مجله علمی پژوهش در علوم انسانی ومطالعات اجتماعی (سال پنجم)
شماره ۱۶ / تابستان ۱۳۹۸ / ص ۲۷۴-۲۵۹

رویکردی متفاوت به سرمایه اجتماعی در دانشگاه شهید بهشتی

نورالله حیاتی[۱]، فرخ قوچانی[۲]، عباس راد[۳]

۱. کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۲. استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۳. استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

نام نویسنده مسئول:

نورالله حیاتی

چکیده

عدم وجود سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها به‌عنوان یکی از عوامل اصلی عدم توسعه همه‌جانبه در جوامع شناخته می‌شود و پیامدهای مضر زیادی برای جوامع، نهادها و سازمان‌ها به همراه دارد. هدف از این پژوهش، نگاهی متفاوت به سرمایه اجتماعی در دانشگاه شهید بهشتی تهران است. در این پژوهش از ۲۸۰ نفر از کارکنان اداری دانشگاه شهید بهشتی در بازه زمانی شش ماه استفاده شد. این تعداد نمونه بر اساس فرمول کوکران به‌دست‌آمده است. برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که علی‌رغم باور عامه در مورد یک دانشگاه مادر مانند دانشگاه شهید بهشتی اما سرمایه اجتماعی در بین کارکنان این دانشگاه ضعیف است. علت اصلی این مسئله، عدم وجود اعتماد متقابل در بین کارکنان اداری دانشگاه است که ریشه آن در ضعف مدیریتی است. نتیجه‌گیری کلی اینکه با توجه به اهمیت حیاتی سرمایه اجتماعی در جوامع امروزی به‌ویژه محیط‌های علمی و فرهنگی مانند دانشگاه، امید آن می‌رود که این سرمایه استراتژیک بیشتر موردتوجه برنامه‌ریزان زیربط قرار بگیرد.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، اعتماد متقابل، تعهد سازمانی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی.

مقدمه

سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اع ضای یک شبکه به‌عنوان منبع باارزش ا شاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود (پاتنام، گوس، ۲۰۰۲: ۹). سرمایه اجتماعی، همکاری و مشارکت را امکان‌پذیر می‌سازد، زیرا جریان اطلاعات را تسهیل می‌کند و از طریق احساس تعلق و تعهد اجتماعی می‌تواند بر دیگران تأثیر بگذارد (Saffer, 2016). مفهوم "سرمایه اجتماعی" در سال‌های اخیر از دانش آکادمیک علوم اجتماعی وارد مباحث عادی و روزمره شده ا ست. سیا ست‌مداران، برنامه ریزان و فعالان اجتماعی تقریباً همگی با لحنی امیدوارانه و خوش‌بینانه، سرمایه اجتماعی را، راه درمانی برای مشکلات و مسائل جامعه چون توسعه‌نیافتگی اقتصادی، ناکارآمدی نهادهای دموکراتیک و مدنی، جرم و بزهکاری و حتی مشکلات سلامتی و بهداشتی می‌دانند. اگرچه این مفهوم در ابتدا در جامعه‌شناسی شکل‌گرفته است، کاربرد آن در زمینه اقتصاد به درک بهتر علل و پیامدهای فعالیت اقتصادی کمک کرده است (پوتنام، لئوناردی و نانتی ۱۹۹۳؛ فوکویاما ۱۹۹۵).

تاکنون پژوهش‌های بسیاری در ارتباط با سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی، دانشگاه‌ها و دیگر شرکت‌های خصوصی به انجام رسیده است که تقریباً همگی آن‌ها به این نتیجه ر سیده‌اند که سرمایه اجتماعی به شکل مطلوب در این سازمان‌ها وجود دا شته ا ست اما در این مطالعه با توجه به پژوهش‌های معمول که اظهار دارند در اماکن فرهنگی مانند دانشگاه‌ها، سرمایه اجتماعی موج می‌زند، به دلایلی از قبیل اظهار برخی کارکنان مبنی بر عدم اعتماد به همکاران خود، بر این شدیم تا وجود یا عدم وجود سرمایه اجتماعی را در کارکنان اداری دانشگاه شهید بهشتی بررسی کنیم.

در سازمان‌های امروزی، بیشترین ارزش سازمانی، مبتنی بر دارایی‌های غیرملموس ا ست. توانایی برای شناخت و برآورد منبع این ارزش، برای سازمان‌ها مهم و حیاتی است، لذا به‌منظور توانایی برای مدیریت سرمایه اجتماعی، ما نیازمند شناخت منشأ آن و چگونگی ایجاد این دارایی در سازمان هستیم (Frits ,Leanna ,۲۰۰۹). سرمایه اجتماعی مفهومی پیچیده، چندوجهی و بین‌ر شته‌ای ا ست که علی‌رغم تازگی و پیچیدگی، توجه بسیاری از صاحب‌نظران حوزه یادشده به خود جلب کرده (Cristina et al., 2015, p.6) و توانسته است از ابهامات و کاستی‌های نظری بحث‌های اقتصادی-اجتماعی تا حد زیادی بکاهد (امیرخانی و پورعزت، ۱۳۸۷، ص ۴). بر سر تعریف سرمایه اجتماعی اجماعی وجود ندارد (Forte et al., 2015, p. 49). تئوری سرمایه اجتماعی بر دو مؤلفه اصلی تأکید دارد: اول، شبکه‌های اجتماعی ایجادشده با تعهد به همکاری مشترک مانند تشکیلات (سازمان‌های) داوطلبانه و دیگری، هنجارهای معامله‌ی متقابل و اعتماد بین شهروندان (جی یونگ کیم، ۲۰۰۵: ۱۹۴). سرمایه اجتماعی برای به دست آوردن مزیت رقابتی بر نقش شبکه اجتماعی سازمان تأکید می‌کند (Koka & Prescott, 2008; Carey et al,2011). سرمایه اجتماعی به توانایی سازمان‌ها برای تأمین مزایای شبکه‌ها اشاره دارد (Hughes & Perrones, 2011). با توجه به تعریف سرمایه اجتماعی، دانشمندان معتقدند روابط کاری و اجتماعی افراد با یکدیگر و میزان شدت آن‌ها، دارایی ارزشمندی برای افراد است و آن‌ها را در ایجاد منابع در دسترس و استفاده از آن برای رسیدن به اهداف کمک می‌کند (Mura et al., 2013).

پژوهش حا ضر ابتدا به بیان پی شینه نظری می‌پردازد. سپس بعد از تو سعه فر ضیات، از طریق روش معادلات ساختاری اعتبار آن‌ها را ارزیابی می‌کند. درنهایت درباره نتایج حاصل از پژوهش بحث خواهد کرد و بر مبنای نتایج پژوهش به ارائه پیشنهادهایی کاربردی برای مدیران و پژوهشگران رشته مدیریت خواهد پرداخت.

