

نقش سرمایه اجتماعی سازمانی در انسجام سازمانی با میانجی‌گری هم‌آفرینی در بین اعضای هیات علمی دانشگاه

بیرجند

فاطمه طاهرپور^{۱*}، فاطمه ناصری^۲

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و انسجام سازمانی با میانجی‌گری هم‌آفرینی در بین اعضای هیات علمی دانشگاه بیرجند انجام گرفته است.

طراحی / روش‌شناسی / رویکرد: روش پژوهش توصیفی - همبستگی و نمونه آماری پژوهش شامل ۱۸۶ نفر از اعضای هیات علمی دانشگاه بیرجند در سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰ بودند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه هم‌آفرینی طاهر پور، پرسشنامه سرمایه اجتماعی سازمانی فاندیو و همکاران و پرسشنامه انسجام سازمانی کاپیتن استفاده گردید. روایی سازه پرسشنامه‌ها از طریق تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. ضریب پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۹۷، ۰/۹۳ و ۰/۹۳ برآورد گردید. از تحلیل واریانس، تحلیل رگرسیون و مدل‌یابی معادلات ساختاری برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد.

یافته‌های پژوهش: یافته‌ها نشان داد که سرمایه اجتماعی با ضریب استاندارد (۰/۷۴) نقش پیش‌بینی کننده‌ای برای هم‌آفرینی داشت. از دیگر سو سرمایه اجتماعی (۰/۵۷) پیش‌بینی کننده انسجام سازمانی بود. همچنین هم‌آفرینی پیش‌بینی کننده انسجام سازمانی (۰/۷۴) بود. یافته‌های پژوهش وجود رابطه مثبت و معنادار بین سرمایه اجتماعی سازمانی و انسجام سازمانی را پس از حضور هم‌آفرینی به عنوان متغیر میانجی تأیید کرد. همچنین نتایج تحلیل معادلات ساختاری نشان داد که الگوی پژوهش از برازش لازم برخوردار است.

محدودیت‌ها و پیامدها: اثرات نمونه‌گیری و خطای اندازه‌گیری، پرهزینه بودن جمع‌آوری داده‌ها، عدم همکاری اعضای هیات علمی، متقاعد نمودن افراد درباره محرمانه بودن اطلاعات و ابراز عقایدشان نسبت به سازمان، گستردگی نظام آموزش عالی، کمبود منابع اطلاعاتی مورد نیاز برای انجام پژوهش را می‌توان از جمله محدودیت‌های پژوهش حاضر دانست.

پیامدهای عملی: با توسعه سرمایه اجتماعی سازمانی می‌توان زمینه تحقق انسجام اجتماعی را فراهم ساخت. ضمن اینکه سرمایه اجتماعی با تقویت روابط مبتنی بر اعتماد، تحقق بخش هم‌آفرینی نیز خواهد بود.

ابتکار یا ارزش مقاله: در پژوهش‌های انجام شده در کشور تا کنون به صورت مشخص این چند متغیر به صورت یکجا در میان اعضای هیات علمی دانشگاه‌ها مورد بررسی قرار نگرفته است. ضمن اینکه متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی و پرسشنامه مربوط به آن برای اولین بار ترجمه و مورد استفاده قرار گرفته است.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

مشخصات نویسندگان

۱. استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، خراسان جنوبی (نویسنده مسئول)

f.taherpour@birjand.ac.ir

۲. کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، خراسان جنوبی.

Naserif61@gmail.com

کلمات کلیدی: هم‌آفرینی، سرمایه اجتماعی، انسجام سازمانی، اعضای هیات علمی دانشگاه بیرجند

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۲/۲۲ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۰۹ تاریخ چاپ مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۰۱

منتشر شده توسط دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران



Research Paper

The Role of Organizational Social Capital in Organizational Cohesion with the Mediation of Co-Creation Among Faculty Members of Birjand University

Fateme Taheri^{1*}, Fateme Naseri²

Authors

1. Department of Educational Sciences, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Birjand University, South Khorasan, Birjand, Iran (*Corresponding Author).
f.taherpour@birjand.ac.ir
2. Master of Educational Management. Birjand University, South Khorasan, Birjand, Iran.
Naserif61@gmail.com

Abstract

Purpose: This study was undertaken to explore the relationship between organizational social capital and organizational cohesion, with co-creation serving as a mediating variable among the academic faculty members at Birjand University.

Design/ methodology/ approach: A descriptive-correlational research design was employed. The sample comprised 186 faculty members from Birjand University over the academic years 2010-2019. Data collection instruments included Tahirpour's co-creation questionnaire (2021), Fandio et al.'s organizational social capital questionnaire (2015), and Captain's organizational cohesion questionnaire (2005). Confirmatory factor analysis was utilized to ascertain the construct validity of these questionnaires, yielding reliability coefficients (Cronbach's alpha) of 0.97, 0.93, and 0.93, respectively. Data analysis was conducted using variance analysis, regression analysis, and structural equation modeling.

Research Findings: The analysis revealed that social capital significantly predicts co-creation (standard coefficient = 0.74) and organizational cohesion (standard coefficient = 0.57). Furthermore, co-creation was found to be a significant predictor of organizational cohesion (standard coefficient = 0.74). The results affirmed a positive and significant relationship between organizational social capital and cohesion, with co-creation acting as a significant mediator. Additionally, structural equation modeling confirmed the adequacy of the research model's fit.

Limitations & Consequences: The study faced limitations related to sampling and measurement errors, the costly nature of data collection, faculty members' reluctance to participate, concerns over confidentiality, the scope of the higher education system, and a scarcity of necessary research resources.

Practical Consequences: Enhancing organizational social capital could facilitate social cohesion and foster co-creation by strengthening trust-based relationships.

Innovation or value of the Article: This study is distinct within the national context as it specifically investigates these variables among university academic staff, marking the inaugural application and translation of the organizational social capital questionnaire in this domain.

Paper Type: Research Paper

Keywords: Co-Creation, Social Capital, Organizational Cohesion, Academic Staff Members of Birjand University

Received Date:2023-05-12 Acceptation Date: 2023-11-30 Publication Date: 2023-12-22

Publisher: Iran – Tehran – Shahid Beheshti University – Faculty of Management & Accounting



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

مقدمه

انسجام در سازمان جایگاه بسیار برجسته‌ای دارد تا جایی که اغلب مدیران موفقیت خود را مدیون توانایی خود در ایجاد انسجام در سازمان و در بین گروه‌های کاری خود می‌دانند. در واقع این اصل پذیرفته شده است که سازمان‌هایی که به دنبال موفقیت هستند باید بتوانند ارتباطات و سازوکارهای انسجام را رشد دهند. پژوهشگران معتقدند درجه و میزان انسجام تعیین‌کننده‌ی میزان موفقیت در فعالیت‌های گروهی در جوانب مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سازمانی است (Sapran, 2010) و انسجام سازمانی وسیله‌ای برای توانمندسازی سازمان در جهت آمادگی برای تغییرات سازمانی است. پژوهشگران انسجام را به معنای احساس مسئولیت مشترک اعضای سازمان می‌دانند که باعث تحقق اهداف می‌شود (Lenard et al, 2011). انسجام حکایت از احساس با هم بودن و رضایت روانی افراد از کار گروهی دارد. در انسجام سازمانی، اعضا به این باور رسیده‌اند که تنها با کار گروهی اهدافشان محقق خواهد شد (seyedjavadin, 2010) و یکی از مهم‌ترین نقاط قوت سازمان است که باعث افزایش بهره‌وری در تحقق اهداف و مطلوبیت‌های سازمان و استمرار حیات و موفقیت سازمان می‌شود (Nekui Moghadam et al., 2012) و ابزاری برای آمادگی سازمان در برابر تغییرات سازمانی و محیطی است. البته این مهم به واسطه تعامل کارکردی دو بعد انسجام سازمانی یعنی ابعاد اجتماعی-عاطفی و انسجام ابزاری تحقق می‌یابد (Banting et al, 2011)؛ بنابراین انسجام سازمانی در یک زمینه اجتماعی محقق می‌گردد و مستلزم وجود سرمایه اجتماعی سازمانی است.

سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از منابع با ارزش است که ذاتاً در ارتباطات اجتماعی گروه‌های جامعه وجود دارد و شامل صداقت، دوستی، سلامت نفس، حس تفاهم، همدردی، دلسوزی، وفاداری و همبستگی و... است. سرمایه اجتماعی سازمانی آن دسته از ویژگی‌های سازمان از قبیل هنجارها، شبکه‌های اجتماعی و اعتماد متقابل است که مشارکت افراد برای دستیابی به منافع مشترک را تسهیل می‌سازد (hodso, 2005)، کنش‌های افراد را در سطوح مختلف جامعه، سریع، آسان، کم‌هزینه و مطمئن می‌کند (Khairandish & Jamshidi, 2016) و توانایی ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد و همکاری متقابل بین کارکنان سازمان را محقق می‌سازد (kincki, 2007). سرمایه اجتماعی سازمانی با متعهد کردن کارکنان و گروه‌های موجود در سازمان، شرایط دسترسی به یادگیری و نوآوری را فراهم می‌کند و انسجام درونی و راه رسیدن به اهداف سازمانی را مشخص می‌کند و با ابداع نظرات و ایده‌های بدیع و تازه، به واسطه افراد و گروه‌ها در سازمان و تبدیل نظرات و افکار کارکنان به خدمات و محصولات مورد نیاز مشتریان سازمان، به توسعه و بهبود کارایی و عملکرد سازمان کمک می‌نماید (Akbari & Baharestan, 2013: 218). کلمن به عنوان یکی از صاحب نظران در حوزه سرمایه اجتماعی در سازمان، آن جنبه از ساختار اجتماعی که گروه‌ها و افراد در سازمان را قادر می‌سازد تا به اهداف مشترک خویش برسند را سرمایه اجتماعی سازمانی تعریف می‌کند و معتقد است که سرمایه اجتماعی از طریق تقویت سرمایه انسانی، باعث رسیدن سازمان به اهدافی می‌شود که در نبودن آنها امکان تحقق آن وجود نداشته یا در صورت تحقق، هزینه بالایی برای سازمان داشته است (coleman, 1988). سرمایه اجتماعی سازمانی چگونگی روابط انسانی داخل سازمان است که کیفیت مشارکت و همکاری، تعهد سازمانی و اعتماد متقابل بین کارکنان را تصریح می‌کند و باعث شکل‌گیری روابط کاری می‌شود که بر اساس آن همکاری و اقدامات تسهیل‌کننده در

سازمان افزایش می‌یابد (Ghanimi & Bahmani, 2020). همچنین زمینه مناسب برای بهره‌وری از سرمایه فیزیکی و انسانی و مسیری برای رسیدن به موفقیت و بهبود عملکرد سازمانی را فراهم می‌کند (Ahmadi & Faizabadi, 2011) چرا که سرمایه اجتماعی سازمانی منجر به تسهیل و تسریع تشریک‌مسابی و هم‌آفرینی در سازمان می‌شود و هم‌آفرینی نیز با حمایت از فرایندهای تغییر و گروه‌سازی، در بهبود انسجام سازمانی مؤثر واقع می‌شود و سبب برانگیختگی فکری، همکاری و گفت‌وگو، خلاقیت و نوآوری در کارکنان می‌گردد (Mohammadi et al., 2020).

به‌واسطه هم‌آفرینی که یک رویکرد مشارکتی و گروهی است، یادگیری، نوآوری و تغییر و تحول مداوم برای انطباق‌پذیری با شرایط مختلف و برای دست یافتن به موفقیت، امکان‌پذیر می‌گردد (Stubberup, 2010). هم‌آفرینی با ایجاد گروه‌های کاری مختلف در سازمان، گفت‌وگو را در بین افراد تسهیل می‌کند و این گفت‌وگو به‌قصد ساختن و مبادله اطلاعات انجام می‌گیرد و راه را برای مشارکت بیشتر و بهبود فعالیت‌های سازمانی باز می‌کند (Taherpour & Asgari, 2018). فورستروم^۱ (۲۰۰۵) رویکرد هم‌آفرینی را به‌عنوان یک رابطه با درگیری و فعالیت بالا تعریف کرده است که جریان اطلاعات مطلوب و سودمند، ارتقاء توانایی پیش‌بینی، تقلیل بدفهمی‌ها و سوءتفاهم‌های ناشی از تعاملات متنوع، روبرو شدن با عدم قطعیت‌ها، توسعه یادگیری و نهایتاً ارتقاء بهره‌وری را به همراه دارد (Taherpour, 2021). از دیدگاه ژانگ و چن^۲ (۲۰۱۱) نظریه هم‌آفرینی یک نظریه انباشتگی است؛ یعنی هم‌آفرینی به‌وسیله افزایش اثرات متقابل، زمانی که قابلیت‌ها و توانایی‌های جدید در یک زمینه جمع می‌شوند، شناسایی می‌شود. از دیدگاه پراهالاد و راماسومی^۳ (۲۰۰۴) هم‌آفرینی دارای چهار ویژگی دسترسی، شفافیت، گفتگو و انعطاف‌پذیری می‌باشد.

انسجام سازمانی در پویایی سازمان، افراد و گروه‌های موجود در آن نقش دارد (Harun & Mahmood, 2012) با این حال، ایجاد انسجام در اغلب سازمان‌ها دشوار و یک چالش اصلی به شمار می‌رود. اگر سازمانی بتواند بر این چالش فایز آید، نه تنها به رشد و پیشرفت پایدار دست خواهد یافت، بلکه می‌تواند عملکرد خود را به طور مستمر بهبود بخشد و در جهت پاسخگویی به محیط گام بردارد. سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها، باعث هدایت و تشویق افراد به سوی کار گروهی می‌شود و افراد و گروه‌ها را تشویق به پیروی از اهداف مشترک سازمان می‌نماید و سبب انسجام درونی در سازمان می‌شود. با در نظر گرفتن این موضوع که سرمایه اجتماعی سازمانی باعث تحقق هم‌آفرینی - به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین جنبه‌ها و قابلیت‌های سازمان - می‌شود، ضروری است که مدیران نسبت به هدایت و مدیریت سرمایه اجتماعی در سازمان خود با استفاده از اندازه‌گیری، سنجش، ارزیابی و بهبود سطح آن، آگاه و هوشیار باشند تا از این طریق علاوه بر برخورداری شدن از مزیت‌های رقابتی، بتوانند در کنار بهبود و توسعه هم‌آفرینی، زمینه‌های انسجام و تحکیم سازمان خود را فراهم نمایند. در این بین دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی نیز با توجه به نقش‌ها و رسالت‌های متعدد و چندجانبه خود در عصر رقابت و تنوع تقاضاها، بدون هم‌آفرینی و انسجام سازمانی قادر نخواهند بود پاسخگویی مسئولیت‌های فزاینده خویش

¹ Forsström

² Zhang, Ye, Chen & Wang,

³ Prahalad & Ramaswamy

باشند؛ از این رو، توجه به سرمایه‌های اجتماعی سازمانی موجود در دانشگاه و نقشی که این سرمایه‌ها می‌توانند در بهبود همکاری‌ها و انسجام و وحدت دانشگاهی داشته باشند، ضروری و قابل توجه است. لذا با توجه به این موارد، هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه سرمایه اجتماعی سازمانی و انسجام سازمانی با توجه به نقش میانجی هم‌آفرینی بود. پژوهش حاضر به دنبال بررسی این موضوع می‌باشد که سرمایه اجتماعی سازمانی پیش‌بینی کننده انسجام سازمانی می‌باشد و همچنین این موضوع که هم‌آفرینی در رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و انسجام سازمانی نقش میانجی را ایفا می‌کند.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

سرمایه اجتماعی سازمانی

گروتارت سرمایه اجتماعی را از دیدگاه دانچو^۱ (۲۰۰۶) تعریف می‌کند و بیان می‌دارد که سرمایه اجتماعی مانند جریان‌های است که اعتماد و اطمینان شبکه اجتماعی را به داخل سازمان منتقل می‌کند و موجب تحقق اهداف و مقاصد سازمان و ایجاد مزیت و برتری رقابتی و دوام سازمان در محیط رقابتی کنونی می‌شود. سرمایه اجتماعی عبارت است از نهادها، گرایش‌ها، روابط، ارزش‌ها و هنجارهایی که بر رفتار و روابط بین افراد و گروه‌ها حکم فرمات (Grootaert, 2003) و شامل آن گروه از روابط و شبکه‌ها و معیارهایی است که افراد را قادر به کنش گروهی می‌نماید (Chen et al, 2008). کاواچی (۱۹۹۹) سرمایه اجتماعی را منابع قابل دسترس در درون ساختارهای اجتماعی می‌داند از قبیل اعتماد، هنجارهای روابط متقابل و هدف متقابل که افراد را برای انجام کنش‌های جمعی آماده می‌کند و به عنوان محصول فردی روابط اجتماعی و درگیری مدنی در سازمان‌های رسمی و غیررسمی ظهور می‌کند (kawachi, 1999). در بررسی‌ها و مطالعات در مورد سرمایه اجتماعی می‌توان به سه گروه از نظریه‌پردازان اشاره کرد. گروه اول سرمایه اجتماعی را به مثابه منبعی که کارها را از طریق یک کنشگر مرکزی تسهیل می‌کند، تأکید دارد که می‌تواند موفقیت‌های مختلف افراد و گروه‌ها را در یک هم‌آورد رقابتی بیان کند. گروهی دیگر سرمایه اجتماعی را نتیجه ساختاری-ارتباطی بین افراد و بین گروه‌ها در درون اجتماعات می‌دانند که به این اجتماعات انسجام می‌بخشد و گروه سوم نگاه دوسویه متعادل نسبت به ابعاد داخلی و خارجی دارند. این دیدگاه عمدتاً با نگرش سیستم‌های باز به شکل‌گیری سرمایه اجتماعی می‌پردازد.

گروهی از پژوهشگران با تأکید بر اینکه سرمایه اجتماعی سازمانی یک پدیده مدیریتی است، ویژگی‌هایی را برای آن برشمرده‌اند از جمله: اعتماد (هنجارها)، ارزش‌ها و رفتارهای مشترک، روابط و همکاری، فهم و درک مشترک و تعهد متقابل و سرمایه اجتماعی سازمانی همکاری را در بین افراد سازمان تسهیل می‌کند و باعث افزایش ارزش‌داری‌های ناملموس می‌شود (Vilanova and Josa, 2003). سرمایه اجتماعی سازمانی عبارت است از جنبه غیررسمی سازمان که بر مبنای اعتماد و اطمینان دو جانبه بوده و تکمیل کننده جنبه رسمی سازمان می‌باشد و همچنین یک ویژگی سازمانی است که افراد و سازمان به صورت مشارکتی صاحب آن هستند و نتیجه جانبی سایر تلاش‌های سازمانی محسوب می‌شود (Lesser, 2000). به عقیده ناهاپیت و گوشال^۲

¹ Danchev

² Nahapie & Ghoshal

(۱۹۹۸) اصل اساسی سرمایه اجتماعی سازمانی این موضوع است که شبکه‌ها و پیوندهای اجتماعی که در طی زمان توسعه و بهبود می‌یابد، پایه‌ای برای اعتماد، مشارکت و همکاری تاسیس می‌کند و شامل منابع با ارزش بالقوه و بالفعل می‌شود که به هدایت و راهنمایی تعاملات و روابط اجتماعی کمک می‌کند و کارایی و عملکرد سازمان را توسعه و بهبود می‌بخشد (Spence et al, 2003) و موجب ایجاد برتری رقابتی می‌گردد.

