

ارائه مدل تأثیر فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان

شهریار خرازیان^۱
فریده اشرف گنجوی^۲
علی زارعی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۲/۲۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۲/۲۹

هدف از انجام تحقیق حاضر، تبیین مدل تأثیر فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان (۹۰۰ نفر) بود که به صورت هدفمند انتخاب شدند و بر اساس جدول مورگان، ۲۷۰ نفر از آن‌ها به صورت تصادفی ساده گزینش و موردآزمون قرار گرفتند. نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی از نوع همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری بود. ابزار تحقیق شامل «پرسشنامه محقق ساخته فرهنگ سازمانی» (دارای ۳۳ گویه) و «پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی» ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) (دارای ۲۸ گویه) بود. از مدل معادلات ساختاری جهت بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که فرهنگ سازمانی اثر مثبت معناداری بر ابعاد ساختاری، ارتباطی و شناختی سرمایه اجتماعی دارد. در نهایت می‌توان گفت اگر مدیران وزارت ورزش و جوانان نسبت به تقویت فرهنگ سازمانی اقدام نمایند، می‌توانند ضمن تقویت سرمایه اجتماعی در سازمان‌های خود، بستر مناسبی را در جهت ایجاد هم‌نواپی مشترک به وجود آورند که همین این عامل می‌تواند بر افزایش بهره‌وری و کارایی کارکنان تأثیر مثبت داشته باشد.

واژگان کلیدی: سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی، سرمایه شناختی، فرهنگ سازمانی و معادلات ساختاری

۱. دکترای مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Ganjouiea@gmail.com
۳. دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

فرهنگ^۱ به معنی انگیزه‌ها، ارزش‌ها، باورها، هویت‌ها و تفسیرها یا معانی وقایع مهمی است که در نتیجه تجربه معمول اعضای سازمان یا جامعه‌ای حاصل می‌شود. (هاوس و همکاران^۲، ۲۰۰۲) فرهنگ سازمانی^۳ به عنوان یکی از عوامل مهم پیشرفت یا شکست سازمان‌ها شناخته شده است؛ به گونه‌ای که انبوه مطالعات در دهه ۱۹۸۰ در حیطه فرهنگ سازمانی صورت گرفته است. (بنت و والدس^۴، ۲۰۰۶) فرهنگ سازمانی همانند فرهنگ ملی، عمده‌ترین وجه تمایز سازمان‌ها از یکدیگر را چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی تشکیل می‌دهد و موجبات انسجام و تعهد اعضا را نسبت به اهداف سازمان پدید می‌آورد. (امیری فرد و جهانی، ۱۳۹۲) هدف اصلی مطالعات فرهنگ سازمانی افزایش قدرت انطباق‌پذیری سازمانی، یادگیری و سازگار شدن با محیط رقابتی است تا هدف نهایی اثربخشی سازمانی حاصل شود. (فانگ^۵، ۲۰۰۹)

بنا به تعریف، فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از معانی، اعتقادات، باورها و ارزش‌های مشترک است که توسط یک گروه یا سازمان حفظ شده و بر اندیشه و رفتار اعضای گروه و سازمان اثر می‌گذارد. (کاظمی و ابراهیم خانی، ۱۳۹۴) در تعریف دیگر، فرهنگ سازمانی شامل عناصر متعددی است که از عناصر شناختی نهفته همچون مفروضات، ارزش‌ها و باورها تا عناصر آشکارتر همچون مصنوعات و الگوها، ارزش‌ها، عملیات و رفتارها را در بر می‌گیرد. (بالینگ^۶، ۲۰۱۲)

فرهنگ را روح سازمان تعریف می‌کنند. فرهنگ حاکم بر سازمان، شکل دهنده شخصیت سازمانی است. اگر فرهنگ منسجم و متناسب با اهداف سازمانی در سازمان حاکم باشد، کارایی و اثربخشی افزایش می‌یابد. فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از فرضیات اساسی است که افراد سازمان در رویه‌رو شدن با مسائل برای انطباق با محیط و دستیابی به وحدت و انسجام داخلی، ایجاد می‌کنند. فرهنگ سازمانی بر ارزش‌ها، عقاید، فرضیه‌ها، هنجارها و اهدافی که به طور وسیع در سازمان‌ها پذیرفته شده‌اند، دلالت می‌کند. فرهنگ سازمانی به افراد کمک می‌کند تا فعالیت‌های سازمان را دریابند. بنابراین هنجارهای رفتار برای آن‌ها مشخص می‌شود (بوگلسدیک و نوردرهان^۷، ۲۰۰۹).

