ISSN: 2538-4384; Geographical Researches. 2020;35(3):283-292. DOI: 10.29252/geores.35.3.283

GEOGRAPHICAL RESEARCHES JOURNAL

Effect of Organizational Trust Management with Ethical Intelligence Approach on Organizational Citizenship Behavior in the Financial and Credit Institutions of Khorasan Razavi Province, Iran

ARTICLE INFO

Article Type
Original Research

Authors
Maleki A.*[1] *PhD,*
Ghorbani M.[2] *PhD,*
Nilipour-Tabatabaei S.A.[3] *PhD,*
Niroumand H.[4] *PhD*

How to cite this article
Maleki A, Ghorbani M, NilipourTabatabaei S.A, Niroumand H. Effect of Organizational Trust Managem-ent with Ethical Intelligence Approach on Organizational Citizenship Behavior in the Financial and Credit Institutions of Khorasan Razavi Province, Iran. Geographical Researches. 2020;35(3):283-292.

[1]Shakhes Pajouh Research Institute of Natural Crisis Engineering, Isfahan, Iran
[2]Department of Management, Faculty of Humanities Science & Accounting, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran
[3]Department of Industrial Engineering, Faculty of Industrial Engineering, Malek Ashtar University of Technology, Isfahan, Iran
[4]Department of Statistics, Faculty of Mathematical Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Correspondence
Address: No. 357, East Allameh Amini Avenue, Isfahan, Iran. Postal Code: 8158949191.
Phone: +98 (31) 32616243-5
Fax: +98 (51)32616246
mlkaz@yahoo.com

Article History
Received: August 26, 2017
Accepted: March 12, 2018
ePublished:October 01, 2020

ABSTRACT

Aims & Backgrounds The valuable personality trait that has attracted so much attention today is organizational citizenship behavior. In addition, organizational trust is one of the important factors that influence organizational citizenship behavior. The foundation of all values and behaviors in the organization is moral values, and managers must always consider the highest ethical standards in their organization. The purpose of this study was to design the effect of organizational trust management with an ethical intelligence approach on organizational citizenship behavior.

Methodology This research is developmental-applied in terms of purpose and hybrid (qualitative-quantitative) in terms of method. The statistical population was all employees of financial and credit institutions active in Khorasan Razavi province (13 institutions with 453 branches) in October 2015, 336 of whom were selected by the two-stage cluster sampling method. The research tool was a questionnaire whose face validity and reliability by Cronbach's alpha coefficient were assessed. Data were analyzed using the Delphi technique, Exploratory factor analysis, and Structural Equation Modeling.

Findings The relationship between ethical intelligence and organizational trust management and organizational citizenship behavior was significant and ethical intelligence had a 79% effect on organizational trust management and a 67% effect on organizational citizenship behavior. The relationship between organizational trust management and organizational citizenship behavior was also significant, and organizational trust management explained 84% of organizational citizenship behavior ($p<0.0001$).

Conclusion Organizational trust management with the approach of ethical intelligence and ethical intelligence alone has a role in explaining the variance of organizational citizenship behavior.

Keywords Organizational Trust Management; Ethical Intelligence; Organizational Citizenship Behavior

CITATION LINKS

[Alipour A; 2015] Investigating the role of organizational trust in ...; [Anwar Md A, et al; 2016] Relationship of emotional intelligence with ...; [Bolboli M, et al; 2014] The study of relationship between the ...; [Borba M; 2001]The step-by-step plan to building moral ...; [Danaeifard H, et al; 2009] Promoting intra-organizational trust in the ...; [Esmaeili Givi MR, et al; 2011] A study of the role of personality, commitment ...; [Esmaeili Tarzi Z, et al; 2013] Relationship between managers, moral intelligence ...; [Kavi SR; 2013] Smart trust ...; [Kazemzadeh Bitali M, Hassani M; 2015] A study of the role of school organizational ...; [Mahmoudi MT, et al; 2012] The relationship between the ...; [Mazaheri P, et al; 2017] The impact of moral intelligence and ...; [McAllister DJ; 1995] Affect-and cognition-based trust ...; [Mesbahi Jahromi N, et al; 2015] The impact of social capital on entrepreneurship ...; [Mohammadi S, et al; 2013] Moral intelligence in nursing: a cross-sectional ...; [Nadir A; 2016] Effect of organizational justice on organizational ...; [Nemati MA, et al; 2016] The role of social capital, commitment and ...; [Nourani Saadodin S, et al; 2016] The relationship between organizational ...; [Organ DW, et al; 2006] Organizational citizenship behavior: its nature ...; [Shateri K, et al; 2012] Evaluating the organizational citizenship ...; [Shirazi A, et al; 2012] The effect of organizational trust ...; [Singh U, Srivastava KBL; 2009] Interpersonal trust and organizational ...; [Svensson S; 2011] Flexible working conditions and decreasing ...

Copyright© 2020, the Authors | Publishing Rights, ASPI. This open-access article is published under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License which permits Share (copy and redistribute the material in any medium or format) and Adapt (remix, transform, and build upon the material) under the Attribution-NonCommercial terms.

تاثیر مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی بر رفتار شهروندی سازمانی در موسسات مالی و اعتباری استان خراسان رضوی

اعظم ملکی* PhD
پژوهشکده مهندسی بحران‌های طبیعی شاخص‌پژوه، اصفهان، ایران
محمود قربانی PhD
گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی و حسابداری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران
سیداکبر نیلی‌پور طباطبایی PhD
گروه مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، اصفهان، ایران
حسینعلی نیرومند PhD
گروه آمار، دانشکده علوم ریاضی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

چکیده
اهداف و زمینه‌ها: ویژگی ارزشمند نیروی انسانی که امروزه توجه بسیاری را به خود جلب کرده است، رفتار شهروندی سازمانی است. اعتماد سازمانی نیز از عوامل مهمی است که روی رفتار شهروندی سازمانی تاثیر بسزایی دارد. زیربنای همه رفتارها در سازمان، ارزش‌های اخلاقی است و مدیران همیشه باید بالاترین استانداردهای اخلاقی را در سازمان خود در نظر بگیرند. هدف پژوهش حاضر طراحی مدل تاثیر مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی بر رفتار شهروندی سازمانی بود.
روش‌شناسی: این تحقیق از بُعد هدف، توسعه‌ای- کاربردی و از لحاظ روش ترکیبی (کیفی- کمی) است. جامعه آماری کلیه کارکنان موسسات مالی و اعتباری فعال در استان خراسان رضوی (۱۳ موسسه با ٤٥۳ شعبه) در مهر سال ۱۳۹۴ بود که ۳۳٦ نفر از آنها به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای دومرحله‌ای انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسش‌نامه بود که روایی آن به‌صورت صوری و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. داده‌ها با استفاده از تکنیک دلفی، تحلیل عاملی اکتشافی و معادلات ساختاری تحلیل شدند.
یافته‌ها: ارتباط بین هوش اخلاقی و مدیریت اعتماد سازمانی و نیز رفتار شهروندی سازمانی معنی‌دار بود و هوش اخلاقی به میزان ۷۹٪ بر مدیریت اعتماد سازمانی و به میزان ۶۷٪ بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر داشت. همچنین ارتباط بین مدیریت اعتماد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی نیز معنی‌دار بود و مدیریت اعتماد سازمانی به میزان ۸۴٪ رفتار شهروندی سازمانی را تبیین می‌نمود ($p<۰/۰۰۰۱$).
نتیجه‌گیری: مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی و نیز هوش اخلاقی به‌تنهایی در تبیین واریانس رفتار شهروندی سازمانی نقش دارند.
کلیدواژه‌ها: مدیریت اعتماد سازمانی، هوش اخلاقی، رفتار شهروندی سازمانی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۶/۰۴
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۲۱
*نویسنده مسئول: mlkaz@yahoo.com

مقدمه

با گسترش روزافزون پدیده جهانی‌شدن، مقوله اعتماد در تمام سطوح اجتماعی، اقتصادی و سازمانی مورد توجه واقع شده است. وجود اعتماد در سازمان برای دستیابی به موفقیت، انجام تغییرات در نقش‌ها و طراحی مشاغل ضروری شمرده می‌شود. توانایی خلق و حفظ اعتماد در سازمان از ویژگی‌های اصلی مدیران است. از طرفی دیگر، راه اعتمادآفرینی اخلاق بوده، لذا مدیران می‌بایست متوجه این مهم باشند تا بالاترین استانداردهای اخلاقی را در سازمان خود ایجاد کنند. اخلاقیات در سازمان به‌صورت چارچوبی شامل ارزش‌ها، بایدها و نبایدها ترسیم می‌شود که مبنایی برای تعیین و تشخیص نیک و بدهای سازمان است. پیچیده‌ترشدن روزافزون سازمان‌ها و افزایش کارهای غیراخلاقی و غیرمنصفانه و غیرمسئولانه عمل‌کردن در محیط‌های کاری، توجه مدیران را به بحث پیرامون مفهوم اعتماد سازمانی و چگونگی مدیریت آن در سازمان و همچنین هوش اخلاقی به‌عنوان چارچوبی برای عملکرد صحیح انسان و عامل پیش‌بینی‌کننده رفتار جلب کرده است [Esmaeili Tarzi *et al.*, 2013]. از سویی دیگر کارکنان همواره از منابع بسیار مهم سازمان‌ها محسوب می‌شوند و رفتار سازمانی آنان بسیار بااهمیت تلقی می‌شود، به‌طوری که کارکنان خوب افرادی هستند که به همکاران خود کمک و همیاری می‌رسانند، نظر و اعتقادات خود را صادقانه و با حسن نیت بیان می‌کنند و در فعالیت‌های سازمان مشارکت می‌جویند.