ناهاییت و گوشال (۱۹۹۸) سه جنبه برای سرمایه اجتماعی سازمانی در نظر گرفته‌اند: ۱. جنبه ساختاری شامل مدل‌های تعاملات و روابط میان افراد می‌شود؛ یعنی افراد چگونه و با چه کسانی ارتباط دارند. اساسی‌ترین حوزه‌های جنبه ساختاری شامل سازمان مناسب، پیکربندی شبکه‌ای و روابط شبکه‌ای بین افراد می‌باشد. ۲. جنبه شناختی به منابعی اشاره دارد که گردآورنده تعابیر، تفاسیر، مظاهر و نظام مفاهیم مشترک در بین افراد و گروه‌هاست. اصلیت‌ترین حوزه‌های بعد شناختی شامل حکایات مشترک و کدها و زبان‌های مشترک است. ۳. جنبه ارتباطی توصیف کننده تعاملات افراد است که با دیگر افراد جامعه و سازمان به موجب پیشینه ارتباطاتشان ایجاد می‌کنند و گونه‌ای تعاملات خصوصی و پیشرفت تاریخ ارتباطات را از این راه تشریح می‌کند. اساسی‌ترین حوزه‌های بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی شامل هنجارها، اعتماد، انتظارات، الزامات و هویت می‌باشد. (Khairandish & Jamshidi, 2016).

انسجام سازمانی

دوام و بقای حیات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی یک جامعه، در گرو همبستگی و انسجام میان عناصر و اجزاء تشکیل دهنده ساختمان اجتماعی می‌باشد. انسجام عبارت است از سازگاری در نگرش‌ها، ارزش‌ها، اهداف و سیاست‌ها می‌باشد و نتیجه عمل عقلانی است. انسجام، پدیده یا فرایندی که فقط یک‌بار در جامعه یا سازمان تشکیل شود نیست، بلکه محتاج بازتولید و بازسازی مداوم است (Keshavarz, 2013). انسجام فرایندی است که در مسیر تحقق آن باعث خلق تغییراتی در حیطه‌های ادراکی، ارزشی، گرایشی، باورها و قابلیت‌های انسان‌ها، اعمال و رفتارهای مخصوص در پی خواهد داشت که درخور توسعه و پیشرفت است (Moharrer, 2013).

انسجام فرایندی است که از طریق آن، اعضای یک گروه یا از مشارکت با یکدیگر لذت می‌برند و یا برای دستیابی به هدف مشترک به هم وابسته‌اند (Mohammadi Hezaveh, 2018). برای نشان دادن انسجام، هدف مهم‌ترین عامل است؛ بنابراین می‌توان گفت که در نتیجه مشارکت، همکاری، هم‌نویی و در یک کلام انسجام، اهداف مشترک محقق می‌گردد (Heidemann, 2010). پارسونز یکی از چهار کارکرد لازم برای بقا، حفظ سلامت و توسعه کلیه سیستم‌های اجتماعی را انسجام می‌داند، به عقیده وی سه کارکرد دیگر عبارت‌اند از: انطباق، نیل به اهداف و دوام.

انسجام فرایند پویایی است که با وجود آن، گروه تمایل دارد تا صمیمیت، وفاداری به یکدیگر و اتحاد و یکپارچگی در تعقیب اهداف گروه را تداوم بخشد. از دیدگاه رابینز (۲۰۰۹)، انسجام درونی به‌عنوان یک ویژگی کلیدی از فرهنگ، تمایل واحدهای درونی سازمان را به شیوه یکسان و هماهنگ عمل کردن می‌سنجد و یکپارچگی و انسجام واحدهای درونی سازمان را به‌عنوان یک شاخص مطرح می‌سازد.

انسجام تلاش گروهی برای تحقق مطلوبیت‌های سازمانی و پیگیری متعهدانه آن‌ها به حساب می‌آید (Carvalho, 2011) و بیانگر نوعی احساس نیرومند تعلق به سازمان است (Kaiser, 2010). انسجام سازمانی منجر به افزایش بهره‌وری و تحقق مطلوبیت‌های سازمان و در نتیجه حیات سازمان خواهد شد (Heidemann, 2010). انسجام سازمانی یکپارچگی وحدت و پیوستگی افراد، گروه‌ها و واحدها در سازمان جهت پیوستن به همدیگر برای تحقق اهداف مشترک است. همچنین انسجام سازمانی را یکپارچگی در فعالیت‌ها و فرآیندهای تجاری سازمان جهت واکنشی مؤثر رقابتی و از طرفی هماهنگی سازمانی جهت ایجاد مزیت رقابتی تعریف می‌کنند (Kettunen, 2009).

هم‌آفرینی

هم‌آفرینی عبارت است از خلق ارزش متقابل و ادغام و یکپارچگی منابع بین سازمان‌ها و مصرف‌کنندگان که در سیستم‌های خدماتی رخ می‌دهد (Stubberup, 2010). هم‌آفرینی به معنای کمک به ساخته‌شدن ایده‌های بیشتر و بارور کردن آن‌هاست (Hill, 2014) و عبارت است از آفرینش جمعی و مشترک با استفاده از مهارت‌ها، خلاقیت‌ها، توانایی‌ها و دانش جمعی (Taherpour, 2016).

بورس و جانسون (۱۹۹۹) هم‌آفرینی را فرآیندی در نظر گرفته‌اند که در طی آن منابع و قابلیت‌های دو یا چند مشارکت‌کننده با یکدیگر مخلوط و ترکیب می‌شود، به صورتی که هر فرد به‌تنهایی قادر به دستیابی به چنین مواردی نبوده است؛ بنابراین راه رسیدن به چنین موفقیت جمعی تعامل، مشارکت، گفت‌وگو و درگیری نزدیک ذکر شده است (Kristensson et al, 2008). وری و بالانتین (۲۰۰۳) نیز در جریان هم‌آفرینی بر فرآیندهای یادگیری مشترک توجه دارد. یادگیری مشترک از طریق ارائه دانش‌ها، نظرات افراد مختلف حاصل می‌شود که به‌طور جمعی دانش جمعی را ارتقاء می‌دهد. فورستروم (۲۰۰۵) بر این باور است که هم‌آفرینی برگرفته از دو پدیده تعامل و وابستگی متقابل می‌باشد. وابستگی متقابل را می‌توان ناشی از منابع و سرمایه‌های منحصر به فرد هر فرد تلقی کرد که برای تکامل موضوعی نیاز است که از ایده‌های سایر افراد استفاده کرد.

برخی از محققان برای هم‌آفرینی سه جزء اصلی در نظر گرفته‌اند: ۱- منابع و فرآیندها برای فعالیت و درگیری در هم‌آفرینی ۲- همکاری و مشارکت ذی‌نفعان ۳- سازوکار یادگیری متقابل (Tanev, 2011). اساساً در فرآیند هم‌آفرینی باید زمینه‌های تبادل اطلاعات و منابع مشخص باشد. اگر همکاری و مشارکت ذی‌نفعان در این جهت و بر اساس دانش و مهارت‌های آن‌ها انجام گیرد به‌خودی‌خود قابلیت یادگیری دوجانبه بین افراد میسر می‌شود و تسهیلگر این فرآیند خواهد بود.

پراها‌لاد و رامسومی (۲۰۰۴) بر این باورند که هم‌آفرینی حاصل تعامل بین سازمان و ذی‌نفعان می‌باشد و این شکل تعامل از طریق چهار عنصر ایجاد می‌گردد. شفافیت، خطرسنجی، گفتگو و دسترسی. گفتمان، پروسه بنیادی ایجاد و ادراک مشترک از مضامین مختلف می‌باشد، به‌گونه‌ای که افراد به کمک یکدیگر لایه‌های پنهان مفاهیم را درک خواهند کرد. دسترسی می‌تواند دانش ضمنی را تبدیل به دانش صریح نمایند و زمینه اشاعه آن را برای دیگران فراهم می‌سازند و در نهایت می‌توانند با چنین عاملی در جهت یادگیری سازمانی گام بردارند. خطرسنجی اشاره به این مطلب دارد که طرفین درگیر باید از اشکال مختلف خطراتی که احتمال دارد فرآیندهای سازمانی

را تحت تأثیر قرار دهد، آگاهی کسب کنند و در پی رفع و تعدیل چنین خطراتی به مشارکت و همکاری نزدیک روی آورند. شفافیت به درک و صحت کامل پیام‌ها، روابط و اطلاعات سازمانی اشاره دارد.

محمدی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی نشان دادند که رابطه معنی‌داری بین سرمایه اجتماعی سازمانی پیوند بخش و هم‌آفرینی وجود دارد. سرمایه اجتماعی سازمانی پیوند مدار، با به وجود آمدن احساس اعتماد، مشارکت مشتریان با سازمان بیشتر شده و در نتیجه هم‌آفرینی افزایش می‌یابد. آن‌ها معتقدند که فعال بودن مشتری در سازمان باعث تسهیل هم‌آفرینی در سازمان می‌شود.

