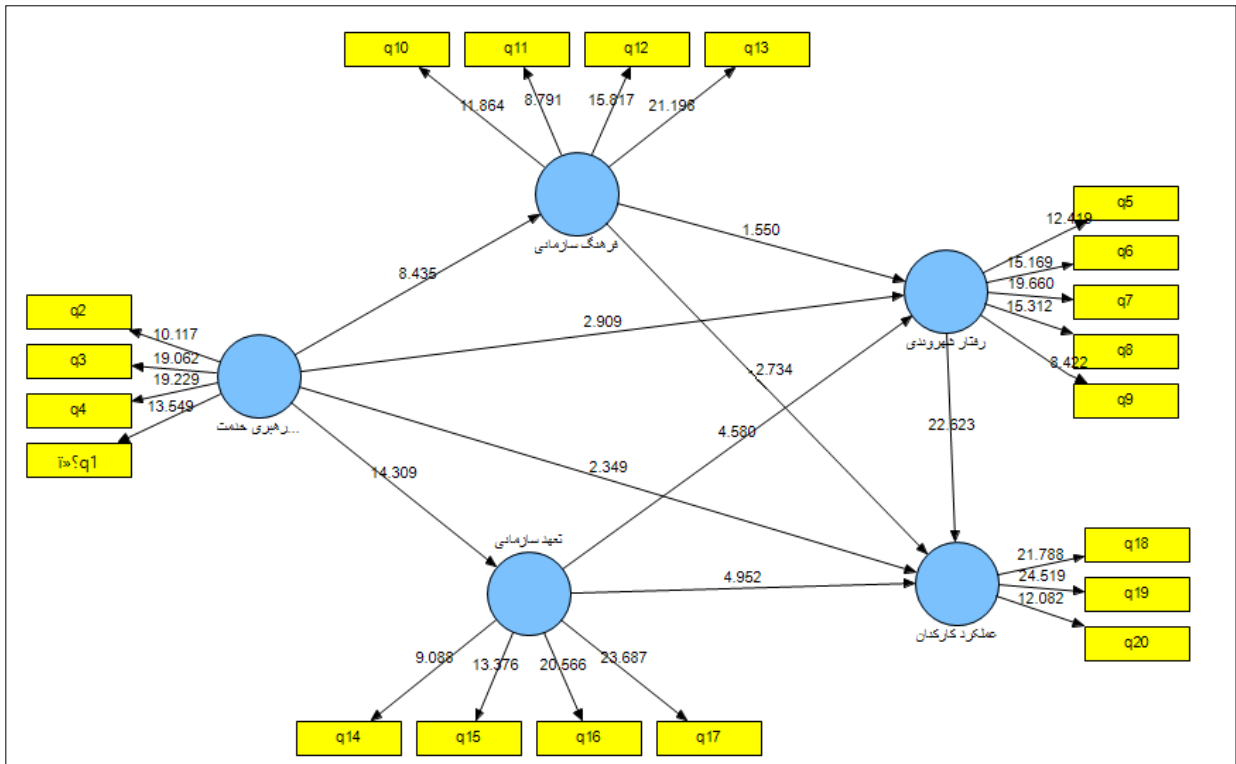
آزمون الگوی ساختاری: برای پیش‌بینی فاکتورهای موثر بر عملکرد کارکنان، الگوی مفهومی پیشنهاد شده از طریق روش الگویابی معادلات ساختاری بررسی و با توجه به فرضیه‌های پژوهش، از روش حداقل مجذورات جزئی برای برآورد الگو استفاده شد. آزمون الگوی ساختاری پژوهش و فرضیه‌های پژوهش در روش PLS از طریق بررسی ضرایب

معنی داری دارد، رهبری خدمت‌گزار بر عملکرد کارکنان تاثیر مثبت و معنی داری دارد، فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی می‌کند، فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و عملکرد کارکنان را میانجی می‌کند. تعهد سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی می‌کند و تعهد سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و عملکرد کارکنان را میانجی می‌کند.

تیبین شده متغیر ملاک توسط متغیرهای پیش بین است. علاوه بر آن از ضریب Q۲ استون-گیسر برای بررسی توانایی پیش بینی متغیرهای وابسته از روی متغیرهای مستقل استفاده شد. مقادیر مثبت این ضریب نشان‌گر توانایی پیش‌بینی است. در جدول شماره (۱۰) و بخش برازش الگوی ساختاری به آن اشاره شده است. در شکل شماره (۱۲) مدل آزمون شده رابطه بین متغیرهای پژوهش نشان داده شده است. رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر مثبت و



شکل (۱۲): الگوی آزمون شده پژوهش



شکل (۱۳): ضرایب تی الگوی آزمون شده پژوهش

شکل شماره (۱۳) ضرایب تی مسیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. ضرایب تی بالای $\pm 1/96$ تا $\pm 2/58$ در سطح 0.05 معنی‌دار می‌باشند و ضرایب تی بالاتر از $\pm 2/58$ در سطح 0.01 معنی‌دار هستند. همچنین در جدول شماره (۱۰) برآورد ضریب مسیر و واریانس تبیین شده مدل پژوهش گزارش شده است.

جدول (۱۰): ضرایب مسیر و واریانس تبیین شده			
مسیر	ضرایب مستقیم	ضرایب غیرمستقیم	واریانس تبیین شده
به روی تعهد سازمانی از: رهبری خدمت‌گزار	0.706^{**}		49%
به روی فرهنگ سازمانی از: رهبری خدمت‌گزار	0.579^{**}		33%
به روی رفتار شهروندی سازمانی از: رهبری خدمت‌گزار فرهنگ سازمانی تعهد سازمانی	0.278^{**}	0.251^{**}	61%
	0.156^{**}	-	
	0.442^{**}	-	
به روی عملکرد کارکنان از: رهبری خدمت‌گزار فرهنگ سازمانی تعهد سازمانی رفتار شهروندی سازمان	0.134^{**}	0.061^{**}	90%
	0.360^{**}	0.032^{**}	
	0.287^{**}	0.091^{**}	
	0.206^{**}	-	

کارکنان رامیانجی می‌کند. علاوه بر این ۴۹ درصد واریانس تعهد سازمانی، ۳۳ درصد واریانس فرهنگ سازمانی، ۶۱ درصد واریانس رفتار شهروندی سازمان و ۹۰ درصد واریانس عملکرد کارکنان توسط متغیرهای موجود در مدل پژوهش حاضر تبیین می‌شود. همانطور که در جدول شماره (۱۱) مشاهده می‌شود، تمام مقادیر اعتبار اشتراک و حشو مثبت هستند که نشان دهنده کیفیت مناسب و قابل قبول مدل پژوهش حاضر می‌باشند.

همان‌طور که در جدول شماره (۱۰) مشاهده می‌شود. رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد، رهبری خدمت‌گزار بر عملکرد کارکنان تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد، فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی می‌کند. فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و عملکرد کارکنان را میانجی می‌کند، تعهد سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی می‌کند، و تعهد سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و عملکرد

جدول (۱۱): اعتبار اشتراک و حشو متغیرها

متغیرهای پژوهش	Q2 (CV-Redundancy)	CV- Communality
رهبری خدمت‌گزار	۰/۳۲۴	۰/۲۳۲
رفتار شهروندی سازمان	۰/۳۵۱	۰/۳۷۴
فرهنگ سازمانی	۰/۲۸۵	۰/۴۳۲
تعهد سازمانی	۰/۲۴۷	۰/۲۹۵
عملکرد کارکنان	۰/۳۱۱	۰/۴۳۲

و ساختاری می‌باشند (تنن هاوس و همکاران، ۲۰۰۵). همانطور که در جدول شماره (۱۱) مشاهده می‌شود، مثبت بودن مقادیر اعتبار اشتراک و اعتبار حشو برای تمامی متغیرها در پژوهش حاضر نشان‌گر کیفیت مناسب و قابل قبول مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌باشد. علاوه بر شاخص‌های فوق شاخص برازش کلی الگو در PLS شاخص GOF^۴ می‌باشد و از آن می‌توان برای بررسی اعتبار یا کیفیت الگوی پی.ال.اس. به صورت کلی استفاده کرد. این شاخص نیز همانند شاخص‌های برازش مدل لیزرل عمل می‌کند و بین صفر تا یک قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک نشان‌گر کیفیت مناسب مدل هستند (رینگل، ۲۰۰۶). این شاخص توانایی پیش‌بینی کلی مدل را مورد بررسی قرار می‌دهد و اینکه آیا مدل آزمون‌شده در پیش‌بینی

برازش مدل ساختاری: در نهایت جهت نشان دادن اعتبار یافته‌های مدل تحقیق از شاخص‌های برازش مدل‌های معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی استفاده شد.

روش‌هایی برای بررسی اعتبار مدل در پی.ال.اس. وجود دارد. این روش‌ها که به آن بررسی اعتبار^۱ می‌گویند، شامل: شاخص بررسی اعتبار اشتراک^۲ و شاخص بررسی اعتبار حشو یا افزونگی^۳ می‌شوند. شاخص اشتراک کیفیت مدل اندازه‌گیری هر بلوک را می‌سنجد. شاخص حشو نیز که به آن Q2 استون-گیسر نیز می‌گویند، با در نظر گرفتن مدل اندازه‌گیری، کیفیت مدل ساختاری را برای هر بلوک درون زاد اندازه‌گیری می‌کند. مقادیر مثبت این شاخص‌ها نشان‌گر کیفیت مناسب و قابل قبول مدل اندازه‌گیری

1- Cross-validation
2- CV- Communality
3- CV-Redundancy
4- Goodness Of Fit

شاخص برارزش مطلق GOF، ۰/۴۹ به دست آمد که مقدار به دست آمده برای این شاخص برارزش نشان‌گر برارزش مناسب الگوی آزمون شده است. نتایج در جدول شماره (۱۲) نشان داده شده است.

متغیرهای مکنون درون‌زا موفق بوده است یا نه؟ وتزلز و همکاران (۲۰۰۹)، سه مقدار ۰/۲۵، ۰/۳۶ و ۰/۳۶ را به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF تعریف نموده اند. در پژوهش حاضر برای الگوی آزمون شده

جدول (۱۲): نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش	
نتیجه	فرضیه‌ها
تأیید	رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.
تأیید	رهبری خدمت‌گزار بر عملکرد کارکنان تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.
تأیید	فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی می‌کند.
تأیید	فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و عملکرد کارکنان را میانجی می‌کند.
تأیید	تعهد سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی می‌کند.

۵- نتیجه‌گیری

فرضیه اصلی: رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی فرهنگ سازمانی و تعهد سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد. نتایج نشان داد که رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی فرهنگ سازمانی و تعهد سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد؛ بنابراین فرضیه اصلی پژوهش معنی‌داری می‌باشد و تأیید می‌شود. در تبیین این یافته می‌توان این‌گونه بیان نمود که از آنجایی که سبک رهبری خدمت‌گزار به عنوان رویکردی نو ممکن است از نظر ارتقای عملکرد اعضای سازمان از طریق پرورش نگرش‌ها و رفتارهای کاری آنان مانند فرهنگ سازمانی، تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی برای رهبران سازمان‌ها سودمند باشد، این سبک رهبری نه تنها سبکی بشردوستانه و بر پایه مبانی اخلاقی است، بلکه حتی پیش‌بینی می‌شود برای افزایش نیروی روانی و رضایت از شغل و بهره‌وری در سازمان مفید باشد. بنابراین رهبری خدمت‌گزار می‌تواند بر شاخص‌های چون رفتار شهروندی سازمانی و نهایتاً نحوه و کیفیت عملکرد کارکنان موثر باشد.

فرضیه فرعی اول: رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد. نتایج نشان داد که رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد؛ بنابراین فرضیه فرعی اول پژوهش معنی‌داری می‌باشد و تأیید می‌شود. بنابراین رهبری خدمت‌گزار که بر اساس موازین اخلاقی بنا نهاده شده است، می‌تواند بر نحوه برخورد کارکنان با ارباب رجوع و نوع رفتار سازمانی کارکنان در داخل سازمان تاثیر مستقیم داشته باشد.

فرضیه فرعی دوم: رهبری خدمت‌گزار بر عملکرد کارکنان تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد. نتایج نشان داد که رهبری خدمت‌گزار بر عملکرد کارکنان تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد، بنابراین فرضیه فرعی دوم پژوهش معنی‌داری بوده و تأیید می‌شود. بنابراین رهبری خدمت‌گزار و نحوه مدیریت کارکنان که بر اساس رعایت موازین اخلاقی باشد، می‌تواند بر نحوه عملکرد کارکنان تاثیر مستقیم داشته باشد سبب ارتقا عملکرد کارکنان سازمان گردد.

فرضیه فرعی سوم: فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی می‌کند. نتایج نشان داد فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری

خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی می‌کند، بنابراین فرضیه فرعی سوم پژوهش معنی‌دار بوده و تأیید می‌شود. در تبیین این یافته می‌توان این‌گونه بیان نمود که وجود فرهنگ رفتاری و عملکردی در سازمان که تحت عنوان فرهنگ سازمانی در میان سلسله مراتب سازمانی وجود دارد، می‌تواند تأثیر به‌سزایی در رفتار شهروندی سازمان داشته باشد و از این‌رو رهبری خدمت‌گزار یک سازمان با به‌کارگیری عوامل موثر در ایجاد فرهنگ سازمانی می‌تواند بر رفتار کارکنان تأثیر مستقیم گذارد.

فرضیه فرعی چهارم: فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و عملکرد کارکنان را میانجی می‌کند. نتایج نشان داد که فرهنگ سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و عملکرد کارکنان را میانجی می‌کند، بنابراین فرضیه فرعی چهارم پژوهش معنی‌دار است و تأیید می‌شود. در تبیین این یافته این‌گونه می‌توان بیان نمود که فرهنگ سازمانی نقش موثری بر عملکرد کارکنان می‌تواند داشته باشد. در زمانی که وقتی فاکتورهای فرهنگی در یک سازمان به خوبی اجرا شود که شامل: حس مسئولیت‌پذیری کارکنان نسبت به وظایف و همچنین نحوه اجرای صحیح دستورالعمل‌های ارائه شده از سوی رهبری سازمان است، سبب می‌گردد عملکرد کارکنان نیز بهبود بخشیده شود.

