

بررسی رابطه مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی سازمانی و تعهد کارکنان به سازمان: مطالعه موردی دانشگاه خوارزمی

حاتم فرجی ده سرخی*
علی یاسینی**
معصومه اکبری***
محمد فرجی ده سرخی***
طاهره یاسینی****

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و ابعادش با تعهد سازمانی اعضای سازمان است. روش پژوهش توصیفی از نوع مطالعات همبستگی است. جامعه آماری شامل: کلیه کارکنان دانشگاه تربیت معلم واحد کرج می‌باشد که یک نمونه تصادفی به حجم ۶۸ نفر با استفاده از فرمول لوی و لمشو (۱۹۹۰) از آن انتخاب شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته سرمایه اجتماعی سازمانی و پرسشنامه تعهد سازمانی آلن و می‌یر (۱۹۹۰) استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری استنباطی همچون ضریب همبستگی پیرسون و ضریب رگرسیون خطی استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که سرمایه اجتماعی سازمانی و ابعادش رابطه مثبت و معناداری با تعهد سازمانی دارند، همچنین یافته‌ها نشان داد که تنها بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی سازمانی توان پیش‌بینی تعهد سازمانی را دارد و دو بعد دیگر یعنی شناختی و ساختاری نمی‌توانند پیش‌بینی‌کننده مناسبی برای تعهد سازمانی باشند.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی سازمانی، بعد شناختی، بعد رابطه‌ای، بعد ساختاری

* دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه خوارزمی

** استادیار دانشگاه لرستان

*** کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه تهران

**** کارشناسی کتابداری و اطلاع رسانی

***** دانشجوی کارشناسی ارشد تحقیقات آموزشی دانشگاه شهید چمران اهواز

تاریخ دریافت: ۹۰/۱۱/۱۴ تاریخ پذیرش: ۹۲/۲/۲۶

مقدمه

تعهد سازمانی^۱ جایگاه مهمی در مطالعه رفتار سازمانی پیدا کرده است، چرا که هم کارکنان و هم سازمان از وجود افراد متعهد در سازمان سود می‌برند (گورملی و کنرلی^۲، ۲۰۱۰؛ به نقل از سو^۳ و همکاران، ۲۰۱۱). اهمیت تعهد در سطح فردی این است که افراد خود را عضو بهترین سازمان می‌دانند و به سازمانشان افتخار می‌کنند (واتسون و پاپامارکوس^۴، ۲۰۰۲).

مرور ادبیات تعهد سازمانی لیستی از هفده پیش شرط، نه متغیر تعدیل‌کننده، پانزده متغیر مرتبط و هشت پیامد تعهد سازمانی را نشان می‌دهد (واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲). هر چند که تحقیقات نشان داده که تعهد سازمانی سبب رضایت شغلی، کاهش جابجایی، نوآوری و رفتارهای فرانقش می‌شود، اما تحقیقات اندکی در زمینه سرمایه اجتماعی^۵ و فرایندهای اجتماعی - روان‌شناختی که پایه و اساس شکل‌گیری تعهد سازمانی‌اند انجام شده است (سو و همکاران، ۲۰۱۱؛ متیو و زجاج^۶، ۱۹۹۰؛ به نقل از واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲). وجود سطح بالایی از سرمایه اجتماعی سازمانی سبب می‌شود تا کارکنان سازمان را خانه خود و اعضای سازمان را همچون اعضای خانواده خود در نظر بگیرند. به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی سازمانی سبب می‌شود تا افراد به کار کردن در سازمان خود افتخار و از آن دفاع کنند. بنابراین، فرضیه کلی مقاله حاضر این است که سرمایه اجتماعی سازمانی شکل‌گیری تعهد سازمانی اعضا به ویژه اعضای تازه وارد را به مراتب تسهیل می‌کند.

با مرور ادبیات این نکته آشکار می‌شود که تعهد سازمانی به عنوان یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی سازمانی در تحقیقات مختلف در نظر گرفته شده است (بویاس^۷ و همکاران، ۲۰۱۱؛ بویاس و ویند^۱، ۲۰۱۰؛ ویلانوا و جوسا^۲، ۲۰۰۳) و

-
1. organizational commitment
 2. Gormley & Kennerly
 3. Hsu
 4. Watson & Papamarcos
 5. social capital
 6. Mathiue & Zajac
 7. Boyas

تحقیقات اندکی تعهد سازمانی را به عنوان پیامد سرمایه اجتماعی سازمانی بررسی کرده‌اند (برای مثال، نگاه کنید به سو و همکاران، ۲۰۱۱؛ واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲).

آنچه مسلم است این است که هم سرمایه اجتماعی سازمانی و هم تعهد سازمانی با پدیده‌هایی همچون غیبت گزایی، جابجایی، رضایت شغلی و رفتارهای فرانقش (هامبورستد و پری^۳، ۲۰۱۱؛ سو و همکاران، ۲۰۱۱؛ لامبرت و هوگان^۴، ۲۰۰۹؛ راثی و راستوگی^۵، ۲۰۰۹؛ واگنر^۶، ۲۰۰۷؛ کول و بروچ^۷، ۲۰۰۶؛ کرکارت و هنسون^۸، ۱۹۹۳؛ به نقل از آدلر و کان^۹، ۲۰۰۲؛ بولینو^{۱۰} و همکاران، ۲۰۰۲؛ میر^{۱۱} و همکاران، ۲۰۰۲؛ واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲؛ دس و شاو^{۱۲}، ۲۰۰۱؛ کامپ^{۱۳}، ۱۹۹۴؛ آلن و میر^{۱۴}، ۱۹۹۰) رابطه دارند. به دلیل کمبود تحقیقات در زمینه ارتباط بین این دو متغیر، محققان گاهی اوقات ناچار شده‌اند که از طریق پدیده‌هایی که تظاهرات^{۱۵} سرمایه اجتماعی سازمانی به حساب می‌آیند همچون غیبت گزایی، جابجایی کارکنان و کاهش هزینه‌ها بعنوان پلی، که نشان دهنده ارتباط بین این دو متغیر است استفاده کنند. مثلاً سرمایه اجتماعی سازمانی از غیبت گزایی در سازمانی جلوگیری به عمل می‌آورد که این خود نشاندهنده تعهد سازمانی است (واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲).