غنیمی و بهمنی (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر انسجام سازمانی بر سرمایه اجتماعی سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی پرستاران شهر ساوه پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که انسجام سازمانی بر سرمایه اجتماعی سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

ترک‌زاده و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی تأثیر پیامدهای مثبت سرمایه اجتماعی سازمانی بر انسجام سازمانی اداره آموزش و پرورش منطقه ۱۵ تهران پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که پیام‌های مثبت سرمایه اجتماعی سازمانی بر انسجام سازمانی تأثیرگذار می‌باشد.

آلن (۲۰۱۵) رابطه هم‌آفرینی و نوآوری اجتماعی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی را بررسی کرد و دریافت که سرمایه اجتماعی، نیروی محرک در نوآوری اجتماعی سازمانی است. هم‌آفرینی، یک فرآیند خلاق، با تغییر دینامیک، بسته به زمینه و روابط ایجاد ارزش است که وابسته به زمان، احترام و به‌ویژه اعتماد به خلاقیت افراد حرفه‌ای است، باقی می‌ماند. هم‌آفرینی امکانی فراهم می‌آورد که همکاران با کمک دیگران قادر به اشتراک‌گذاری اطلاعات هستند و سرمایه اجتماعی این ارتباط را تسهیل می‌سازد.

آلوز، فریرا و فرناندز (۲۰۱۶) در پژوهشی نشان دادند که سرمایه اجتماعی سازمانی به‌طور مثبت خودکارآمدی را افزایش می‌دهد که منجر به افزایش فعالیت‌های هم‌آفرینی مشتری می‌شود.

الینگر و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی نقش سرمایه اجتماعی سازمانی بر نگرش‌ها و هنجارهای کاری کارکنان خدماتی و نیز عملکرد شغلی آن‌ها را مورد ارزیابی قرار دادند. نتایج نشان داد که سرمایه‌گذاری سازمان بر سرمایه اجتماعی سازمانی می‌تواند منجر به تعهد بیشتر کارکنان فعال در بخش خدمات و نیز بهبود عملکرد آن‌ها شود.

یون و لی (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «آیا سرمایه اجتماعی مشتریان مستقیماً نقشی در هم‌آفرینی برای شرکت‌های کره جنوبی دارد یا غیرمستقیم از طریق هویت اجتماعی و اصالت سازمانی نقش دارد؟» نشان دادند که برای مفهوم‌سازی رفتار هم‌آفرینی از خود‌نظارتی و اعتماد سازمانی استفاده می‌شود و هویت اجتماعی و اصالت سازمانی ادراک‌شده رابطه بین سرمایه اجتماعی و هم‌آفرینی را میانجی‌گری می‌کنند.

جو و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی به این نتایج دست‌یافتند که همکاری همبستگی مثبتی با سطح بالاتری از فرهنگ یادگیری، بازخورد توسعه‌ای و انسجام گروه داشت. با توجه به این نتایج، سازمان‌هایی که به دنبال

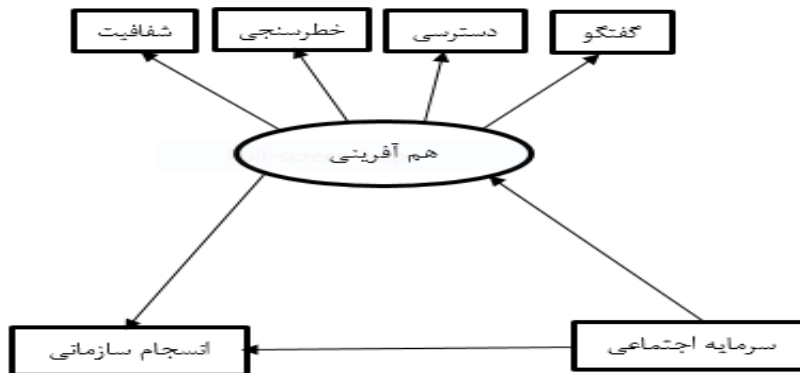
افزایش همکاری هستند به یک استراتژی انسجام با عناصر مدیریت فرهنگ، آموزش مؤثر و توسعه گروه نیاز دارند.

الگوی مفهومی پژوهش

پس از مرور ادبیات و پیشینه‌های مختلف از منابع متعدد، مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ به تصویر کشیده شده است.

از آنجا که انسجام به کیفیت مشارکت میان افراد و واحدها به منظور تحقق اهداف اشاره دارد؛ لذا می‌تواند منجر به بهبود تلاش‌ها و همکاری‌های اعضای هیات علمی در دانشگاه‌ها گردد و از آنجا که یکی از پیامدهای آن رشد انگیزه در جهت بروز رفتارهای نوآورانه (مرزوقی و حیدری، ۱۳۹۵) است، لذا تحقق آن در دانشگاه‌ها و در بین اعضای هیات علمی ضروری است؛ چراکه دانشگاه‌ها بنا بر ماهیت، نوع نقش و وظایف خود با چالش‌ها و پیچیدگی‌های محیطی روبرو هستند که پاسخگویی سریع و خلاقانه را می‌طلبد.

بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهشی، سرمایه اجتماعی با ترغیب افراد و گروه‌ها به همکاری در روابط اجتماعی، به شکل‌گیری اعتماد و فعالیت‌های گروهی می‌انجامد و منجر به ایجاد کانال‌های ارتباطی مختلف و ارتباطات بین فردی می‌شود. هر قدر روابط اجتماعی بین افراد از کیفیت، کمیت و استحکام بیشتری برخوردار باشد به طوری که افراد بتوانند هماهنگ‌تر عمل کنند در نتیجه دستیابی به هم‌آفرینی در سازمان آسان‌تر و کم‌هزینه‌تر خواهد بود. بنابراین در پژوهش حاضر به بررسی این موضوع که سرمایه اجتماعی سازمانی پیش‌بینی کننده هم‌آفرینی اعضای هیات علمی دانشگاه بیرجند است، پرداخته شده است (فرضیه اول). هم‌آفرینی شامل توانایی سازمان برای رشد و بهبود مدام خود با توجه به تغییرات و توانایی انجام مؤثر وظایف می‌باشد. افراد در سازمان‌های هم‌آفرین کارکنان متعهد و وظیفه‌شناس، با روحیه بالا و عملکرد بالا هستند. سازمان هم‌آفرین جایی است که افراد می‌خواهند در آنجا بمانند و کار کنند و به آن افتخار نموده و متناسب با تغییرات محیطی اقدام مناسب را عمل می‌آورند؛ بنابراین یکی از مهم‌ترین تأثیرات هم‌آفرینی، نقش آن در ایجاد انسجام و یکپارچگی در سازمان است. لذا این موضوع که هم‌آفرینی پیش‌بینی کننده انسجام سازمانی اعضای هیات علمی دانشگاه بیرجند است، بررسی می‌شود (فرضیه دوم). سرمایه اجتماعی کمک می‌کند تا سازمان‌ها در رویکردی منسجم و یکپارچه، یک چارچوب مشترک و هماهنگ را ایجاد نماید. بنابراین در پژوهش حاضر به بررسی این موضوع که سرمایه اجتماعی پیش‌بینی کننده انسجام سازمانی اعضای هیات علمی دانشگاه بیرجند است، پرداخته می‌شود (فرضیه سوم). با توجه به جایگاه سرمایه اجتماعی سازمانی در انسجام سازمانی و نقش هم‌آفرینی در رابطه بین این دو، پژوهش حاضر رابطه سرمایه اجتماعی سازمانی و انسجام سازمانی را با نقش میانجی هم‌آفرینی بررسی می‌کند (فرضیه چهارم). الگوی مفهومی پژوهش در قالب شکل (۱) ترسیم شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی

روش پژوهش حاضر از نظر نحوه گردآوری اطلاعات از نوع توصیفی - پیمایشی و از لحاظ نوع، کاربردی بود. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه اعضای هیات علمی دانشگاه بیرجند بودند که تعداد آن‌ها ۳۴۱ نفر بود. جامعه مورد پژوهش پنج گروه علوم انسانی، علوم پایه، فنی - مهندسی، کشاورزی و هنر را شامل می‌شد. با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی هر کدام از گروه‌ها به‌عنوان طبقاتی مجزا در نظر گرفته شدند و درصد اعضای هیات علمی هر گروه نسبت به کل اعضای هیات علمی دانشگاه بیرجند محاسبه گردید. در مرحله نهایی پرسشنامه‌ها بین نسبتی از اعضای هیات علمی هر گروه که نسبت به کل اعضای هیات علمی برآورد شده بود، به‌صورت تصادفی ساده توزیع گردید. با توجه به حجم جامعه آماری در پژوهش حاضر (۳۴۱ نفر)، نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۱۸۶ نفر برآورد گردید.