مبانی نظری پژوهش

سرمایه اجتماعی

تئوری سرمایه اجتماعی یک لنز نظری را فراهم می‌کند که می‌تواند برای برر سی و درک ماهیت پیچیده تبادل اجتماعی در روابط (Carey et al., 2011) مورداستفاده قرار گیرد. اخیراً سرمایه اجتماعی سبب ایجاد تئوری‌هایی شده که پایه‌ای برای سایر مطالعات مدیریت هستند؛ بنابراین سرمایه اجتماعی توجه زیادی را در تحقیقات مربوط به نظریه سازمان به خود جلب کرده است که شبکه‌های قوی، روابط مبتنی بر اعتماد و مشارکت را در اجتماعات آشکار می‌سازد (Hoffman, Sheriff,Hoelscher ,۲۰۰۵). ایده اصلی نظریه سرمایه اجتماعی این است که شبکه‌های ارتباطاتی، منابع ارزشمند تعاملات، جریان‌های اطلاعاتی و تبادل دانش برای اعضای شبکه محسوب می‌شوند (Kim et al., 2016). در یک تعریف کلی می‌توان آن را به‌مثابه هنجارها، قواعد و اعتماد نهادینه شده در روابط و ساختار اجتماعی نامید. این مفهوم شامل متغیرهای

اجتماعی مختلفی است که عمل افراد و گروه‌ها را ارتقا می‌بخشد (Lederman et al., 2002, p. 509). همان‌طور که میلر و همکاران (۲۰۱۵) استدلال می‌کنند، سرمایه اجتماعی می‌تواند موجبات ارتقای سرمایه انسانی را فراهم کند که این ارتقا در نگرش کارکنان نیز می‌تواند متجلی شود (Liu, 2017)؛ بنابراین سازمان‌هایی که در صدد بهبود عملکرد خود می‌باشند، برای اینکه محیط کار بهتری را برای کارکنان خود ایجاد کنند، نیازمند فراهم کردن سرمایه اجتماعی می‌باشند که به‌طورقطع به آن‌ها برای رسیدن به اهدافشان کمک می‌کند (Hador, 2017, pp.348-360). سرمایه اجتماعی به یکی از محرک‌های اصلی توسعه اقتصادی تبدیل شده است (Forte, Peiro-Palomino & Tortosa-Ausina, 2015)، سرمایه اجتماعی تعبیه‌شده در سازمان، هزینه‌های معامله را کاهش می‌دهد و به اعضا در دستیابی به اهداف سازمان به‌طور مؤثرتر کمک می‌کند (Hung et al., 2014). مفهوم سرمایه اجتماعی در سطح فردی، گروهی و سازمانی تجزیه‌وتحلیل شده است (& Payne, Moore, Griffis ،Autry, 2011). ولی امروزه به این مهم پی برده‌اند که توسعه هر جامعه درگرو افزایش سطح سرمایه اجتماعی سازمان‌ها و نهادهای فعال در آن است (Zhang, Qizi, Hung,۲۰۰۶). سرمایه اجتماعی سازمانی به یک شهرت سازمانی مثبت منجرمی‌شود، درحالی‌که فقدان این سرمایه مهم در سطح سازمانی می‌تواند نشان‌دهنده بدهی‌های ذاتی سازمان باشد (Preston, 2004; Luoma-aho, 2013).

تعهد سازمانی

در طول دو دهه گذشته، تعهد سازمانی نگرش شغلی غالبی است که محور توجه پژوهشگران بوده و موضوع فرا تحلیل‌های زیادی قرارگرفته است (کوهن، ۲۰۰۷، اردهیم، ۲۰۰۶). سه بعد تعهد عاطفی، هنجاری و مستمر را باید اجزای تشکیل‌دهنده تعهد سازمانی دانست. بدین گونه که هر یک از افراد در سازمان کم یا زیاد از تعهد عاطفی، هنجاری و مستمر برخوردار هستند (آلن و مایر، ۱۹۹۱). ازنظر می یر و آلن[1] (۱۹۹۱) تعهد، حالت روانی است که نوعی تمایل، نیاز و الزام جهت اشتغال در یک سازمان را فراهم می‌آورد. تعهد عاطفی، به وابستگی احساسی فرد در سازمان اشاره دارد. تعهد هنجاری، احساس تکلیف به باقی ماندن به‌عنوان یک عضو سازمان را منعکس می‌کند (Miao & Chang ,۲۰۰۷). درنهایت منظور از تعهد مستمر که شاید بتوان گفت مهم‌ترین بعد تعهد سازمانی است آن است که خروج از سازمان برای افراد و همین‌طور سازمان چه هزینه‌هایی دارد؟ آیا باقی ماندن آن‌ها در سازمان بیشتر از خروج آن‌ها از سازمان منفعت دارد؟ بنابراین آیا باید در سازمان باقی بمانند (کیم، چانگ و کوپتا، ۲۰۱۶)؟ به‌طورکلی تعهد به لحاظ ماهیت به دودسته تعهد نگرشی و تعهد رفتاری اشاره می‌کند (جا اوسی، ۲۰۰۷). تعهد نگرشی عبارت است از بینش، قضاوت، ارزیابی و به‌طورکلی نگرش فرد نسبت به یک شئ، جسم، فرد، پدیده یا رویدادی خاص است (ایندارتی و همکاران، ۲۰۱۷). همچنین منظور از تعهد رفتاری درواقع نمود خارجی و ظاهری تعهد نگرشی است. تعهد رفتاری، واکنش یا رفتاری است که فرد در راستای نگرش، بینش، قضاوت و برآورد خود نسبت به یک شئ، رویداد یا فرد بروز می‌دهد. به‌طورکلی تعهد سازمانی عبارت است از شکل‌گیری تعهد نگرشی و رفتاری نسبت به سازمان که تجلی آن در سه بعد تعهد عاطفی، هنجاری و مستمر است (اسرار و الحق، کوچینه و اقبال، ۲۰۱۷؛ ونگ، کیلی، اوه و شن، ۲۰۱۷؛ موین، ۲۰۱۸). به‌عنوان یک مدل قدیمی، تعهد سازمانی برای پیش‌بینی ابقاء یا نگهداشت کارمندان و رضایت شغلی (Rodwell & Ellershaw, 2016) تعیین‌شده است. تعهد سازمانی با عملکرد کاری و نگرش نسبت به کار در میان کارکنان رابطه مثبت دارد (Imran et al., 2014). کارکنان با تعهد سازمانی بالا، روابط قوی، کار تیمی و تمایل پایین‌تر برای ترک شغلشان را از خود نشان می‌دهند (گلاتلی و همکاران ۲۰۱۴). به‌طورکلی تعهد را می‌توان احساس وفاداری، داشتن هویت و احساس مسئولیت فردی و شغلی و سازمانی تعریف نمود. مشخص است که وجود این عوامل می‌تواند با عوامل و شاخص‌های اداری و ساختاری، یک رابطه متقابل داشته باشد. این عوامل باعث افزایش کارایی و اثربخشی سازمان می‌شود که به‌نوبه خود در مراحل بعدی، افزایش تحول اداری را به همراه دارد (دیواندری، ۱۳۷۷).

اهمیت سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها تا آنجاست که سبب اجتماع افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها شده و باعث می شود این افراد با یکدیگر به‌طور موفقیت‌آمیز کارها را انجام دهند (Amintojjar et al., 2015, p.145). از طرفی یکی از چالش‌های مهم سازمان‌ها مسئله تعهد سازمانی کارکنان است که سالانه هزینه هنگفتی را صرف جذب، استخدام و حتی آموزش کارکنان متخصص می‌نماید، زیرا سرمایه‌های انسانی اساسی‌ترین سرمایه سازمانی هستند. ازاین‌رو به نظر می‌رسد که وجود سرمایه اجتماعی و افزایش میزان آن در سازمان با توجه به فراهم نمودن زمینه‌های مناسب برای ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه کارکنان نقش بسزایی در بهبود تعهد سازمانی کارکنان به دنبال داشته باشد.

[1] -Mayer & Allen.