فرضیه فرعی پنجم: تعهد سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی می‌کند. نتایج نشان داد تعهد سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و رفتار شهروندی سازمانی را میانجی می‌کند، بنابراین فرضیه فرعی پنجم پژوهش تأیید می‌شود. بنابراین وجود تعهد نسبت به وظایف سازمانی در میان کارکنان یک سازمان می‌تواند مستقیماً بر نوع رفتار آنها در زمان اجرای وظایف خود در سازمان تأثیر داشته باشد. **فرضیه فرعی ششم:** تعهد سازمانی رابطه میان رهبری

خدمت‌گزار و عملکرد کارکنان را میانجی می‌کند. نتایج نشان داد تعهد سازمانی رابطه میان رهبری خدمت‌گزار و عملکرد کارکنان را میانجی می‌کند، بنابراین فرضیه فرعی ششم پژوهش تأیید می‌شود. بنابراین وجود تعهد سازمانی در میان کارکنان یک سازمان شامل اجرای وظایف و دستورالعمل‌های ارسالی از سوی رهبری سازمان می‌باشد که هر چه میزان تعهد و مسئولیت‌پذیری کارکنان یک سازمان بیشتر باشد در نتیجه عملکرد بهتری را در سازمان ارائه خواهند داد.

با توجه به نتایج فرضیه‌هایی که اشاره شده، می‌توان گفت: مدیران و کارکنان دادگستری استان تهران، مجتمع قدس لازم است با به‌کارگیری الگوی به‌روز رهبری در سازمان خود سبب بهبود رفتار شهروندی کارکنان سازمان در مواجهه با ارباب رجوع‌ها گردند. از طرفی با اجرای قوانین و دستورالعمل‌های رهبری خدمت‌گزار که در سایر ارگان‌ها نتیجه مثبت داشته است سبب ایجاد حس مسئولیت‌پذیری در کارکنان و در نتیجه بهبود عملکرد آنها در سازمان گردند. علاوه بر این، پیشنهاد می‌شود عوامل موثر بر فرهنگ سازمانی را با ارائه برنامه‌ها و همایش‌های درون سازمانی جهت بهبود الگوهای فرهنگی سازمان ارتقا بخشیده و موجبات بهبود رفتار شهروندی کارکنان و سازمان خود فراهم نمایند. از جمله آنها لازم است، مجموعه‌ای از دستورالعمل‌ها و وظایفی که به عنوان تعهدات کارکنان یک سازمان باید رعایت شود در اختیار کارکنان خود قرار داده و ضمن آموزش و پیگیری از آنها سبب افزایش سطح تعهد سازمانی گردیده و در نتیجه سبب بهبود رفتار شهروندی سازمان شوند. همچنین با بررسی سطح تعهد کارکنان سازمان خود و درصد خدمت‌گزاری کارکنان زمینه بهبود عملکرد آنها در سازمان گردند.

منابع

- ۶- اشكبوس، سميرا، دارابی، مهري و پورحسینی، ابراهیم. (۱۴۰۰). ارائه مدل فرهنگ سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی لرستان، جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، ۱۴(۲)، ۷۶-۸۸.
- ۷- آفتابی، بختیار، سلطان‌پناه، هیروش. (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر در ارزیابی عملکرد کارکنان، فصلنامه حکمرانی و توسعه، ۲(۱)، صص ۱۱۴-۱۰۵.
- ۸- چهارزی، سامان؛ قلی‌پور، آرین؛ و پیران‌نژاد، علی. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر سبک رهبری خدمت‌گزار بر رفتارهای ضدبهره‌وری کارکنان، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، ۴(۲)، ۹۹-۱۱۸.
- ۹- حافظ‌نیا، محمدرضا. (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: سمت
- ۱۰- حیدریان، جواد، چناری، علیرضا و پارسامعین، کوروش. (۱۳۹۸). ارائه مدل فرایند تربیت رهبری خدمت‌گزار بر اساس رویکرد نظریه‌پردازی داده‌بنیان، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، ۱۳(۳)، ۷۷-۹۴.
- ۱۱- رئوف قطب‌الدینی، سید امیرحسین، شیرازی، علی و خوراکیان، علیرضا. (۱۳۹۷). تأثیر رهبری خدمت‌گزار بر رفتار شهروندی سازمانی: یک مرور نظام‌مند، اولین کنفرانس بی‌المللی مطالعات بین‌رشته‌ای در مدیریت و مهندسی، دانشگاه تهران.
- ۱۲- زارعان دولت‌آبادی، محمد، شاه‌طالبی، بدری و جعفری‌هرندی، رضا. (۱۴۰۰). ارائه مدل رفتار شهروندی سازمانی معلمان مدارس دولتی ایران، جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، ۱۴(۲)، صص ۱۹۰-۲۰۲.
- ۱۳- شریفی، فاطمه؛ شجاع، علی؛ و صادق‌وزیری، فراز. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر برندینگ داخلی بر رفتار شهروندی سازمانی، نشریه علمی کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۱۲(۲۴)، ۱۰۷-۱۳۱.
- ۱۴- صفریور دهکردی، سپیده، جعفری و قورچیان، نادرقلی. (۱۳۹۷). نقش حمایت سازمانی، رهبری خدمت‌گزار و هویت سازمانی در پیش‌بینی اشتیاق شغلی اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ۱۲(۱)، ۹۹-۱۱۳.
- ۱۵- عسگرنژاد نوری، باقر؛ میرموسوی، معصومه. (۱۴۰۰). فراتحلیل شاخص‌های کلیدی مدیریت منابع انسانی موثر بر بهبود عملکرد کارکنان، فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۳(۱۰۱)، ۱۶۰-۱۲۶.
- ۱۶- قلی‌پور، آرین، پورعزت، علی‌اصغر و حضرتی، محمود. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر رهبری خدمت‌گزار بر اعتماد سازمانی و توانمندسازی در سازمان‌های دولتی، نشریه مدیریت دولتی، ۱(۲)، ۱۱۸-۱۰۳.
- ۱۷- کریمی‌نیا، رضا؛ سلیمی، سید حسین؛ و امینی، علی. (۱۳۸۹). رابطه سبک رهبری با فرهنگ و تعهد سازمانی در نیروهای انتظامی، مجله طب نظامی، ۴۴، ۷۰-۶۵.
- ۱۸- گرگوندی، الهه، ترکمان، فرح و معدنی، سعید. (۱۴۰۰). بررسی روابط قدرتی - جایگاهی در شکل‌گیری احساس تعهد سازمانی در سازمان عمومی شهرداری تهران، مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۳(۲)، صص ۱۶۹-۱۸۴.
- ۱۹- گیوکی، ابراهیم، منظری‌توکلی، علیرضا، سلاجقه، سنجر و شیخی، ایوب. (۱۳۹۸). تبیین راهبرد سازمانی با شایسته‌سالاری و رهبری خدمت‌گزار، مطالعه مدیریت راهبردی، ۳۷، صص ۲۰۲-۲۲۱.

- 20=Alwi, M., Wiyono, B. B., Bafadal, I., & Imron, A. (2021). The Relationship between Personality, Attitude, and Organizational Citizenship Behavior of Senior High School Teachers in Indonesia. *International Journal of Instruction*, 14(2), 345-368.
- 21-Aguilar, N. R. S., Ongon, C. M. M., Samulde, H. G., Cleofe, B. M. S., Gerpacio, A. E., & Melo, M. C. F. (2022). Influence of social media marketing on the brand performance of the students' small online businesses. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 16(2), 876-886.
- 22-Andriyanti, N. P. V., & Supartha, I. W. G. (2021). Effect of perceived organizational support on organizational citizenship behavior with job satisfaction as mediating variables. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(1), 46-55.
- 23-Bauer, T. N., Perrot, S., Liden, R. C., & Erdogan, B. (2019). Understanding the consequences of newcomer proactive behaviors: The moderating contextual role of servant leadership. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 356-368.
- 24-Belias, D., & Koustelios, A. (2014). Organizational culture and job satisfaction: A review. *International review of management and marketing*, 4(2), 132-149.
- 25-Dörnyei, Z. (2007). *Research Methods in Applied Linguistics*. Oxford: Oxford University Press. ISBN-13: 978-0-19-442258-1. 336 páginas. Edición en inglés. *marcoELE. Revista de Didáctica Español Lengua Extranjera*, (11), 1-10.
- 26-Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. SAGE Publications Ltd. London, UK, 264-315.
- 27-Hoyle, R. H. (Ed.). (2012). *Handbook of structural equation modeling*. Guilford press.
- 28-Janijjevi, N., Nikevi, G., & Vasi, V. (2018). The influence of organizational culture on job satisfaction. *Economic Annals*, 63(219), 83-114.
- 29-Kaur, K., & Randhawa, G. (2021). Exploring the influence of supportive supervisors on organisational citizenship behaviours: Linking theory to practice. *IIMB Management Review*, 33(2), 156-165.
- 30-Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.
- 31-Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business research*, 65(10), 1480-1486.
- 32-Kim, J. H., & Hyun, Y. J. (2011). A model to investigate the influence of marketing-mix efforts and corporate image on brand equity in the IT software sector. *Industrial marketing management*, 40(3), 424-438.
- 33-Nair, S. L. S., Aston, J., & Kozlovski, E. (2019, September). The relationship between organisational culture and the job satisfaction of IT sector's employees in contrasting economies. In *Forum Scientiae Oeconomia* (Vol. 7, No. 3, pp. 77-88).
- 34-Nilashi, M., Abumalloh, R. A., Alghamdi, A., Minaei-Bidgoli, B., Alsulami, A. A., Thanoon, M., ... & Samad, S. (2021). What is the impact of service quality on customers' satisfaction during COVID-19 outbreak? New findings from online reviews analysis. *Telematics and Informatics*, 64, 101693.
- 35-Pathiranage, Y. L., Jayatilake, L. V., & Abeysekera, R. (2020). A literature review on organizational culture towards corporate performance. *International journal of management, accounting and economics*, 7(9), 522-544.
- 36-Paschal, A. O., & Nizam, I. (2016). Effects of organisational culture on employees performance: case of Singapore telecommunication. *International Journal of Accounting & Business Management*, 4(1), 19-26.
- 37-Radford, A., Kim, J. W., Hallacy, C., Ramesh, A., Goh, G., Agarwal, S., ... & Sutskever, I. (2021, July). Learning transferable visual models from natural language supervision. In *International conference on machine learning* (pp. 8748-8763). PMLR.
- 38-Rahimnia, F., Ghanaat, N., & Kafashpoor, A. (2023). The mediating effect of hedonic and functional brand images on the relationship between social media advertising content, sales promotion content and behavioural intention. *Consumer Behavior Studies Journal*, 9(4), 173-191.
- 39-Rahman, A., Abidin, N. S. Z., & Hasan, M. M. (2018). Factors Affecting Employees' Motivation At Infrastructure University Kuala Lumpur. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics*

and Law, 17(2), 2289-1560.

40-Reidhead, C. (2020). Impact of organizational culture on employee satisfaction: A case of Hilton hotel, United Kingdom. *Journal of Economics and Business*, 3(1).

41-Sundararajan, T. P., Kee, D. M. H., Albert, P. J., Subramaniam, M., Thirupathi, H., Angarita, L. S. C., ... & Pandey, R. (2020). The Effects of Organizational Culture on Employee Performance: A Study of the Edge Newspaper. *International Journal of Applied Business and International Management (IJABIM)*, 5(2), 44-53.

42-Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of personality and social psychology*, 54(6), 1063.

43-Yoo, B., Donthu, N., & Lee, S. (2000). An examination of selected marketing mix elements and brand equity. *Journal of the academy of marketing science*, 28(2), 195-211.

©Authors, Published by Journal of Intelligent Knowledge Exploration and Processing. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



مقاله پژوهشی

اثرات نظام حکمرانی و ساختار فرآیندی بر پیاده سازی بودجه ریزی عملیاتی

Doi: 10.30508/KDIP.2022.362890.1050

طاهره امینی (نویسنده مسئول)^۱ | سیدجواد حبیب زاده بایگی^۲ | امیر شمس^۳

۱- کارشناسی ارشد، حسابداری، مؤسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران

۲- استادیار گروه حسابداری، مؤسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران

۳- استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی (واحد تربیت جام)، تربیت جام، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۲۸

صفحه: ۸۶ - ۹۷

چکیده:

نهادهای بودجه ریزی در طول تاریخ، در روند تدریجی حرکت کشورها به سمت حکمرانی شایسته و پاسخ دهنده نقش بسزایی داشتند. بودجه یک ابزار استراتژیک برای نظم اقتصادی و مالی است دولت ها در شکل کنونی خود زمینه ای را برای دولت شایسته، پاسخگو و مشارکت با شهروندان را ایجاد می کند. هدف از این پژوهش شناسایی «اثرات نظام حکمرانی و ساختار فرآیندی بر پیاده سازی بودجه ریزی عملیاتی» است. این تحقیق پیمایشی است و به علت کاربردی بودن نتایج، این تحقیق در گروه پژوهشی کاربردی قرار می گیرد. جامعه آماری این پژوهش کارشناسان (واحدهای بودجه، مالی و اداری) هستند. تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده از نمونه، با روش پرسشنامه می باشد و در دو بخش تحلیل توصیفی و تحلیل استنباطی انجام شده است. بخش تحلیل توصیفی شامل؛ مشخصات جمعیت شناختی پاسخگویان و در بخش تحلیل استنباطی، آزمون فرضیه تحقیق یعنی رابطه بین متغیرهای تحقیق از طریق آزمون همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه بین متغیرهای تحقیق، برای دستیابی سهم متغیر مستقل در واریانس متغیر وابسته، مورد بحث قرار گرفته است. همچنین تفاوت میانگین متغیرهای مستقل و وابسته با میانگین فرضی از آزمون «تی استیودنت» انجام شده است.