تعهد سازمانی به وابستگی عاطفی کارکنان به شناسایی خود و درگیری و مشارکت در امور سازمان و حفظ رابطه اشاره دارد (لی و هندرسون^{۱۶}، ۱۹۹۶؛ به نقل از بویاس،

-
1. Boyas & Wind
 2. Vilanova & Josa
 3. Humborsta & Perry
 4. Lambert & Hogan
 5. Rathi & Rastogi
 6. Wagner
 7. Cole & Bruch
 8. Krackhardt & Hanson
 9. Adler & Kwon
 10. Bolino
 11. Meyer
 12. Dess & Shaw
 13. Camp
 14. Allen & Meyer
 15. manifestation
 16. Lee & Henderson

ویند و کانگ، ۲۰۱۱؛ مورمن^۱ و همکاران، ۱۹۹۲؛ به نقل از راییت و گریس^۲، ۲۰۱۱؛ مالک^۳ و همکاران، ۲۰۱۰؛ متیو و زجاک^۴، ۱۹۹۰؛ به نقل از سانوسی^۵ و همکاران، ۲۰۱۰؛ کول و بروچ^۶، ۲۰۰۶؛ ماودی^۷ و همکاران، ۱۹۸۲؛ به نقل از واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲) و در طول زمان توسعه می‌یابد اگر اعضا ارزش را در روابط درک کنند (سارکار^۸ و همکاران، ۱۹۹۷؛ به نقل از راییت و گریس، ۲۰۱۱). این تعریف با تحقیق حاضر تناسب دارد چرا که نشان می‌دهد روابط اجتماعی درون سازمانی و کمیت و کیفیت آن یا همان سرمایه اجتماعی سازمانی بر تعهد سازمانی تأثیر می‌گذارد. متغیر دیگر پژوهش، سرمایه اجتماعی سازمانی است. در این خصوص، ناهاپیت و گوشال^۹ (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی سازمانی را «جمع منابع بالفعل و بالقوه موجود در درون، قابل دسترس از طریق، و ناشی شده از شبکه‌های روابطی که متعلق به فرد یا واحد اجتماعی است» تعریف می‌کنند. بنابراین سرمایه اجتماعی هم شبکه‌ها و هم دارایی‌های که ممکن است از طریق این شبکه به حرکت درآید را در بر می‌گیرد. آنها با رویکرد سازمانی سه بعد شناختی، رابطه‌ای و ساختاری را برای سرمایه اجتماعی در نظر گرفته‌اند.

سرمایه اجتماعی سازمانی با تعهد سازمانی در پژوهش‌های متعدد ارتباط معناداری نشان داده‌اند.

سو و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی که بر روی پرستاران در تایوان شمالی انجام دادند دریافتند که سرمایه اجتماعی سازمانی و ابعادش بطور معنادار و مثبتی سطح تعهد سازمانی را افزایش می‌دهند. واتسون و پاپامارکوس (۲۰۰۲) در تحقیقی که بر روی شرکت خدماتی درمانی واقع در ایالات متحده انجام دادند نشان دادند که سرمایه

-
1. Moorman
 2. Wright & Grace
 3. Malik
 4. Mathieu & Zajac
 5. Sanusi
 6. Cole & Bruch
 7. Mowday
 8. Sarkar
 9. Nahapiet & Ghoshal

اجتماعی و ابعادش بطور معنادار و مستقیمی تعهد سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. تحقیقات پیشین سرمایه اجتماعی را یک فاکتور کلیدی برای تعهد افراد به سازمان به حساب می‌آورند (ماودی و همکاران، ۱۹۷۹؛ به نقل از سو و همکاران، ۲۰۱۱). بطور کلی، سرمایه اجتماعی رفتار افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد (پنار^۱، ۱۹۹۷؛ به نقل از آدلر و کان، ۲۰۰۲)، بنابراین، منطقی به نظر می‌رسد که سرمایه اجتماعی سازمانی با تعهد سازمانی نیز ارتباط دارد. سرمایه اجتماعی هویت اجتماعی را تقویت کرده، به سازمان انسجام بخشیده (کی و هاگان^۲، ۲۰۰۶) و از تجزیه آن جلوگیری می‌نماید (دس و شاو، ۲۰۰۱؛ کی و هاگان، ۲۰۰۶) که این، به نوبه خود، عضویت در گروه (کلاپتون^۳، ۲۰۱۱) و همچنین وفاداری به سازمان را افزایش می‌دهد (دس و شاو، ۲۰۰۱). بعبارت دیگر، می‌توان گفت که انسجام سازمانی سبب مشارکت و درگیری کارکنان در امور و فعالیت‌های سازمان می‌شود.

توسعه سرمایه اجتماعی در سازمان می‌تواند به اتصال و پیوند دادن کارکنان کلیدی با سازمان کمک کند (دس و شاو، ۲۰۰۱). بعبارت دیگر، سرمایه اجتماعی سازمانی از طریق خلق پیامدهای باارزش اعضا را به ماندن در سازمان تشویق می‌کند و سبب می‌شود که اعضا به سازمان خود افتخار کنند (همان). یکی از کارکردهای سرمایه اجتماعی سازمانی حمایت می‌باشد (بویاس و ویند، ۲۰۱۰)، که همین روابط اجتماعی حمایتگر در محل کار یکی از فاکتور هایی است که ماندگاری کارکنان در سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، یعنی حمایت اجتماعی با کاهش تمایل به ترک سازمان در ارتباط است (بویاس و همکاران، ۲۰۱۱).