مرور پژوهش‌های پیشین

اصطلاح سرمایه اجتماعی برای اولین در مقاله‌ای توسط هانی فان[1] (۱۹۱۶) از دانشگاه ویرجینیای غربی آغاز شد، وی بیان کرد که سرمایه اجتماعی نه‌تنها دارایی ارزشمند برای افزایش سطح زندگی است، بلکه روشی برای افزایش سطح رفاه اجتماعی برای کل جامعه است. تام رایس (۲۰۰۱) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با عملکرد حکومت در سطح اجتماعات یعنی شهرک‌های آیوا پرداخت. او بدین منظور از نظرات حدود ۱۰۰ نفر از ساکنان ۱۱۴ اجتماع آیوا، داده‌های مطالعه خود را تشکیل داد و به این نتیجه رسید که ارتباط روشنی بین سرمایه اجتماعی و عملکرد حکومت محلی وجود دارد. در شهرهایی که سرمایه اجتماعی بیشتری داشتند، شهروندان حکومت‌های محلی خود را پاسخگوتر و کارآمدتر تعریف کرده بودند. پاکستون (۲۰۰۲) در مطالعه خود به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و دموکراسی در مقیاس جهانی دست می‌زند. او داده‌های مطالعه خود را از تحقیق "پیمایش ارزش‌های جهانی" و بانک اطلاعات "اتحادیه انجمن‌های بین‌المللی" می‌گیرد. نتایج تحقیق او نشان می‌دهد که رابطه میان سرمایه اجتماعی و دموکراسی دوجانبه است، مطالعه طولی بیانگر این موضوع است که سرمایه اجتماعی، دموکراسی را تقویت می‌کند و اثر واگشتی از دموکراسی بر سرمایه اجتماعی هم وجود دارد. توچی (۲۰۱۷) در پژوهش خود با عنوان توسعه اجتماع‌محور و سرمایه اجتماعی، شواهدی از مراکش به این نتیجه رسید که تغییر از تمرکزگرایی به محلی گرایی، باعث افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی افراد به جامعه شده است. گائو و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای مقطعی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی شهروندان غرب چین را بررسی کردند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی رابطه معناداری با ابعاد عینی کیفیت زندگی ندارد، ولی بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های ذهنی کیفیت زندگی ارتباط معناداری وجود دارد. حال با توجه به پژوهش‌های پیشین، وجه تمایز این پژوهش در این است که در وحله اول این پژوهش بر مبنای خود اظهاری برخی کارکنان دانشگاه مبنی بر عدم وجود اعتماد متقابل در بین آن‌ها صورت گرفته است و در وحله دوم به مدیران دانشگاه این دید را خواهد داد که نسبت به کارکنان خود به‌عنوان سرمایه اصلی سازمان توجه بیشتری داشته باشند.

اهداف پژوهش

هدف کلی: هدف کلی از این پژوهش رویکردی متفاوت به سرمایه اجتماعی در دانشگاه شهید بهشتی تهران است. همچنین این پژوهش علاوه بر هدف کلی، اهداف جزئی زیر را دنبال می‌کند.

۱. نقش اعتماد متقابل در ارتقای تعهد سازمانی.

۲. نقش روابط اجتماعی در ارتقای تعهد سازمانی.

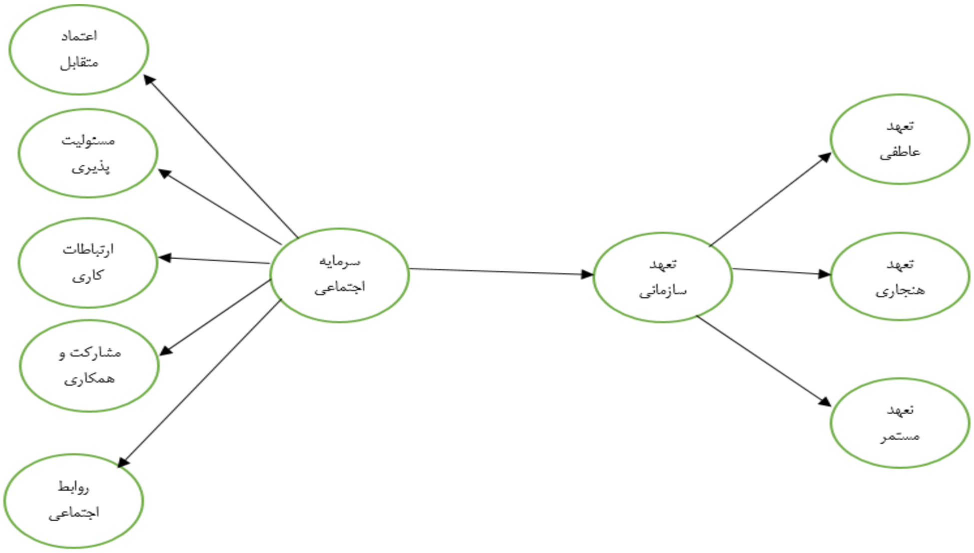
۳. ارتباط بین مشارکت و همکاری با تعهد سازمانی.

۴. ارتباط بین ارتباطات کاری با تعهد سازمانی.

۵. ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با تعهد سازمانی.

مدل تحقیق: با مرور ادبیات تحقیق و بررسی پژوهش‌های قبلی در این زمینه، مدل مفهومی زیر برای نحوه تأثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان ارائه‌شده است.

[1] -Hani fan



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی:

سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد: نتایج حا صل از مدل سازی معادلات ساختاری بیانگر تأیید فر ضیه یاد شده ا ست. بر ا ساس نتایج بهد ست‌آمده، مقدار آماره t برای فر ضیه فوق برابر ا ست با ۱۴/۹۰۰(بزرگ‌تر از ۱/۹۶)؛ بنابراین با توجه به مقدار آماره t که از مقدار ۱/۹۶ بی‌شتر ا ست، این فر ضیه با احتمال ۹۹ در صد تأیید می شود. نتایج این فر ضیه با یافته‌های پاتنام (۱۳۸۰) و صدیقه خورشید (۱۳۹۱) که در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیر معناداری دارد، همخوانی دارد. با توجه به نتایج حا صل از این فر ضیه، چنین می‌توان بردا شت نمود که وجود مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی اعتماد، م شارکت و همکاری، روابط اجتماعی، ارتباطات کاری و م‌سئولیت‌پذیری اجتماعی در هر سازمان امری ضروری ا ست، زیرا اگر بین کارکنان اعتماد وجود دا شته با شد، این اعتماد باعث ارتباطات بی شتر و تعامل کاری آن‌ها شده و موجب می شود که میزان م شارکت در سازمان افزایش یابد که این پرو سه درنهایت منجر به افزایش تعهد سازمانی کارکنان خواهد شد.

فرضیه‌های فرعی:

۱. اعتماد متقابل بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد: نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری بیانگر رد فرضیه یادشده ا ست. بر ا ساس نتایج بهد ست‌آمده، مقدار آماره t برای فر ضیه فوق برابر ا ست با ۰/۵۶۴ (کمتر از ۱/۹۶)؛ بنابراین با توجه به مقدار آماره t که از مقدار ۱/۹۶ کمتر اســت، این فرضــیه رد می‌گردد. نتایج این فرضــیه با نظریه‌های کانشــیرو (۲۰۰۸)، گیدنز (۱۹۹۸)، میلر (۲۰۰۸) و بوردیو و کلمن (به نقل از چلبی) همخوانی دارد. یکی از اقدامات مهم مدیران در زمینه افزایش ســرمایه اجتماعی، تلاش مدیران و رهبران ســازمان برای اعتمادسازی بین اعضای گروه‌ها و واحدهای سازمانی مختلف است که عاملی تأثیرگذار در افزایش تعهد سازمانی کارکنان است؛ زیرا گروهی که اعضایش به یکدیگر اعتماد زیادی دارند نسبت به گروهی که فاقد این ویژگی هستند، موفق‌ترند و کارایی بیشتری دارند.