کلمات کلیدی: نظام حکمرانی، ساختار فرآیندی، بودجه ریزی، عملیاتی.

۱- مقدمه

نهادهای بودجه‌ریزی در طول تاریخ، در روند تدریجی حرکت کشورهای به سمت حکمرانی شایسته و پاسخ‌دهنده نقش بسزایی داشتند. بودجه یک ابزار استراتژیک برای نظم اقتصادی و مالی است دولت‌ها و در شکل کنونی خود زمینه‌ای را برای دولت شایسته و پاسخگو و مشارکت در شهروندان را ایجاد می‌کند (آذر و امیرخانی، ۱۳۹۰).

بودجه‌ریزی کارکردهای متفاوتی در شرکت دارد که لزوماً با یکدیگر سازگار نیستند، اما در تضاد هستند. در بسیاری از شرکت‌ها، بودجه به طور همزمان برای برنامه‌ریزی عملیاتی و ارزیابی عملکرد استفاده می‌شود. اگرچه تحقیقات قبلی استفاده از سطوح مختلف بودجه را برای اهداف مختلف به منظور حل تعارضات احتمالی بین این عملکردها توصیه می‌کند، شواهد تجربی نشان می‌دهد که اکثر شرکت‌ها از یک سطح بودجه واحد برای برنامه‌ریزی و ارزیابی عملکرد استفاده می‌کنند (مارکوس و همکاران، ۲۰۱۹).

نظام بودجه‌ریزی عملیاتی به عنوان یک سیستم مدیریتی برای بهبود کارایی و اثربخشی استفاده از منابع سازمانی مورد توجه جدی دولت‌ها در سطوح ملی و محلی قرار گرفته است. در این سیستم اعتبارات بودجه بر اساس عملکرد واحدهای سازمانی در راستای تولید خروجی (محصولات و خدمات) یعنی اهداف کوتاه مدت و دستیابی به نتایج یا اهداف بلندمدت، تخصیص می‌یابد و از این طریق هدف سازمان افزایش شفافیت در نحوه استفاده از منابع برای انجام فعالیت‌ها، تولید خروجی‌ها و دستیابی به اهداف و استراتژی‌ها و همچنین منجر به مسئولیت‌پذیری بیشتر است (محسنی تنکابنی و طوطیان، ۱۴۰۰). در کشورهای دموکراتیک، پاسخگویی جزء لاینفک حکمرانی خوب تلقی می‌شود و یکی از مواردی که در زنجیره ارزش یک سیستم پاسخگویی مورد توجه قرار می‌گیرد، نظارت مالی است. نظارت مالی در کشور ما به دو صورت نظارت قبل از خرج و نظارت پس از خرج انجام می‌شود.

برای داشتن یک نظام بودجه‌ریزی عملیاتی موفق و واقعی، باید عوامل فنی و فرآیندی در کنار هم و بدون تعیین شاخص ساخته شود. پیاده‌سازی بودجه‌ریزی

عملیاتی با مشکلاتی مواجه خواهد شد. منظور از شاخص‌های عملکرد مجموعه‌ای از استانداردها، استراتژی‌ها و معیارهایی است که عملکرد سازمان‌ها از قبیل؛ هزینه‌ها، وضعیت پرسنل، روش‌های آموزشی، ارائه خدمات، نرخ تولید و غیره را به طور واضح و رضایت بخش اندازه‌گیری می‌کند. ایده‌ای که در حمایت از بودجه‌ریزی عملیاتی این است که اگر سیاست‌گذاران تصمیمات مالی را عینی و بر اساس کارایی اتخاذ کنند و ایجاد اثربخشی، آنگاه هم خود و هم مردم می‌توانند قضاوت روشن‌تری در مورد عملکرد دولت داشته باشند. در واقع بودجه‌ریزی عملیاتی با پیوند دادن تصمیمات بودجه و عملکرد دولت، پاسخگویی دولت را در مقابل قانون‌گذاران و مردم تقویت می‌کند. به گونه‌ای که کل فرآیند بودجه‌ریزی عملیاتی به دنبال پاسخ به این سؤالات است: موقعیت فعلی ما کجاست؟ کجا می‌خواهیم باشیم؟ از چه طریقی باید به این اهداف برسیم؟ چگونه باید پیشرفت خود را بسنجیم؟ با توجه به الزامات قانونی در خصوص تشکیل بودجه‌ریزی عملیاتی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و برنامه پنجم توسعه کشور ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری و ماده ۲۱۹، ضرورت توجه به عوامل مؤثر بر توسعه و پیاده‌سازی نظام بودجه‌ریزی عملیاتی در دستگاه‌های اجرایی کشور از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، بنابراین در این تحقیق اثرات نظام حکمرانی و ساختار فرآیندی بر بودجه‌ریزی عملیاتی بررسی شده است.

۲- مبانی نظری

بودجه به عنوان ابزاری مؤثر برای مدیریت صحیح دولت و بخش عمومی تلقی می‌شود. آگاهی رهبران، مدیران و کارشناسان در سطوح خرد و کلان از روش‌های نوین بودجه‌ریزی باعث می‌شود؛ علاوه بر استفاده منطقی از منابع و تخصیص بهینه آنها، بستر مناسبی برای رشد و کارایی در نهادها و سازمان‌های دولتی فراهم شود (رحیمی، ۱۴۰۰). در چند سال اخیر اصرار زیادی بر تنظیم بودجه شده است برنامه‌ریزی عملیاتی به منظور هدف‌گذاری فعالیت‌های دستگاه مدیران دولتی بوده است. دانشگاه به عنوان یکی از دستگاه‌های اجرایی در نظام مالی دولت

عملیاتی است (زواره طلایی، ۱۳۸۹).

مطالعه‌ای در ایالات متحده در مورد اهمیت نقش شهروندان در بودجه‌ریزی عملیاتی انجام شد و نتایج این مطالعه نشان داد که دولت‌هایی که پاسخگویی عمومی بیشتری دارند و فعالانه به خواسته‌های شهروندان پاسخ می‌دهند، اولاً: تمایل بیشتری به استفاده از این سبک بودجه‌ریزی را دارند و دوماً: عملکرد آنها در پیاده سازی بودجه‌ریزی عملیاتی موفق‌تر بوده است (پارک، ۲۰۱۹).

در بودجه‌ریزی، بودجه هر فعالیت بر اساس هدف و نتیجه آن تعیین می‌شود نه بر اساس هزینه سال گذشته و این نوع بودجه‌ریزی علمی، عملیاتی و قابل ارزیابی است. در بودجه‌ریزی عملیاتی، قرار است بهره‌وری افزایش یابد و کارکنان هر چه بیشتر برای رسیدن به هدف تلاش کنند، از مشوق‌ها بیشتر بهره‌مند می‌شوند و خدمات بهتری ارائه می‌دهند. وقتی بهره‌وری که شامل: کارایی و اثربخشی است افزایش یابد، موجب صرفه‌جویی می‌شود (نادیم و همکاران، ۲۰۲۲).

از سوی دیگر، نظام سنتی بودجه‌ریزی با توجه به رشد فناوری و افزایش سطح توقعات عمومی، دارای مشکلات فراوانی است که در عرصه جدید جایگاهی نخواهد داشت. در بودجه‌ریزی سنتی تغییر حجم کار در پیش‌بینی دقیق هزینه‌ها در نظر گرفته نمی‌شود و مازاد سود بر هزینه‌ها مشخص نمی‌شود، زیرا با در نظر گرفتن ارقام و اطلاعات مندرج در سند بودجه می‌توان تشخیص داد که چه کاری دولت انجام می‌دهد و مشخص نیست که بابت پول خرج شده چه نتایج حاصل خواهد شد (مهدوی، ۱۳۸۶؛ مومنی، و فعال قیومی، ۱۴۰۰).

اگرچه استفاده از بودجه‌ریزی عملیاتی از سال ۱۳۸۱ در دستور کار دولت به ویژه سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی سابق کشور قرار گرفت، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد که فرآیند بودجه‌ریزی فعلی در اکثر دستگاه‌های دولتی کشور بر اساس بودجه‌ریزی سنتی است. که با تخصیص مقادیر جزء به داده‌های خرد اعتبارات را توزیع می‌کند. این روند، تهیه و اجرای بودجه در سازمان‌های دولتی را در نیم قرن اخیر به یک مشکل پیچیده و دشوار در مدیریت بخش دولتی تبدیل کرده است که پیامدهای نامطلوب و فزاینده

موظف هستند بودجه‌ریزی عملیاتی را اجرا نمایند. پیاده سازی بودجه‌ریزی عملیاتی یکی از اهداف اصلی نظام بودجه است. بودجه‌ریزی عملیاتی به منظور پاسخگویی زیربخش‌ها و همچنین توزیع متناسب بودجه بین آنها از طریق تخصیص درآمد و هزینه است (طالبیان و همکاران، ۱۳۹۹). یکی از اصلاحات اخیر در نظام بودجه‌ریزی کشور حرکت به سمت بودجه‌ریزی عملیاتی است که بر سنجش عملکرد سازمان‌ها تأکید دارد. با خصوصی سازی بسیاری از سازمان‌های دولتی و نیاز روزافزون به مدیریت و کنترل هزینه‌ها، این شرکت‌ها بر صرفه‌جویی، کارایی و اثربخشی منابع تأکید بیشتری دارند (رحیمی، ۱۴۰۰؛ طالبیان و شفایی، ۱۳۹۹). گرایش به نظام بودجه‌ریزی عملیاتی روز به روز در سراسر جهان در حال افزایش است. اما غیرعملیاتی و شفاف نبودن یکی از مشکلات اساسی نظام بودجه‌ریزی کشور است که هزینه‌های زیادی را به کشور تحمیل نموده است (احمدی، آذر، و دادرسی، ۱۳۸۹). ایران نیز مانند سایر کشورها، نظام بودجه‌ریزی عملیاتی را به منظور بهبود برنامه ریزی و اصلاح فرآیند مدیریت مالی خود اتخاذ کرده است. انتظار می‌رود با استقرار نظام بودجه‌ریزی عملیاتی، برنامه‌های مالی و عملیاتی دولت از شفافیت کافی برخوردار باشد تا زمینه لازم برای ارتقای سطح پاسخگویی حاکم بر منابع عمومی فراهم گردد (باباجانی و رسولی، ۱۳۹۰).

به طور کلی، یکی از مهم‌ترین شاخص‌های پیشرفت در زمینه‌های اقتصادی برای هر کشور برنامه‌ریزی اساسی بر اساس توان عملیاتی دولت و عملکرد کارکنان در قالب بودجه است (قادری، سیاحی، و فرامرزی، ۱۴۰۰).

بودجه‌ریزی عملیاتی بر رابطه بین ورودی یا تولید و نتیجه و رضایت مردم تأکید دارد و عوامل کارایی و صرفه‌جویی را به ابعاد سنتی بودجه‌ریزی اضافه می‌کند. در بودجه عملیاتی بحث چانه‌زنی در بودجه‌ریزی منتفی است. در بودجه‌ریزی سنتی، شش ماه از وقت مسئولان و مدیران ارشد نظام همیشه صرف مبادله تفاهم نامه‌ها و شش ماه صرف چانه‌زنی برای دریافت کسری اعتبار می‌شود. آگاهی از هزینه واقعی فعالیت‌ها، مهندسی مجدد فرآیندها، کمک به ارزیابی عملکرد سازمان، جبران هزینه‌ها، افزایش کارایی و اثربخشی (بهره‌وری) یکی از مزیت‌های بودجه‌ریزی

گيرندگان، بايد سيستمى مطابق با تكنولوجى، جهان بينى و نظام ارزشى حاكم بر سازمان طراحى و اجرا شود. هماهنگ سازى سيستم حسابدارى و سيستم بودجه ريزى در تمامى شركت ها اولين ضرورتى است كه سيستم كنترل مديريت بايد به آن پاسخ دهد و اين دو سيستم علاوه بر ارتباط متقابل و توانايى مقايسه خروجى هاى خود با يكديگر، شامل تعيين متغيرها كه بايد تحت كنترل باشد و در نهايت به نيازهاى ساختار عدم تمرکز پاسخ دهد، زيرا؛ سيستم هاى كه تمايل به تمرکز دارند، نمى توانند از روش هاى مختلف انجام كار و كنترل در محل كار پشتيبانى كنند.

با توجه به شرايط و ويژگى هاى شركت ها و موسسات كشور، بودجه ريزى براى آنها از اولويت بسيار بالايى برخوردار است و با توجه به اهدافى مانند شفاف سازى درآمدها، هزينه ها و كاهش زيان ها، تعيين قيمت تمام شده واقعى با در نظر گرفتن تمامى عوامل موثر بر آن، استفاده بهينه از ظرفيت هاى موجود، كوچك سازى سازمان، حذف كارهاى عضله اى و ايجاد سازمان فكرى بنياد، حساسيت هاى خاصى در اين زمينه وجود دارد. رويكرد بودجه ريزى عملياتى عبارت است از:

- ۳- تمرکز بر شاخص ها براى سنجش نتايج و پيامدهاى عملكرد در رابطه با فرآيند برنامه ريزى استراتژيك.
- ۴- تاكيد بر كنترل عدم تمرکز و رفع بوروكراسى در تصميم گيرى بودجه.
- ۵- تغيير در پاسخگويى براى انطباق با پاسخگويى نتايج (اندرسون، كليستار و كنى، ۲۰۱۰).

هدف نهايى بودجه ريزى عملياتى كمك به تصميم گيرى منطقى در مورد تخصيص و تعهد منابع دولتى بر اساس نتايج قابل اندازه گيرى است كه نتايج مورد انتظار (عملكرد) مؤسسه را در طول زمان منعكس مى كند. هدف نهايى بودجه ريزى عملياتى كمك به تصميم گيرى عاقلانه در خصوص تخصيص و تعهد منابع دولتى بر اساس نتايج قابل اندازه گيرى است كه نتايج مورد انتظار سيستم را در طول زمان منعكس مى كند (سعيد اردكانى، شاهى، فرجام، و موسى نژاد، ۱۳۸۹).