سرمایه اجتماعی سازمانی دارای ابعاد مختلفی است که شرح هر کدام به قرار زیر است: بعد ساختاری: نشان دهنده تعاملات اجتماعی است و بطور کلی، بر این موضوع تمرکز می‌کند که آیا افراد با یکدیگر ارتباط دارند (بولینو و همکاران، ۲۰۰۲). واتسون و پاپامارکوس (۲۰۰۲) در تحقیق خود ارتباطات را زیر بخش بعد شناختی در نظر

1. Pennar
2. Kay & Hagan
3. Clopton

گرفته‌اند. اما در تحقیق حاضر ارتباطات بعنوان مؤلفه‌ای ساختاری در نظر گرفته شده است، چرا که ارتباطات به وجود شبکه و ساختار روابط اشاره دارد. ارتباطات و تعاملات اجتماعی بعنوان زیر مجموعه بعد شناختی سرمایه اجتماعی سازمانی نقش مهمی در تعهد بویژه تعهد عاطفی بازی می‌کند (فیلستد^۱، ۲۰۱۱). اقدامات ارتباطی حداقل به سه دلیل حایز اهمیت اند: اول، شبکه روابط دسترسی به اطلاعات در مورد اتفاقات سازمانی، تاریخچه، هنجارها، خط مشی، اهداف سازمانی، نحوه انجام دادن وظایف و همچنین انتظارات از نقش را فراهم می‌آورد (آرشام^۲، ۲۰۱۱؛ واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲؛ موریسون^۳، ۲۰۰۲)، این امر به نوبه خود درگیری فردی در امور سازمان و تعلق و وابستگی وی به سازمان و بنابراین، تعهد عاطفی را افزایش می‌دهد (بزیونلوس^۴، ۲۰۰۸؛ به نقل از سو و همکاران، ۲۰۱۱؛ مون^۵ و همکاران، ۲۰۰۸؛ به نقل از سو و همکاران، ۲۰۱۱).

اگر این اطلاعات نادرست و غیرقابل اعتماد باشند انتظار می‌رود که تمایل فرد به حفظ عضویت در آن شبکه کاهش یابد (واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲). دوم، نه تنها ارتباطات برای انتقال اطلاعات بکار گرفته می‌شوند، آنها همچنین درک و تصور ما از خود معنا و واقعیت را شکل می‌دهند. بنابراین، کیفیت ارتباطات تمایل فرد برای حفظ عضویت در سازمان، یا همان تعهد سازمانی، را تحت تأثیر قرار می‌دهد. (واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲). سوم، علاوه بر دو نقش فوق، شبکه روابط یا پیوندهای غیررسمی بویژه شبکه‌های دوستی برای اعضا بویژه اعضای جدید حمایت و حس تعلق و هویت فراهم می‌کند که این به جذب فرد در سازمان یا همان تعهد سازمانی می‌انجامد (موریسون، ۲۰۰۲).

برای کارکنان جدید وجود شبکه‌های اجتماعی متعدد در سازمان از آنرو حایز اهمیت است که سبب می‌شود تا آنان: اولاً، به همکاران بویژه اعضای قدیمی به آسانی دسترسی پیدا کنند، با آنان تعامل داشته باشند و از این طریق به اطلاعات مفیدی در

1. Filstad
2. Arsham
3. Morrison
4. Bozionelos
5. Moen
6. assimilation

مورد سازمان و نحوه انجام دادن وظایف دست یابند و دوما، از حمایت‌های عاطفی برخوردار شوند، که این به نوبه خود مشارکت آنان در امور سازمان را بیشتر می‌کند. بنابراین، می‌توان گفت که تعامل اجتماعی، به طور معناداری با تعهد و بویژه تعهد عاطفی اعضای جدید ارتباط دارد.

فرضیه اول: درک افراد از شبکه‌های روابط، به طور مستقیم و معناداری با تعهد سازمانی کارکنان رابطه دارد.

برخلاف بعد ساختاری که بر کمیت روابط تاکید می‌کند، این بعد بر ماهیت و کیفیت روابط (همانند اعتماد، صمیمیت و غیره) در سازمان تمرکز دارد (بولینو و همکاران، ۲۰۰۲). اعتماد مهمترین مؤلفه این بعد می‌باشد و نسبت به دیگر ابعاد سرمایه اجتماعی بیشتر به تعهد سازمانی ربط داده شده است. به همین دلیل در این بخش به بررسی رابطه اعتماد و تعهد سازمانی پرداخته می‌شود. اعتماد عبارت است از تمایل فرد به ریسک کردن و خود را در معرض آسیب قرار دادن یا درک افراد از هنجارهای عمل متقابل (واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲؛ فو^۱، ۲۰۰۴؛ لینا و وان بورن^۲، ۱۹۹۹؛ جانسون-جورج و اسوپ^۳، ۱۹۸۲؛ به نقل از میر^۴ و همکاران، ۱۹۹۵). از جمله مؤلفه‌های اعتماد اعتبار و خیرخواهی است. اعتبار یعنی اینکه فرد باور داشته باشد که اعتماد شونده قادر است تعهد قول داده شده را به انجام برساند. خیرخواهی عبارت است از تمایل اعتماد شونده به در اولویت قرار دادن منفعت و سود اعتماد کننده (روسیو^۵ و همکاران، ۱۹۹۸؛ به نقل از سو و همکاران، ۲۰۱۱؛ دونی و کنن^۶، ۱۹۹۷؛ به نقل از فولرتن^۷، ۲۰۱۱). اگر فرد احساس کند که در معرض آسیب می‌باشد و به این موضوع که تلاش‌های کاریش با پاداش مناسب پاسخ داده می‌شود اعتماد نکند وابستگی اش به سازمان کاهش می‌یابد (واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲). عبارت دیگر، با توجه به اعتبار و خیرخواهی اگر فرد