هوش اخلاقی مفهومی جدید در عرصه علم است که اولین بار توسط *میشل بوربا* ابداع شد. *بوربا* هوش اخلاقی را توانایی تشخیص و تمیز درست از نادرست مطرح می‌کند. به بیان دیگر، کسی دارای هوش اخلاقی تعریف می‌شود که از باورهای اخلاقی راسخ و قوی و توانایی عمل‌کردن به آنها برخوردار باشد، به گونه‌ای که فرد به شیوه‌ای صحیح و محترمانه رفتار کند [Borba, 2001]. از سویی دیگر، مدیریت اعتماد سازمانی سه ساختار مختلف اعتماد را که شامل اعتماد سازمانی، شناختی و عاطفی است در یک چارچوب مدیریتی در سازمان در نظر می‌گیرد و اعتقاد دارد هر کدام به‌تنهایی وزنه‌ای برای پیاده‌سازی مدیریت اعتماد سازمانی به شمار می‌روند. در حقیقت، به‌کارگیری صحیح و سازمان‌دهی، اجرا و پیاده‌سازی و کنترل همزمان این سه نوع اعتماد در سازمان منجر به شکل‌گیری مفهومی تحت عنوان مدیریت اعتماد سازمانی می‌شود [McAllister, 1995].

این گونه رفتارها که در اصطلاح رفتارهای فرانقش یا شهروندی سازمانی نامیده می‌شوند، به فعالیت‌هایی اطلاق می‌شوند که فی‌نفسه خودجوش و آگاهانه هستند (مانند کمک به دیگران) و به‌طور مستقیم و آشکار توسط سیستم رسمی پاداش سازمان پیش‌بینی نشده‌اند، اما به‌طور کلی کارآیی سازمان را افزایش می‌دهند [Shateri *et al.*, 2012]. در یك تعریف دیگر، رفتار شهروندی سازمانی به‌عنوان آن دسته از رفتارهایی تعریف شده است که کارکنان سازمان در انجام آن صرف نظر از اهداف بهره‌وری شخصی اثربخشی عملکردشان را ارتقا می‌دهند [Organ *et al.*, 2006].

به بیانی دیگر، رفتار شهروندی سازمانی، مجموعه‌ای از رفتارهای اختیاری است که بخشی از وظایف رسمی فرد نیست، ولی فرد با انجام آن باعث بهبود موثر وظایف و نقش‌های سازمانی می‌شود [Mesbahi Jahromi *et al.*, 2015]. رفتار شهروندی سازمانی،

بهره‌وری مدیریتی و روحیه کارکنان را بهبود می‌بخشد و نیاز به گسترش منابع کمیاب را کاهش می‌دهد و تاثیر خاصی بر اثربخشی سازمان دارد [Bolboli *et al.*, 2014].

درباره ابعاد رفتار شهروندی سازمانی هنوز توافق واحدی میان محققان وجود ندارد. با این وجود، پنج بعدی که بیشتر مورد قبول محققان بوده و بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد عبارتند از: ۱- وجدان کاری: به معنی انجام رفتارهای درون‌نقشی فراتر از حداقل وظیفه مورد نیاز؛ ۲- نوع‌دوستی: کمك به دیگران/همکاران؛ ۳-فضیلت (رفتار) مدنی: مشارکت در چرخه حیات سیاسی سازمان؛ ۴- جوانمردی: تمایل به تحمل شرایط اجتناب‌ناپذیر ناراحت‌کننده در کار، بدون شکایت و ابراز ناراحتی؛ ۵- ادب و نزاکت: به معنی با احترام رفتارکردن با دیگران [Singh & Srivastava, 2009].

وقتی صحبت از واژه‌هایی مانند اعتماد یا اعتماد سازمانی می‌شود شاید اولین چیزی که در ذهن ما نقش ببندد اعتماد ما نسبت به نظام اقتصادی و سرمایه‌های مالی و دارایی‌های آن است و اعتماد مردم، بزرگ‌ترین سرمایه نسبت به موسسات و نهادهایی است که در قالب بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری در جامعه ایفای نقش می‌کنند. در نظام اقتصاد سرمایه‌داری، در بین بحران‌های به‌وجودآمده، بحران مالی سال ۲۰۰۸ (بحران عدم اعتماد) از اهمیت فراوانی برخوردار است. بحران مالی اخیر نیز همانند هر بحران مالی دیگر، در بدو امر "بحران اعتماد" بوده است. کمبود شفافیت به معنی پرهیز از افشای اطلاعات لازم و ایجاد گره فکری در سپرده‌گذاران و سرمایه‌گذاران برای تصمیم‌گیری مبنی بر ورود به پروژه‌های اقتصادی یا خروج از آن، از جمله عواملی است که بر این بحران دامن زده است. در زمان معاصر که بدگمانی و سوءظن بر روحیه اکثر افراد سازمان‌ها حاکم است، متاسفانه تعداد کمی از سازمان‌ها می‌توانند به کیفیت مطلوب تیمی، همکاری و اعتماد در فرهنگ‌هایشان ببالند و ما هر روز در درون موسسات، سازمان‌های دولتی، رسانه‌ها، مراکز درمانی و حتی روابط شخصی خودمان با بی‌اعتمادی مواجه می‌شویم. این بی‌اعتمادی‌ها از درون سازمان به سیستم اقتصادی و از آنجا به جامعه جهانی سرایت می‌کند. مطالعات‌ها نشان می‌دهد که بی‌اعتمادی در بین کارکنان و مدیران رو به افزایش است [Kavi, 2013]. وقتی اعتماد در درون سازمان کاهش یابد سرعت هم کم شده و هزینه‌ها بالا می‌رود و موانع ارتباطاتی ایجاد شده و باعث می‌شود کارکنان با یکدیگر با بدگمانی و سوءظن رفتار نمایند، کارکنان جریان اطلاعات را در سازمان منحرف کنند، اطلاعات به‌طور باز و صادقانه جریان پیدا نکند و در نهایت فرآیند تصمیم‌گیری ضعیف شده و کیفیت تصمیمات پایین آید [Svensson, 2011].

پایین‌بودن اعتماد درون‌سازمانی، نوعاً افزایش تعارض، بی‌ثباتی سازمانی، ترك خدمت، کاهش انگیزش، شایعات و اعتصابات لاینحل و مانع‌تراشی بر سر تحقق اهداف سازمانی را در پی خواهد داشت. مدیران خواه ناخواه مجبور به حرکت به سمت اعتماد هستند، زیرا در شرایط رقابتی حال، اکثر سازمان‌ها به‌دنبال جذب افراد توانمندی هستند که از قضا از شرایط سازمانی خود ناراضی هستند و سعی می‌کنند این متخصصان را با قول فضای بهتر کاری (اعتماد، توانمندسازی، رفاه بیشتر، حقوق بیشتر و غیره) به سمت سازمان خود بکشند و هر چه بیشتر از سایر رقبا پیشی بگیرند. لذا، اعتماد اهمیت و ضرورت ویژه‌ای پیدا کرده است و باید در برنامه‌های مدیریت منابع انسانی هر سازمانی جایگاه ویژه‌ای داشته باشد [Danaeifard *et al.*, 2009].