خود را بر دولت تحميل نموده و آن را به ايزارى ناكارآمد تبديل مى كند. تهيه و تصويب بودجه براى هر دوره مالى حجم قابل توجهى از نيروهاى متخصص دستگاه ها را مى گيرد و با مشكلات و مسائل زيادى مواجه است (اسعدى، ابراهيمى، و باباشاهى، ۱۳۸۷؛ پورعلى و كاكوان، ۱۳۹۳؛ محمودى، ۱۳۸۶). لزوم توجه به عوامل مؤثر در تدوين و استقرار نظام بودجه ريزى عملياتى در دستگاه هاى اجرايى كشور از اهميت ويژه اى برخوردار است و در اين تحقيق اثرات نظام حكمرانى و ساختارهاى فرآيندى در فرمول بندي بودجه ريزى عملياتى مورد بحث قرار گرفته است. سوالى كه اين پژوهش به دنبال پاسخگويى به آن مى باشد اين است كه آيا نظام حكمرانى و ساختار فرآيندى بر پياده سازى بودجه ريزى عملياتى تاثير دارند؟ لذا هدف اصلى و اهداف فرعى رامى توان به اين شرح بيان نمود.

- شناسايى اثرات نظام حكمرانى و ساختار فرآيندى بر بودجه ريزى عملياتى.
 - شناسايى موانع و تنگناهاى موثر بر بودجه ريزى عملياتى.
 - تعيين اثر نظام حكمرانى سازمان بر پياده سازى و توسعه نظام بودجه ريزى عملياتى.
 - تعيين اثر ساختار فرآيندى بر پياده سازى و توسعه نظام بودجه ريزى عملياتى.
 - ارائه راهكارهاى ضرورى براى كاهش موانع در مسير پياده سازى نظام بودجه ريزى عملياتى.
- همان طور كه در دستورالعمل اجرايى بودجه ريزى عملياتى آمده است، «نظام بودجه ريزى عملياتى» به عنوان زيرمجموعه نظام «مديريت بر مبنای نتايج» و با هدف ارتقاى كارايى و اثربخشى استفاده از منابع سازمانى از اهميت جدى برخوردار است. نگرانى براى دولت ها در واقع در اين سيستم، اعتبارات بر اساس عملكرد واحدهاى سازمانى در راستاى توليد محصولات (خدمات) و يا دستيابى به نتايج تخصيص مى يابد و از اين طريق هدف سازمان ها افزايش شفافيت در نحوه استفاده از منابع براى انجام فعاليت ها، ايجاد خروجى ها و دستيابى به اهداف و استراتژى ها همچنين پاسخگوتر هستند (سايمون و دارمين، ۲۰۲۲).
- براى پاسخگويى به نيازهاى اطلاعاتى تصميم

1- Saymon & Darmin-
2- Andreason, Kielstra, & Kenny

همچنین تأیید می‌کند که یک هدف یا مجموعه‌ای از اهداف باید با مقدار مشخصی از اعتبارات محقق شود. بودجه‌ریزی فرآیند تخصیص منابع محدود به نیازهای نامحدود در نظر گرفته می‌شود. مجموعه تلاش‌هایی که صرف بودجه‌ریزی و تخصیص منابع می‌شود به منظور استفاده حداکثری از منابعی است که معمولاً کافی نیستند و به اصطلاح اقتصاد کمیاب هستند. بنابراین برای دستیابی به اهداف مورد نظر باید از هر یک از منابع محدود به گونه‌ای استفاده کرد که بتوان گفت حداکثر استفاده با کمترین هزینه در تبدیل همه منابع به پول حاصل شده است. بودجه اهداف و راهبردها را در قالب اصطلاحات مالی تعیین می‌کند و نحوه اجرای برنامه و کنترل پیشرفت آنها را مشخص می‌کند. سازمان‌ها به سه دلیل اصلی به بودجه‌ریزی نیاز دارند (فرچ وند، ۱۳۸۸):

۸- مشخص کردن هدف مالی برنامه‌ها

۹- شناسایی منابع مورد نیاز برای اجرای برنامه‌ها

۱۰- دستیابی به معیارهای اندازه‌گیری، پایش و کنترل نتایج پروژه‌ها در مقایسه با برنامه‌ها (پورعلی و کاکوان، ۱۳۹۳).

نظام حکمرانی: شامل ارزیابی تصمیمات و برنامه‌ها از زمان اجرای آنها و کارهای لازم برای جلوگیری از انحراف عملیات از اهداف برنامه و اصلاح انحرافات احتمالی ایجاد شده است. نظارت همیشه به دنبال یک برنامه ضروری است و از آنجا که برنامه‌ها شامل؛ رفتار، خط تولید، تخصیص منابع، اهداف تا دستورالعمل‌ها و روش‌های انجام کار اساساً سیستماتیک هستند، نظارت نیز هدف‌دار است. مفهوم نظارت بسته به نظارت درون سازمانی (داخلی) یا برون سازمانی (خارجی) متفاوت است. تاجایی که برنامه‌ریزی را جزئی از فرآیند نظارت می‌دانند و از ارزیابی عملکرد یا ارزیابی بودجه به عنوان نمونه‌هایی از نظارت یاد می‌کنند.

نظارت داخلی؟: شامل کنترل‌های داخلی است که در سازمان برای ارزیابی نتایج فعالیت‌های سازمان و انحرافات ایجاد شده در فرآیند فعالیت‌ها وجود دارد، که توسط مدیریت سازمان تدوین می‌شود.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که پنج دسته از متغیرها در اجرای سیاست بودجه‌ریزی موثر هستند: متغیرهای ذکر شده عبارتند از: سازمان‌هایی که باید با یکدیگر همکاری می‌کنند، طراحی و توسعه خط‌مشی، رفتار گروه‌های تحت اثربخشی، توانایی‌های رهبری و ادراک و تفسیر مدیران اجرایی (براینارد، ۲۰۱۰).

بودجه‌ریزی عملیاتی یکی از روش‌های تقویت مسئولیت پاسخگویی است. برای پیاده‌سازی بودجه‌ریزی عملیاتی در ایران، در آغاز ضروری است تعریف جامع و کاملی ارائه شود و همه ذی‌نفعان مرتبط، آموزش ببینند که چه چیزی لازم است و هدف این تغییر دادن برای آنها مشخص شود. هدف از بودجه عملیاتی پیش‌بینی قبلی اطلاعات مربوط به دستگاه‌های اجرایی، فصل‌ها، برنامه و فعالیت‌ها، در راستای نتایج آن است. مهم‌ترین مزایای روش بودجه‌ریزی عملیاتی نسبت به مدل‌های دیگر بودجه‌ریزی، افزایش دادن شفافیت و اثربخشی بودجه و تاثیر آن در بهبود عملکرد سازمان است. بنابراین فرضیه‌های تحقیق به این شرح خواهد بود:

۶- نظام حکمرانی بر پیاده‌سازی نظام بودجه‌ریزی عملیاتی اثر دارد.

۷- ساختار فرآیندی بر پیاده‌سازی نظام بودجه‌ریزی عملیاتی اثر دارد.

با توجه به بررسی نظر متخصصان و خبرگان در مفاهیم بودجه‌ریزی، مهم‌ترین عوامل مؤثر در تدوین و پیاده‌سازی نظام بودجه‌ریزی عملیاتی^۱ در سازمان‌ها، عبارتند از: نظام حکمرانی^۲ و ساختار فرآیندی^۳.

بودجه‌ریزی عملیاتی^۵: کمیسیون هوور؛ بودجه عملیاتی را اینگونه تعریف می‌کند: در مقوله بودجه‌ریزی عملیاتی، تمرکز بر وظایف یا فعالیت‌هاست، یعنی به جای تمرکز بر فهرست کارمندان دولت یا مجوزهای خرید، روی دستیابی به اهداف است. بودجه‌ریزی عملیاتی برنامه‌ای است که عملکرد و بودجه سالانه را تلفیق می‌کند و رابطه بین سطح اعتبارات برنامه و نتایج مورد انتظار را نشان می‌دهد.

- 1- Brainard-
- 2--Operational budgeting system
- 3-- governance system
- 4--Process structure
- 5-operational budgeting-
- 6--Internal monitoring

می‌کند (عبد صبور و راوند، ۱۳۹۱):

- ۱۶- ارائه بستر صحیح برای تصمیم‌گیری در خصوص تخصیص منابع
- ۱۷- تعیین نتایج قابل اندازه‌گیری و مورد انتظار که می‌توان از تخصیص بودجه مشخص به دست آورد.
- ۱۸- تمرکز فرآیند تصمیم‌گیری بر مهم‌ترین مسائل و چالش‌هایی که سازمان با آن مواجه است.
- ۱۹- ایجاد یک فرآیند منطقی برای تصمیم‌گیری در مورد بودجه که ارتباط مستقیمی با برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی و گزارش‌دهی دارند.
- ۲۰- ایجاد پیوند بین نتایج عملکرد بودجه و برنامه
- ۲۱- تمرکز فرآیند تصمیم‌گیری بر مهم‌ترین مسائل و چالش‌هایی که شرکت با آن مواجه است.
- ۲۲- جهت استفاده از منابع کشور مبنایی برای پاسخگویی ارائه شود.
- ۲۳- افزایش کارایی مدیریت هزینه و صرفه‌جویی در هزینه‌ها

اینکه بودجه‌ریزی عملیاتی برای دستیابی به اهداف آن مورد توجه قرار گیرد، لازم است در حین اجرای آن ملاحظات در نظر گرفته شود. به عبارت دیگر، تنظیم بودجه بر اساس عملکرد نیاز به الزامات خاصی دارد و در صورت عدم تامین الزامات فوق، همیشه احتمال شکست در استقرار بودجه‌ریزی عملیاتی وجود دارد.

توجه به الزامات و موارد زیر می‌تواند زمینه را برای رویکرد استقرار بودجه‌ریزی عملیاتی را فراهم کند (پورغفار محمدزاد سالطه زینالی، مهرانی، ۱۴۰۱): ضروریات قانونی و مقررات بودجه، سیاست‌های انگیزشی و مدیریتی، تقویت نظام حسابداری و حسابداری، شاخص‌های ارزیابی دقیق عملکردها، نگرش مدیریتی و آشنایی با سیستم‌های گزارش‌گری، شفافیت ترازنامه منابع و مصارف و قیمت و بهای تمام شده.

نظارت خارجی: شامل کنترل توسط نهادهای نظارتی خارج از سازمان است که بر عملکرد مدیران و اعضای سازمان نظارت می‌کنند. مانند دیوان محاسبات که بر اجرای بودجه و منابع مالی در چارچوب قوانین و مقررات مالی و حسابداری نظارت دارند.

ساختار فرآیندی: در این بخش، شاخص‌های فرآیندی در مشکلات اجرای بودجه‌ریزی عملیاتی در سازمان‌های دولتی در قالب ۵ بخش بررسی می‌شود:

- ۱۱- برنامه‌ریزی استراتژیک^۱
- ۱۲- تعیین شاخص در بودجه‌ریزی^۲
- ۱۳- اعتبار شاخص در بودجه‌ریزی^۳
- ۱۴- تغییر متناسب در سیستم حسابداری و گزارش‌گری^۴
- ۱۵- سیستم اطلاعات مدیریت^۵

برنامه‌ریزی استراتژیک به عنوان یک ابزار تصمیم‌گیری قوی و ممتاز تلقی می‌شود و امروزه در بسیاری از کشورها، بودجه‌ریزی عملیاتی با برنامه‌ریزی استراتژیک ترکیب می‌شود تا نشان دهد، دو سیستم مورد استفاده برای یکدیگر کارآمد و مناسب هستند.

اهداف بودجه‌ریزی عملیاتی: هدف اصلی بودجه‌ریزی عملیاتی، افزایش اثربخشی هزینه‌های سازمانی است. در این ساز و کار به گونه‌ای انجام می‌شود که اعتبارات سازمان صرف تولید خروجی شود و تخصیص داده می‌شود، تا سازمان با شفاف سازی تولید خروجی‌ها، اهداف کوتاه‌مدت خود را تضمین می‌کند و موفق می‌شود به نتایج یا همان اهداف بلندمدت خود در سطح بالاتری دست یابد (پناهی، ۱۳۸۴، ۱۳۸۶، ۱۴۰۰). مهم‌ترین هدف بودجه‌ریزی عملیاتی مدیریت درست میان بخش عمومی و افزایش موثر و اثربخش است (صالحی، ۱۳۹۶). هدف نهایی بودجه‌ریزی عملیاتی کمک به تصمیم‌گیری منطقی در مورد تخصیص و تعهد منابع دولتی بر اساس نتایج احتمالی است. این اندازه‌گیری است که نتایج مورد انتظار (عملکرد) دستگاه را در طول زمان منعکس می‌کند. با این تفسیر، بودجه‌ریزی عملیاتی اهداف و نتایج زیر را دنبال

- 1-- External supervision
- 2-- strategic planning
- 3-The validity of the index in budgeting-
- 4--Validity of the index in budgeting
- 5-- Proportional change of accounting and reporting system
- 6-Management information system-

۳- روش تحقیق

انجام هرگونه تحقیق عملی مستلزم صرف هزینه و زمان است، به همین دلیل امکان بررسی کامل جمعیت (جامعه) به صورت سرشماری وجود ندارد، لذا با توجه به این واقعیت، محققان سعی در جمع آوری اطلاعات احتمالی از روش نمونه گیری از طریق تجزیه و تحلیل را دارند. داده های به دست آمده را در اطراف نمونه به دست می آورند و در نهایت این اطلاعات را از طریق تعمیم به جامعه اصلی نسبت می دهند (خاکی، ۱۳۹۸). روش تحقیق پیمایشی - میدانی هست و از نظر هدف کاربردی و انجام تحقیق در چارچوب استدلال تطبیقی - استقرایی می باشد. به این معنا که، مبانی نظری و پیشینه تحقیق از طریق مطالعات کتابخانه ای، پایگاه های علمی معتبر، مقالات علمی در قالب قیاس و جمع آوری اطلاعات در جهت حمایت از رد فرضیه ها در چارچوب استقرایی انجام می شود.