1. Fu
 2. Leana & Van Buren
 3. Johnson-George & Swap
 4. Mayer
 5. Rousseaus
 6. Doney & Cannon
 7. Fullerton

باور نداشته باشد که مدیریت سازمان به تعهداتش عمل می‌کند و یا اینکه مدیریت به نیازها، خواسته‌ها و منافع کارکنان توجهی نداشته باشد اعتماد بین فردی کاهش می‌یابد و فرد به سازمان تعهد و وفاداری کمتری نشان می‌دهد. بنابراین، اعتماد می‌تواند تعهد سازمانی و وفاداری را تحت تأثیر قرار دهد (لاشینگر^۱ و همکاران، ۲۰۰۸؛ به نقل از سو و همکاران، ۲۰۱۱؛ رویتر^۲ و همکاران، ۲۰۰۱؛ مورگان و هانت^۳، ۱۹۹۴؛ به نقل از مسیتاش^۴؛ مسیتاش و لاکشین^۵، ۱۹۹۷؛ به نقل از همان؛ مورگان و هانت، ۱۹۹۴؛ به نقل از رایت و گریس، ۲۰۱۱؛ فولرتن، ۲۰۱۱) به دو دلیل: اولاً، فردی که احساس می‌کند در سازمان در معرض تهدید و آسیب قرار دارد باید احساس تعلق کمتری بدان داشته باشد. دوماً، اگر شخص به اینکه تلاش‌هایش بطور محسوس جبران می‌شود اعتماد نکند، تعهد کمتری به سازمان خواهد داشت. در کل، می‌توان گفت که اعتماد اعضا را وادار می‌سازد که صادقانه و وفادارانه رفتار کنند (گولاتی^۶، ۱۹۹۵) و حس احترام و پذیرش نسبت به مسئولین سازمان را بوجود می‌آورد (کرامر^۷، ۱۹۹۹).

برای اعضای جدید وجود اعتماد و هنجارهای عمل متقابل بدین معناست که از رفتارهای فرصت طلبانه^۸ و سودا گرایانه اعضای قدیمی سازمان در امان هستند. علاوه بر این، وجود ارتباطات متعدد بین اعضای جدید و قدیم سازمان سبب گسترش اعتماد در بین آنان می‌شود (کراکارت^۹، ۱۹۹۲؛ به نقل از موریسون، ۲۰۰۲)، که این به نوبه خود تعهد سازمانی اعضا را افزایش می‌دهد. بنابراین:

فرضیه دوم: سطح اعتماد بین فردی درک شده توسط اعضا به طور مستقیم و معناداری با تعهد سازمانی کارکنان رابطه دارد.

بعد شناختی: این بعد شامل اهداف جمعی و امیال و آرزوهای اعضای سازمان است

-
1. Laschinger
 2. Ruyter
 3. Morgan & Hunt
 4. Macintosh
 5. Macintosh & Lockshin
 6. Gulati
 7. Kramer
 8. opportunistic behaviors
 9. Krachhardt

(تسای و گوشال^۱، ۱۹۹۸) و بطور کلی اعضا را از درست و غلط‌های سازمانی آگاه می‌سازد (واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲). آثار پیشین نشان داده است که دیدگاه مشترک می‌تواند یکپارچگی سازمان را ارتقا بخشد (اورتون و ویک^۲، ۱۹۹۰؛ به نقل از سو و همکاران، ۲۰۱۱). بعبارت دیگر، درک دیدگاه مشترک سازمانی بطور مثبت بر تعهد سازمانی تأثیر می‌گذارد (راولین و مگلینو^۳، ۱۹۸۷؛ به نقل از واتسون و پاپامارکوس، ۲۰۰۲). همسویی ارزش‌های فردی با ارزش‌های سازمان و توافق بر سر تصویر مشترک سازمان شکل‌گیری تعهد سازمانی اعضای جدید را تسهیل می‌کند. بنابراین:

فرضیه سوم: درک اعضا از ساختارهای هنجاری سازمان به طور مستقیم و معناداری با تعهد سازمانی کارکنان رابطه دارد.

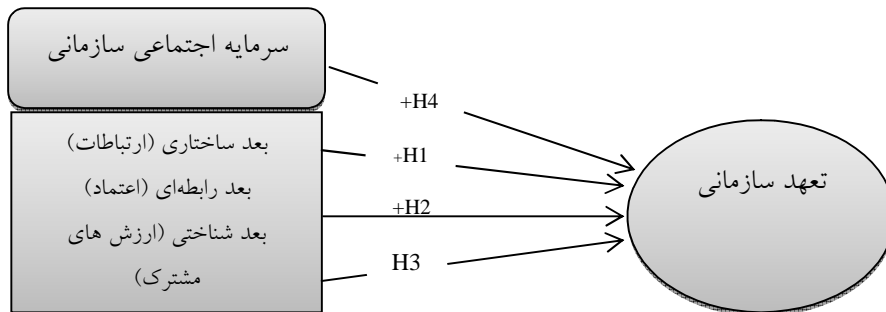
این سه بعد سرمایه اجتماعی سازمانی بطور مکانیکی عمل نمی‌کنند بلکه با هم ارتباط دارند (ناهایت و گوشال، ۱۹۹۸). بنابراین، منطقی به نظر می‌رسد که رابطه متقابل این سه بعد با هم می‌تواند سطح تعهد سازمانی را تحت تأثیر قرار دهد. از این رو، با توجه به مباحث مطرح شده در زمینه رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و تعهد سازمانی می‌توان این فرضیه را مطرح کرد:

فرضیه چهارم: سرمایه اجتماعی سازمانی بطور مستقیم و معنادار با تعهد سازمانی کارکنان رابطه دارد.