از ویژگی‌های برجسته مدیران امروزه توانایی اعتمادآفرینی و پاسداری از آن است. راه اعتمادآفرینی اخلاق است و مدیران همیشه بایستی بالاترین استانداردهای اخلاقی را در سازمان خود مد نظر قرار دهند. اخلاقیات در سازمان به‌عنوان سیستمی از ارزش‌ها و بایدها و نبایدها تعریف می‌شود که براساس آن نیک و بدهای سازمان مشخص و عمل بد از خوب متمایز می‌شود. اولین گام در دستیابی به این اهداف درك صحیح از مفهوم هوش اخلاقی و شناسایی عوامل تاثیرگذار بر اعتمادسازی در سازمان است. هوش اخلاقی نیز به‌عنوان یک متغیر در اعتماد سازمانی موثر بوده و جایگاه ویژه‌ای دارد. هوش اخلاقی، ابزار قدرت جدیدی را به رهبران و مدیران معرفی کند تا با کاربست آن در سازمان، بتوان بهره‌وری را افزایش داد [Esmaeili Tarzi *et al.*, 2013].

محققان، پیامدهای مختلفی را برای اعتماد سازمانی برشمرده‌اند. *جین* در سال ۲۰۰۹، تاثیر اعتماد سازمانی را شامل ایجاد گرایش‌های مطلوب مانند ایجاد و به‌اشتراک‌گذاری دانش، رضایت شغلی، رفتارهای شهروندی سازمانی، تعهد سازمانی و غیره و همچنین کاهش گرایش‌های نامطلوب از قبیل ترک شغلی، رفتارهای تدافعی، رفتارهای نظارتی و غیره عنوان می‌کند. همچنین، طبق گفته *میشرا* و *موریس* در سال ۱۹۹۰، اعتماد سازمانی موجب تسهیل ارتباطات باز در سازمان، تسهیم اطلاعات، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و افزایش عملکرد می‌شود. تقویت اعتماد و رفتارهای شهروندی سازمانی، عملکرد و کارآیی سازمان‌ها را ارتقا بخشیده و بقای بلندمدت آنها را تضمین می‌کند. بنابراین، شناخت اثرات انواع مختلف اعتماد سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی، برای بسیاری از مدیرانی که در جست‌وجوی افزایش اثربخشی هستند، مفید است [Shirazi *et al.*, 2012].

از سوی دیگر افرادی که از رفتار اخلاقی بیشتری برخوردارند، رفتار شهروندی بیشتری نیز از خود نشان می‌دهند. می‌توان این گونه نتیجه گرفت که رفتار شهروندی سازمانی متاثر از رفتار اخلاقی در محیط کار است. در نتیجه انتظار می‌رود افرادی که رفتار اخلاقی بالاتری دارند، رفتار شهروندی سازمانی بیشتری را از خود نشان دهند [Nemati *et al.*, 2016]. رفتار شهروندی سازمانی یک پیامد است که تحت تاثیر عوامل متعددی قرار دارد که این عوامل شامل عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی از جمله هوش اخلاقی است [Kazemzadeh Bitali & Hassani, 2015]. موج اخیر ورشکستگی و رسوایی‌های مالی که نشات‌گرفته از فقدان اعتماد در درون سازمان‌ها است و بحران موسسات مالی و اعتباری یکی از

بارزترین نمودهای این پدیده در سال‌های اخیر بوده که موجب شده حجم عظیمی از سپرده‌گذاران اقدام به برداشت سپرده‌های خود کنند. دلایل متعددی برای ورشکستگی این موسسات شناسایی شده که از میان آنها بدعهدی مدیران و نارضایتی کارمندان و خروج اطلاعات محرمانه توسط کارکنان موسسات مالی و اعتباری به‌علت اخراج و کینه‌توزی و رواج بی‌اعتمادی از علل اصلی و دخیل در این زمینه به شمار می‌رود. پرواضح است که اعتماد به نظام مالی کشور، یک‌باره و از طریق یک نهاد شکل نمی‌گیرد، ولی این احتمال وجود دارد که یک نهاد مالی بتواند به‌طور آنی آسیب غیرقابل جبرانی را بر پیکره آن وارد سازد. با توجه به این که سرنوشت هزاران نفر از سرمایه‌گذاران خرد و کلان که به اقتصاد کشور و بازارهای پول و سرمایه اعتماد کرده‌اند، در نزد بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری است، پیاده‌سازی اعتماد سازمانی به‌همراه هوش اخلاقی در عملکرد و بهبود سازمان‌های بزرگ و بالاخص موسسات مالی و بانکی نقش قابل توجه و بسزایی داشته و باعث موفقیت و دوام و پایداری آنها می‌شود. بحران مالی اخیر، فرصت‌های بی‌سابقه‌ای را برای اصلاح نظام مالی به سوی یك مدل قوی‌تر، اخلاقی‌تر و کمتر وابسته به سودهای مالی کوتاه‌مدت فراهم آورده است. مدلی که گرایش بیشتری به سوی تامین رویکردهای اجتماعی و نیازهای اقتصادی آحاد مردم با حفظ اخلاق حرفه‌ای دارد. با توجه به تاثیری که هوش اخلاقی و اعتمادآفرینی مدیران بر عملکرد افراد و انجام رفتارهای فراوظیفه‌ای دارد و همچنین نقش آن در افزایش اشتیاق کارکنان، روحیه آنها و اثربخشی سازمان، اهمیت این موضوع نشان داده می‌شود. در واقع هر فرآیندی که موجب ارتقای توانمندی نیروی انسانی سازمان شود اثربخشی ایجاد می‌کند و به‌طور مستقیم نیز در روند پیشرفت کارکنان و مدیران در رسیدن به اهداف سازمانی تاثیر دارد [Mazaheri *et al.*, 2017] بر این اساس در این پژوهش، محقق به‌دنبال پاسخ به این سئوال است که مدل مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی در جهت تبیین رفتار شهروندی سازمانی در موسسات اعتباری استان خراسان رضوی کدام است؟ مدل مفهومی پژوهش دربرگیرنده سه سازه هوش اخلاقی، مدیریت اعتماد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی است. علی‌رغم پیوند این سه متغیر در مبانی نظری به شکل مفهومی، تاکنون هیچ پژوهشی به‌صورت تجربی رابطه این سه را مورد بررسی قرار نداده است.

نوآوری پژوهش حاضر آن است که این ارتباط را در سطح عملیاتی و تجربی دنبال کرده و با استفاده از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری، این رابطه را در محیط موسسات مالی اعتباری استان خراسان رضوی مورد آزمون قرار داده است. از این رو، هدف اصلی پژوهش حاضر طراحی مدل مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی در بستر موسسات مالی و اعتباری با تاثیر بر رفتار شهروندی سازمانی بود.