انتخاب و تعیین روش تحقیق در مطالعات مرتبط با علوم انسانی یکی از مراحل مهم در هر تحقیقی محسوب می شود و محقق باید روش مورد نظر خود را انتخاب کند. آنچه مهم و قابل تأمل و آینده نگری است، این که روش تحقیق با اهداف، ماهیت موضوع و میزان دسترسی به امکانات عملیاتی به منظور بهره مندی ارتباط تنگاتنگی دارد. برخی از آنها پاسخ های دقیق تر، آسان تر و ارزان تر به سوالات مطرح شده در تحقیق و با روش های منظم و آکادمیک، بررسی و تحلیل منطقی یافته ها انجام خواهند شد. ابزار گردآوری داده ها در تحقیق حاضر، پرسشنامه است. در این تحقیق برای بررسی روایی محتوای پرسشنامه از روش های زیر استفاده شده است:

- استفاده از نظرات متخصصان و صاحب نظران در زمینه بودجه ریزی عملیاتی و موضوعات مرتبط.
- مطالعه پرسشنامه ها، مقالات و کتاب های مشابه.
- توزیع اولیه پرسشنامه بین تعداد شرکتهای تحت بررسی و اعمال نظرات اصلاحی.

برای تعیین پایایی ابزار از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب به دست آمده بر اساس این روش در واقع شاخص هماهنگی درونی سوالات یعنی میزان تداخل تمامی سوالات از نظر سنجی، یک ویژگی مشترک است،

برای انتخاب سوالاتی که ضریب خصوصی را می سنجند، بهترین مجموعه سوالاتی است که ضریب همسانی درونی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده و بیشترین مقدار را داشته باشد. برای این منظور از فرمول ضریب آلفای کرونباخ برای تعیین روایی پرسشنامه استفاده می شود (مومنی و همکاران، ۱۴۰۰).

$$r_{\alpha} = \frac{J}{J-1} = \left(1 - \frac{\sum_{j=1}^n s_j^2}{S^2} \right)$$

که در آن تعداد سوالات پرسشنامه = J، واریانس پاسخ همه آزمودنی ها به سوال = $\sum_{j=1}^n s_j^2$ و واریانس مجموع نمرات هر موضوع در همه سوالات = S^2 است.

هر چه این معیار به یک نزدیک تر باشد نشان دهنده پایایی بالا و هر چه این مقدار به صفر نزدیک تر باشد، نشان دهنده عدم پایایی پرسشنامه یا تحقیق است. یک پرسشنامه در صورتی معتبر است که مقدار آلفای کرونباخ بیشتر از ۰٫۷ باشد و هر چه این مقدار به ۱ نزدیک تر باشد، پرسشنامه قابل اعتمادتر است. ضریب آلفای کرونباخ کلی این سوال ها، پایایی مناسب ابزار تحقیق را نشان می دهد. در این تحقیق پرسشنامه ها دارای ۴ سوال جمعیت شناختی و ۱۶ سوال مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق می باشند جامعه آماری این تحقیق، کارشناسان مالی (واحد بودجه و مالی و اداری) سازمان بوده که تعداد آنها ۸۰ نفر می باشند. با توجه به فرمول کوکران، حجم نمونه تعداد ۶۶ نفر می باشند که پرسشنامه به صورت تصادفی ساده بین آنها توزیع گردید. سپس پرسشنامه ها پس از ویرایش داده ها توسط نرم افزار اس. پی. اس. اس. مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

۴- یافته های تحقیق

تجزیه و تحلیل داده ها در دو بخش؛ تحلیل توصیفی و تحلیل استنباطی انجام شده است. بخش توصیفی شامل؛ مشخصات جمعیت شناختی پاسخگویان

می‌باشد که ویژگی‌های نمونه را بر حسب متغیرهای مختلف از قبیل؛ جنسیت، تحصیلات و... تشریح می‌کند. همچنین شاخص‌های هر یک از آنها در میان پاسخگویان تشریح شده است. در بخش تحلیل استنباطی، آزمون فرضیه‌های تحقیق از طریق آزمون همبستگی پیرسون و همچنین تحلیل رگرسیون چندگانه بین متغیرهای تحقیق برای دستیابی به سهم متغیر مستقل در تبیین واریانس متغیر وابسته مورد بررسی قرار گرفت. همچنین تفاوت میانگین متغیرهای مستقل و وابسته با میانگین فرضی با استفاده از آزمون تی- استیودنت انجام شده است. در بخش آمار توصیفی، توزیع متغیر جنسیت در بین پاسخگویان به گونه‌ای است که از ۶۶ نفر نمونه مورد استفاده در این تحقیق، ۵۵ نفر مرد و ۱۱ نفر زن هستند. به طوری که ۸۳٫۳ درصد پاسخگویان مرد و ۱۶٫۷ درصد زن هستند. در بین افراد نمونه، سطح تحصیلات پاسخگویان، ۱٫۵ درصد پاسخگویان در مقطع فوق دیپلم، ۴۵٫۵۰ درصد در مقطع کارشناسی، ۴۵٫۵۰ درصد در مقطع لیسانس و ۷٫۶ درصد در مقطع دکتری هستند. در بین مدارک تحصیلی، بیشترین فراوانی و درصد مربوط به مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد و کمترین آن مربوط به مقطع فوق دیپلم است. درصد تجمعی نشان می‌دهد که ۴۷ درصد پاسخگویان زیر مدرک کارشناسی و حدود ۸ درصد بالاتر از مقطع کارشناسی ارشد هستند. همچنین از میان رشته‌های مذکور، حسابداری ۶۶٫۷ درصد، صنایع ۶٫۱۰ درصد، ریاضی ۳ درصد، مدیریت پروژه و ساخت ۳ درصد، آمار ۳ درصد، مدیریت استراتژیک ۱٫۵ درصد، مدیریت ۱۲٫۱۰ درصد، برنامه ریزی سیستم‌های اقتصادی، تربیت بدنی و کامپیوتر هر کدام شامل ۱٫۵ می‌باشند. درصد بیشترین درصد و فراوانی مربوط به رشته حسابداری و کمترین درصد

مربوط به رشته‌های برنامه ریزی سیستم‌های اقتصادی، تربیت بدنی و کامپیوتر است.

وضعیت متغیر سابقه کار در بین پاسخگویان به این ترتیب بود؛ بیشترین سال‌های فراوانی و درصد مربوط به سابقه کار ۵-۱۵ سال و کمترین میزان مربوط به سابقه بیش از ۲۵ سال است. این بدان معناست که اکثر پاسخ دهندگان دارای سابقه کار ۵-۱۵ سال هستند. همچنین لازم به ذکر است ۷ درصد پاسخگویان کمتر از ۱۵ سال سابقه کار و ۳ درصد بیش از ۱۵ سال سابقه کار دارند.

متغیرهای مستقل (نظام حکمرانی و ساختار

فرآیندی): وضعیت متغیرهای نظام حکمرانی و ساختار فرآیندی که به عنوان متغیرهای مستقل این تحقیق در نظر گرفته شده‌اند در جدول شماره (۱) آمده است. نتایج زیر از تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ها به دست آمد. همان‌طور که از جدول مشخص است، میانگین به دست آمده برای ساختار فرآیندی ۳٫۹۳ در بازه ۱ تا ۵ است که بالاتر از میانگین است و نشان می‌دهد که وضعیت شاخص‌های ساختار فرآیندی در سازمان بالاتر از حد متوسط است و در شرایط خوبی قرار دارد. انحراف معیار به دست آمده برای این متغیر ۰٫۹۱ و بیشترین و کمترین مقدار پاسخ برای آن به ترتیب ۵٫۰۰ و ۱٫۷۵ در محدوده ۵-۱ می‌باشد. در مورد متغیر نظام حکمرانی، نتایج نشان داد که میانگین این متغیر ۳٫۵۷ در محدوده ۵-۱ است که بالاتر از حد متوسط است. انحراف معیار این متغیر ۱٫۱۶ و بیشترین و کمترین مقدار برای آن، به ترتیب ۵٫۰۰ و ۱٫۰۰ در محدوده ۵-۱ هستند.

لازم به ذکر است بیشترین میانگین در بین متغیرهای مستقل مربوط به متغیر ساختار فرآیندی و کمترین میانگین مربوط به متغیر نظام حکمرانی است.

جدول (۱): وضعیت هر کدام از متغیرهای مستقل در سازمان

متغیرها	میانگین	میانه	مد	انحراف معیار	چولگی	بیشترین	کم‌ترین
نظام حکمرانی	۳٫۵۷	۴٫۰۰	۴٫۰۰	۱٫۱۶	-۰٫۶۹	۵٫۰۰	۱٫۰۰
ساختار فرآیندی	۳٫۹۳	۴٫۲۵	۴٫۷۵	۰٫۹۱	-۰٫۷۲	۵٫۰۰	۱٫۷۵

آزمون t تک نمونه‌ای برای مقایسه میانگین متغیرها با میانگین فرضی ۲

در قسمت «بررسی وضعیت متغیرهای مستقل و وابسته» بیان شد که میانگین متغیرها بالاتر از حد متوسط است. در چنین مواردی آزمون t تک نمونه‌ای بهترین آزمون برای آزمون معنی‌داری تفاوت میانگین متغیرها و حد متوسط می‌باشد تا محقق به راحتی در مورد بالاتر بودن میانگین یا پایین‌تر بودن میانگین متغیرهای پژوهش خود قضاوت کند. بدین منظور برای بررسی معنی‌داری تفاوت میانگین

متغیرها با میانگین فرضی ۲ از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده که نتایج در جدول شماره (۲) نشان داده شده است. با توجه به نتایج آزمون t، تفاوت یا به عبارتی بالاتر بودن میانگین تمامی متغیرها از میانگین فرضی ۲ از نظر آماری معنی‌دار است. زیرا مقدار sig به دست آمده برای میانگین تمامی متغیرها کمتر از ۰/۰۵ و حتی در سطح ۰/۹۹ معنی‌دار است. این امر نشان می‌دهد که میانگین به دست آمده برای همه متغیرها از حد متوسط بالاتر است و این تفاوت ناشی از تصادف یا اتفاق نیست.

جدول (۲): مقایسه میانگین متغیرها با میانگین فرضی ۲

متغیرها	میانگین	میانگین فرضی	تفاوت میانگین‌ها	t	df	igs (نشانه)
نظام حکمرانی	۳,۵۷	۲	۰,۵۷	۳,۹۷	۶۵	۰,۰۰۰
ساختار فرآیندی	۳,۹۳	۲	۰,۹۳	۸,۳۰	۶۵	۰,۰۰۰
بودجه‌ریزی عملیاتی	۴,۱۰	۲	۱,۱۰	۱۱,۰۲	۶۵	۰,۰۰۰

در این ادامه با بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون، فرضیه‌های تحقیق را مورد آزمون قرار گرفت. سپس مقدار واریانس تبیین شده توسط متغیر بودجه را از طریق متغیرهای نظام حکمرانی و ساختار فرآیندی از آزمون تحلیل رگرسیون استفاده خواهد شد.

آزمون فرضیه اول: نظام حکمرانی بر تدوین نظام بودجه‌ریزی عملیاتی اثر دارد. نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که رابطه بین این دو متغیر از نظر آماری معنی‌دار است. زیرا سطح معنی‌داری (sig) به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون کمتر از ۰/۰۵ است و حتی در سطح ۰/۹۹ معنی‌دار است. شدت رابطه بین این دو متغیر قوی (۰/۷۷) و مثبت است. این بدان معناست که نظام حکمرانی بر تدوین نظام بودجه‌ریزی عملیاتی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه اول تحقیق در خصوص رابطه معنی‌دار بین نظام حکمرانی و تدوین نظام بودجه‌ریزی عملیاتی تایید می‌شود.

آزمون فرضیه دوم: ساختار فرآیندی بر تدوین نظام

بودجه‌ریزی عملیاتی اثر دارد. نتایج نشان می‌دهد که آزمون ۲ پیرسون، رابطه بین ساختار فرآیندی و توسعه یک نظام بودجه‌ریزی عملیاتی از نظر آماری معنی‌دار است. زیرا سطح معنی‌داری آزمون همبستگی پیرسون کمتر از ۰/۰۵ است و حتی این رابطه در سطح ۰/۹۹ معنی‌دار است. رابطه بین این دو متغیر برابر با ۰/۸۵ است که نشان دهنده شدت رابطه قوی و مثبت بین این دو متغیر است. به عبارت دیگر، با افزایش سطح ساختار فرآیندی، شاخص‌های تدوین نظام بودجه‌ریزی عملیاتی نیز افزایش می‌یابد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه دوم تایید می‌شود.

آزمون مدل تحقیق با استفاده از رگرسیون چندگانه: اگر چه ضریب همبستگی شدت رابطه بین دو متغیر را نشان می‌دهد، اما زمانی که چندین متغیر مستقل به طور همزمان بر متغیر وابسته تأثیر می‌گذارند، چیزی در مورد میزان تغییر متغیر وابسته به محقق نمی‌گوید. در این شرایط، تحلیل رگرسیون چندگانه به محقق کمک می‌کند تا بداند چه مقدار از واریانس متغیر وابسته توسط مجموعه‌ای از پیش‌بینی‌کننده‌ها (متغیرهای مستقل)

قوی است. ضریب تعیین مقدار مجذور ضریب همبستگی چندگانه است. طبق جدول شماره (۳)، این ضریب برای رگرسیون تخمینی ۰/۸۶ است که نشان می‌دهد حدود ۸۶ درصد از واریانس (تغییرپذیری) متغیر وابسته توسعه نظام بودجه‌ریزی عملیاتی از طریق متغیرهای مستقل در مدل تعریف شده است. همچنین میزان آزمون دوربین واتسون (بین ۱/۵ تا ۲/۵) و سطح معنی‌دار آماره F مطابق جدول که کمتر از ۰/۰۵ است، تایید می‌کند که مدل طراحی شده برای تحقیق، مدلی کاملاً مناسب و معنی‌دار از نظر آماری است.