برای اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش از سه پرسشنامه استفاده شد:

۱- پرسشنامه هم‌آفرینی: پرسشنامه هم‌آفرینی توسط طاهر پور (۱۴۰۰) تدوین شده است. این پرسشنامه در قالب ۳۱ سؤال برای سنجش ۴ مؤلفه گفتگو، دسترسی، خطرسنجی و شفافیت و در طیف ۵ درجه‌ای لیکرت از هرگز تا همیشه، تنظیم گردیده است. روایی این پرسشنامه در پژوهش طاهر پور و همکاران (۱۴۰۰) با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی بررسی و بارهای عاملی برای مؤلفه‌های گفتگو، دسترسی، خطرسنجی و شفافیت به ترتیب برابر با ۰/۷۱، ۰/۹۸، ۰/۹۲ و ۰/۸۸ برآورد گردیده است و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ مورد محاسبه قرار گرفته و میزان پایایی آن ۰/۹۵ گزارش شده است. در پژوهش حاضر ضریب پایایی پرسشنامه هم‌آفرینی ۰/۹۷ برآورد گردید که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار بوده و حاکی از پایایی بالای ابزار اندازه‌گیری است.

۲- پرسشنامه انسجام سازمانی: پرسشنامه انسجام سازمانی کاپتین (۲۰۰۵) دارای ۱۴ سؤال است و انسجام و یکپارچگی سازمان را، در طیف ۵ درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم، مورد سنجش قرار می‌دهد. روایی این پرسشنامه در پژوهش کاپتین (۲۰۰۵) با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی مطلوب گزارش شد و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ مورد محاسبه قرار گرفته و میزان آن ۰/۹۰ گزارش شده است. صالحی و

همکاران (۱۴۰۰) پایایی آنرا ۰/۸۰ برآورد کردند. در پژوهش حاضر ضریب پایایی پرسشنامه انسجام سازمانی ۰/۹۳ برآورد گردید که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار بوده و حاکی از پایایی بالای ابزار اندازه‌گیری است.

۳- پرسشنامه سرمایه اجتماعی سازمانی: پرسشنامه سرمایه اجتماعی توسط فاندیو و همکاران (۲۰۱۵) طراحی و اعتبار یابی شده است و در ۱۶ گویه و طیف ۵ درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم، تنظیم شده است. فاندیو و همکاران (۲۰۱۵) روایی پرسشنامه را از طریق تحلیل عاملی تأییدی و اکتشافی مورد تأیید قراردادند و برای پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده کردند و پایایی پرسشنامه را ۰/۸۴ گزارش کرد. از آنجا که این پرسشنامه برای نخستین بار ترجمه شده و مورد استفاده قرار گرفته است، با همکاری اساتید گروه زبان انگلیسی دانشگاه بیرجند ترجمه و روایی صوری آن توسط اساتید گروه علوم تربیتی و جامعه‌شناسی بررسی و بعد از انجام اصلاحات محدود مورد تأیید قرار گرفت. سپس با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، روایی سازه پرسشنامه بررسی گردید و الگوی تحلیل عاملی آن از برازش قابل قبول برخوردار بود. ضریب پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه و ۰/۹۳ برآورد گردید که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار بوده و حاکی از پایایی بالای ابزار اندازه‌گیری است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش آمار توصیفی و آمار استنباطی و با استفاده از نسخه ۲۳ نرم‌افزار spss و amos انجام شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

بر اساس اطلاعات کسب شده از پرسشنامه، فراوانی پاسخگویان مرد ۸۷/۱ درصد و ۱۲/۹ درصد زن بود. در فراوانی آزمودنی برحسب سن، ۳۵/۵ درصد اعضای نمونه در بازه ۳۱ تا ۴۰ سال بودند که بیشترین مشارکت را نشان داد و کمترین میزان مشارکت برای مشارکت‌کنندگان پژوهش شامل گروه سنی ۶۱ تا ۷۰ سال بودند که ۳/۸ درصد اعضای نمونه را تشکیل داد. در فراوانی آزمودنی برحسب رشته تحصیلی، ۳۰/۶ درصد نمونه را رشته علوم انسانی تشکیل داد و رشته هنر نیز با مشارکت ۳/۲ درصد کمترین میزان مشارکت را نشان داد. در فراوانی آزمودنی‌ها برحسب سابقه خدمت، ۳۲/۱ درصد اعضای نمونه دارای سابقه خدمت ۶ تا ۱۰ سال بودند که بیشترین مشارکت را داشتند و کمترین میزان مشارکت مربوط سابقه خدمت ۱ تا ۵ سال به میزان ۱۲/۴ درصد بودند. در فراوانی آزمودنی‌ها برحسب رتبه علمی، ۵۳/۲ درصد نمونه در مرتبه استادیار و ۵/۴ در مرتبه‌ی مربی بودند.

برای بررسی نرمال بودن چند متغیره و وجود داده‌های پرت و داده‌های تأثیرگذار، در نرم‌افزار AMOS از آزمون مردیا استفاده شد. اگر قدر مطلق نسبت‌های بحرانی که از تقسیم مقدار کجی و کشیدگی بر خطای معیار آن‌ها حاصل شده است، بزرگ‌تر از ۲/۵۸ باشد، توزیع متغیرها تفاوت معنی‌داری با توزیع نرمال دارد. در جدول (۱) نتیجه آزمون نرمال بودن متغیرها نشان داده شده است.

جدول ۱: شاخص‌های آمار توصیفی برای بررسی نرمال بودن داده‌ها

متغیر	جولگی	مقدار بحرانی	کشیدگی بحرانی	مقدار	حداقل	حداکثر
هم‌آفرینی	-۰/۸۳	-۱/۹۱۴	۰/۸۶	۱/۸۳۸	۱	۴/۸۷

۴/۹۴	۱/۱۹	۰/۴۲۵	۰/۲۸	-۱/۷۶۱	-۰/۷۲	سرمایه اجتماعی
۴/۵۰	۱	۲/۴۸۸	۱/۴۱	-۲/۳۱۶	-۰/۹۵	انسجام سازمانی

با توجه به نرمال بودن متغیرهای پژوهش، از همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین متغیرهای سرمایه اجتماعی سازمانی، هم‌آفرینی و انسجام سازمانی استفاده شد. در جدول (۲) ماتریس همبستگی متغیرها نشان داده شده است.

جدول ۲: ماتریس همبستگی پیرسون

هم‌آفرینی	سرمایه اجتماعی سازمانی	انسجام سازمانی
۱		
۰/۶۹	۱	
۰/۷۰	۰/۶۲	۱

با توجه به کمتر بودن سطح معنی‌داری همه آزمون‌ها از ۰/۰۵ می‌توان گفت که همه متغیرهای پژوهش رابطه مثبت و معنی‌داری با یکدیگر داشته است. نقش پیش‌بینی کننده سرمایه اجتماعی در هم‌آفرینی به کمک تحلیل رگرسیون خطی ساده بررسی شد. نتایج در جدول (۳) ارائه شده است.

جدول ۳: تحلیل آنالیز واریانس رگرسیون خطی ساده هم‌آفرینی بر سرمایه اجتماعی

مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی‌داری
۴۲/۲۵	۱	۴۲/۲۵	۱۷۱/۰۷	۰/۰۰۰۱
۴۵/۴۴	۱۸۴	۰/۲۴		
۸۷/۷۰	۱۸۵			

نتایج تحلیل واریانس در جدول فوق نشان می‌دهد که رابطه‌ای معنی‌دار بین هم‌آفرینی با سرمایه اجتماعی وجود دارد (با توجه به کمتر بودن سطح معنی‌داری آزمون از ۰/۰۵).

جدول ۴: ضرایب معنی‌دار رگرسیون خطی ساده متغیر سرمایه اجتماعی بر هم‌آفرینی

ضرایب غیراستاندارد	ضرایب استاندارد بتا	آماره t	سطح معنی‌داری
B	خطای برآورد		
۱/۰۱	۰/۱۸	۵/۴۴	۰/۰۰۰۱
۰/۷۰	۰/۰۵	۱۳/۰۸	۰/۰۰۰۱

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده می‌توان رابطه خطی زیر را بر اساس عوامل معنی‌دار در پیش‌بینی هم‌آفرینی بیان کرد:

$$\text{سرمایه اجتماعی} \times ۰/۷۰ + ۱/۰۱ = \text{هم‌آفرینی}$$

رابطه فوق به این معنی است که اگر میزان سرمایه اجتماعی به اندازه یک واحد افزایش یا کاهش داشته باشد، هم‌آفرینی به‌طور متوسط به اندازه ۰/۷۰ واحد افزایش یا کاهش خواهد داشت.

در جدول زیر برخی از شاخص‌های نیکویی برازش مدل پیش‌بینی هم‌آفرینی از طریق سرمایه اجتماعی سازمانی ارائه شده است.

جدول ۵: شاخص‌های نیکویی برازش رگرسیون سرمایه اجتماعی بر هم‌آفرینی

همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تصحیح‌شده	خطای استاندارد برآورد
۰/۶۹	۰/۴۸	۰/۴۷	۰/۴۹

بر اساس نتایج بیان‌شده، بین هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی همبستگی به میزان ۰/۶۹ وجود دارد. همچنین ضریب تعیین تصحیح‌شده مدل رگرسیون برابر ۰/۴۷ است و به این معنی است که حدود ۴۷ درصد تغییرات هم‌آفرینی به‌وسیله سرمایه اجتماعی تبیین می‌شود.