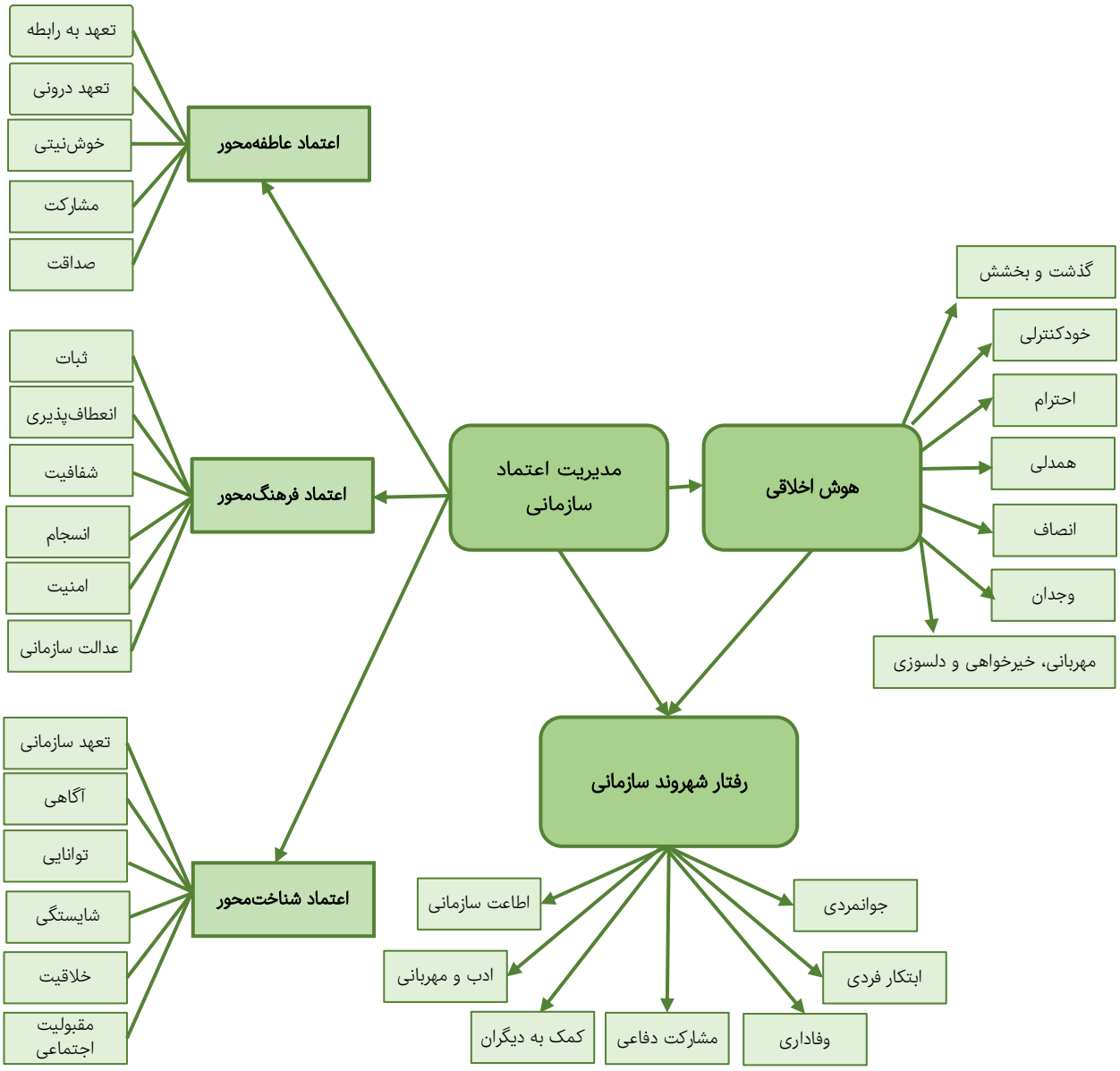
روش‌شناسی

تحقیق حاضر از نظر هدف در دسته تحقیقات توسعه‌ای- کاربردی بوده و از نظر روش، پژوهشی ترکیبی (آمیخته) است که برای طراحی و ارزیابی مدل در دو بخش اصلی کیفی و کمی صورت گرفت و از فروردین سال ۱۳۹٤ تا اسفند سال ۱۳۹۵، اقدام به جمع‌آوری اطلاعات شد.

در بخش کیفی تحقیق، با توجه به هدف اصلی، برای طراحی مدل با دنبال‌نمودن رهنمودهای پژوهشی مستند در پیشینه، محقق بر آن شد که رویکردی جامع را به کار گیرد و با گردآوری و مطالعه تعداد متعددی از نظریات و مدل‌های متفاوت رفتار شهروندی سازمانی، مدیریت اعتماد سازمانی و هوش اخلاقی و نیز جمع‌آوری نظرات و دیدگاه‌های مختلف خبرگان و متخصصان موضوع از طریق مصاحبه و همچنین روش دلفی برای آزمون اعتبار مدل، برای خلق مدل مفهومی پژوهش اقدام نمود. براساس بررسی نظریه‌ها و مدل‌های مختلف و با توجه به سوابق علمی در این حوزه، مدل پیشنهادی که از پنج بُعد رفتار شهروندی سازمانی به‌همراه مولفه‌های آن و رویکرد هوش اخلاقی تشکیل شده بود ارایه شد (نمودار ۱).

ترکیب اعضای گروه دلفی یا خبرگان پژوهش را ۲۵ نفر تشکیل دادند که پس از تایید مدل توسط گروه خبرگان، گویه‌های نهایی برای هر یك از مولفه‌های ابعاد مدل مفهومی تحقیق مشخص شد. روش دلفی به‌کاررفته در این تحقیق از سه مرحله تشکیل شد. در مرحله دوم همچنین از خبرگان خواسته شده بود که نظر یا پیشنهاد خاصی برای تغییر نام ابعاد رفتار شهروندی سازمانی دارند، ذکر کنند. بر این اساس، واژه اعتماد فرهنگ‌محور به اعتماد سازمانی، اعتماد شناخت‌محور به اعتماد شناختی و اعتماد عاطفه‌محور به اعتماد عاطفی تغییر نام یافت. در مرحله سوم نیز بر مبنای نتایج دو مرحله پرسش‌نامه دلفی و براساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت، گویه‌ای که امتیازی بالاتر از ۴ را کسب نمود به‌عنوان گویه نهایی‌شده به پرسش‌نامه نهایی تحقیق منتقل شد و بقیه گویه‌ها حذف شدند. با توجه به وجود اجماع و کسب اتفاق نظر بین اعضای گروه خبرگان، مراحل دلفی متوقف شده و گویه‌های حاصله به پرسش‌نامه نهایی تحقیق منتقل و برای اجرا در بخش کمی تحقیق آماده‌سازی شدند. در پایان، برای اندازه‌گیری مدیریت اعتماد سازمانی ۳ بُعد، ۱۸ مولفه و ۱۳۴ گویه و برای بُعد هوش اخلاقی ۱۲ مولفه و ۴۹ گویه و در نهایت برای رفتار شهروند سازمانی، ۵ بعد و ۲۴ گویه در نظر گرفته شد. بنابراین پرسش‌نامه‌ای برای توزیع در جامعه کارکنان موسسات مالی و اعتباری شامل دو بخش اصلی براساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای با گزینه‌های "خیلی‌زیاد"، "زیاد"، "متوسط"، "کم" و "خیلی‌کم" طراحی شد. همچنین معیار دیگر به‌کارگرفته‌شده برای اتفاق نظر گروه خبرگان، استفاده از ضریب توافق کندال یا مقیاس اتفاق نظر بود که نتایج حاصل از این معیار برای ابعاد مدیریت اعتماد سازمانی برابر با ۰/۸۲، برای مولفه‌های هوش اخلاقی برابر با ۰/۷۹ و برای مولفه‌های رفتار شهروند سازمانی برابر با ۰/۷۵ بود. بنابراین اتفاق نظر قابل قبولی برای ابعاد و مولفه‌های مورد مطالعه، در بین گروه خبرگان یا اعضای پانل دلفی وجود داشت. نهایتاً پس از تایید مدل مفهومی تحقیق توسط گروه خبرگان در روش دلفی و

تایید روایی میان داوران، ابزار تحقیق یا پرسش‌نامه در چهار بخش (مشخصات عمومی، سنجش مدیریت اعتماد سازمانی، سنجش هوش اخلاقی و سنجش رفتار شهروند سازمانی) طراحی شد. در بخش کمی تحقیق، جامعه آماری شامل کلیه کارکنان (رسمی، پیمانی و قراردادی) موسسات مالی و اعتباری فعال در استان خراسان رضوی (۱۳ موسسه با ٤٥٣ شعبه) در مهر سال ۱۳۹۴ بود که در زمان انجام تحقیق، حداقل یك سال از زمان استخدام آنها در یکی از موسسات مذکور گذشته باشد و نمونه‌ای ۳۳۶نفری به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای دومرحله‌ای از بین ۴۳۷۵ نفر کارکنان جامعه آماری انتخاب شد. ابزار اصلی در بخش کمی، پرسش‌نامه بود که پس از اجرا در یك طرح پیش‌آزمون ۳۰نفری و سنجش میزان پایایی آن به روش محاسبه ضریب آلفای کرونباخ (۰/۹۱ برای پرسش‌نامه مدیریت اعتماد سازمانی، ۰/۸۳ برای پرسش‌نامه هوش اخلاقی و ۰/۶۶ برای رفتار شهروندی سازمانی) در بین اعضای منتخب در نمونه توزیع و جمع‌آوری شد.



نمودار ۱) مدل مفهومی مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی موثر بر رفتار شهروندی سازمانی در موسسات مالی و اعتباری