با توجه به فرضیه‌های مطرح شده در بالا مدل مفهومی زیر طراحی شده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Tsai & Ghoshal
2. Orton & Weick
3. Ravlin & Meglino



الگوی (۱) مدل مفهومی پژوهش

روش

جامعه آماری شامل کلیه کارکنان دانشگاه خوارزمی (تربیت معلم تهران) واحد کرج می‌باشد که ۴۸۴ نفر می‌باشند. برای تعیین حجم نمونه روش‌های متعددی وجود دارد. از جمله فرمول کوکران، جدول کرجسی و مورگان، فرمول لوی و لمشو^۱. در این پژوهش برای تعیین حجم نمونه از فرمول لوی و لمشو استفاده شده است. از بین ۴۸۴ نفر با استفاده از فرمول لوی و لمشو (۱۹۹۹)، که در زیر آمده است، یک نمونه تصادفی به حجم ۶۸ نفر انتخاب شدند.

$$n \geq \frac{Z^2 N V_x^2}{(N-1)s^2 + Z^2 V_x^2}$$

$$V_x = \frac{S_x}{X}$$

در فرمول فوق n حجم نمونه، N حجم جامعه، S_x انحراف استاندارد (برابر با ۰/۲۷)، ϵ ضریب خطا (در این تحقیق ۰/۰۳ در نظر گرفته شده است)، V_x ضریب تغییرات، و Z عدد مربوط به سطح اطمینان است. میانگین نیز مساوی با ۲/۹۷ می‌باشد. برای بدست آوردن انحراف استاندارد و میانگین پرسشنامه‌ها بر روی ۳۳ نفر اجرا گردید. هر چند که با استفاده از فرمول فوق حجم نمونه ۷۷ نفر برآورد شد، اما ۹۵ پرسشنامه در میان افراد نمونه توزیع شد که ۷۷ پرسشنامه سالم عودت داده شد و در تحلیل مورد استفاده قرار گرفت.

ابزارهای پژوهش عبارت‌اند از:

الف) پرسشنامه سرمایه اجتماعی سازمانی: برای تدوین این پرسشنامه از پرسشنامه‌های مختلفی استفاده گردید و سؤالاتی که در این پرسشنامه‌ها بیشترین فراوانی را داشتند در تدوین پرسشنامه حاضر مورد استفاده قرار گرفتند. بدین ترتیب، بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر اساس تعامل اجتماعی عملیاتی شده است که شامل ۶ سؤال می‌باشد. بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی با توجه به اعتماد عملیاتی شده است که شامل ۶ سؤال می‌باشد. بعد شناختی نیز بر اساس اهداف و ارزش‌های مشترک عملیاتی شده که شامل ۵ سؤال می‌باشد. بنابراین، به منظور ارزیابی سرمایه اجتماعی از پرسشنامه ۱۷ سؤالی که براساس طیف پنج تایی لیکرت (از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) نمره گذاری شده، استفاده گردیده است. جهت تعیین روایی از روایی صوری و محتوایی با لحاظ کردن نظر خبرگان استفاده شد. بنابراین، روایی پرسشنامه مورد تأیید برخی از خبرگان دانشگاهی قرار گرفت. پایایی کلی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۸۶ و برای ابعاد شناختی، رابطه‌ای و ساختاری به ترتیب ۰/۸۱، ۰/۸۱ و ۰/۷۴ محاسبه گردید.

ب) پرسشنامه تعهد سازمانی: برای سنجش تعهد سازمانی از پرسشنامه استاندارد آلن و می‌یر (۱۹۹۰) استفاده شده است. این پرسشنامه دارای ۲۴ سؤال می‌باشد که بر اساس طیف پنج تایی لیکرت (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) نمره گذاری شده است. ضریب پایایی این ابزار در پژوهش آلن و می‌یر (۱۹۹۰) ۰/۷۴ و برای سه مؤلفه آن به ترتیب هنجاری (۰/۷۷)، مستمر (۰/۷۴) و عاطفی (۰/۸۱) برآورد شد. لازم به ذکر است این ابزار در مطالعات متعددی بکار گرفته شد و ضریب پایایی مناسبی بدست داده است. برای مثال در مطالعه ابیلی و ناستی زایسی (۱۳۸۸)، ۰/۸۲، در پژوهش کاظمی (۱۳۸۵)، ضریب پایایی ۰/۷۴، در مطالعه روکیچ (۲۰۰۷)، ضریب پایایی ۰/۷۹ بدست داد. در این مطالعه نیز ضریب پایایی ۰/۷۱ برای ابزار فوق محاسبه گردید.

یافته‌ها

در این پژوهش ابتدا به یافته‌های توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و سپس به بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود. یافته‌های توصیفی به شرح زیر می‌باشد:

جدول (۱) آمار توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

متغیرها	فرضیه‌ها	میانگین	انحراف معیار
تعداد روابط	بعد ساختاری	۳/۲۱	۰/۵۳
	بعد رابطه‌ای	۳/۷۸	۰/۳۴
	بعد شناختی	۳/۶۵	۰/۴۶
تعداد تعهد	تعهد عاطفی	۳/۴۵	۰/۴۵
	تعهد مستمر	۳/۱۱	۰/۶۸
	تعهد هنجاری	۳/۰۹	۰/۷۳

یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد که تمامی مؤلفه‌های دو متغیر پژوهش در سطح بالاتر از حد متوسط قرار دارند. در بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، بالاترین میانگین مربوط به مؤلفه بعد رابطه‌ای و در میان ابعاد تعهد سازمانی، بالاترین میانگین مربوط به مؤلفه تعهد عاطفی است. در بررسی فرضیه‌های تحقیق مبنی بر رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و ابعادش با تعهد سازمانی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد (جدول ۲).