۲. روابط اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد: نتایج حا صل از مدل سازی معادلات ساختاری بیانگر تأیید فر ضیه یادشده است. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، مقدار آماره t برای فرضیه فوق برابر است با ۲/۹۲۶ (بیشتر از ۱/۹۶)؛ بنابراین با توجه به مقدار آماره t که از مقدار ۱/۹۶ بیشتر است، این فرضیه با احتمال ۹۹ درصد تأیید می‌گردد. نتایج این فرضیه با یافته‌های لین (۱۹۹۹) همخوانی دارد. لین (۱۹۹۹) برای ســرمایه اجتماعی عنوان "دارایی ارتباطی" را به کار می‌برد. ســرمایه‌گذاری در این ســرمایه، نه بر روی فرد بلکه بر روی روابط صورت می‌گیرد، یعنی اینکه افراد برای رسیدن به اهدافشان، در تعاملات و روابط اجتماعی شرکت می‌کنند. اطمینان فرد از ارزش خود به‌عنوان

عضوی از یک گروه اجتماعی که در منافع و منابع مشابهی شریک‌اند، موجب حمایت عاطفی و تأییدی برای حفظ سلامت فکری و استحقاق بهره‌مندی از منابع ضروری می شود، لذا این روابط می‌تواند تعهد آن‌ها، به‌خصوص تعهد عاطفی آن‌ها را تقویت کند. درواقع می‌توان عنوان کرد که آشکارترین راهی که سازمان‌ها سرمایه اجتماعی را ایجاد می‌نمایند، از طریق روابطی است که میان اعضایشان وجود دارد. سرمایه‌گذاری سازمان در ایجاد روابط اجتماعی مطلوب بین کارکنان، می‌تواند تعهد آن‌ها به سازمان را بهبود بخشد.

۳. مشارکت و همکاری بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد: نتایج حاصل از مدل سازی معادلات ساختاری بیانگر رد فرضیه یادشده است. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، مقدار آماره t برای فرضیه فوق برابر است با ۰/۸۹۸ (کمتر از ۱/۹۶)؛ بنابراین با توجه به مقدار آماره t که از مقدار ۱/۹۶ کمتر است، فرضیه فوق رد می‌گردد. نتایج این فرضیه با یافته‌های یومالل (۱۳۸۰)، پارکر (۱۳۸۰)، دورکیم (۱۳۷۵) و پاتنام (۱۳۸۵) همسو است. با توجه به نتایج حاصل از این فرضیه می‌توان چنین برداشت نمود که مشارکت و همکاری در یک سازمان یکی از عوامل مهم در موفقیت آن سازمان است؛ زیرا مشارکت در بین کارکنان یک سازمان، خودبه‌خود به وجود نمی‌آید بلکه مسئولان و مدیران باید با سبک صحیح مدیریتی خود در نحوه برخورد با کارکنان هر قسمت با توجه به خصوصیات شخصی و اجتماعی آن‌ها و استفاده از نظرات سازنده آن‌ها در تصمیم‌گیری‌ها، میزان مشارکت آن‌ها در سازمان را افزایش دهند و درنتیجه با این رفتار سازمانی شاهد افزایش تعهد سازمانی کارکنان باشند.

۴. ارتباطات کاری بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد: نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری بیانگر رد فرضیه یادشده است. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، مقدار آماره t برای فرضیه فوق برابر است با ۰/۷۰۷ (کمتر از ۱/۹۶)؛ بنابراین با توجه به مقدار آماره t که از مقدار ۱/۹۶ کمتر است، فرضیه فوق رد می‌گردد. نتایج حاصل از این فرضیه با یافته‌های محمود داودآبادی (۱۳۸۵) همخوانی دارد. هنگامی‌که رابطه ما با دیگر اعضای تیم و همکاران صحیح و خوب باشد، سوءتفاهم و تنش در فضای کاری جایی نخواهد داشت و همچنین سرعت کار بالا خواهد رفت و راه رسیدن به اهداف مشترک کاری و سازمانی هموارتر خواهد شد.

۵. مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد: نتایج حاصل از مدل سازی معادلات ساختاری بیانگر تأیید این فرضیه است. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، مقدار آماره t برای فرضیه فوق برابر است با ۵/۹۸۶ (بیشتر از ۱/۹۶)؛ بنابراین با توجه به مقدار آماره t که از مقدار ۱/۹۶ بیشتر است، فرضیه فوق با احتمال ۹۹ در صد تأیید می‌گردد. نتایج این فرضیه با نظریه‌های بارنی و گریفن (۱۹۹۲) همخوانی دارد. سازمان و جامعه باهم در تعاملی پویا قرار دارند و در این رابطه است که افراد و اعضای جامعه، مایل هستند که سازمان در مقابل آن‌ها احساس مسئولیت کند و تنها به فکر منافع سازمانی خود نباشد. هرگاه کارکنان اطمینان حاصل کنند که مدیریت سازمان نسبت به آن‌ها احساس مسئولیت می‌کند و به پاسخگو بودن در مقابل جامعه می‌اندیشد، تلقی مثبتی در مقابل سازمان پیدا می‌کنند و در پرتو این جو اطمینان و اعتماد، سرمایه اجتماعی تولید می‌شود که ماحصل آن افزایش تعهد سازمانی کارکنان نسبت به سازمان است.

روش‌شناسی پژوهش

ازآنجاکه هدف پژوهش، تعیین روابط علی میان متغیرهای سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی است، پژوهش ازنظر هدف کاربردی و از نوع مطالعات میدانی بوده همچنین ازنظر نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی از نوع پیمایشی و به‌طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری[1] است. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان اداری دانشگاه شهید بهشتی تهران هستند. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران تعیین شد و برای نمونه‌گیری از روش تصادفی ساده استفاده‌شده است. تعداد کارکنان اداری دانشگاه شهید بهشتی ۱۰۰۰ نفر است که بر این اساس، حجم نمونه ۲۸۷ نفر شده است. با توجه به تعداد نمونه و برای تعمیم‌پذیری بیشتر تعداد ۲۸۰ پرسشنامه در بین کارکنان اداری توزیع شد که پس از بررسی‌های به‌عمل‌آمده همه پرسشنامه‌ها، یعنی ۲۸۰ پرسشنامه برگشت داده شد، لذا همه آن‌ها قابل‌استفاده و تجزیه‌وتحلیل بود، درنتیجه ضریب بازگشت پرسشنامه‌ها ۱۰۰٪ بوده است. پرسشنامه سرمایه اجتماعی استاندارد، مبتنی بر پنج بعد اعتماد متقابل، روابط اجتماعی، مشارکت و همکاری، ارتباطات کاری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی توسط ناهاپیت و گوشال و شامل ۲۴ سؤال است. برای بررسی تعهد سازمانی از پرسشنامه آلن و می یر (۱۹۹۰) استفاده شد، این پرسشنامه شامل سه بعد تعهد عاطفی، هنجاری و مستمر است که از ۲۲ سؤال تشکیل‌شده است. هر دو پرسشنامه با طیف لیکرت (کاملاً موافقم = ۵ – کاملاً مخالفم = ۱) سنجیده شده‌اند. برای اطمینان از روایی پرسشنامه نیز از نظرات

---

[1] - Structural Equation Modeling.

اساتید و خبرگان استفاده شد و پس از انجام اصلاحات و ایجاد جرح‌وتعدیل، پرسشنامه نهایی تدوین شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. سؤالاتی که آلفای کرونباخ آن‌ها کمتر از ۰/۷ محاسبه شوند را به دلیل عدم انسجام آن‌ها با سؤالات دیگر، از پرسشنامه حذف می‌کنند و یا با سؤالاتی دیگر جایگزین می‌نمایند. هرچقدر درصد به‌دست‌آمده به ۱۰۰ درصد نزدیک‌تر باشد، بیانگر قابلیت اعتماد بیشتر پرسشنامه است (قوچانی، ۱۳۹۵). مقدار حاصل همان‌طور که در جدول ذیل آمده است از عدد ۰/۷ بزرگ‌تر است، لذا مشخص می‌شود که پرسشنامه از پایایی مطلوب برخوردار است.