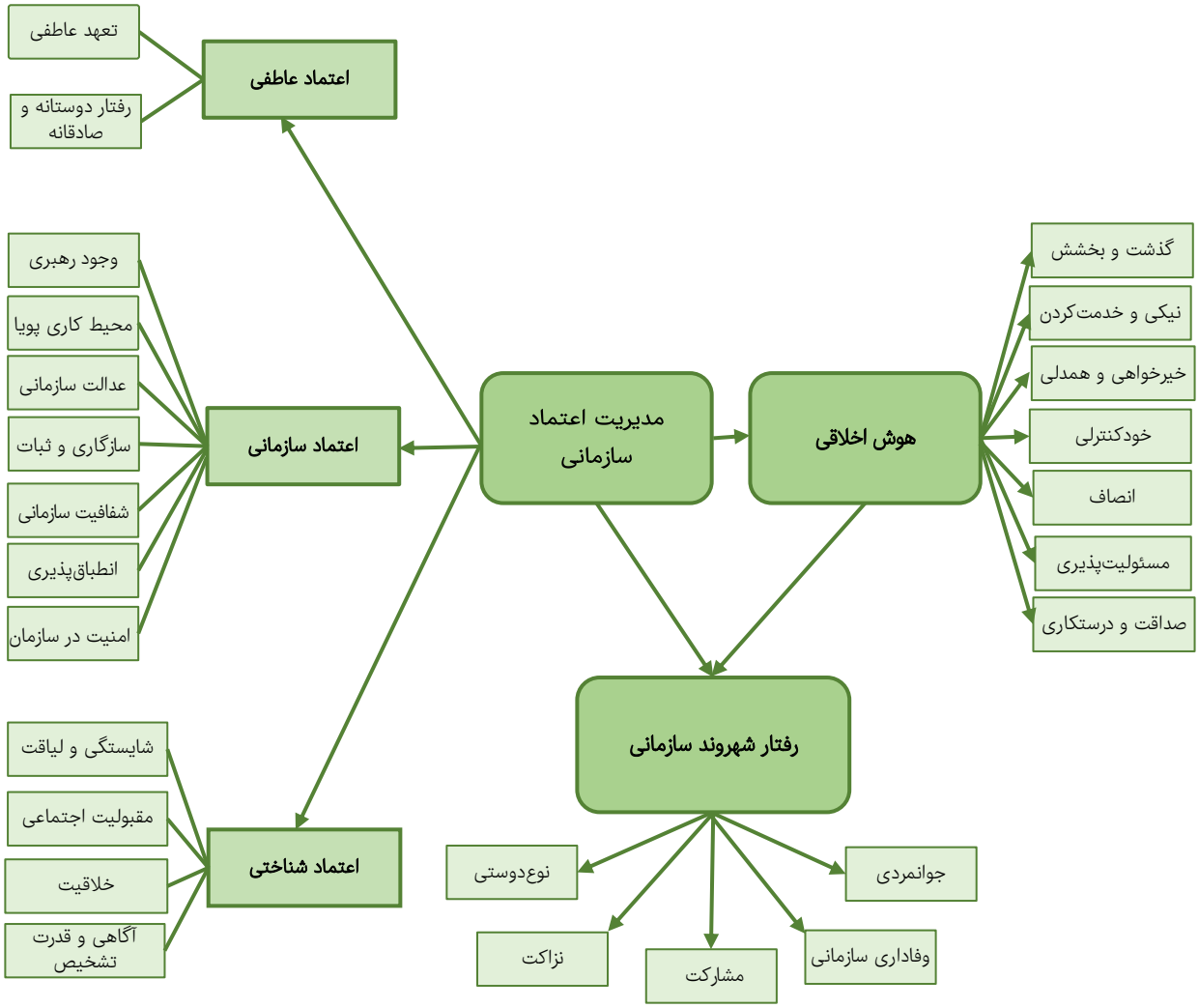
در نهایت پرسش‌نامه‌های جمع‌آوری‌شده پس از بازبینی، کدگذاری، ورود اطلاعات و تشکیل بانك اطلاعاتی در نرم‌افزارهای آماری SPSS 21.0 و STATISTICA 11.0 مورد تحلیل و پردازش قرار گرفتند و سپس در بخش استنباط‌های آماری توسط تحلیل عاملی، معادلات ساختاری، تحلیل مسیر و غیره بررسی شدند. با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی به دسته‌بندی متغیرهای اندازه‌گیری‌شده پرداخته شد. در واقع بر مبنای دیدگاه‌ها و نظرات آزمودنی‌ها در موسسات مالی و اعتباری، سعی شد گویه‌های حاصل‌شده از بخش کیفی تحقیق، توسط تحلیل عاملی اکتشافی مورد دسته‌بندی قرار گیرد و مولفه‌ها و گویه‌های هر یك از ابعاد تحقیق در جامعه مورد مطالعه شناسایی و تبیین شود.

سپس با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی برازش کلی مدل اندازه‌گیری

و تعیین شده و از نتایج تحلیل عاملی برای برازش مدل معادلات ساختاری تحقیق بهره گرفته شد.

یافته‌ها

در بخش تحلیل عاملی اکتشافی، تغییراتی در برخی از مولفه‌های مدیریت اعتماد سازمانی و مولفه‌های هوش اخلاقی ایجاد شد که متغیرهای جدید براساس بارهای عاملی ساخته شدند. سپس بر مبنای تحلیل عاملی تاییدی و معادلات ساختاری، مدل مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی در جهت تبیین رفتار شهروندی سازمانی در موسسات اعتباری استان خراسان رضوی مورد بررسی قرار گرفت که حاکی از معنی‌داری این مدل بود، ولی برخی از مولفه‌های متغیرهای مذکور معنی‌دار نبوده و از مدل حذف شدند. در نهایت بر مبنای مدل‌یابی معادلات ساختاری، مدل ساختاری تحقیق ارایه شد (نمودار ۲).



نمودار ۲) مدل ساختاری مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی موثر بر رفتار شهروندی سازمانی در موسسات مالی و اعتباری

نمونه آماری متشکل از ۴۲ مدیر و ۲۹۴ کارمند موسسات مالی و اعتباری بود. ۲۹۶ نفر از پاسخ‌دهندگان مرد (۸۸/۶٪) بوده و میزان تحصیلات ۱۷۲ نفر از پاسخ‌دهندگان (۵۱/۵٪) کارشناسی و سابقه کاری ۲۱۹ نفر (۶۵/۶٪) ۵ سال و کمتر بود. همچنین امتیازات و نمراتی که کارکنان به مدیریت اعتماد سازمانی و مولفه‌های آن و همچنین هوش اخلاقی و مولفه‌های تشکیل‌دهنده آن دادند، بالاتر از نمرات مدیران در موسسات مالی و اعتباری استان خراسان رضوی بود، ولی در مورد رفتار شهروند سازمانی امتیازات و نمرات مدیران نسبت به کارکنان بالاتر بود (جدول ۱).

تمامی شاخص‌های برازش مدل اجرای مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی در جهت تبیین رفتار شهروندی سازمانی موسسات مالی و اعتباری معنی‌دار بوده و مدل از برازش خوبی برخوردار بود ($p<0/05$؛ جدول ۲).

در مدل سنجش مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی، بُعد اعتماد سازمانی با ضریب همبستگی چندگانه ۰/۶۷ از بیشترین اهمیت در جهت تاثیر بر رفتار شهروندی سازمانی برخوردار بود. از بین مولفه‌های بُعد اعتماد سازمانی مولفه عدالت سازمانی با ضریب همبستگی چندگانه ۰/۶۷، از بین مولفه‌های بُعد اعتماد شناختی مولفه آگاهی و قدرت تشخیص با ضریب همبستگی چندگانه ۰/۵۴ و از بین مولفه‌های بُعد اعتماد عاطفی مولفه تعهد عاطفی با ضریب

همبستگی چندگانه ۰/۶۳ بیشترین تاثیر را داشتند.

جدول ۱) میانگین آماری نمرات متغیرهای هوش اخلاقی، مدیریت اعتماد سازمانی و رفتار شهروند سازمانی و مولفه‌های آنها