علاوه بر این لازم بود که نقش پیش‌بینی کننده هم‌آفرینی در انسجام سازمانی بررسی گردد. این داده‌ها در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶: ضرایب معنی‌دار رگرسیون خطی ساده متغیر هم‌آفرینی بر انسجام سازمانی

مقدار ثابت	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد بتا	آماره t	سطح معنی‌داری
	B	خطای برآورد			
۱/۰۸	۰/۱۶	۰/۱۶	۰/۴۹	۶/۴۹	۰/۰۰۰۱
۰/۶۴	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۷۰	۱۳/۳۵	۰/۰۰۰۱

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده می‌توان رابطه خطی زیر را بر اساس عوامل معنی‌دار در پیش‌بینی انسجام سازمانی بیان کرد:

$$\text{هم‌آفرینی} = ۱/۰۸ + ۰/۶۴ \times \text{انسجام سازمانی}$$

رابطه فوق به این معنی است که اگر میزان هم‌آفرینی به‌اندازه یک واحد افزایش یا کاهش داشته باشد، انسجام سازمانی به‌طور متوسط به‌اندازه ۰/۶۴ واحد افزایش یا کاهش خواهد داشت.

جدول ۷: شاخص‌های نیکویی برازش رگرسیون هم‌آفرینی بر انسجام سازمانی

همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تصحیح‌شده	خطای استاندارد برآورد
۰/۷۰	۰/۴۹	۰/۴۸	۰/۴۵

بر اساس نتایج بیان شده، بین انسجام سازمانی و هم‌آفرینی همبستگی به میزان ۰/۷۰ وجود دارد. همچنین ضریب تعیین تصحیح‌شده مدل رگرسیون برابر ۰/۴۸ است و به این معنی است که حدود ۴۸ درصد تغییرات انسجام سازمانی به‌وسیله هم‌آفرینی تبیین می‌شود. علاوه بر این‌ها خطای استاندارد برآورد شاخصی نسبی است.

جدول ۸: ضرایب مسیر هم‌آفرینی بر انسجام سازمانی

مسیر	ضریب استاندارد مسیر	آماره t	سطح معنی‌داری
انسجام سازمانی	هم‌آفرینی	۸/۶۰	۰/۰۰۰۱

با توجه به جدول (۸) اثر هم‌آفرینی بر انسجام سازمانی، ۰/۷۴ محاسبه شده که مقدار T بزرگ‌تر از ۱/۶۹ محاسبه شده است. چون سطح معنی‌داری از ۰/۰۵ کمتر شده است لذا می‌توان گفت هم‌آفرینی به‌طور معنی‌داری انسجام سازمانی را با ضریب استاندارد ۰/۷۴ تبیین می‌کند. بر این اساس می‌توان گفت فرضیه ۲ مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول ۹: ضرایب مسیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر انسجام سازمانی

مسیر	ضریب استاندارد مسیر	اماره t	سطح معنی داری
انسجام سازمانی	سرمایه اجتماعی	۰/۵۷	۸/۹۸

با توجه به جدول (۹) اثر سرمایه اجتماعی سازمانی بر انسجام سازمانی، ۰/۵۷ محاسبه شده که مقدار t بزرگتر از ۱/۹۶ محاسبه شده است بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی دار رد می شود و با توجه به وجود علامت مثبت و معنی دار بودن ضریب می توان گفت ارتباط مستقیم و معنی داری از سرمایه اجتماعی بر انسجام سازمانی وجود دارد و بر این اساس فرضیه ۳ مورد تأیید قرار می گیرد.

برای بررسی نقش میانجی هم آفرینی در رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و انسجام سازمانی، اثرات مستقیم و غیرمستقیم بررسی و مقایسه شدند. اثر سرمایه اجتماعی سازمانی بر هم آفرینی ۰/۷۳ محاسبه شده که مقدار t بزرگتر از ۱/۹۶ محاسبه شده است بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی دار رد می شود.

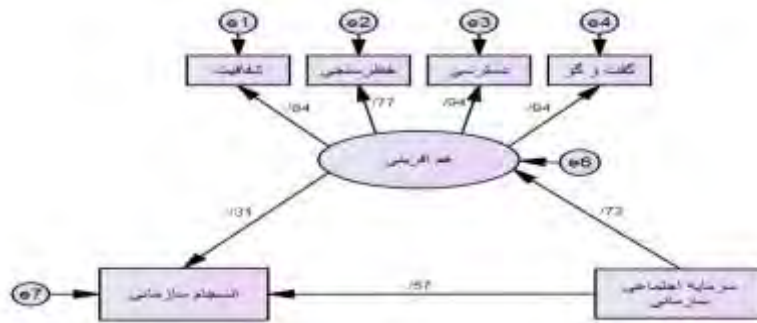
اثر سرمایه اجتماعی بر انسجام سازمانی ۰/۵۷ محاسبه شده که مقدار t بزرگتر از ۱/۹۶ محاسبه شده است بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی دار رد می شود. در نتیجه سرمایه اجتماعی بر انسجام سازمانی با توجه به نقش میانجی هم آفرینی اثر غیرمستقیم معنی دار دارد و مقدار ضریب استاندارد با توجه به جدول (۷) برابر با ۰/۱۸ است.

جدول ۱۰: اثرات مستقیم و غیرمستقیم سرمایه اجتماعی بر انسجام سازمانی

ضریب	ضریب استاندارد	
۰/۵۹	۰/۵۷	اثر مستقیم
۰/۱۹	۰/۱۸	اثر غیرمستقیم

با توجه به آزمون بوت استرپ یا خودگردان سازی که برای این مدل استفاده شده است نیز می توان استنباط نمود که اثر غیرمستقیم سرمایه اجتماعی بر انسجام سازمانی با میانجی گری متغیر هم آفرینی نیز برابر با ۰/۱۹ می باشد و مقدار استاندارد آن برابر با ۰/۱۸ است و این اثر معنادار می باشد. با توجه به این که دو مسیر اثر سرمایه اجتماعی سازمانی بر انسجام سازمانی و اثر انسجام بر هم آفرینی معنادار هستند. با توجه به موارد ذکر شده در بالا می توان بیان کرد که مدل از میانجی گری جزئی برخوردار است.

مدل پژوهش مبنی بر رابطه سرمایه اجتماعی سازمانی بر انسجام سازمانی با میانجی گری هم آفرینی از دیدگاه اعضای هیات علمی دانشگاه بیرجند نیز از برزش لازم برخوردار بود. (شکل ۲)



شکل ۲: مدل ساختاری پژوهش

شاخص‌های برازش مربوط به مدل که در شکل (۲) نشان داده شده است، در جدول (۱۱) نشان داده شده است. شاخص نسبت کای دو اختلاف میان مدل و داده‌ها را نشان می‌دهد؛ بنابراین هر چه میزان آن کمتر باشد، نشان‌دهنده اختلاف کمتر میان ماتریس و واریانس-کوواریانس نمونه و ماتریس واریانس کوواریانس حاصل از مدل است. برای اینکه این شاخص متأثر از تعداد نمونه است، از تقسیم این شاخص بر درجه آزادی استفاده می‌شود. شاخص میانگین مجذور خطاهای مدل (RMSEA) از شاخص‌های مهم در برازش مدل است. این شاخص بر اساس خطاهای مدل ساخته می‌شود و هر چه کمتر باشد بهتر است. شاخص نیکویی برازش (GFI) نشان‌دهنده میزانی از مقادیر نسبی واریانس‌ها و کوواریانس‌ها است که توسط مدل تعیین می‌شود و هر چه بیشتر باشد بهتر است. شاخص (AGFI) همان نیکویی برازش است که با در نظر گرفتن درجه آزادی تعدیل گردیده است.

جدول ۱۱: شاخص‌های نیکویی برازش در مدل ساختاری تحقیق

شاخص‌های برازش	CMIN/df	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	PNFI	RMSEA
مقادیر به‌دست‌آمده	۴/۷۸	۰/۹۳	۰/۸۳	۰/۹۶	۰/۹۴	۰/۹۷	۰/۵۱	۰/۰۹

مقایسه مقدار شاخص‌ها با حد قابل قبول، نشان‌دهنده برازش مدل در نظر گرفته شده برای متغیرهای پژوهش است.

همان‌طور که در شکل (۲) مشاهده می‌شود میزان تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر انجام سازمانی برابر ۰/۵۷، میزان تأثیر انجام سازمانی بر هم‌آفرینی ۰/۳۱ و میزان تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر هم‌آفرینی برابر ۰/۷۳ به‌دست آمده است. در نتایج تحلیل اگر مقادیر T به‌دست‌آمده در خروجی تحلیل بزرگ‌تر از ۱/۹۶ یا کوچک‌تر از ۱/۹۶- باشد، ضریب مسیر معنادار است در غیر این صورت ضریب مسیر از نظر آماری معنادار نیست. با توجه به میزان اثر متغیرها بر یکدیگر و با در نظر گرفتن ضرایب معناداری این روابط می‌توان فرضیه‌ها را رد یا تأیید کرد.

جدول (۱۲) نشان‌دهنده اثر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی سازمانی بر انجام سازمانی و اثر مثبت و معنادار انجام سازمانی بر هم‌آفرینی و همچنین اثر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی سازمانی بر هم‌آفرینی است.

جدول ۱۲: نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	اماره t	ضریب مسیر	سطح معناداری
سرمایه اجتماعی سازمانی و هم‌آفرینی	۱۱/۵۸	۰/۷۳	۰/۰۰۰۱
انسجام سازمانی و هم‌آفرینی	۴/۶۱	۰/۳۱	۰/۰۰۰۱
سرمایه اجتماعی سازمانی و انسجام سازمانی	۸/۹۸	۰/۵۷	۰/۰۰۰۱
هم‌آفرینی در رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و انسجام سازمانی میانجی است.		۰/۴۱	۰/۰۰۰۱

نقش سرمایه اجتماعی
سازمانی ...