جدول (۲) نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد رابطه بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با سطح تعهد سازمانی

فرضیه‌ها	ارتباط بین متغیرهای پژوهش	ضریب همبستگی	سطح معناداری	نتیجه
اول	درک افراد از شبکه روابط * تعهد سازمانی	۰/۲۶	۰/۰۵	تأیید
دوم	اعتماد بین فردی * تعهد سازمانی	۰/۵۵	۰/۰۱	تأیید
سوم	درک اعضا از ساختارهای هنجاری * تعهد سازمانی	۰/۳۸	۰/۰۱	تأیید
چهارم	سرمایه اجتماعی سازمانی * تعهد سازمانی	۰/۵۱	۰/۰۱	تأیید

در بررسی فرضیه اول، دوم و سوم مبنی بر رابطه بین درک افراد از شبکه‌های روابط، اعتماد بین فردی و درک اعضا از ساختارهای هنجاری با تعهد سازمانی ضریب همبستگی محاسبه شده به ترتیب در سطوح ۰/۰۵، ۰/۰۱ و ۰/۰۱ معنادار می‌باشد که

بیانگر رابطه مثبت و معنادار بین این سه بعد سرمایه اجتماعی سازمانی با تعهد سازمانی می‌باشد. بعبارت دیگر، با افزایش ابعاد سرمایه اجتماعی، تعهد سازمانی اعضا نیز افزایش می‌یابد. قویترین همبستگی بین دو متغیر اعتماد بین فردی و تعهد سازمانی ($r=0.55$) و ضعیف ترین همبستگی بین دو متغیر درک افراد از شبکه‌های روابط و تعهد سازمانی ($r=0.26$) می‌باشد. همچنین ضریب همبستگی محاسبه شده نشان می‌دهد که بین سرمایه اجتماعی سازمانی و تعهد سازمانی در سطح $0/01$ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد که بیانگر این است که با افزایش ذخایر سرمایه اجتماعی سازمانی سطح تعهد سازمانی اعضا افزایش می‌یابد.

تحلیل رگرسیون خطی ابعاد سرمایه اجتماعی با تعهد سازمانی

به منظور تعیین سهم نسبی هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی در پیش‌بینی تعهد سازمانی از رگرسیون خطی استفاده گردید که نتایج در جدول ۳ آورده شده است.

جدول (۳) نتیجه آزمون ضریب رگرسیون

مدل	بتای غیر استاندارد		بتای استاندارد	سطح معناداری	ضریب ضریب همبستگی تعیین	تحلیل واریانس رگرسیون	Tolerance VIF
	B	خطای استاندارد					
ثابت	۲/۳۱	۰/۲۳۲	-	۹/۹۷	۰/۰۰۰	۰/۹۵	۱/۰۵۲
شناختی	۰/۵۲	۰/۰۷۴	۰/۰۹۵	۰/۷۰	۰/۴۸	۰/۹۲	۱/۰۸۵
رابطه ای	۰/۲۶	۰/۰۶۳	۰/۴۹۵	۴/۱۳	۰/۰۰۰	۰/۹۴	۱/۰۵۸
ساختاری	۰/۰۰۴	۰/۰۸۳	۰/۰۰۶	۰/۰۵	۰/۹۶	۰/۹۲	۱/۶۶

* $P < 0.01$

جدول ضریب رگرسیون نشان می‌دهد ضریب همبستگی برابر با ($r=0/558$) و ضریب تعیین ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی برابر با ($r^2=0/311$) می‌باشد یعنی حدود ۳۱/۱ درصد از تغییرات مربوط به تعهد سازمانی به ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی و باقیمانده مربوط به سایر متغیر هاست.

برای تأیید ضریب رگرسیونی از آزمون تحلیل واریانس رگرسیون استفاده شده،

نتایج آزمون نشان داد که F مشاهده شده ($F=10/996$) در سطح آلفای $0/01$ معنادار می‌باشد، یعنی نتایج حاصل از رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی و تعهد سازمانی تأیید می‌شود.

با توجه به مقدار t حاصل از رگرسیون برای بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی سازمانی ($t=4/138$) در سطح آلفای $0/01$ ، می‌توان گفت که بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی سازمانی قدرت پیش‌بینی تعهد سازمانی را دارد. همچنین با توجه به ضریب t حاصل از رگرسیون برای ابعاد شناختی ($t=0/709$) و ساختاری ($t=0/050$) در سطح آلفای $0/01$ ، می‌توان گفت که ابعاد شناختی و ساختاری قدرت پیش‌بینی تعهد سازمانی را ندارند.

نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و ابعادش با تعهد سازمانی اعضا می‌باشد. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین متغیرهای درک افراد از شبکه‌های روابط (بعد ساختاری سرمایه اجتماعی سازمانی)، اعتماد بین فردی (بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی سازمانی)، درک اعضا از ساختارهای هنجاری سازمانی (یعنی اهداف و ارزش‌های مشترک بعنوان بعد شناختی سرمایه اجتماعی سازمانی) و سرمایه اجتماعی سازمانی بعنوان یک مؤلفه کلی با سطح تعهد سازمانی افراد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد که این نتایج با یافته‌های سو و همکاران (۲۰۱۱) و واتسون و پاپامارکوس (۲۰۰۲) همسو است. نتایج حاصل از رگرسیون خطی نشان دهنده این است که تنها سرمایه اجتماعی رابطه‌ای توان پیش‌بینی تعهد سازمانی را دارد.