توضیح داده می‌شود (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۹۸). بنابراین در این قسمت از رگرسیون چندگانه برای آزمون مدل طراحی شده برای تحقیق استفاده خواهد شد. در این مرحله آزمون رگرسیون برای مجموعه متغیرهای مستقل تحقیق و متغیر توسعه نظام بودجه‌ریزی عملیاتی به عنوان متغیر وابسته مدل انجام شده است.

ضریب همبستگی چندگانه، همبستگی خطی بین مقادیر مشاهده شده و مقادیر مدل پیش‌بینی کننده متغیر وابسته است. مقدار زیاد آن نشان دهنده یک رابطه

جدول (۳): نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه					
متغیرها	B (ضریب غیراستاندارد)	خطای استاندارد	بتا (Beta) استاندارد شده	ارزش t	سطح معنی داری
نظام حکمرانی	۰/۱۷	۰/۰۴	۰/۲۵	۳/۶۲	۰/۰۰۱
ساختار فرآیندی	۰/۳۴	۰/۰۶	۰/۳۸	۵/۵۰	۰/۰۰۰
ضریب تعیین	۰/۸۶				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۸۵				
خطای استاندارد تخمین	۰/۳۱				
مقدار آماره F	۱۲۵/۷۷				
سطح معنی داری	۰/۰۰۰				
آزمون دوربین واتسون	۱/۹۴				

کار پشتیبانی کنند.

با توجه به شرایط و ویژگی‌های حاکم بر سازمان‌ها و مؤسسات کشور، بودجه‌ریزی برای آنها از اولویت بسیار بالایی برخوردار است و با در نظر گرفتن اهدافی از جمله: شفاف سازی درآمدها، هزینه‌ها و کاهش زیان‌ها، تعیین بهای تمام شده واقعی با در نظر گرفتن همه عوامل در این راستا، استفاده مؤثر از ظرفیت‌های موجود، کوچک سازی سازمان، حذف کار عضله‌ای و ایجاد سازمان فکری بنیاد از حساسیت‌های ویژه‌ای در این زمینه برخوردار است. هدف از بودجه‌ریزی عملیاتی کمک به تصمیم‌گیری منطقی در مورد تخصیص و تعهد منابع دولتی بر اساس نتایج قابل اندازه‌گیری است که نتایج مورد انتظار سیستم

۵- نتیجه‌گیری

برای پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی تصمیم‌گیرندگان، باید سیستمی مطابق با تکنولوژی، جهان‌بینی و نظام ارزشی حاکم بر سازمان طراحی و اجرا شود. یکسان سازی سیستم حسابداری و نظام بودجه‌ریزی در تمامی سازمان‌ها اولین ضرورتی است که سیستم کنترل مدیریت باید به آن پاسخگو باشد و این دو سیستم علاوه بر ارتباط متقابل و توانایی مقایسه خروجی‌های خود با یکدیگر، شامل؛ تعیین متغیرهایی هستند که باید تحت کنترل باشند و در نهایت به نیازهای ساختار تمرکززدایی (عدم تمرکز) پاسخ دهند. زیرا سیستم‌هایی که تمایل به تمرکز دارند، نمی‌توانند از روش‌های مختلف انجام کار و کنترل در محل

عملیاتی نظام حکمرانی است. لذا در این زمینه به مسئولان سازمان توصیه می‌شود سازوکارهایی را ایجاد کنند که شامل؛ ارزیابی تصمیمات و طرح‌ها از زمان اجرای آنها و اقدامات لازم برای جلوگیری از انحراف عملیات از اهداف طرح‌ها، برنامه‌ها و توجه به اصلاح انحرافات احتمالی باشد. از جمله متغیرهای دیگری که بر توسعه نظام بودجه‌ریزی عملیاتی مؤثر است، ساختار فرآیندی در سازمان است. لذا در این زمینه به مدیران توصیه می‌شود، اقداماتی مانند؛ برنامه‌ریزی استراتژیک، تعیین شاخص‌ها در بودجه‌ریزی، اعتبار شاخص‌ها در بودجه‌ریزی، تغییرات مناسب در سیستم حسابداری، گزارش‌گری و پیاده‌سازی سیستم اطلاعات مدیریت را مد نظر قرار دهند. در این راستا برنامه‌ریزی استراتژیک به عنوان یک ابزار تصمیم‌گیری قوی و ممتاز تلقی می‌شود و امروزه در بسیاری از کشورها، بودجه‌ریزی عملیاتی با برنامه‌ریزی استراتژیک ترکیب می‌شود تا نشان دهد که دو سیستم مورد استفاده برای یکدیگر کارآمد و مناسب هستند.

را در طول زمان نشان می‌دهد. بر این اساس، مهم‌ترین یافته‌های پژوهش بر اساس تحلیل‌های انجام شده به این شرح می‌باشد: با توجه به نتایج به دست آمده برای متغیرهای مستقل مورد بررسی، میانگین تمامی متغیرها بالاتر از حد متوسط بوده و تفاوت میانگین‌ها و میانگین فرضی ۲ از نظر آماری معنی‌دار است. در مورد متغیر وابسته تحقیق یعنی نظام بودجه‌ریزی عملیاتی، نتایج حاکی از آن است که میانگین این متغیر ۴/۱۰ در محدوده ۵-۱ است که به طور معنی‌داری بالاتر از میانگین فرضی است و این میانگین حد بالای شاخص‌های بودجه‌ریزی عملیاتی را نشان می‌دهد. با توجه به آزمون فرضیه‌های تحقیق، بر اساس نتایج حاصل از همبستگی بین متغیرها، بین نظام حکمرانی و ساختار فرآیندی، با متغیر توسعه نظام بودجه‌ریزی عملیاتی رابطه معنی‌داری وجود دارد، به این معنی که تمامی فرضیه‌های تحقیق تایید می‌شود. بنابراین می‌توان پیشنهاداتی به این ترتیب را مورد توجه قرار داد. یکی از متغیرهای تأثیرگذار در تدوین نظام بودجه‌ریزی

منابع

- ۶- ابراهیمی، س؛ فردانی، س؛ محمدنی، ز؛ والیانی، ن. (۱۳۸۸). بررسی و تحلیل استراتژیک استقرار نظام بودجه‌ریزی عملیاتی در شهرداری اصفهان (با استفاده از روش ماتریس SWOT). سومین کنفرانس بین‌المللی بودجه‌ریزی عملیاتی، تهران، گروه مشاوران پنکو.
- ۷- احمدی، پرویز. آذر، عادل و دادرسی، فریدون؛ (۱۳۸۹). بررسی زمینه‌های اجرائی بودجه‌ریزی عملیاتی در بستر قانون محاسبات عمومی کشور، چهارمین کنفرانس بین‌المللی بودجه‌ریزی عملیاتی.
- ۸- الوانی، م؛ دانائی فرد، ح. (۱۳۹۸). روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکرد جامع. تهران: انتشارات صفار اشراقی.
- ۹- آذر، ع؛ امیرخانی، ط. (۱۳۹۰). بودجه‌ریزی عمومی نهادهای بودجه‌ریزی و بودجه محلی. تهران: انتشارات سمت.
- ۱۰- اسعدی، م؛ ابراهیمی، م؛ باباشاهی، ج. (۱۳۸۷). شناسایی موانع استقرار بودجه‌ریزی عملیاتی در گمرک جمهوری اسلامی ایران. دومین کنفرانس بین‌المللی بودجه‌ریزی عملیاتی، تهران، ۱۸ و ۱۹ اردیبهشت ماه.
- ۱۱- باباجانی، ج؛ رسولی، م. (۱۳۹۰). شناسایی موانع و مشکلات موجود در استقرار نظام بودجه‌ریزی عملیاتی در دستگاه‌های اجرایی کشور. فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری مالی (علمی-تخصصی)، (۱)، ۵۰-۳۲.
- ۱۲- پناهی، ع. (۱۳۸۴). بودجه‌ریزی عملیاتی (مفاهیم و الزامات). نشریه مجلس و پژوهش، ۱۲ (۴۷)، ۳۰-۱۱.
- ۱۳- پناهی، ع. (۱۳۸۶). درباره لایحه بودجه سال ۱۳۸۵ کل کشور. تهران: دفتر مطالعات برنامه و بودجه.
- ۱۴- پناهی، ع. (۱۴۰۰). اهمیت بودجه‌ریزی عملیاتی و انواع روش‌های بودجه‌ریزی. وب‌سایت چارگون www.chargoon.com.
- ۱۵- پورعلی، ز؛ کاکوان، س. (۱۳۹۳). الزامات استقرار بودجه‌ریزی عملیاتی (مطالعه موردی: دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی بابل). دانش‌حسابرسی، (۵۷)، ۱۴-۲۱۷، ۱۹۱.
- ۱۶- پورغفار، ج؛ محمدزاده سالطه، ح؛ زینالی، م؛ مهرانی، س. (۱۴۰۱). الگوی بودجه‌ریزی عملیاتی با رویکرد گزارشگری مالی بهنگام در بخش عمومی ایران. دو فصلنامه علمی حسابداری دولتی، (۱۶)، ۲-۳۶، ۲۱.

- ۱۷- خاکی، غ. (۱۳۹۸). روش تحقق در مدیریت. تهران: انتشارات فوژان.
- ۱۸- رحیمی، ف. (۱۴۰۰). بررسی بودجه ریزی عملیاتی بصورت یکپارچه. بیست و ششمین کنفرانس علمی- پژوهشی ایران، ایران. مرکز تحقیق و آموزش تهران.
- ۱۹- سعید اردکانی، س؛ شاهی، ط؛ فرجام، ر؛ موسی نژاد، ف. (۱۳۸۹). بودجه ریزی عملیاتی و چالش های آن در ایران. مجله کنکاش، ۸.
- ۲۰- صالحی، م. (۱۳۹۶). نظام بودجه ریزی و بودجه ریزی عملیاتی. دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران، تهران.
- ۲۱- طالبیان، م؛ شفائی، ا. (۱۳۹۹). تخصیص درآمد وهزینه در بودجه ریزی عملیاتی دانشگاه ها. فصلنامه نظریه های کاربردی اقتصاد، ۷(۲).
- ۲۲- طلائی زواره، ح. (۱۳۸۹). استقرار بودجه ریزی عملیاتی با استفاده از روش هزینه یابی بر مبنای فعالیت در سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی وزارت آموزش و پرورش. نوآوری های آموزشی، ۹(۳۶)، ۱۷۲-۱۵۰.
- ۲۳- عبد صبور، ف؛ رواند، م. (۱۳۹۱). الزامات و موانع بودجه ریزی عملیاتی سازمان ها بر اساس (مدل سه عاملی شه)، (مورد مطالعه: شرکت برق منطقه ای تهران). فصلنامه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی، ۷(۲۰).
- ۲۴- فرج وند، ا. (۱۳۸۸). فرآگرد بودجه از تنظیم تا کنترل. تهران: انتشارات سمت.
- ۲۵- قادری، ش؛ سیاحی، ع؛ فرامرزی، س. (۱۴۰۰). بررسی بودجه عملیاتی در شرکتهای دولتی ونیمه خصوصی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی. واحد اهواز.
- ۲۶- محسنی تنکابنی، س؛ طوطیان، ص. (۱۴۰۰). فراتحلیل موانع استقرار بودجه ریزی عملیاتی در دستگاه های اجرایی کشور. مجله ۸۳-۶۴.
- ۲۷- محمودی، ف. (۱۳۸۶). بررسی مشکلات پیاده سازی بودجه ریزی عملیاتی در سازمان های دولتی و ارائه راهکارهای لازم جهت کاهش موانع. اولین کنفرانس بین المللی بودجه ریزی عملیاتی. تهران.
- ۲۸- مهدوی، ع. (۱۳۸۶). گزارش طرح تحقیقاتی تدوین بودجه عملیاتی برای دستگاه های اجرایی استان کرمان. اولین کنفرانس بین المللی بودجه ریزی عملیاتی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- ۲۹- مومنی، م؛ فعال قیومی، ع. (۱۴۰۰). تحلیل های آماری با استفاده از SPSS. تهران: انتشارات مؤلف.

30-Andreason, K., Kielstra, P & Kenny, M. (2010). Enabling Efficient Polic Implementation. *Economist Intelligence Unit January*.

31-Brynard, P. A. (2010). Polic implementation and cognitive skills: the difficult of understanding implementation. *Journal of Public Administration: Special Issue 1(45)*, 190-201.

32-Markus A & Martin A. (2019). The use of a single budget or separate budgets for planning and performance evaluation. The scientific research paper Research articles. *Journal Accounting, Organizations and Societ*, pp 1-18.

33-Nadeem, M. U., Anjum, M. N., Asif, M., Iqbal, T., Hussain, S., Sarwar, H. R. A., & Abbas, A. (2022). Spatio-Temporal Assessment of Satellite-Based Precipitation Products for Hydroclimatic Applications over Potohar Region, Pakistan. *Environmental Sciences Proceedings*, 23(1), 18. Park, J. Park, H. (2019). Does Citizen Participation Matter to Performance-based Budgeting?. *Public Performance & Management Review*. 42(2), 280-304.

34-Saymon, SH & Darmin, T. (2022). Performance Budgeting: Managing The Reform Process. *Globalization And New Challenges of public finance*, 185.