۱۱۸ | صفحه

از سوی دیگر نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی سازمانی علاوه بر تأثیر مستقیم، به‌طور غیرمستقیم و از طریق هم‌آفرینی بر انسجام سازمانی تأثیر می‌گذارد که این تأثیر معادل ۰/۴۱ و کمتر از ضریب مستقیم (۰/۵۷) آن است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت متغیر هم‌آفرینی اثر میانجی جزئی بر رابطه سرمایه اجتماعی سازمانی و انسجام سازمانی می‌گذارد. بدین ترتیب، فرضیه چهارم پژوهش نیز تأیید می‌شود.

نتیجه‌گیری

از آنجا که تعلیم و تربیت زمینه مشارکت افراد در جامعه را فراهم می‌سازد (McCann, 2021) و از طرفی به دلیل اینکه آموزش ماهیتاً یک فرایند اجتماعی و شناختی است که متکی به روابط مؤثر بین استادان و دانشجویان است، نیازمند عنصری تحت عنوان سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی عامل مهم در تعیین کیفیت یادگیری، نقش استاد در مدیریت فعالیتهای یادگیری و تعیین سطح مشارکت و جوی است که منجر به یادگیری می‌شود (Syaharuddin et al., 2021) و نتیجه قطعی آن، تسهیل کنش اجتماعی (Campante, 2021) و در نتیجه هم‌آفرینی خواهد بود. زیرا که سرمایه اجتماعی سازمانی اولاً بخشی از ساختار اجتماعی است و ثانياً اقدامات افراد را در ساختار اجتماعی تسهیل می‌کند (Zhang, 2022) و همچنین مبتنی بر مراودات اجتماعی، اعتماد و هنجارهای اجتماعی مشترک است که منجر به هم‌آفرینی می‌شود (Ievdokymov et al., 2020). همچنین مراودات مبتنی بر اعتماد مشترک باعث انگیزه همکاری گروهی بیشتر (Liu & Meyer, 2020) و در نتیجه افزایش انسجام سازمانی می‌شود.

در پژوهش حاضر تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر انسجام سازمانی با نقش میانجی هم‌آفرینی اعضا هیات علمی دانشگاه بیرجند بررسی شد. نتایج پژوهش نشان داد سرمایه اجتماعی سازمانی بر انسجام سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. با توجه به نتایج به‌دست آمده، افزایش تعاملات و پیوندهای شبکه‌ای، اعتماد، هویت مشترک و انتظارات متقابل، امکانات و قدرت زیادی را برای کارکنان در سازمان فراهم می‌نماید. این مقدار از تعاملات و اطمینان به توانایی‌های کارکنان زمینه تبادل اطلاعات و تجربیات را فراهم می‌آورد و خلق دانش در بین کارکنان سازمان را به همراه دارد. این شرایط نوعی رقابت دوستانه را نیز به همراه خواهد داشت که می‌تواند کلید انسجام سازمانی باشد. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های ترک‌زاده (۱۳۹۴) و شمسایی (۱۳۹۸) همخوانی دارد.

بر اساس نتایج پژوهش مشخص شد که بین سرمایه اجتماعی و هم‌آفرینی همبستگی به میزان $0/69$ وجود دارد. با توجه به این نتیجه، می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی اعضای هیات‌علمی پیش‌بینی کننده هم‌آفرینی آن‌ها است و با افزایش سرمایه اجتماعی بر هم‌آفرینی افزوده خواهد شد. این نتیجه با یافته‌های سادیا و همکاران (۲۰۱۸)، یوگن (۲۰۱۸)، کیم و همکاران (۲۰۱۶)، یون و لی (۲۰۱۹) و یانگ و لی (۲۰۱۶) همخوانی دارد. با توجه به نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد احساس اعتماد در بین افراد، می‌توان گفت که با به وجود آمدن احساس اعتماد بین اعضای هیات‌علمی مشارکت بین آن‌ها در دانشگاه بیشتر شده، در نتیجه هم‌آفرینی افزایش می‌یابد. سرمایه اجتماعی نوعی هماهنگی و همکاری را باعث می‌شود که نتیجه آن افزایش هم‌آفرینی در بین افراد است. یک سازمان با انجام فعالیت‌های مختلف می‌تواند سرمایه اجتماعی را در افراد به وجود آورد، پس سرمایه اجتماعی تمایل افراد به مشارکت با یکدیگر را نشان می‌دهد. فعال بودن افراد در ارتباط با سازمان نقش افراد را در هم‌آفرینی تسهیل می‌کند که نتیجه پیوند اجتماعی میان افراد بوده است و به‌نوبه خود منجر به تسهیل هم‌آفرینی می‌شود. سرمایه اجتماعی با ارائه ابزارهای مناسب برای ارتباط بین همکاران و عضویت آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی و انجمن‌های مختلف، مهارت لازم برای مشارکت و همکاری را در آن‌ها ایجاد می‌کند و جریان انتشارات اطلاعات و دسترسی سریع به آن‌ها را تسهیل می‌کند. نتایج فرضیه با پژوهش مقتدایی و جمشیدیان (۱۳۹۹) همسو می‌باشد زیرا معتقدند که هم‌آفرینی با ایجاد زمینه گفتگو، تسهیل جریان انتشارات، دسترسی سریع، استفاده از استراتژی‌ها و تدابیر مناسب برای ایجاد شفافیت و انعطاف‌پذیری بین همکاران موجب افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود. همچنین این نتایج با یافته‌های مان (۲۰۱۸) که نشان‌دهنده رابطه سرمایه اجتماعی و هم‌آفرینی است همسو می‌باشد. وی معتقد است که سرمایه اجتماعی به‌طور مثبت سطوح خود کارآمدی مشتری را افزایش می‌دهد که منجر به افزایش فعالیت‌های هم‌آفرینی مشتری می‌شود.

بر اساس نتایج فرضیه دیگر پژوهش مشخص شد که بین هم‌آفرینی و انسجام سازمانی همبستگی به میزان $0/70$ وجود دارد. با توجه به نتایج بیان شده، می‌توان گفت هم‌آفرینی پیش‌بینی کننده انسجام سازمانی اعضای هیات‌علمی دانشگاه است. این نتایج با یافته‌های پژوهش لیانگ و همکاران (۲۰۱۵) و جو و همکاران (۲۰۱۲) همسو می‌باشد. می‌توان هم‌آفرینی را یک رویکرد سیستماتیک و نظام‌مند در نظر گرفت که تلاش‌ها، توانمندی‌ها، مهارت‌ها و دانش‌ها را جهت دستیابی به مزیت‌های رقابتی خاص و ویژه ترکیب می‌کند (Stubberup, 2010)؛ که این ترکیب از طریق روابط نزدیک و صمیمی بین گروه‌ها، بخش‌ها و افراد حاصل می‌شود. بنابراین زمانی که جو اجتماعی مطلوبی بر سازمان حاکم باشد، افراد تجانس روحی بیشتری پیرامون تعامل و ارتباط بین فردی از خود نشان می‌دهند (Yi & Gong, 2013) که در نهایت باعث می‌شود که انسجام سازمانی تحقق یابد. از دیدگاه اعضای سازمان، انسجام احساس نیرومندی تعلق به سازمان است که می‌تواند منجر به تحقق اهداف و مقاصد فردی و سازمانی شود. هم‌آفرینی یکی از مؤلفه‌های اصلی و زیربنایی خلق ارزش در سازمان محسوب می‌شود و کمک می‌کند تا سازمان‌ها در رویکردی منسجم و یکپارچه، یک چارچوب مشترک و هماهنگ را بر مبنای مجموعه مشتری از اهداف سازمان ایجاد نماید.

در نهایت بر اساس نتایج پژوهش، هم‌آفرینی نقش میانجی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و انسجام سازمانی ایفا می‌کند و مدل از برآزش لازم برخوردار است. نتایج حاکی از آن است که پس از حضور متغیر میانجی

هم‌آفرینی رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و انسجام سازمانی معنی‌دار است و ضریب مسیر مستقیم برابر ۰/۵۷ بوده است. مقدار شدت میانجی‌گری هم‌آفرینی برابر ۰/۴۱ شده است و این بدان معنی است که حدود ۴۱ درصد اثر کل متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر انسجام سازمانی به‌طور غیرمستقیم از طریق هم‌آفرینی تبیین می‌شود. به عبارت دیگر میانجی‌گری هم‌آفرینی باعث افزایش انسجام سازمانی می‌شود.

در سازمانی که سرمایه اجتماعی وجود دارد و همه افراد با هم، بر اساس مجموعه‌ای از هنجارها و ارزش‌های مشترک و همراه با اعتماد، همکاری می‌کنند، بهترین فرصت برای ابداع و پیشرفت وجود دارد و امکان توسعه طیف وسیعی از همکاری‌های سازمانی همچون هم‌آفرینی وجود دارد. بنابراین به مسئولان و دست‌اندرکاران دانشگاهی توصیه می‌شود بستر مناسب به منظور شکوفایی و توسعه سرمایه اجتماعی را ایجاد کنند تا در نهایت نیز زمینه ارتقای هم‌آفرینی و انسجام سازمانی را فراهم کنند. بدین منظور تمرکز استراتژیک بر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی که به‌طور مثبتی با سرمایه اجتماعی سازمان در ارتباط است می‌تواند موثر واقع گردد. ضمناً فرهنگ‌سازی به‌منظور ارتقای فعالیت‌های تیمی در سطوح مختلف دانشگاه و استفاده از سیستم‌های جبران خدماتی که به کارهای تیمی و گروهی به جای کارهای فردی پاداش دهد، می‌تواند در توسعه سرمایه اجتماعی سازمانی و همچنین بهبود هم‌آفرینی موثر واقع گردد. سرمایه‌گذاری دانشگاه‌ها برای توسعه سرمایه اجتماعی سازمانی از طریق آموزش ارتباطات اثربخش، بهبود فرایندهای ارتباطات و تعامل میان کارکنان و مدیران در داخل و خارج سازمان، ایجاد فرهنگ همکاری، اعتماد متقابل و کار تیمی، همگی موجب ارتقای میزان سرمایه اجتماعی در سازمان می‌شود و با تحقق هم‌آفرینی باعث انسجام هرچه بیشتری در دانشگاه‌ها می‌گردد.