سازمان شبکه‌ای از روابط می‌باشد و کمیت و کیفیت این روابط می‌تواند بسیاری از رفتارهای سازمانی همچون غیبت، بهره‌وری، تعارض، تعهد و رفتارهایی از این قبیل را توجیه نماید و توضیح دهد. همچنانکه پوتنام گفته است سرمایه اجتماعی با خیلی از ابعاد زندگی اجتماعی در ارتباط است. بنابراین، در زندگی سازمانی نیز سرمایه اجتماعی سازمانی می‌تواند نقش عمده‌ای در رفتارهای درون سازمانی بازی کند.

وجود شبکه‌های روابط گسترده و مبتنی بر اعتماد در سازمان سبب فراهم آوردن حمایت بویژه حمایت عاطفی برای اعضا می‌شود که به نوبه خود وفاداری اعضا به

سازمان و درگیری در امور سازمان را افزایش می‌دهد. علاوه بر آن، سرمایه اجتماعی سازمانی پیامدهای با ارزش دیگری همچون دسترسی به اطلاعات، کمک به هم، دستگیری و امثالهم برای اعضا و بویژه اعضای جدید بوجود می‌آورد که سبب می‌شود تا اعضا از ماندن در سازمان احساس رضایت کنند و در حفظ رابطه با سازمان بکوشند. برای مثال، وجود اعتماد بویژه اعتماد به مدیریت این درک را در اعضا بوجود می‌آورد که از رفتارهای خصمانه مدیر در امان هستند و تلاش‌های آنان به گونه‌ای مناسب از سوی دستگاه مدیریت پاسخ داده خواهد شد. بنابراین، اعضای سازمان لزومی نمی‌بینند که سازمان را ترک نمایند. برعکس، در سازمان می‌مانند و بر تلاش‌ها و مشارکت خود در امور سازمان می‌افزایند چرا که معتقدند که پاسخ مناسبی دریافت می‌کنند. بعلاوه، تعارض نیازهای فرد و سازمان یکی از دلایل ترک سازمان و عدم تعهد سازمانی باشد. عبارت دیگر، همسویی ارزش‌های فردی و سازمانی و توافق بر سر اهداف سازمان (بعد شناختی) سبب می‌شود تا فرد بر حفظ رابطه با سازمان تأکید کند و تعهد سازمانی افزایش یابد.

در مقاله حاضر بر تعهد سازمانی اعضای تازه وارد سازمان نیز تأکید شده است. همچنانکه در بالا بحث شد، ما معتقدیم که وجود ذخیره مناسبی از سرمایه اجتماعی در سازمان فرایند شکل‌گیری تعهد سازمانی اعضای جدید سازمان را تسهیل و به مراتب تسریع می‌نماید. دسترسی به اعضای قدیمی تری سازمان و ایجاد پیوندهای دوستانه و غیررسمی و مبتنی بر اعتماد شوک مربوط به مرحله رویارویی عضو جدید با سازمان، که ممکن است منجر به خروج و ترک سازمان شود، را کاهش داده و زمینه ماندن فرد در سازمان را فراهم می‌سازد.

با توجه به رابطه مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی سازمانی با تعهد سازمانی، پیشنهاد می‌شود که مدیران بر توسعه و گسترش شبکه روابط درون سازمانی (بعد ساختاری) همچون تشکیل گروه‌های کاری، گروه‌های حرفه‌ای یا صنفی، برگزاری اردو‌ها، همایش‌ها، جشن‌ها و همچنین جلسه‌های معارفه توجه نمایند. چرا که وجود شبکه‌های روابط گسترده در درون سازمان سبب دسترسی آسان تر اعضا بویژه اعضای تازه وارد به اطلاعات و همچنین اخبار سازمانی می‌شود که این سبب می‌شود تا درک

افراد از معنا و واقعیت‌های سازمانی به درستی شکل گیرد و همچنین مبنایی را برای توافق بر سر اهداف و ارزش‌های سازمانی فراهم می‌آورد (بعد شناختی). همچنین شبکه‌های روابط اعتماد بین فردی و اعتماد به مدیریت را ارتقا می‌بخشد. پیشنهاد می‌شود که خبرنامه‌ها و بولتن‌های خبری به منظور آگاه کردن اعضا از اخبار، وقایع و دستاوردهای سازمان، بصورت منظم انتشار یابد. این کار سبب تقویت بعد شناختی سرمایه اجتماعی سازمانی می‌شود.

در مورد اعضای تازه وارد، مدیریت باید بر نقش شبکه‌های روابط در فرایند جامعه پذیری آنان همچون معرفی کارکنان جدید به اعضای قدیمی تر سازمان، برگزاری جلسه‌های معارفه و جشن‌ها توجه نمایند.