©Authors, Published by Journal of Intelligent Knowledge Exploration and Processing. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

at the micro and macro levels of new budgeting methods causes a suitable platform for growth and efficiency in governmental institutions and organizations should be provided in addition to the rational use of resources and their optimal allocation. Generally, one of the most important indicators of progress in economics fields for any countries is basic planning based on the throughput of the government and the performance of employees in the form of a budget. Operational budgeting emphasizes the relationship between input or production and the result and people's satisfaction; and adds efficiency and frugality factors to the traditional dimensions of budgeting. In the operational budgeting, bargaining in budgeting is excluded. In traditional budgeting, officials and senior managers spend six months exchanging memorandums and six months to dedicate bargaining to receive credit deficit. Being aware of the real cost of activities, reengineering processes, helping to evaluate the organization's performance, compensating costs, increasing efficiency and effectiveness (productivity) are of the advantages of operational budgeting.

In budgeting, the budget of each activity is determined based on its goal and result, not based on last year's cost, and this type of budgeting is scientific, operational, and evaluable. In operational budgeting, productivity is supposed to increase, and the more employees work to achieve the goal, the more they benefit from incentives and provide better services. When productivity, which includes efficiency and effectiveness, increases, it causes frugality. The ultimate goal of operational budgeting is to facilitate rational decisions about the allocation and commitment of government resources, based on measurable performance results that reflect the expected outcomes of the institution over time.

3- Research Methodology

The research method is survey-field, and in terms of purpose is applied and conducting

research is in the framework of comparative-inductive reasoning. That means the theoretical foundations and literature review are conducted through library research, reliable scientific databases and scientific articles in the form of comparisons and collecting data to support the rejection of hypotheses in the inductive framework. The data collection tool for this research is a questionnaire, which was subjected to a content validity check using the opinions of experts in the field of operational budgeting and related issues. Cronbach's alpha method was used to determine the reliability of the tool. Cronbach's alpha value of the questions was more than 0.7.

4- Conclusion

One of the influential variables in formulating the operational budgeting system is the governance system. Therefore, in this context, the authorities of the organization are recommended to create mechanisms that include evaluating decisions and plans from the time of their implementation, and taking necessary measures to prevent the deviation of operations from the goals of the schemes and plans and to pay attention to the emendation of possible deviations. Among other variables that are effective on the development of the operational budgeting system is the process structure in organization. Therefore, in this context, managers are advised to take measures such as incorporating strategic planning, determining budgeting indicators, validity of indicators in budgeting, making appropriate changes to accounting system, reporting and implementation of management information system. Regarding this matter, strategic planning is considered as a powerful and featured decision-making tool, and nowadays in many countries, operational budgeting is combined with strategic planning to show that the two systems is efficient and appropriate for each other.

Keywords: Governance System, Process Structure, Budgeting, Operation.

Research Article

Effects of Governance System and Procedural Structure of the Implementation of Operational Budgeting

Doi: 10.30508/KDIP.2022.362890.1050

Tahereh Amini (Corresponding Author)¹ | Seyed Javad Habibzadeh Baygi² | Amir Shams³

Abstract

1- Introduction

Budgeting has different functions in company, which are not necessarily compatible with each other, but they are in conflict. In many companies, the budget is simultaneously used for operational planning and performance appraisal. Although previous researches recommend using different budget levels for different purposes in order to resolve possible conflicts between these performances, empirical evidence shows that most companies use a single budget level for performance planning and appraisal. The operational budgeting system as a management system has received serious attention from governments at the national and local levels to improve the efficiency and effective use of organizational resources. In this system, budget creditability is allocated based on the performance of organizational units in the direction of producing output (products and services), that means short-term goals and achieving long-term results or goals, and in this way, the goal of the organization is to increase transparency in the way that resources are used to perform activities produce outputs and achieve goals and strategies and also lead to greater responsibility.

2- Theoretical Foundations

The budget is considered as an effective tool for the proper management of the government and the public sector. Awareness of leaders, managers and experts

1. Master's Degree, Accounting, Ferdows Institute of Higher Education, Mashhad, Iran

2. Assistant Professor, Accounting Department, Ferdows Institute of Higher Education, Mashhad, Iran

3- Assistant Professor, Accounting Department, Islamic Azad University (Torbat-e-Jam Branch), Torbat-e-Jam, Iran

2- Theoretical Background

Leadership is a process through which leader seeks the voluntary participation of followers in the pursuit of certain goals. The leadership process should not be based on coercion or imposition. The servant leadership is one of the newest leadership styles which was proposed by Robert Greenleaf in the 1970s; it is characterized by a focus on service. Leader is regarded as a servant and their motivation of service is mentioned as one of the features of this style of leadership.

Organizational citizenship behaviours have been defined as helping to maintain and strengthen social and psychological contexts by the means of the desire to cooperate and be useful in organizational environments. Performance is a concept that can merely justify existence, survival and even dissolution of organizations. Primarily, the philosophy of organizations is their performance; as all the elements and subgroups of an organization that make up a system, guarantee the survival of the whole organization with their performance.

Organizational commitment generally reflects the extent to which a person identifies with their organization and feels a sense of belonging. In other words, a strong desire is called to remain a member of an organization and conversely not having sense of belonging or having low-levels of belonging result in negative outcomes for both the individual and the organization.

3- Methodology

The current study in terms of purpose is applied and in terms of methodology is a descriptive-survey research with causal and applied approach. The tool is the questionnaire. It is causal because it examines the effect of the independent variable on the dependent variable and the causal relationship between the variables. Therefore, it can be stated that the method of this study is a descriptive survey and the correlational research design is a structural equation. The statistical

population of the current research is all managers and employees of the Justice Administration of Tehran province, Qods branch comprising a total of 520 people. According to the size of the statistical population, Cochran's formula was used to determine the sample size. Therefore, 221 people from all managers and employees of the Justice Administration of Tehran province, Qods branch were selected as the research sample. The sampling method in the current research will be a simple random sampling method. Cronbach's alpha of the research variables was estimated above 0.7, which is appropriate.

4- Conclusion

According to the results of the examined hypotheses, it could be said: managers and employees of the Justice Administration of Tehran province, Qods branch need to improve the citizenship behaviours of the organization in dealing with clients by using the up-to-date model of leadership in their organization. They should also implement the instructions of servant leadership to create a sense of responsibility in the employees and as a result improving their performance in the organization. In addition, it is necessary to improve the effective factors on the organizational culture by providing intra-organizational programs and conferences for developing cultural patterns of the organization, and provide opportunities to improve the citizenship behaviours of employees and the respective organization. A set of instructions and tasks should be provided as obligations such as training and consultation. These instructions lead to an increase in the level of organizational commitment and consequently result in context of improving behaviour related to citizenship.

Keywords: Organizational Culture, Servant leadership, Employee Performance, Organizational citizenship behaviours, Organizational Commitment.

Research Article

Servant Leadership on Organizational Citizenship Behavior and Employee Performance Considering the Mediating Role of Organizational Culture and Organizational Commitment

Doi: 10.30508/KDIP.2022.354040.1047

Mehdi Nowrozi (Corresponding Author)¹ | Mehrdad Shahabi² | Khosro Naderi Heshi³

Abstract

1- Introduction

In this current competitive environment, employees are the most important capital of the organization and play a key role in the organizational success or failure. In early business schools, individuals were evaluated based on their behaviour, and employees were expected to fulfill the job description and meet the conditions required for the position. But, nowadays organizations consider behaviours beyond fulfilling job descriptions and meeting position requirements in order to grow and improve. In this context, leaders play a critical role as they have the ability to make their workforce efficient and their organization effective.

Studies show that leadership is a category which the most researches has been conducted about, while it remains the least understood. Employees in all organizations, particularly in service organizations such as the Justice Administration of the Tehran Province, play crucial role in achieving organizational goals and service quality. Perhaps creating organizational citizenship behaviours with appropriate performance and considering the mediating role of organizational culture and organizational commitment can lead to a better relationship between employees and ultimately increase the quality of services provided.

1- Ph.D. Candidate of Public Administration, University of Tehran, Ahvaz, Iran.

2- MA.Graduate of Human Resource Management, Islamic Azad University, Yadegar-e-Imam, Shahr-e-Rey, Iran

3- Assistant Professor, Management, Faculty of Management and Accounting, Islamic Azad University, Yadegar-e-Imam, Shahr-e-Rey, Iran

pressure and consequently occupational burnout, and the low morale of the employees that is related with lack of organizational support. As a result, the negative effects of this management style in society including the imbalance of family and work cannot be ignored.

Organizational identity refers to the features and characteristics of an organization that the members have understood them as the unique and continuous core features of the organization. Organizational identity during the last two decades includes dominant and common definition of this concept and many studies conducted in this field have investigated it. The concept of organizational identity is known as a phenomenon at the organizational level. The core characteristic of the organization is rooted in the system of core beliefs, values, and norms which are expressed in the mission of the organization and cause the creation of perceptions and actions. It is believed that the member's perception of uniqueness of the organization's identity is formed based on comparison with reference organizations and especially the main competitors.

3- Methodology

The statistical population for this research consists of the staff of the General Department of Education in South Khorasan. Based on Morgan's table and the size of the statistical population for this research, a sample size was determined using simple random sampling. The data collection tool used for this research was a questionnaire.

4- Conclusion

Human resources, as the most important and valuable capital of an organization, are the organizational factors that can create a powerful and dynamic organization by optimally utilization other resources. Lack of proper attention to human resources management in organizations and departments, as well as the use of unscientific methods in human development, affects emotional and psychological dependence of individual on his organization and causes lack of responsibility, loyalty, and commitment among employees and accordingly organization identity. Therefore, improving the quality of human resources requires not only specialized training but also adjusting people's values and attitudes. According to the results obtained in the previous section, recommended that the organization consider the opinions of its employees when making decisions regarding organizational issues. The management of the organization should support its employees and pay more attention to the human character of the employees in the organization. As the human resources are the most important means for organizations to achieve their goals, the management needs to consider employee compensation and progress, as well as organizational planning, to achieve success

Keywords: The Organization as a Greedy Institution, the Identity of the Organization, South Khorasan Education

Research Article

Examining the Employees' Attitude Towards the Organization as a Greedy Entity and Its Impact on the Organization's Identity

Doi: 10.30508/KDIP.2022.349667.1045

Zahra Rajaei (Corresponding Author)¹ | Ali Askari² | Ali Akbar Homayun³

Abstract

1- Introduction

Human resources, as the most important and valuable capital of an organization, are the organizational factors that can create a powerful and dynamic organization by optimally utilization other resources. Lack of proper attention to human resources management in organizations and departments, as well as the use of unscientific methods in human development, affects emotional and psychological dependence of individual on his organization and causes lack of responsibility, loyalty, and commitment among employees and accordingly organization identity. The type of employees' attitude towards the organization has always been an area of interest, as it influences many variables and the organizational identity, which is a deep understanding of the common meaning in an organization, is affected by this attitude. Due to fierce competition in global markets, nowadays companies strive for success by using a combination of strategies aimed at reducing costs and increasing the quality, productivity, and performance of their employees.

2- Theoretical Background

Since the relationship between the greedy institution and the individual is unique and does not tolerate competition, this human exploitation and intensification of work are more related to working time and working hours, it can be said that some of the defining characteristics of these organizations include: the lack of organizational support leading to the aggravation of the work; its sincere connection with the exploitation; alienation and obedience of the labour force -separating the worker from his control over the work- in order to "extract surplus value" which is associated with negative effects and individual symptoms such as work depression, organizational

1- Assistant Professor, Department of Public Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran
2- Associate Professor, Department of Educational Sciences, Birjand University, Birjand, Iran
3- MA Graduate, Payame Noor University, Birjand, Iran

important factor for measuring the quality of the overall services of the firm.

Customer experience is defined as the result of customer interaction with the firm, including interaction with employees, self-service technologies, and service environment. This interaction affects not only what they think and feel about a brand, but also the strength of their relationship with the brand.

Customer satisfaction has been defined as the overall assessment of the performance of the service provider, and customer satisfaction is a function of expectations and performance of service quality. If expectations exceed performance, the client will be dissatisfied; but, if the performance exceeds expectations, the client will be satisfied. Since customer satisfaction is an emotional situation, their post-purchase behaviour can include anger, dissatisfaction, stimulation, reality, excitement, or pleasure. Thus, the Customer satisfaction of the service provider is bounded to its product performance, and that is proportional to the buyer's expectations. If the product performance is lower than expected, the customers will be unsatisfied.

3- Methodology

This paper is a functional and descriptive study (correlational type). This research in the terms of methodology is a survey (cross-sectional type). The statistical population of the study is a set of internal and external beneficiaries of Irandar Company. After referring this company and obtaining permission from the management to collect questionnaires, questionnaires approved by scientific experts and then the questionnaires were distributed among beneficiaries within and outside the organization of Irandar Company. The sample size was determined between 5

and 15 times more than the number of metrics regarding the structural equation technique. The sample size was 330, i.e., 6 times more than the items number in the questionnaire, of which 322 questionnaires were collected and analyzed. The sampling method is also random sampling. In this study data analysis method and tools was quantitative using descriptive and inferential statistics such as structural equation modeling using SPSS software and Lisrel software.

4- Conclusion

Customers of each company are the main focus of managers; as they can determine the future and success of the company. With their positive emotions such as satisfaction, faithfulness, understanding of the quality of services, etc. customers can create desirable conditions in the company. Customers have a greater impact on others with the advertising they create because they are more trusted due to their loyalty. The results show that service experience has a significant effect on customer satisfaction. Data analysis indicates that receiving services or products from the company, first of all, depends on the customer's previous experience with the company.

Also, based on the findings, it can be said that the quality of services is effective on satisfaction, therefore, it is inferred that if the company provides the necessary facilities to meet the needs of customers and has a precise and orderly schedule to provide services, the purchase of customers will become one of their best memories of purchase. This means that a customer's satisfaction can be affected based on the quality of services he or she receives.

Keywords: Service Quality, Service Experience, Satisfaction, Loyalty, and Advertising.