جدول 1. نحوه توزیع سؤالات بر اساس متغیرهای پژوهش

ابعاد	شماره سؤالات	جمع سؤالات
اعتماد متقابل	۱ تا ۵	۵
روابط اجتماعی	۶ تا ۹	۴
مشارکت و همکاری	۱۰ تا ۱۴	۵
ارتباطات کاری	۱۵ تا ۱۹	۵
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۲۰ تا ۲۴	۵
تعهد عاطفی	۲۵ تا ۳۱	۷
تعهد هنجاری	۳۲ تا ۳۹	۸
تعهد مستمر	۴۰ تا ۴۶	۷

تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

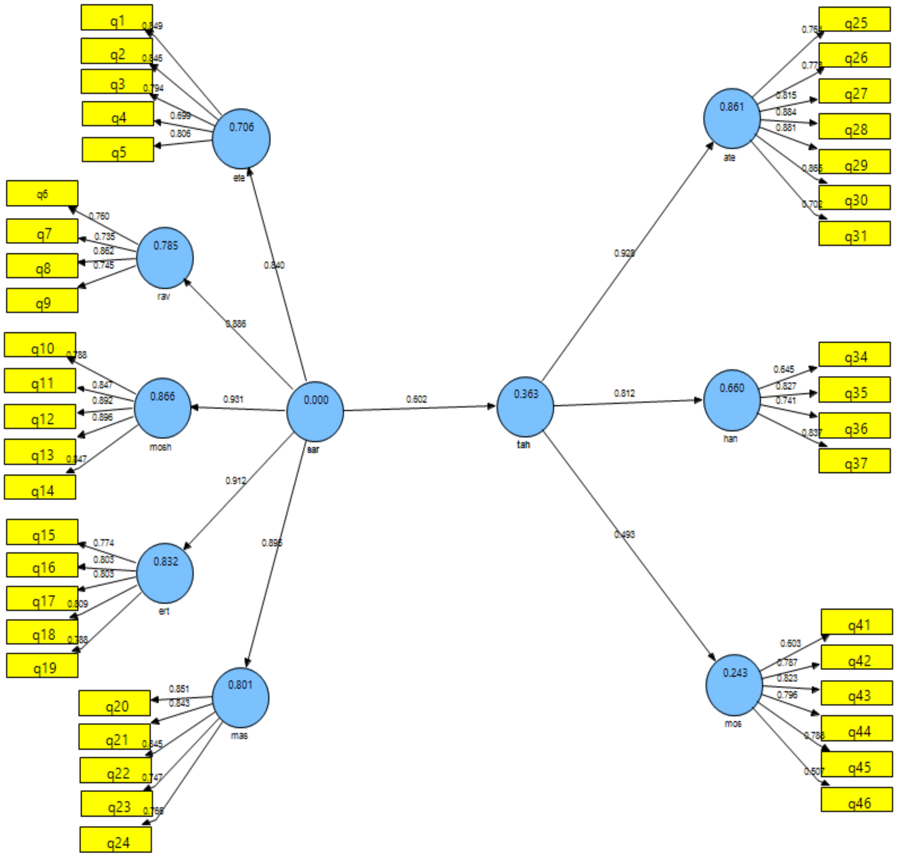
بررسی شاخص‌های برازش مدل. در این پژوهش برای تحلیل مدل‌ها در روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده‌شده است. در این الگوریتم دو مرحله اصلی وجود دارد که عبارت‌اند از: ۱. بررسی برازش مدل ۲. آزمون فرضیه‌های پژوهش. قسمت اول یعنی برازش مدل در سه بخش انجام می‌شود: برازش مدل اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش مدل کلی.

برازش مدل‌های اندازه‌گیری. مطابق با الگوریتم تحلیل PLS، برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری از سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود.

پایایی از سه طریق سنجش بارهای عاملی[1]، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی[2](CR) بررسی می‌گردد.

سنجش بارهای عاملی. بار عاملی مقدار عددی (مقدار ملاک ۰/۵) است که میزان شدت رابطه میان یک متغیر پنهان (سازه) و متغیر آشکار (شاخص) مربوطه را طی فرایند تحلیل مسیر مشخص می‌کند. هرچه مقدار بار عاملی یک شاخص در رابطه با یک سازه مشخص بیشتر باشد، آن شاخص سهم بیشتری در تبیین آن سازه ایفا می‌کند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲: ۴۷). دراین‌بین سؤالاتی که دارای بار عاملی کمتر از ۰/۵ می‌باشند باید از مدل حذف و مجدداً مدل را برازش می‌کنیم. بعد از تحلیل و بررسی مدل تحقیق و ضرایب بار عاملی سؤالات، سؤالاتی که بار عاملی آن‌ها کمتر از ۰/۵ بود، مشخص و حذف شد، بنابراین مدل تحقیق پس از حذف سؤالات نامناسب به شکل زیر اصلاح شد که همبستگی بالایی را نشان می‌دهند.

[1] -Loadings.
[2] -Composite Reliability.



شکل ۲. ضرایب بار عاملی سؤالات پس از حذف شاخص‌های نامناسب

آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی. آلفای کرونباخ معیاری برای سنجش پایایی و سنجه‌ای مناسب برای ارزیابی پایداری درونی (سازگاری درونی) محسوب می‌گردد. پایداری درونی نشانگر میزان همبستگی بین یک سازه و شاخص‌های مربوط به آن است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). پایایی ترکیبی تو سط ورتس و همکاران[1](۱۹۷۴) معرفی شد و برتری آن نسبت به آلفای کرونباخ در این ا ست که پایایی سازه‌ها نه به صورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی سازه‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌گردد. مقدار ملاک برای مناسب بودن آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ (کرونباخ[2]، ۱۹۵۱) و برای پایایی ترکیبی بالای ۰/۷ است (Nunnally, 1978). در جدول تمامی این معیارها در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی کسب کرده‌اند، پس می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی مدل اندازه‌گیری را تأیید کرد.

[1] - Werts & et al.
[2] -Cronbach.

جدول 2. سنجش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
تعهد عاطفی	۰/۹۱۴	۰/۹۳۲
ارتباطات کاری	۰/۸۵۵	۰/۸۹۶
اعتماد متقابل	۰/۸۵۹	۰/۸۹۹
تعهد هنجاری	۰/۷۶۵	۰/۸۴۹
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۸۷۰	۰/۹۰۶
تعهد مستمر	۰/۸۲۴	۰/۸۶۸
مشارکت و همکاری	۰/۹۰۷	۰/۹۳۱
روابط اجتماعی	۰/۷۸۰	۰/۸۵۹
سرمایه اجتماعی	۰/۹۶۰	۰/۹۶۳
تعهد سازمانی	۰/۸۲۶	۰/۸۴۸

روایی همگرا. روایی همگرا به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد. معیارAVE[1] توسط نرم‌افزار Smart PLS برای این منظور به کار می‌رود. فورنل و لارکر[2](۱۹۸۱) مقدار مناسب برای AVE را ۰/۵ به بالا معرفی کرده‌اند. مقادیر روایی همگرا برای ابعاد پژوهش را در جدول ذیل ملاحظه می‌کنید که نشان‌دهنده اعتبار روایی بالایی است.

جدول 3. سنجش مقادیر AVE

متغیرهای مرتبه اول	مقدار AVE
تعهد عاطفی	۰/۶۶۳
ارتباطات کاری	۰/۶۳۳
اعتماد متقابل	۰/۶۴۱
تعهد هنجاری	۰/۵۸۷
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۶۵۹
تعهد مستمر	۰/۵۲۹
مشارکت و همکاری	۰/۷۳۱
روابط اجتماعی	۰/۶۰۴
سرمایه اجتماعی	۰/۷۹۸
تعهد سازمانی	۰/۵۸۸

روایی واگرا. روایی واگرا میزان افتراق مشاهده‌پذیری‌های متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده‌پذیری‌های موجود در مدل را می‌سنجد. در صورتی‌که یک سازه با شاخص‌های مربوط به خود، همبستگی بیشتری داشته باشند تا با سازه‌های دیگر، روایی واگرا مناسب مدل تأیید

[1] -Average Variance Extracted.
[2] -Fornell & Larker.