منابع

- Adler, Paul S. & Kwon, Seok-Woo (2002). Social Capital: Prospects for a new Concept. *Academy of Management Review*, 27(1), pp.17-40.
- Allen, N.J. & Meyer, J.P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, Vol. 63, pp. 1-18.
- Arsham, I. (2011). The interplay between informal social networks and formal community organizations in helping individual manage life-course transitions. *PRI (Policy Research Initiative)*, Canada.
- Bolino, M.C.; Turnley, W.H. & Bloodgood, J.M. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of Management Review*, 27(4), pp.505-522.
- Boyas, J.; Wind, L.H. (2010). Employment-based social capital, job stress, and employee burnout: A public child welfare employee structural model. *Children and Youth Services Review*, Vol. 32, pp. 380-388.
- Boyas, J.; Wind, L.H. & Kang, S.Y. (2011). Exploring the relationship between employment-based social capital, job stress, employee burnout and intent to leave among child protection workers: A age-based path analysis model. *Children and Youth Services Review*, under press, Available online at: Elsevier.
- Camp, S.D. (1994). Assessing the effects of organizational commitment and job satisfaction on turnover: An event history approach. *The Prison Journal*, 74(3), pp. 279-305.
- Clopton, A.W. (2011). Social capital and team performance. *Team Performance Management*, 17(7/8), pp. 369-381.
- Cole, M.S. & Bruch, H. (2006). Organizational identity strength, identification, and commitment and their relationships to turnover intention: Does organizational hierarchy matter? *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 27, pp. 585-605.
- Corbie-Smith, G.; Ammerman, A.S.; Katz, M.L.; George, D.M.; Blumenthal, C.; Washington, B.; Keyserling, T.C. & Switzer, B. (2003). Trust, benefit, satisfaction, and burden: A randomized controlled trial to reduce cancer risk through African-American churches. *J GEN INTERN MED*, Vol. 18, pp. 531-541.
- Dess, G.G. & Shaw, J. (2001). Voluntary turnover, social capital, and organizational performance. *Academy of Management Review*, 26(3), pp. 446-456.
- Filstad, C. (2011). Organizational commitment through organizational socialization tactics. *Journal of Workplace Learning*, 23(6), pp. 376-390.

- Fu, Q. (2004). Trust, social capital, and organizational effectiveness. *Major paper*, Virginia Polytechnic Institute.
- Fullerton, G. (2011). Creating advocates: The role of satisfaction, trust and commitment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 18, pp. 92-100.
- Gulati, R. (1995). Does familiarity breed trust? The implications of repeated ties for contractual choice in alliances. *Academy of Management Journal*, 38(1), pp. 85-112.
- Hsu, C.P.; Chang, C.W.; Huang, H.C. & Chiang, C.Y. (2011). The relationship among social capital, organizational commitment and customer-oriented prosocial behavior of hospital nurses. *Journal of Clinical Nursing*, Vol. 19, pp. 1383-1392.
- Humborstad, S.I.W. & Perry, C. (2011). Employee empowerment, job satisfaction and organizational commitment: An in-depth empirical investigation. *Chinese Management Studies*, 5(3), pp. 325-344.
- Kay, F.M. & Hagan, J. (2006). Building trust: social capital, distributive justice and loyalty to the firm. *Law & Social Inquiry*, 28(2), pp. 483-519.
- Kramer, R.M. (1999). Trust and distrust in organizations: Emerging perspectives, enduring questions. *Annu. Rev. Psychol*, Vol. 50, pp. 569-598.
- Lambert, E. & Hogan, N. (2009). The importance of job satisfaction and organizational commitment in shaping turnover intent. *Criminal Justice Review*, 34(1), pp. 96-118.
- Leana, C.R. & Van Buren, H.J. (1999). Organizational social capital and employment practices. *The Academy of Management Review*, 24(3), pp.538-555.
- Levy, P.S. & Lemeshow, S. (1999). *Sampling of population*. John Wiley, Newyork.
- Macintosh, G. (2009). Examining the antecedents of trust and rapport in services: Discovering new interrelationships. *Journal of Retailing & Consumer Services*, Vol. 16, pp. 298-305.
- Malik, M.E.; Nawab, S.; Naeem, B. & Danish, R.Q. (2010). Job satisfaction and organizational commitment of university teachers in public sector of Pakistan. *International Journal of Business and Management*, 5(6), pp. 17-26.
- Mayer, R.C.; Davis, J.H. & Schoorman, F.D. (1995). An integrative model of organizational trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), pp. 709-734.
- Meyer, J.P.; Stanley, D.J.; Herscovitch, L. & Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the

- organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 61, pp. 20-52.
- Morrison, E.W. (2002). Newcomers' relationships: The role of social network ties during socialization. *Academy of Management Journal*, 45(6), pp. 1149-1160.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), pp.242-266.
- Rathi, N. & Rastogi, R. (2009). Assessing the relationship between emotional intelligence, occupational self-efficacy and organizational commitment. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, Vol. 35, pp. 93-102.
- Ruyter, K.D.; Moorman, L. & Lemmink, J. (2001). Antecedents of commitment and trust in customer-supplier relationships in high technology markets. *Industrial Marketing Management*, Vol. 30, pp. 271-286.
- Sanusi, Z.M.; Supar, M.; Iskandar, T.M. & Sari, R.N. (2010). Organizational commitment and emotional intelligent: Explaining the interaction of personality traits of adults. *International Conference on Science and Social Research*. Kuala Lumpur, Malaysia.
- Tsai, W. & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: the role of intra firm networks. *Academy of Management Journal*, 41, pp.464-476.
- Vilanova, Eva Puente & Josa, Roger Torrella (2003). Social capital as a managerial phenomenon. *Working Paper*, Tampere University of Technology.
- Wagner, C.M. (2007). Organizational commitment as a predictor variable in nursing turnover research: Literature review. *Journal of Advance Nursing*, 60(3), pp. 235-247.
- Watson, G.W. & Papamarcos, S.D. (2002). Social capital and organizational commitment. *Journal of Business and Psychology*, 16(4), pp. 537-552.
- Wright, O. & Grace, A. (2011). Trust and commitment within franchise system: An Australian and New Zealand perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistic*, 23(4), pp. 486-500.
- Zaheer, A.; McEvily, B. & Perrone, V. (1998). Does trust matter? Exploring the effects of interorganizational and interpersonal trust on performance. *Organization Science*, 9(2), pp. 141-159.