Research Article

Service Quality and Service Experience on Customer Satisfaction in Intercompany Services

Doi: 10.30508/KDIP.2022.341587.1038

Farzad Asayesh¹ | Morteza Jafari Zare² | Raheleh Beiranvand³

Abstract

1- Introduction

In today's competitive world, many customers and companies compete to receive and provide better services and products. Companies try to offer products that are profitable both for themselves and for customers. Service experience improves relationships; if customers have good experiences with a company, they tend to communicate with it more and will be long-term buyers of the company's products. Customer loyalty is very important for companies as they can assess and solve many problems using loyal customers' feedback. "Verbal advertising and positive promotion can attract other customers and generate interest in the products."

2- Theoretical Background

The service sector is of great importance in the world countries' economy and services will continue to be the dominant force in the global economy in the future. Accordingly, the quality of services has become a research field for almost the past three decades. Technology has influence on client satisfaction. Customers of service providers will be more satisfied if there is flexibility in using services such as freedom in space or time. The most advanced technology and design helps the company to fulfill its promises for providing better services for the customers. In this context, in addition to five components, technology has also been added as an

1- Assistant Professor, Islamic Azad University, Qods Branch, Tehran, Iran.

2,3- Ph.D. Student, Islamic Azad University, Qods Branch, Tehran, Iran.

2- Theoretical Foundations

In this section, the simplified model of Findlay and Kierzkowski (1983) which explains the trade mechanism of promoting investment in human capital is examined. In this study, two standard countries (a domestic and a foreign), two goods and two-factor models (labor force and capital) of Heckscher-Ohlin are considered. It is assumed that the domestic and the foreign countries produce and exchange two goods: agricultural goods (A) and manufactured goods (M). The production of both goods requires skilled (L_s) and unskilled (L_u) labor force. It is also assumed that the production of manufactured goods needs more skill. In other words, the goods produced in the industrial sector is superior knowledge. Limited population in terms of lifespan and based on their future expectations choose to become a skilled or unskilled person endogenously.

3- Research Methodology

The main goal of this study is to evaluate the impact of export goods composition on human capital in a selection of 15 Asian countries during the period of 1990-2019. Accordingly, the research model following Blanchard and Olney (2017) is as follows:

$$Ed_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln AgEx_{it} + \beta_2 \ln Man^U Ex_{it} + \beta_3 \ln Man^S Ex_{it} + \beta_4' X_{it} + \gamma_i + \gamma_t + u_{it} \quad (9)$$

Ed_{it} is the human capital variable in above model. $AgEx_{it}$ shows the agricultural export, $Man^U Ex_{it}$ indicates the export of unskilled manufactured goods and $Man^S Ex_{it}$ signifies the export of skilled manufactured goods. To indicate the type of export products for agricultural goods as well as manufactured goods, the third edition of SITC 4-digit coding provided by the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) has been used. The variable X is a vector of several control variables, which are: total imported goods ($Tolm_{it}$), population (Pop_{it}), real gross domestic product (GDP_{it}) and death rate per 100 population ($DeRa_{it}$). γ_i and γ_t respectively represent the fixed period and time effects and u_{it} is also indicates the model error. The statistical sample for the current research includes 15 Asian countries during the time period of 1990-2019. Among the results of the above table, except for the death rate variable ($DeRa_{it}$), other variables are significant and have the expected sign.

4- Conclusion

In this research, the effect of the export goods composition on human capital was evaluated. The results showed that agricultural export goods and manufactured goods with low skills require less human capital. But the export of manufactured goods with high skill leads to the increase in human capital of countries. The variables of total import, population and gross domestic product of countries also have a positive effect on their human capital.

Keywords: Human Capital, Export Composition, Skills, DOLS Panel Model

The Role of the Export Goods Composition in Human Capital

Doi: 10.30508/KDIP.2022.340793.1036

Seyed Saleh Akbar Mousavi (Corresponding Author)¹ | Alireza Kazerouni²

Abstract

1- Introduction

Human capital has been introduced as one of the important pillars of economic growth and production in contemporary world. International trade can help to develop human capital in countries through exports. So that, the more countries' exports move toward the export of knowledge-based and high-skilled goods, the more the human capital in these countries will increase. Regarding this argument and considering the fact that production conditions and production factors availability (including human capital) are different in different countries; the export amount of countries will be different. As a result, investigating the effect of the export goods composition on human capital status is the main question of this research.

1- PhD in International Economics, Tabriz University, Tabriz, Iran

2- Professor of Economics, Tabriz University, Tabriz, Iran

of social capital among the experts, most of them agree that social capital benefits the group and the group members. Briefly, understanding social capital comprises three words: “communication are important”. The main proposition of social capital is that networks of relationships are a valuable source for guiding and managing social affairs and creating competitive subordinates. Subjective well-being reflects attention to the dignity, humanity, and social solidarity of individuals in society, which are necessary for individuals and groups to achieve an acceptable level of life, health, etc. This concept is defined in objective and subjective dimensions. Subjective well-being encompasses emotional and cognitive assessments of people's lives and presents a state of pleasant psychological development. It refers to a variety of people's assessments of their lives, both positive and negative. Organizational capabilities are a set of learned and stable models derived from collective activity through which the organization will be able to create and modify its operational processes systematically to improve the effectiveness of its activities. The dimensions of social capital include structural capital, relational capital, and cognitive capital. The scopes of subjective well-being include health, self-esteem and worth, life satisfaction, and lasting emotional feelings.

3- Methodology

The research is applied in terms of purpose and descriptive survey, correlational, in terms of kinds of research. The statistical population consisted of all 120 employees of the Bojnoord Social Security Organization. 92 of them were selected based on Morgan's table and simple random sampling. Data were collected by three questionnaires: social capital, subjective well-being, and organizational capabilities. The validities of the questionnaires were confirmed by experts and the reliabilities

with using Cronbach's alpha coefficient were reported higher than 0.7.

4- Conclusion

Social capital, subjective well-being, and organizational capability in the Social Security Organization, while helping to clarify the relationships between these variables, help managers to make more effective decisions for the future and solve the organizational problems such as creating a lasting sense of security and self-confidence for people who retire early, leave jobs, or even for those who have discouragement and disappointment about the future of their career and life, dissatisfaction and lack of creativity and innovation, and the mentioned capital also help to direct people's talents in the right direction to enhance capabilities in the organization.

For strengthening, growing and economic development in the Bojnoord Social Security Organization, special attention should be paid to the social environment of business, among which social capital is the most important variable. Attention to the subjective well-being of employees in the Social Security Organization relieves their stress in the workplace. This minimizes internal conflicts and leads to strengthening of the members' relations and increasing solidarity, support, participation, and vitality among employees. Subjective well-being in the Social Security Organization encompasses emotional and cognitive assessments of people's lives and presents a state of pleasant psychological development; Therefore, providing more mental social capital, in terms of health, self-esteem and worth, life satisfaction, and lasting emotional feelings, can lead to increased efficiency in individuals.

Keywords: Social Capital, Mental Well-being, Organizational Capability.

Research Article

Social Capital and Subjective Well-Being on Organizational Capability of Employees of Bojnourd Social Security Organization

Doi: 10.30508/KDIP.2022.339331.1034

Fatemeh, Abdolazadeh Namlo (Correspondence Author)¹ | Hoseinali Bahramzadeh²

Abstract

1- Introduction

In today's society, the success of organizations cannot be measured only in accumulating material wealth and equipping with the latest facilities and technologies; without social capital financial, physical, and human capital is ineffective. For strengthening, growing and economic development in organizations, special attention should be paid to the social environment of business, among which one of the most important social variables is social capital. In this regard, the more social capital is mentally secured, the more it provides efficiency in individuals. Subjective well-being refers to a variety of people's assessments of their lives, both positive and negative. Accordingly, providing mental well-being and promoting it in society is one of the important tasks that the World Health Organization has vested in all governments. The more individuals are in a state of well-being, the more their abilities and competencies will be evident in the organization. Organizational capabilities refer to a set of learned and stable models derived from collective activity through which the organization will be able to create and modify its operational processes systematically to enhance the effectiveness of its activities.

2- Theoretical Background

The concept of social capital refers to the links and connections between the members of a network as a valuable resource that leads to the achievement of the members' goals with norms and mutual trust. Despite the differences in definition and concept

1- MA., Management, University of Bojnourd, Bojnourd, Iran.

2-Ph.D. in Management, University of Bojnourd, Bojnourd, Iran.

Editor-in-Chief's Note

The cultural, social, economic, professional and scientific dynamics of the society can be observed in the territorial dynamics of its publishing areas. Generally, in scientific, educational and professional fields, the effects of scientific production and publication expansion can be examined in the realm of publishing scientific journals and books. Now that the fourth issue of journal titled '**Intelligent Knowledge Exploration and Processing**' is in front of the audiences and researchers and is subject to their judgment, we consider it necessary to thank the continuous efforts of managers, faculty members and academicians who help **Ferdows Institute of Higher Education**. We would like to thank the referees who evaluated and reviewed the received articles, and the authors of the articles. This journal, with the aim of providing a collection of research and scientific activities in the fields of management and computer, presents the fourth issue to professors and researchers. The journal sets to provide a suitable and high quality environment by using its great potential and continuous communication with experts and intellectuals, and receiving scientific articles and their opinions. Therefore, we welcome scientific articles and valuable comments from readers. May we take a small and effective step in line with our scientific mission with sincere effort and seriousness.



Contents

Editor-in-Chief's Note	3
Social Capital and Subjective Well-Being on Organizational Capability of Employees of Bojnourd Social Security Organization	4
The Role of the Export Goods Composition in Human Capital	6
Service Quality and Service Experience on Customer Satisfaction in Intercompany Services	8
Examining the Employees' Attitude Towards the Organization as a Greedy Entity and Its Impact on the Organization's Identity	10
Servant Leadership on Organizational Citizenship Behavior and Employee Performance Considering the Mediating Role of Organizational Culture and Organizational Commitment	12
Effects of Governance System and Procedural Structure on the Implementation of Operational Budgeting	14

VOL 2- ISSUE 5- Summer 2022

Print ISSN: 2783-3607

Online ISSN: 2783-3615

■ **Concessionaire: Ferdows Institute of Higher Education**

Director-in-Charge: Hamid Tabatabaee, Assistant Professor

Editor-in-Chief: Ebrahim Mahmoudzadeh, Assistant Professor

Deputy Editor: Saeedeh Babajani Mohammadi, Assistant Professor

Internal Manager: Sakineh Ghasemi, Engineer

■ **Editorial Board**

Mahmoud Moghavvemi

Professor, Department of Electrical Engineering, Faculty of Engineering, Universiti Malaya, Malaysia.

Mohamed Othman

Professor, Department of Communication Technology and Network, Faculty of Computer Science and Information Technology, Universiti Putra Malaysia (UPM).

Raja Syamsul Azmir b. Raja Abdullah

Professor, Department of Computer and Communication Systems Engineering, Faculty of Engineering, Universiti Putra Malaysia (UPM).

Logeswaran Rajasvaran

Professor, School of Computing, Asia-Pacific University of Technology and Innovation, Malaysia.

Bahman Moghimi

Professor, Faculty of Management and Economics, University of Georgia, Tbilisi, Georgia.

Mehrdad Jalali

Associate Professor and Scientist, Karlsruhe Institute of Technology (KIT), Germany.

Peyman Akhavan

Professor, Ghom University of Technology – President of the Iranian Knowledge Management Scientific Association, Iran.

Reza Hasnavi Atashgah

Professor, Faculty of Industrial Engineering, Malek Ashtar University, Tehran, Iran.

Amir Masoud Rahmani

Professor, Faculty of Mechanics, Electrical and Computer Science, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Mahmoud Rezaei Roknabadi

Professor, member of the board of trustees of Ferdows Institute of Higher Education and member of the academic staff of Ferdowsi University of Mashhad, Iran.

Ebrahim Mahmoudzadeh

Professor, Malek Ashtar University of Technology, Tehran, Iran.

Ali Moeini

Professor, Faculty of Engineering, University of Tehran, Iran.

Mohammad Mehr-Aein

Professor, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Iran.

Amin Jajarmi

Associate Professor, Department of Electrical Engineering, University of Bojnord, Iran.

Javad Hamidzadeh

Associate Professor, Faculty of Computer and Information Technology, Sajjad University of Technology, Mashhad, Iran.

Abbas Ali Rezaei

Associate Professor, Payame Noor University of Mashhad, Iran.

Morteza Faraji

Associate Professor, Member of the Board of Trustees of Ferdows Institute of Higher Education and member of the Academic Tehran National Defense University, Tehran, Iran.

Mohammad Hossein Moattar

Associate Professor, Islamic Azad University of Mashhad, Iran.

Saeedeh Babajani Mohammadi

Assistant Professor, Department of Management, Ferdows Institute of Higher Education, Mashhad, Iran.

Alireza Rouhani Manesh

Assistant Professor, Department of Electrical Engineering, Faculty of Engineering, University of Neyshabur, Iran.

Mohammad Hadi Zahedi

Assistant Professor, Khajeh Nasir Toosi University of Technology, Tehran, Iran.

Seyed Kazem Shokfeta

Assistant Professor, Department of Computer Engineering, Shandiz Institute of Higher Education, Mashhad, Iran.

Hamid Tabatabaee

Assistant Professor, Department of Computer Engineering, Islamic Azad University of Mashhad, Iran.

Mojtaba Kafashan Kakhki

Assistant Professor, Department of Information Science and Knowledge, Ferdowsi University of Mashhad, Iran.

Abbas Mehdizadeh

Assistant Professor, Department of Computer, Ferdows Institute of Higher Education, Mashhad, Iran.

Persian Editor: Saeedeh Babajani Mohammadi

English Editor: Abbas Mehdizadeh

Headline and Cover Design: Mohammad Mohsen Khezri

Page Layout and Grid Design: Nima Malekzadeh

Magazine Expert: Ahad Fani Maleki

Address: Ferdows Institute of Higher Education, Kolahdouz 30, Shahid Kolahdouz Blvd., Mashhad, Iran.

Website: www.kdip.ir

Phone: +98 051337138011- ext. 703 and 716,051-5-372911114

Email: journal.kdip@gmail.com