مجله علمی پژوهش درعلوم انسانی ومطالعات اجتماعی، شماره ۱۶ ، تابستان ۱۳۹۸، ص۲۷۴-۲۵۹
http://www.jhss.ir

می‌شود. برای این کار یک ماتریس باید تشکیل داد که مقادیر قطر اصلی ماتریس جذر ضرایب AVE هر سازه است و مقادیر پایین قطر اصلی ضرایب همبستگی بین هر سازه با سازه‌های دیگر است. این ماتریس در جدول ذیل نشان داده‌شده است.

جدول 4. ماتریس جدول روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

متغیرها	تعهد عاطفی	ارتباطات کاری	اعتماد متقابل	تعهد مستمر	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	تعهد مستمر	مشارکت و همکاری	روابط اجتماعی
تعهد عاطفی	۰/۸۱۴							
ارتباطات کاری	۰/۵۴۴	۰/۷۹۶						
اعتماد متقابل	۰/۴۸۵	۰/۷۰۹	۰/۸۰۱					
تعهد هنجاری	۰/۶۲۶	۰/۳۹۳	۰/۲۹۲	۰/۷۶۶				
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۶۴۶	۰/۷۹۴	۰/۶۴۰	۰/۴۶۷	۰/۸۱۲			
تعهد مستمر	۰/۲۴۳	۰/۱۷۵	۰/۰۳۵	۰/۳۱۲	۰/۲۱۶	۰/۷۲۷		
مشارکت و همکاری	۰/۵۴۳	۰/۸۰۸	۰/۷۲۹	۰/۴۰۹	۰/۷۸۶	۰/۱۲۸	۰/۸۵۵	
روابط اجتماعی	۰/۵۶۰	۰/۷۵۱	۰/۶۹۸	۰/۴۷۶	۰/۷۵۸	۰/۱۳۴	۰/۸۰۱	۰/۷۷۷

مطابق با ماتریس بالا، مقادیر قطر اصلی (جذر AVE) تمامی سازه‌های ابعاد سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی از مقدار همبستگی میان آن‌ها بیشتر است که این امر روایی واگرای مناسب و برازش خوب مدل اندازه‌گیری را نشان می‌دهد.

برازش مدل ساختاری (ضرایب معناداری یا t-values). برازش مدل ساختاری با استفاده از ضرایب t به این صورت است که این ضرایب باید از مقدار ۱/۹۶ بیشتر باشند تا بتوان در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار بودن آن‌ها را تعیین کرد. تمامی ضرایب معناداری Z بیشتر از مقدار ۱/۹۶ می‌باشند که این امر نشان‌دهنده معنادار بودن تمامی سؤالات و روابط میان متغیرها در سطح اطمینان ۰/۹۵ است.

برازش مدل ساختاری (معیار R Squares یا R^2). ضرایب مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است. R^2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شود. در جدول داده‌شده مقادیر R^2 نشان داده‌شده است.

جدول 5. مقادیر R^2

متغیر	مقدار R^2	وضعیت برازش
تعهد سازمانی	۰/۳۶۳	متوسط رو به قوی
تعهد عاطفی	۰/۸۶۱	قوی
تعهد هنجاری	۰/۶۶۰	قوی
تعهد مستمر	۰/۲۴۳	ضعیف

مطابق با جدول بالا متغیرهای تعهد عاطفی و تعهد هنجاری دارای مقادیر R^2 قوی و متغیر تعهد مستمر دارای مقدار R^2 ضعیف است و همچنین متغیر تعهد سازمانی دارای مقدار R^2 متوسط رو به قوی است که مناسب بودن برازش مدل ساختاری مدل را تأیید می‌کند.

مجله علمی پژوهش درعلوم انسانی ومطالعات اجتماعی، شماره ۱۶ ، تابستان ۱۳۹۸، ص۲۷۴-۲۵۹
http://www.jhss.ir

برازش مدل کلی (معیار GOF[1]). معیار مربوط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است. بدین معنی که توسط این معیار، محقق می‌تواند پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. این معیار توسط تننهاوس و همکاران[2](۲۰۰۴) ابداع گردید و طبق مدل زیر محاسبه می‌گردد.

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

Communalities نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه است و R^2 نیز مقدار میانگین مقادیر سازه‌های درون‌زای مدل است. وتزلس و همکاران[3](۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای آن معرفی نموده‌اند.

$$GOF=\sqrt{0/631 \times 0/532}= ۰/۵۷۹$$

معیار GOF مدل حاضر برابر است با ۰/۵۷۹ که درنهایت برازش مدل کلی را تأیید می‌کند و نشان از برازش کلی قوی مدل دارد.

بررسی فرضیه‌های پژوهش

مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها درروش Smart PLS، پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی، محقق اجازه می‌یابد که به بررسی و آزمون فرضیه‌های تحقیق خود پرداخته و به یافته‌های تحقیق برسد، لذا این بخش شامل دو قسمت خواهد بود:

الف) بررسی ضرایب معناداری Z(مقادیر t-values) مربوط به هر یک از فرضیه‌ها

ضرایب معناداری مسیرهای مدل نشان می‌دهند که آیا فرضیه‌های تحقیق معنادار هستند یا خیر؟

بررسی فرضیه‌ها از طریق ضرایب معناداری Z به این صورت است که این ضرایب باید از مقدار ۱/۹۶ بیشتر باشند تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن فرضیات را تأیید کرد. مطابق با جدول شماره (۶) ضرایب معناداری فرضیه اصلی تحقیق، فرضیه فرعی ۲ و فرضیه فرعی ۵ از مقدار ۱/۹۶ بیشتر بوده و ضرایب معناداری فرضیه فرعی ۱، فرضیه فرعی ۳ و فرضیه فرعی ۴ از مقدار ۱/۹۶ کمتر بوده، درنتیجه فرضیه اصلی تحقیق به همراه فرضیه‌های فرعی دوم و پنجم تأیید و فرضیه‌های فرعی اول، سوم و چهارم رد می‌شوند که در جدول شماره (۶) به همراه ضرایب Z و ضرایب استاندارد بار عاملی نشان داده‌شده است.

ب) بررسی ضرایب استانداردشده بار عاملی مربوط به مسیرهای هر یک از فرضیه‌ها

این ضرایب به بررسی مقدار تغییراتی که متغیر پنهان یا آشکار بر متغیرهای پنهان یا آشکار دیگر تبیین می‌کند، می‌پردازد که در جدول ذیل آورده شده است.

[1] -Goodness of Fit.
[2] -Tenenhaus et al.
[3] -Wetzels et al.