متغیرها	از دیدگاه مدیران	از دیدگاه کارمندان	کل
هوش اخلاقی			
گذشت و بخشش	۲/۳۰±۰/۰۱	۲/۰۰±۰/۰۱	٤/۳۰±۰/۰۱
نیکی و خدمت‌کردن	۱/۸۰±۰/۰۷	۲/٤۰±۰/۰۷	٤/۲۰±۰/۰۷
خیرخواهی و همدلی	۱/۲۰±۰/۰۷	۲/٤۰±۰/۰۷	۳/٦۰±۰/۰۷
خودکنترلی	۱/٦۰±۰/۰٦	۳/۰۰±۰/۰٦	٤/٦۰±۰/۰٦
انصاف	۱/۸۰±۰/۰۷	۲/۲۰±۰/۰۷	٤/۰۰±۰/۰۷
مسئولیت‌پذیری	۱/٥۰±۰/۰۷	۲/۹۰±۰/۰۷	٤/٤۰±۰/۰۷
صداقت و درستکاری	۲/۸۰±۰/۰۷	۳/٦۰±۰/۰۷	٦/٤۰±۰/۰۷
رفتار شهروند سازمانی			
جوانمردی	۲/۹۰±۰/۰۷	۱/٤۰±۰/۰۷	٤/۳۰±۰/۰۷
وفاداری سازمانی	۳/۹۰±۰/۰۷	۲/۸۰±۰/۰۷	٦/۷۰±۰/۰۷
مشارکت	۲/۸۰±۰/۰۷	۲/۲۰±۰/۰۷	٥/۰۰±۰/۰۷
نزاکت	۱/۹۰±۰/۰۷	۱/٦۰±۰/۰۷	۳/٥۰±۰/۰۷
نوع‌دوستی	۲/٥۰±۰/۰۷	۱/۸۰±۰/۰۰۷	٤/۳۰±۰/۰۷
مدیریت اعتماد سازمانی			
بُعد اعتماد عاطفی			
تعهد عاطفی	۲/۸۰±۰/۱۲	٤/۳۰±۰/۱۲	۷/۱۰±۰/۱۲
رفتار دوستانه و صادقانه	۲/۰۰±۰/۰۰	۳/۹۰±۰/۰۱	٥/۹۰±۰/۰۱
بُعد اعتماد سازمانی			
وجود رهبری	۳/۹۰±۰/۰۸	۳/۰۰±۰/۰۸	٦/۹۰±۰/۰۸
محیط کاری پویا	۲/۸۰±۰/۰۷	٤/۳۰±۰/۰۷	۷/۱۰±۰/۰۷
عدالت سازمانی	۳/۰۰±۰/۰۸	۳/۳۰±۰/۰۸	۹/۳۰±۰/۰۸
سازگاری و ثبات	۱/٥۰±۰/۰۸	۲/۳۰±۰/۰۸	۳/۸۰±۰/۰۸
شفافیت سازمانی	۲/٤۰±۰/۰۷	۱/۹۰±۰/۰۷	٤/۳۰±۰/۰۷
انطباق‌پذیری	۲/٦۰±۰/۰۰	۱/۹۰±۰/۰۰	٤/٥۰±۰/۰۱
امنیت در سازمان	۳/۹۰±۰/۰۸	۲/۹۰±۰/۰۸	٦/۸۰±۰/۰۸
بُعد اعتماد شناختی			
شایستگی و لیاقت	۲/۱۰±۰/۰٥	۲/۸۰±۰/۰٥	٤/۹۰±۰/۰٥
مقبولیت اجتماعی	۲/٦۰±۰/۰٥	۳/٤۰±۰/۰٥	٦/۰۰±۰/۰٥
خلاقیت	۲/۲۰±۰/۰۱	۲/٦۰±۰/۰۱	٤/۸۰±۰/۰۱
آگاهی و قدرت تشخیص	۳/۰۰±۰/۰٦	۳/۳۰±۰/۰٦	٦/۳۰±۰/۰٦

جدول ۲) شاخص‌های برازش مدل ساختاری تحقیق

شاخص‌ها	مقادیر	مقادیر مطلوب
شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI)	۰/۹٥	≥۰/۹۰
ضریب توکر- لوییس (TLI)	۰/۹٤	≥۰/۹۰
ریشه میانگین مربع خطای تقریب (RMSEA)	۰/۰٥۹	≤۰/۰۹
ریشه میانگین مربع باقی‌مانده استانداردشده (SRMSR)	۰/۰٤۷	≤۰/۱۰
نسبت مجذور کای به درجه آزادی (X2/df)	۲/۱٤	≤۳

در مورد هوش اخلاقی، مولفه صداقت و درستکاری با میزان ۷۷٪ بیشترین نقش و مولفه خیرخواهی و همدلی با میزان ۳۶٪ کمترین نقش را ایفا می‌کردند. در رفتار شهروندی سازمانی نیز مولفه وفاداری سازمانی بیشترین میزان نقش و مولفه نزاکت کمترین نقش را داشتند ($p<$۰/۰۰۰۱؛ جدول ۳).

جدول ۳) نتایج مدل ساختاری مربوط به هر یک از متغیرهای پژوهش

متغیرها	ضریب استانداردشده	انحراف‌معیار	مربع همبستگی چندگانه
مدیریت اعتماد سازمانی			
اعتماد سازمانی	۰/۸۲	-	۰/۶۷
اعتماد شناختی	۰/۷۶	۰/۱۴	۰/۵۸
اعتماد عاطفی	۰/۶۷	۰/۱۲	۰/۴۵
بُعد اعتماد سازمانی			
عدالت سازمانی	۰/۸۲	-	۰/۶۳
سازگاری	۰/۸۰	۰/۰۸	۰/۷۳
شفافیت سازمانی	۰/۷۷	۰/۰۷	۰/۵۶
انطباق‌پذیری	۰/۷۰	۰/۰۸	۰/۶۶
امنیت سازمانی	۰/۶۲	۰/۰۸	۰/۵۵
محیط کاری پویا	۰/۷۱	۰/۰۷	۰/۵۴
وجود رهبری خدمتگزار	۰/۵۱	۰/۰۸	۰/۴۲
بُعد اعتماد شناختی			
آگاهی و قدرت تشخیص	۰/۶۲	-	۰/۵۴
خلاقیت	۰/۶۴	۰/۰۶	۰/۳۸
شایستگی و لیاقت	۰/۷۳	۰/۰۵	۰/۳۳
مقبولیت اجتماعی	۰/۸۵	۰/۰۵	۰/۳۶
بُعد اعتماد عاطفی			
تعهد عاطفی	۰/۷۲	-	۰/۶۳
رفتار دوستانه و صمیمانه	۰/۶۴	۰/۱۲	۰/۴۲
هوش اخلاقی			
صداقت و درستکاری	۰/۸۸	-	۰/۷۷
مسئولیت‌پذیری	۰/۸۶	۰/۰۷	۰/۷۳
بخشش و گذشت	۰/۷۶	۰/۰۷	۰/۵۸
خودکنترلی و خویشتن‌داری	۰/۷۴	۰/۰۷	۰/۵۵
نیکی و خدمت‌کردن	۰/۶۳	۰/۰۷	۰/۴۰
انصاف	۰/۶۲	۰/۰۷	۰/۳۹
خیرخواهی و همدلی	۰/۶۰	۰/۰۶	۰/۳۶
رفتار شهروندی سازمانی			
وفاداری سازمانی	۰/۷۶	۰/۰۷	۰/۶۵
نوع‌دوستی	۰/۷۰	۰/۰۷	۰/۵۵
مشارکت	۰/۶۸	۰/۰۷	۰/۵۲
جوانمردی	۰/۶۳	۰/۰۷	۰/۴۶
نزاکت	۰/۶۱	۰/۰۷	۰/۳۷

برای تمامی موارد $p<$۰/۰۰۰۱

ارتباط بین هوش اخلاقی و مدیریت اعتماد سازمانی و نیز رفتار شهروندی سازمانی معنی‌دار بود و هوش اخلاقی به میزان ۷۹٪ بر مدیریت اعتماد سازمانی و به میزان ۶۷٪ بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر داشت. همچنین ارتباط بین مدیریت اعتماد سازمانی و رفتار شهروند سازمانی نیز معنی‌دار بود و مدیریت

اعتماد سازمانی به میزان ۸۴٪ رفتار شهروند سازمانی را تبیین می‌نمود و در آن نقش داشت (p<۰/۰۰۰۱؛ جدول ۴).

جدول ۴) ضرایب مسیر مربوط به مدل مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی موثر بر رفتار شهروندی سازمانی در موسسات مالی و اعتباری

مسیرها	ضریب استانداردشده	انحراف‌معیار	مربع همبستگی چندگانه
هوش اخلاقی← مدیریت اعتماد سازمانی	۰/۸۹	۰/۰۶	۰/۷۹
هوش اخلاقی← رفتار شهروند سازمانی	۰/۷۴	۰/۰۶	۰/۶۷
مدیریت اعتماد سازمانی← رفتار شهروند سازمانی	۰/۹۲	۰/۰۶	۰/۸۴

برای تمامی موارد p<۰/۰۰۰۱

بحث

تحقیقات نشان داده‌اند رفتارهای شهروندی سازمانی می‌توانند موجب ارتقای عملکرد واحدها و سازمان‌ها شوند؛ زیرا چنین رفتارهایی در محیط کاری می‌توانند کارکنان و سرپرستان را مولدتر و همکاری را تسهیل کنند و موجب تسهیل جذب و حفظ کارکنان شوند و سرمایه اجتماعی را نیز توسعه دهند [Nourani Sadodin *et al.*, 2016]. از سویی دیگر افرادی که از رفتار اخلاقی بیشتری برخوردارند، رفتار شهروندی بیشتری نیز از خود نشان می‌دهند [Mohammadi *et al.*, 2013]. می‌توان این گونه نتیجه گرفت که رفتار شهروندی سازمانی متاثر از رفتار اخلاقی در محیط کار است. در نتیجه انتظار می‌رود افرادی که رفتار اخلاقی بالاتری دارند، رفتار شهروندی سازمانی بیشتری را از خود نشان دهند [Mazaheri *et al.*, 2017].