فهرست منابع

1. Ahmadi, A. A. & Faizabadi H. (2013). Investigating the promotion of social capital on the improvement of organizational performance (case example: Tehran mayor's staff organizations). *Public Administration Quarterly*, 3(6): 54-35. [In Persian]
2. Akbari, P.; Baharestan, O. (2013). The analysis of the impact of information technology and social capital on entrepreneurial orientation in iran pharmaceutical industry (Case study: Alborz Drug Company). *International Journal of Management and Business*, 3(3), 215-232.
3. Banting, K., Richard, J., Will, K., & Stuart, S. (2011). Are diversity and solidarity incompatible?. *Inroads journal*, (28), 36-48.
4. Campante, F., Durante, R., & Tesei, A. (2021). Media and social capital. *Annual Review of Economics*, 14.
5. Chen, M.; Chang, Y. & Hung, S. (2008). Social capital and creativity in R&D project team, *R&D Management*, 38(1), 21-34
6. Coleman, J. (1988). 'Social capital in the creation of human capital', *American Journal of Sociology*, 94, S95-S120.
7. Danchev, A. (2006). Social capital and sustainable behavior of the firm, *Industrial Management & Data System*, 106(7), 953-965
8. Fandiño, A. M., Valente Antunes Marques, C. M., Rui Manuel Pereira de Menezes & Sónia Margarida Ricardo Bentes (2015). Organizational Social Capital Scale Based On 7. Nahapiet and Ghosal Model: Development and Validation. *Review of Contemporary Business Research*. Vol. 4, No. 2, pp. 25-38.

9. Forsström, B. (2005). Value co-creation in industrial buyer-seller partnerships-creating and exploiting interdependencies: an empirical case study. http://www.impgroup.org/uploads/dissertations/dissertation_19.
10. Fussel, H.; Harrison, J. & Kennan, W. (2006). The relationship between social capital, transaction costs, and organizational outcomes: a case study, *Corporate Communications: An International Journal*, 11(2), 148-161
11. Ghanimi, M. Z. & Bahmani, A. (2020). The fourth national research conference in accounting and management. Proceedings of the Fourth National Research Conference on Accounting and Management. Tehran, Iran. [In Persian]
12. Grootaert, C. (2003). Measuring social capital: an integrated questionnaire, *World Bank Working Paper*, 18, 1-53.
13. Harun, M. Z. M. B., & Mahmood, R. B. (2012). The Relationship between Group Cohesiveness and Performance: An Empirical Study of Cooperatives Movement in Malaysia. *International Journal of Cooperative Studies*, 1(1), 15–20. <https://doi.org/10.11634/216826311706110>
14. Heidemann, K.A. (2010). Giving Voice to Language: Basque Language Activism and The Politics of Education Reform in France, 1969-1994, Doctoral Dissertation, University of Pittsburgh.
15. Hill, linda A. (2014). Collective Geniues. in Harvard Business Review.
16. Ievdokymov, V., Lehenchuk, S., Zakharov, D., Andrusiv, U., Usatenko, O., & Kovalenko, L. (2020). Social capital measurement based on “The value explorer” method. *Management Science Letters*, 10(6), 1161-1168.
17. Kaiser, A. A. (2010). Bridging social capital formation in a faith-based organization. Doctoral dissertation, Wayne State University.
18. Kaptein, M. (2005), Scott Avelino, “Measuring corporate integrity: a survey-based approach”, *Corporeate Governance*, 5(1), pp. 45-54.
19. Keshavarz, M. (2013). *Predicting employees' job motivational potential through organizational cohesion: a study of Shiraz Municipal Civil Engineering Organization*. Master's thesis in educational management. Faculty of Educational Sciences and Psychology, Shiraz University, Shiraz, Iran.[In Persian]
20. Kettunen, P. (2009). Adopting Key Lessons from Agile Manufacturing to Agile software Product Development – A Comparative Study. *Technovation*, 29(6), 408-422.
21. Khairandish, M. & Jamshidi, H. (2016). The effect of social capital on organizational entrepreneurship through the mediation of career motivation. *Social capital management*. 3(1), 68-43. [In Persian]
22. Kristensson, P., Matthing, J., & Johansson, N. (2008). Key strategies for the successful involvement of customers in the co-creation of new technology-based services. *International journal of service industry management*, 19(4), 474-491.
23. Lenard, P.T. Straehleb, C. & Ypi, I. (2011) Global Solidarity: Contemporary Relation Theory, *Human Relations Management Theory*, 9:99-130.
24. Lesser, E. L. (2000). Knowledge and social capital: Foundations and applications”, *butterworth-heinemann*, Boston.
25. Liu, Y. & Meyer, K.E. (2020). Boundary spanners, HRM practices, and reverse knowledge transfer: the case of Chinese cross-border acquisitions. *J. World Bus.* 55 (2).
26. McCann, C., Prest Talbot, A. L., & Westaway, A. (2021). Social Capital for Social Change: Nine Tenths Mentoring Programme, a Solution for Education (In) Justice in South Africa?. *International Journal of Educational Leadership Preparation*, 16(1), 45-59.

27. Mohammadi Hezaveh, N. (2018). The mediating role of organizational cohesion in the relationship between meritocracy and environmental accountability. Master's Thesis in Educational Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Semnan University, Semnan, Iran. [In Persian]
28. Mohammadi, A., Mohammadi, F., & Soghada, E. (2020). Studying the effect of website quality and social capital on co-creation and innovation: regarding the role of knowledge sharing. *World Journal of Media*, 15(1): 155-177. [In Persian]
29. Moharrer, L. (2013). Investigating the relationship between managers' power sources, organizational climate and organizational cohesion in South Zagros Oil and Gas Exploitation Company. Master's thesis in educational management, Shiraz University, Iran. [In Persian]
30. Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage, *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266
31. Nekui Moghaddam, M., Behzadi Gudry F. & Keshavarz, H. (2012). Investigating the relationship between types of organizational cultures with the components of organizational success including flexibility, coherence, speed and innovation in selected government hospitals of Kerman province, 2010. *Publication: Hospital*. 11(1), 82-73. [In Persian]
32. Rezvani, M. & Taghrai, M. T. (2012). The role of organizational social capital in the trend towards organizational innovation in knowledge-based companies (case study: companies located in Science and Technology Park of Tehran University). *Change management research paper*, 3(6), 53-28. [In Persian]
33. Sapran, A.S. (2010). Exploiting cooperative movement strengths. *Pelancar*, 37, 10- 11.
34. Seyedjavadin, reza (2010). Management of organizational behavior, Tehran, publisher: negah danesh. . [In Persian].
35. Spence, L. J.; Schmidpeter, P. & Habisch, A. (2003). Assessing social capital: small and medium sized enterprises in Germany and the U.K., *Journal of Business Ethics*, 47(6), 17-29
36. Spence, L. J.; Schmidpeter, P. & Habisch, A. (2003). Assessing social capital: small and medium sized enterprises in Germany and the U.K., *Journal of Business Ethics*, 47(6), 17-29
37. Stubberup, P. (2010). Co-Creation in Danish Retail Banking. Master's Thesis Copenhagen Business School, Department of Marketing Cand. Merc. Strategic Market Creation.
38. Syaharuddin, S., Mutiani, M., Handy, M. R. N., Abbas, E. W., & Jumriani, J. (2022). Putting Transformative Learning in Higher Education Based on Linking Capital. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 16(1), 58-64.
39. Taherpour, F. & Asgari, A. (2018). Co-creation at the university. Third International Conference on Dynamic Management, Accounting and Auditing Tehran Iran: 1-11. [In Persian]
40. Taherpour, F. (2018). The relationship between social wear and co-creation with the mediating role of organizational self-esteem among faculty members of Iran's top universities. *Public Management Perspectives*, 9 (1): 109-128. [In Persian]
41. Taherpour, F. (2021). Design and validation of measurement of co-creation measurement in university. *Public Management Perspectives*, 12 (1). [In Persian]

42. Tanev, S., Bailetti, T., Allen, S., Milyakov, H., Durchev, P., & Ruskov, P. (2011). How do value co-creation activities relate to the perception of firms' innovativeness?. *Journal of Innovation Economics Management*, (1), 131-159.
43. Vilanova, E. P. & Josa, R. T. (2003). Social capital as managerial phenomenon, tampere, university of Technology.
44. Yi, Y., & Gong, T. (2013). Customer value co-creation behavior: Scale development and validation. *Journal of Business research*, 66(9), 1279-1284. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.02.026>
45. Zhang, X. & Ye, C. & Chen, R. Wang, Z. (2011). Multi-focused strategy in value co-creation with customers: Examining cumulative development pattern with new capabilities. *Production Economics*, 132, 122-130.
46. Zhang, W. (2022). Social capital, income and subjective well-being: evidence in rural China. *Heliyon*, e08705.

PAP

۱۴ (۴)

۱۲۳ | صفحه