جدول 6. بررسی فرضیه‌های پژوهش

شماره فرضیه	فرضیه‌ها	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه آزمون
فرضیه اصلی	سرمایه اجتماعی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان دارد	۰/۶۰۲	۱۴/۹۰۰	تأیید فرضیه
فرضیه فرعی ۱	اعتماد متقابل تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان دارد	-۰/۰۲۷	۰/۵۶۴	رد فرضیه
فرضیه فرعی ۲	روابط اجتماعی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان دارد	۰/۲۴۷	۲/۹۲۶	تأیید فرضیه
فرضیه فرعی ۳	مشارکت و همکاری تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان دارد	-۰/۰۶۷	۰/۸۹۸	رد فرضیه
فرضیه فرعی ۴	ارتباطات کاری تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان دارد	۰/۰۳۵	۰/۷۰۷	رد فرضیه
فرضیه فرعی ۵	مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان دارد	۰/۴۹۸	۵/۹۸۶	تأیید فرضیه

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از داده‌ها، مشخص شد که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری روی تعهد سازمانی کارکنان اداری دانشگاه شهید بهشتی دارد اما این تأثیر ضعیف است. نتایج این فرضیه با یافته‌های پاتنام (۱۳۸۰) و صدیقه خورشید (۱۳۹۱) که در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیر معناداری دارد، همخوانی دارد. با توجه به نتایج حاصل از این فرضیه، چنین می‌توان برداشت نمود که وجود مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی اعتماد، مشارکت و همکاری، روابط اجتماعی، ارتباطات کاری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در هر سازمان امری ضروری است، زیرا اگر بین کارکنان اعتماد وجود داشته باشد، این اعتماد باعث ارتباطات بیشتر و تعامل کاری آن‌ها شده و موجب می‌شود که میزان مشارکت در سازمان افزایش یابد که این پروسه درنهایت منجر به افزایش تعهد سازمانی کارکنان خواهد شد. همچنین از میان ابعاد سرمایه اجتماعی تأثیر اعتماد متقابل بر تعهد سازمانی کارکنان رد می‌شود، نتایج این فرضیه با نظریه‌های کانشیرو (۲۰۰۸)، گیدنز (۱۹۹۸)، میلر (۲۰۰۸) و بوردیو و کلمن (به نقل از چلبی) همخوانی دارد. یکی از اقدامات مهم مدیران در زمینه افزایش سرمایه اجتماعی، تلاش مدیران و رهبران سازمان برای اعتمادسازی بین اعضای گروه‌ها و واحدهای سازمانی مختلف است که عاملی تأثیرگذار در افزایش تعهد سازمانی کارکنان است؛ زیرا گروهی که اعضایش به یکدیگر اعتماد زیادی دارند نسبت به گروهی که فاقد این ویژگی هستند، موفق‌ترند و کارایی بیشتری دارند.

تأثیر روابط اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان تأیید می‌شود، لین (۱۹۹۹) برای سرمایه اجتماعی عنوان "دارایی ارتباطی" را به کار می‌برد. سرمایه‌گذاری در این سرمایه، نه بر روی فرد بلکه بر روی روابط صورت می‌گیرد، یعنی اینکه افراد برای رسیدن به اهدافشان، در تعاملات و روابط اجتماعی شرکت می‌کنند. اطمینان فرد از ارزش خود به‌عنوان عضوی از یک گروه اجتماعی که در منافع و منابع مشابهی شریک‌اند، موجب حمایت عاطفی و تأییدی برای حفظ سلامت فکری و استحقاق بهره‌مندی از منابع ضروری می شود، لذا این روابط می‌تواند تعهد آن‌ها، به‌خصوص تعهد عاطفی آن‌ها را تقویت کند. درواقع می‌توان عنوان کرد که آشکارترین راهی که سازمان‌ها سرمایه اجتماعی را ایجاد می‌نمایند، از طریق روابطی است که میان اعضایشان وجود دارد. سرمایه‌گذاری سازمان در ایجاد روابط اجتماعی مطلوب بین کارکنان، می‌تواند تعهد آن‌ها به سازمان را بهبود بخشد.

تأثیر مشارکت و همکاری بر تعهد سازمانی کارکنان رد می‌گردد، نتایج این فرضیه با یافته‌های یومالل (۱۳۸۰)، پارکر (۱۳۸۰)، دورکیم (۱۳۷۵) و پاتنام (۱۳۸۵) همسو است. با توجه به نتایج حاصل از این فرضیه می‌توان چنین برداشت نمود که مشارکت و همکاری در یک سازمان یکی از عوامل مهم در موفقیت آن سازمان است؛ زیرا مشارکت در بین کارکنان یک سازمان، خودبه‌خود به وجود نمی‌آید بلکه مسئولان و مدیران باید با سبک صحیح مدیریتی خود در نحوه برخورد با کارکنان هر قسمت با توجه به خصوصیات شخصی و اجتماعی آن‌ها و استفاده از نظرات سازنده آن‌ها در تصمیم‌گیری‌ها، میزان مشارکت آن‌ها در سازمان را افزایش دهند و درنتیجه با این رفتار سازمانی شاهد افزایش تعهد سازمانی کارکنان باشند.

تأثیر ارتباطات کاری بر تعهد سازمانی کارکنان رد می شود، نتایج حاصل از این فرضیه با یافته‌های محمود داودآبادی (۱۳۸۵) همخوانی دارد. هنگامی‌که رابطه ما با دیگر اعضای تیم و همکاران صحیح و خوب باشد، سوءتفاهم و تنش در فضای کاری جایی نخواهد داشت و همچنین سرعت کار بالا خواهد رفت و راه رسیدن به اهداف مشترک کاری و سازمانی هموارتر خواهد شد.

و درنهایت تأثیر بعد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان تأیید می‌گردد، نتایج این فرضیه با نظریه‌های بارنی و گریفن (۱۹۹۲) همخوانی دارد. سازمان و جامعه باهم در تعاملی پویا قرار دارند و در این رابطه است که افراد و اعضای جامعه، مایل هستند که سازمان در مقابل آن‌ها احساس مسئولیت کند و تنها به فکر منافع سازمانی خود نباشد. هرگاه کارکنان اطمینان حاصل کنند که مدیریت سازمان نسبت به آن‌ها احساس مسئولیت می‌کند و به پاسخگو بودن در مقابل جامعه می‌اندیشد، تلقی مثبتی در مقابل سازمان پیدا می‌کنند و در پرتو این جو اطمینان و اعتماد، سرمایه اجتماعی تولید می شود که ماحصل آن افزایش تعهد سازمانی است. براین اساس هنگامی‌که موضوع مسئولیت در زندگی اجتماعی ازجمله سازمان‌ها مورد تحلیل قرار می‌گیرد، مسئول بودن باید به‌عنوان امری داوطلبانه و نوعی تعهد و وظیفه از سوی سازمان‌ها به شمار آید. نتیجه‌گیری کلی اینکه سرمایه اجتماعی روی تعهد سازمانی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد اما این تأثیر بسیار ضعیف است.

با توجه به یافته‌های پژوهش، می‌توان پیشنهادهای زیر را برای پژوهش ارائه داد:

- تقسیم کردن دانشگاه به بخش‌ها و واحدهای کوچک‌تر در قالب تفویض اختیار به دلیل مشاهده جو صمیمانه، ارتباطات غیررسمی بیشتر و وجود اعتماد بیشتر بین کارکنان این واحدها در مقایسه با واحدهای بزرگ‌تر در دانشگاه برای بالا بردن اعتماد سازمانی کارکنان.

- اهتمام ویژه به بحث نهادینه کردن تدریجی خودکنترلی در سازمان، زیرا با استقرار خودکنترلی در بین کارکنان سازمان، انقلابی در بحث کنترل رسمی سازمانی که هزینه‌های هنگفتی صرف آن می شود به وجود خواهد آمد و خودکنترلی جای کنترل رسمی در سازمان را خواهد گرفت و از این طریق تعهد کاری کارکنان بیشتر خواهد شد.

- با توجه به نتایجی که از پژوهش مبنی بر اینکه بعد اعتماد متقابل کمترین تأثیر را بر تعهد سازمانی دارد، لذا حوزه تصمیم‌گیری دانشگاه باید تمرکز بیشتری برای تقویت اعتماد بین کارکنان و همچنین اعتماد کارکنان به مسئولین ارشد دانشگاه داشته باشد. اعتمادسازی از طریق رعایت اعتدال سازمانی در برخورد با کارکنان در زمینه‌های مختلف مانند ترفیع و ارتقای کارکنان، اعطای پاداش‌های مادی و معنوی که این امر می‌تواند در بهبود افزایش اعتماد و درنتیجه افزایش تعهد سازمانی کارکنان مفید و مؤثر باشد.