شاطری و همکاران [Shateri *et al.*, 2012] طی پژوهشی با هدف ارزیابی وضعیت رفتار شهروندی سازمانی در بین کارشناسان دانشگاه تهران به این نتایج دست یافتند که وضعیت موجود رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن بالاتر از حد متوسط است، بین وضعیت موجود و مطلوب رفتار شهروندی سازمانی تفاوت معنی‌دار وجود دارد، زنان نسبت به مردان رفتار شهروندی سازمانی بیشتری از خود بروز می‌دهند، کارشناسان دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر نسبت به کارشناسان با مدرک فوق دیپلم و پایین‌تر از سطح بیشتری از رفتار شهروندی سازمانی برخوردارند و در پایان با بهره‌گیری از دیدگاه کارشناسان، راهکارهای فردی، شغلی، مدیریتی و سازمانی به‌منظور بهبود رفتار شهروندی سازمانی ارایه شده است. همچنین *شیرازی* و همکاران [Shirazi *et al.*, 2012] تاثیر اعتماد سازمانی بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی در شرکت گاز استان خراسان شمالی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج این تحقیق حاکی از وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین تمام ابعاد متغیر مستقل و وابسته بود. نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه گام‌به‌گام نشان داد که از بین ابعاد مختلف اعتماد سازمانی، اعتماد نهادی بیشترین سهم را در تبیین تغییرات رفتار شهروندی سازمانی دارد. نهایتاً آزمون میانگین یک جامعه نشان داد تمام ابعاد اعتماد سازمانی، همچنین تمام ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در این شرکت از وضعیت مطلوبی برخوردار هستند. از سوی دیگر، *مصباحی جهرمی* و همکاران [Mesbahi Jahromi *et al.*, 2015] به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی با توجه به نقش تعدیل‌گر هوش هیجانی کارمندان دانشگاه یزد پرداختند. نتایج نشان داد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی و رفتار شهروندی اثر مثبت و معنی‌دار دارد. همچنین متغیر هوش هیجانی علاوه بر نقش تعدیل‌گر، اثر مستقیم و معنی‌دار بر کارآفرینی و رفتار شهروندی دارد. پژوهشی با هدف تبیین تاثیر هوش اخلاقی مدیران بر رفتار شهروندی سازمانی معلمان با میانجی‌گری اعتمادآفرینی مدیران مدارس ابتدایی شهر خرم‌آباد توسط *مظاهری* و همکاران [Mazaheri *et al.*, 2017] انجام شد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که هوش اخلاقی به‌طور مستقیم با ضریب ۰/۳۹ و به‌طور غیرمستقیم با نقش واسطه‌ای اعتمادآفرینی با ضریب ۰/۳۰ بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیرگذار است. همچنین اعتمادآفرینی نیز بر رفتار شهروندی سازمانی با ضریب ۰/۴۵ تاثیر دارد. مدیران به‌منظور کسب خدماتی با کیفیت بالاتر، باید بر نگرش و رفتار کارکنان خدماتی، از طریق پیشینه فرهنگی، الگوهای رفتاری و شیوه‌های مدیریتی، تمرکز کنند. از این رو سرمایه اجتماعی، با خلق هنجارها و اعتماد متقابل، موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود و بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی، مالی و اقتصادی ایجاد می‌کند. در این راستا، *نعمتی* و همکاران [Nemati *et al.*, 2016] به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد شغلی با درنظرگرفتن مواردی چون تعهد کارکنان و رفتارهای شهروندی سازمانی پرداختند. نتایج تحقیق حاکی از تاثیر مثبت سرمایه اجتماعی بر تعهد کارکنان، رفتارهای شهروندی سازمانی و عملکرد شغلی بود. همچنین تاثیر مثبت تعهد کارکنان و بروز رفتارهای شهروندی سازمانی توسط آنها بر عملکرد شغلی نیز تایید شد. در نتیجه می‌توان گفت بهبود فرآیندهای مربوط به تعهد کارکنان و رفتارهای شهروندی سازمانی که متاثر از عواملی چون سرمایه اجتماعی است، منجر به ارتقای عملکرد شغلی کارکنان می‌شود. تحقیقات انجام‌شده مبین این موضوع هستند که هر کدام تنها تاثیر هوش اخلاقی یا اعتماد سازمانی را به‌طور جداگانه بر رفتار شهروندی سازمانی بررسی کرده‌اند یا از نگاه دیگر تنها یک یا دو بعد از رفتار شهروندی کارکنان یا مدیران در سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف مورد پژوهش قرار گرفته است.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد مدیریت اعتماد سازمانی به‌تنهایی به میزان ۸۴٪ در تبیین رفتار شهروند سازمانی نقش دارد. همچنین هوش اخلاقی تاثیر بسزایی در مدیریت اعتماد سازمانی

دارد. بدین منظور اگر ما بتوانیم هوش اخلاقی را در موسسات مالی و اعتباری پیاده‌سازی کنیم حدود ۷۹٪ توانسته‌ایم مدیریت اعتماد سازمانی را کنترل و مدیریت نماییم. لازم به ذکر است هوش اخلاقی به‌تنهایی می‌تواند به میزان ۶۷٪ در تبیین رفتار شهروند سازمانی موثر باشد. لذا آنچه مسلم است تاثیر مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی بر رفتار شهروند سازمانی بالاتر از تاثیر هوش اخلاقی به‌تنهایی بر رفتار شهروند سازمانی است. از جمله مهم‌ترین مولفه‌های رفتار شهروند سازمانی می‌توان به جوانمردی، نوع‌دوستی، نزاکت، مشارکت و وفاداری سازمانی اشاره نمود. همچنین نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که در رفتار شهروندی سازمانی، مولفه وفاداری سازمانی بیشترین میزان نقش و مولفه نزاکت کمترین نقش را ایفا می‌کنند. در نهایت سازمان‌ها و مدیران در جهت ایجاد رفتار شهروندی سازمانی باید گام‌به‌گام حرکت کنند، چون فرآیند رفتار شهروندی سازمانی فرآیندی یک‌روزه نیست که بتوان مانند یک فناوری جدید آن را به‌سرعت وارد سازمان کرد، بلکه فرآیندی مداوم و زمان‌بر است.

به نظر می‌رسد مدیرانی که از هوش اخلاقی بالا برخوردارند، اهداف سازمان را بهتر درک می‌کنند و روابط صمیمی‌تری با همکاران و زیردستان دارند [Anwar *et al.*, 2016]. همچنین دارای عملکرد بهتری بوده و علاوه بر این بر میزان بروز رفتارهای شهروندی، رضایت و تعهد زیردستان خود تاثیرگذار هستند [Nadir, 2016]. به عبارتی هوش اخلاقی مدیران در ارتقای سطح رفتار شهروندی سازمانی کارکنان موثر است [Mahmoudi *et al.*, 2012].

یافته‌های حاصل از پژوهش طراحی مدل مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی موثر بر رفتار شهروندی سازمانی در موسسات مالی و اعتباری بیانگر آن است که مدیریت اعتماد سازمانی از سه بعد اعتماد سازمانی، اعتماد شناختی و اعتماد عاطفی تشکیل شده است که بعد اعتماد سازمانی، از بیشترین اهمیت برخوردار است و یکی از ابعاد مهم اعتماد درون‌سازمانی است که دربردارنده عدالت سازمانی، سازگاری، شفافیت سازمانی، انطباق‌پذیری، امنیت سازمانی، محیط کاری پویا و وجود رهبری خدمتگزار است. وجود شرایط اعتماد در سازمان، افراد را در کنار هم نگه می‌دارد و آنها را قادر می‌سازد که به همدیگر اعتماد کنند و به‌صورت باز عمل نمایند [Alipour, 2015]. تقویت اعتماد و رفتارهای شهروندی سازمانی، عملکرد و کارآیی سازمان‌ها را ارتقا بخشیده و بقای بلندمدت آنها را تضمین می‌کند [Esmaeili Givi *et al.*, 2011].

پیشنهاد می‌شود با برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی کافی و مناسب در زمینه اصول رفتار شهروندی سازمانی، استفاده از بروشورها، پوسترها و عکس‌ها در زمینه تقویت شاخص‌های رفتار شهروندی سازمانی و مولفه‌های آن، مشخص‌نمودن محدوده رفتارهای درون نقش و رفتارهای فرانقش (رفتارهای شهروندی سازمانی) و ایجاد انگیزه در کارکنان برای پرداختن به رفتارهای فرانقش و استفاده از مولفه‌های رفتار شهروندی سازمانی در ارزیابی عملکرد کارکنان، زمینه ارتقای رفتارهای شهروندی سازمانی را در میان کارکنان موسسات مالی و اعتباری استان خراسان رضوی فراهم آورند.

از محدودیت‌های این مطالعه تفاوت ساختاری موجود در بین مؤسسات مالی و اعتباری بود. چرا که برخی از مؤسسات مالی نیمه‌دولتی بوده یا به نهادها و مؤسسات دولتی وابسته بودند و برخی دیگر کاملاً به‌صورت خصوصی اداره می‌شدند که اینگونه تفاوت ساختاری در اعتماد سازمانی کارکنان تأثیرگذار بود. از دیگر محدودیت‌های این تحقیق، پراکندگی جامعه آماری از لحاظ موقعیت جغرافیایی و مراجعه به نمونه‌هایی که در شهرستان‌های دور و محروم خراسان رضوی مستقر بودند و محقق را در جمع‌آوری اطلاعات با مشکل و هزینه‌های مالی زیادی مواجه نمود بود. در واقع محدودیت زمانی و هزینه‌ی بالای گردآوری داده‌های پیمایشی و تکمیل پرسشنامه‌ها در انجام عملیات میدانی، با توجه به ماهیت نمونه مورد مطالعه از دیگر مشکلات این تحقیق بود. برای مطالعات آتی موارد ذیل پیشنهاد می‌شود:

- طراحی مدل مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی بر رفتار شهروندی سازمانی در نظام بانکی کشور و مقایسه آن با یافته‌های حاصل از این تحقیق.
- طراحی مدل اعتماد عمومی در مؤسسات مالی و اعتباری که در واقع یافته‌های آن می‌تواند مکمل نتایج و یافته‌های حاصل از این تحقیق باشد.
- طراحی مدل عدالت سازمانی برای مؤسسات مالی و اعتباری که از ابعاد معنی‌دار مدل این تحقیق بود.
- طراحی مدل تعاملی سلامت سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی مدیران در مؤسسات مالی و اعتباری.
- طراحی مدل اعتماد بین فردی و گروهی با اثربخشی رفتار شهروندی سازمانی در نظام بانکی کشور.

نتیجه‌گیری

مدیریت اعتماد سازمانی با رویکرد هوش اخلاقی و نیز هوش اخلاقی به‌تنهایی در تبیین واریانس رفتار شهروندی سازمانی نقش دارند.

تشکر و قدردانی: از حمایت‌های آقایان دکتر *قربانی*، دکتر *نیلی‌پور* و دکتر *نیرومند* و مدیران و کارکنان موسسات مالی اعتباری در سطح استان خراسان رضوی که صمیمانه گروه پژوهش را یاری نمودند تشکر می‌شود.

تاییدیه اخلاقی: در این پژوهش با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاقی امانتداری علمی رعایت و حق معنوی مولفان آثار محترم شمرده شده است. همچنین در این پژوهش رضایت آگاهانه، حفظ حریم خصوصی، ناشناس‌بودن پاسخگویان و محرمانه‌بودن اطلاعات در مورد آزمودنی‌های تحقیق رعایت شده است.

تعارض منافع: نویسندگان مقاله اعلام می‌کنند که در رابطه با انتشار مقاله ارایه‌شده به‌طور کامل از اخلاق نشر، از جمله سرقت ادبی، سوءرفتار، جعل داده‌ها یا ارسال و انتشار دوگانه، پرهیز نموده‌اند و منافعی تجاری در این

راستا وجود ندارد و نویسندگان در قبال ارایه اثر خود وجهی دریافت ننموده‌اند. این اثر قبلاً در جای دیگری منتشر نشده و همزمان به نشریه دیگری ارایه نشده است. همچنین کلیه حقوق استفاده از محتوی، جداول، نمودار و غیره به ناشر محول شده است.

سهم نویسندگان: اعظم ملکی (نویسنده اول)، پژوهشگر اصلی/نگارنده بحث (۵۰٪)؛ محمود قربانی (نویسنده دوم)، نگارنده بحث (۲۰٪)؛ سید اکبر نیلی‌پور طباطبایی (نویسنده سوم)، روش‌شناس/پژوهشگر کمکی (۱۰٪)؛ حسینعلی نیرومند (نویسنده چهارم)، پژوهشگر کمکی/تحلیلگر آماری (۲۰٪)

منابع مالی: این مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده مسئول (دانشجویی) است.

منابع

Alipour A (2015). Investigating the role of organizational trust in organizational citizenship behavior. (case study: general department of transportation and terminals of Khorasan Razavi). Journal of Rahbaran. (84):1-10. [Persian]

Anwar Md A, Gani A, Ahad M (2016). Relationship of emotional intelligence with organizational citizenship behavior among bank employees in Malaysia. In: Proceedings of 2016 AHRD International Research Conference in the Americas; Feb 18-20; Jacksonville, Florida.

Bolboli M, Bahrami MA, Montazer al-Faraj R, Dehghani Tafti A (2014). The study of relationship between the degree of learning organization realization and organizational citizenship behavior in employees of Shahid Sadoughi University of Medical Sciences. Journal of Jiroft University of Medical Sciences. 1(1): 20-27. [Persian]

Borba M (2001). The step-by-step plan to building moral intelligence. In: Borba M, editor. Building moral intelligence: the seven essential virtues that teach kids to do the right thing. San Francisco: Jossey-Bass.

Danaeifard H, Rajabzadeh A, Hasiri A (2009). Promoting intra-organizational trust in the public sector: a study of the role of managerial competence of managers. Journal of Management Research. 2(4):59-90. [Persian]

Esmaeili Givi MR, Abbasi R, Esmaeili Givi HR, Haghighi MA (2011). A study of the role of personality, commitment and organizational trust in organizational citizenship behavior. Journal of Analytical-Cognitive Psychology. 2(8):29 -38. [Persian]

Esmaeili Tarzi Z, Beheshtifar M, Esmaeili Tarzi H (2013). Relationship between managers, moral intelligence and their building trust in the executive organizations of Kerman city . Ethics Sci Technol. 8(1):70-84. [Persian]

Kavi SR (2013). Smart trust. Khalesi M, translator. 1st Edition. Tehran: Nasl-e Noandish. [Persian]

Kazemzadeh Bitali M, Hassani M (2015). A study of the role of school organizational characteristics on teachers trust and organizational-citizenship behavior. Journal of School Psychology. 4(2):89-103. [Persian]

Mahmoudi MT, Siadat SA, Shadanfar F (2012). The relationship between the components of moral intelligence and team leadership of the departments of Zahedan Universities. Quarterly Journal of Educational Sciences. 5(19):107-126. [Persian]

Mazaheri P, Nikpei I, Farahbakhsh S (2017). The impact of moral intelligence and principal trust building on organizational citizenship behavior of teachers. Quarterly Journal of Educational Innovation. 16(1):111-136. [Persian]

McAllister DJ (1995). Affect-and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. The Academy of Management Journal. 38(1):24-59.

Mesbahi Jahromi N, Adibzadeh M, Nakhaei S, Hosseini SM (2015). The impact of social capital on entrepreneurship and organizational citizenship behavior (examine the moderator role of emotional intelligence). Social Capital Management Quarterly. 2(3):367-392. [Persian]

Mohammadi S, Nakhai N, Borhani F, Roshanzadeh M (2013). Moral intelligence in nursing: a cross-sectional study in East of Iran. Iranian Journal of Medical Ethics and History of Medicine. 6(5):57-66. [Persian]

Nadir A (2016). Effect of organizational justice on organizational citizenship behavior : a study of health sector of Pakistan. Review of Public Administration and Management. 4(3):1-9.

Nemati MA, Akbarzadeh Safavi M, Zangian S, Baghersad M (2016). The role of social capital, commitment and organizational citizenship behavior in improving job performance (case study: Khoy Municipality). Quarterly Journal of Economics and Urban Management. 5(17):115-132. [Persian]

Nourani Saadodin S, Kohansal Daghian Z, Esmaily H, Hooshmand E (2016). The relationship between organizational citizenship behavior.job satisfaction, and occupational stress among midwives working in healthcare centers of Mashhad, Iran, 2014. Journal of Midwifery and Reproductive Health. 4(2):622-630.

Organ DW, Podsakoff PM, MacKenzie SB (2006). Organizational citizenship behavior: its nature, antecedents, and consequences. Thousand Oaks, CA: SAGE publications.

Shateri K, Youzbashi A, Zamanimanesh H (2012). Evaluating the organizational citizenship behavior of university of Tehran experts using combined research methods (ISC). Journal of Leadership and Educational Management. (22):61-80. [Persian]

Shirazi A, Khodaverdian E, Naeemi M (2012). The effect of organizational trust on the incidence of organizational citizenship behaviors (Case study: North Khorasan Gas Company). Journal of Transformation Management. 4(1):133-154. [Persian]

Singh U, Srivastava KBL (2009). Interpersonal trust and organizational citizenship behavior. Psychological Studies. 54:65-76.

Svensson S (2011). Flexible working conditions and decreasing levels of trust. Employee Relations. 34(2):126-137.