- همان‌طوری که همه ما می‌دانیم، یکی از معضلات اصلی کشور ما موضوع اقتصاد است. اقتصاددانان توسعه به رابطه بین اعتماد و ثروت پرداخته‌اند و آن را در قالب سرمایه اجتماعی تئوریزه کرده‌اند. به نظر می‌رسد بنیادی‌ترین مشکل کشور ما در چند دهه اخیر این بوده است که اختلال در تولید حقیقت، اختلال در تولید اعتماد را به دنبال داشته است و درنهایت منجر به اختلال در تولید ثروت شده است؛ بنابراین اختلال در چرخه **"حقیقت، اعتماد و ثروت "**باعث ظهور چرخه‌های معیوب در تمام قلمروهای حیات ازجمله قلمرو اقتصادی می شود، لذا با توجه به نقش مهم و استراتژیک اعتماد و سرمایه اجتماعی در چرخه حیات یک مملکت و مشخصاً موضوع اقتصاد به پژوهشگران آتی در سطوح بالاتر به‌ویژه دانشجویان مقطع دکتری توصیه می‌شود در خصوص ارتباط بین این سه مؤلفه تحقیقاتی را به انجام برسانند.

منابع

امیرخانی، طیبه و پورعزت، علی‌اصغر (۱۳۸۷). برآورد روند سرمایه اجتماعی در ایران. تحقیقات اقتصادی، شماره ۱، صفحات ۳۲-۱۹.

داوری، علی و رضازاده، آرش (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار Smart PLS، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

دیواندری، علی (۱۳۷۷). تأثیر سیستمی عوامل رفتاری بر وجدان کاری و انضباط اجتماعی، مجموعه مقالات دومین اجلاس بررسی راه‌های عملی حاکمیت و وجدان کاری و انضباط اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، چاپ اول.

قوچانی، فرخ (۱۳۹۵). روش تحقیق در علوم اجتماعی، تهران، نشر نصر قلم.

Amintojjar, H., Shekari, Gh-A, & Zabihi, M. R. (2015). The effect of social capital on organizational citizenship behavior: A case study of employees Mashhad Municipality. International Journal of Organizational Leadership, 4(2015), 144-153.

Asrar-ul-Haq, M., Kuchinke, K. P., & Iqbal, A. (2017). The relationship between corporate social responsibility, job satisfaction, and organizational commitment: Case of Pakistani higher education. Journal of Cleaner Production, 142, 2352-2363.

Carey, S., Lawson, B., Krause, D.R., (2011). Social capital configuration, legal bonds and performance in buyer-supplier relationships.J.Oper. Manag. 29 (4): 277-288.

Chang, H.T. Chi, M.W, & Miao, M.C. (2007). Testing the relationship between three components.

Cohen, A. (2007). Commitment before and after: An Evaluation and Erdheim, J, Wang, M, Sicker, M.J. (2006). Linking the Big five personality constructs to organizational commitment. Personality and Individual Differences, 41, 959-970.

Cristina, I., Cristina, A & Lorea, N. (2015). How to foster shared innovation within SMEs networks: Social capital and the role of intermediaries. European Management Journal, 33(5), 104-115.

Forte, A., J. Peiro'-Palomino, and E. Tortosa-Ausina. (2015). Does Social Capital Matter for European Regional Growth? European Economice Review 77 (C): 47-64.

Frits, K.P. & Leanna, C. (2009). "The effects of teacher human and Social Capital on Student Performance". Academy of Management Journal, 52(6), 1101-1124.

Fukuyama, F. (1995). Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. New York: Free Press.

Gellatly, I.R., Cowden, T.L. & Cummings, G.G. (2014) Staff nurse commitment, work relationships, and turnover intentions: a latent profile analysis. Nursing Research, 63 (3), 170–181. https://doi.org/10.1097/NNR.0000000000000035 [doi].

Gellatly, I.R., Cowden, T.L. & Cummings, G.G. (2014). Staff nurse commitment, work relationship, and turnover intentions: a latent profile analysis. Nursing Research, 36 (3): 170-181.

Hador, B. B. (2017). Three Levels of organizational social capital and their connection to performance. Journal of Management Development, 36(3), 348-360.

Hoffman, J. Holster, M.L. Sheriff. K. (2005). Social capital, knowledge management and sustained superior performance. Journal of Knowledge Management, 9(3). 93-100.

Hung, S., Chen, P., Chung, C., (2014). Gaining or losing? The social capital perspective on supply chain members' knowledge sharing of green practices. Technol-Anal. Strat.manag. 26 (2): 189-206.

Hughes, M., Perrons, R.K., (2011). Shaping and reshaping social capital in buyer-supplier relationship. J. Bus. Res. 64 (2): 164-171.

Imran, H., Arif, I., Cheema, S. & Azeem, M. (2014) Relationship between job satisfaction, job performance, attitude towards work, and organizational commitment. Entrepreneurship and Innovation Management Journal, 2 (2), 135–144.

Indarti, S., Fernandes, A. A. R., & Hakim, W. (2017). The effect of OCB in relationship between personality, organizational commitment and job satisfaction on performance. Journal of Management Development, 36(10), 1283-1293.

Jaussi, K. S. (2007). Attitudinal commitment: A three-dimensional construct. Journal of occupational and organizational Psychology, 80(1), 51-61.

Kim, H. W., Chan, H. C., & Gupta, S. (2016). Examining information systems infusion from a user commitment perspective. Information Technology & People, 29(1), 173-199.

Kim, M. J., Lee, C. K., & Bonn, M. (2016). The effect of social capital and altruism on seniors revisit intention to social network sites for tourism-related purposes. Tourism Management, 53, 96-107.

Koka, B.R., Prescott, J.E., (2008). Designing alliance networks: the influence of network position, environmental change and strategy on firm performance. Start. Manag. J. 29 (6): 639-661.

Lederman, D., Loayza, N. & Menendez, A.M. (2002). Violent Crime: Does Social Capital Matter? Economic Development and Cultural Change, 50(3), 509-539.

Liu, C. H. (2017). The relationship among intellectual capital, social capital and performance-The moderating role of business ties and environmental uncertainty. Tourism Management, 61, 553-561.

Luoma-aho, V. (2013). Corporate reputation and the theory of social capital. In: The Handbook of Communication and Corporate Reputation (ed.C.E.Carroll): 279-290.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. Human resource management review, 1(1), 61-89.

Moin, M. F. (2018). The link between perceptions of leader emotion regulation and followers' organizational commitment. Journal of Management Development, 37(2), 178-187.

Mura, M., Lettieri, E., Radaelli, G., & Spiller, N. (2013). Promoting Professionals innovative behavior through knowledge sharing: the moderating role of social capital. Journal of Knowledge Management, 17(4), 527-544.

Payne, G.T., Moore, C.B., Griffis, S.E., & Autry, C.W. (2011). Multilevel challenges and opportunities in social capital research. Journal of management, 37 (2): 491-520.

Pilkington P. (2002). Social capital and health: measuring and understanding social capital at a local level could help to tackle health inequalities more effectively. J Public Health Med, 24(3), 156-90.

Preston, L. (2004). Reputation as a source of corporate social capital. Journal of General Management 30 (2): 43-49.

Putnam, R.D and Goss, K.A. (2002). Introduction in democracies in Flux: The Evaluation of social capital in contemporary society, Robert, D. Putnam, New York: Oxford University Press, 3-19.

Saffer, A. (2016). A massage-focused measurement of the communication dimension of social capital: revealing shared meaning a network of relationship. Journal of Public Relations Research 28 (3-4): 170-192.

Wang, J., Keil, M., Oh, L. B., & Shen, Y. (2017). Impacts of organizational commitment, interpersonal closeness, and Confucian ethics on willingness to report bad news in software projects. Journal of Systems and Software, 125, 220-233.