فرهنگ سازمانی به عنوان مفهوم کلی است که اعتقادات، ایدئولوژی، سنت، هنجار، رسوم، دانش و فناوری را شامل می‌شود و عامل مهمی است که رفتار سازمان و اعضای آن را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد (فلیپ و ماکوین^۸، ۲۰۱۵). اثرگذاری فرهنگ سازمانی بر اعضای سازمان به حدی است که می‌توان با بررسی ابعاد آن، نسبت به چگونگی رفتار، احساسات، دیدگاه‌ها و نگرش اعضای سازمان پی برد و واکنش احتمالی آنان را در برابر تغییرات مورد نظر، ارزیابی، پیش‌بینی و هدایت کرد. به وسیله فرهنگ، به سادگی می‌توان انجام تغییرات

1. Culture
2. House et al.
3. Organizational Culture
4. Bennett & Valdes
5. Fang
6. Baling
7. Beugelsdijk & Noorderhaven
8. Philip & McKeown

را تسهیل کرد و جهت گیری های جدید را در سازمان پایدار نمود. (ساون پارک و هیون گیم^۱، ۲۰۰۹) از نظر سنگ^۲ (۲۰۱۰) فرهنگ های سازمانی، منش و شخصیت سازمان را نشان می دهند که این هم روابط کاری روزانه کارکنان را اداره می کند و هم آن ها را در زمینه چگونگی رفتار و مرآوده درون سازمان و تشکیل شدن سلسله مراتب هدایت می کند. تعدادی از پژوهشگران رفتار سازمانی، بیان نموده اند که ارزش های مشترک در سازمان برگرفته از فرهنگ سازمانی، بر ایجاد جوی برای تلاش بیشتر کارکنان بسیار مفید واقع شده و همچنین فرهنگ سازمانی دارای اثری مثبت بر کارآمدی بدون توجه به زمینه های کاری آن خواهد شد. (اگان و بارتلت^۳، ۲۰۱۶)

بر اساس مباحث مطرح شده و تعاریف می توان گفت که فرهنگ سازمانی هم بر رفتار کارکنان و هم بر ارزش هایی که یک سازمان را تشکیل می دهد، تأثیرگذار است. اگر یک فرهنگ سازمانی مؤثر و مفید در یک سازمان رشد پیدا کند، کارمندان و مدیران آن سازمان می توانند احساس بازدهی بیشتری کنند و در یک جو و فضای بهتری کار نمایند. (قاسمی ثانی و دوستی، ۱۳۹۳) فرهنگ سازمانی از طریق تعامل ها و واکنش های مکرر بین اعضای سازمان شکل می گیرد و بدون در نظر گرفتن آن سازمان وجود ندارد؛ به طوری که فرهنگ سازمانی یک ارتباط سازمانی است که می توان آن را یک زنجیره معانی خاموش که معانی خاص همه فعالیت های انسانی و فرایندهای سازمانی را ارائه می دهد، دانست. یکی از مهم ترین عوامل تشکیل فرهنگ سازمانی ناشی از تعاملات بین کارمندان و کیفیت ارتباطات سازمانی است. (گوگوسیوهان و گویتاآلکساندر^۴، ۲۰۱۴)

مبحث دیگری که در سازمان و در مورد ارتباط کارکنان و اعضای آن سازمان مورد بررسی قرار می گیرد، بحث سرمایه اجتماعی^۵ است. سرمایه اجتماعی به پیوندهای اجتماعی، هنجارها و اعتماد همراه با آن ها اشاره دارد. سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، سرمایه اجتماعی را در قالب «نهادهای، روابط و هنجارها، شبکه های همراه با هنجارها، ارزش ها و درک مشترکی که تعاون و همکاری در درون و میان گروه ها تسهیل می کنند» تعریف می کند. (نجارزاده و سلیمانی، ۱۳۹۱) سرمایه اجتماعی در سازمان باعث شکل گیری روابط کاری می شود که بر اساس آن همکاری و اقدامات تسهیل کننده در سازمان را افزایش می دهد. (دهقانی و همکاران، ۱۳۹۳) سرمایه اجتماعی، مجموعه ای از منابع و ذخایر ارزشمندی است که به صورت بالقوه در روابط اجتماعی گروه ها و در سازمان های اجتماعی وجود دارد. برخی از این ذخایر که گاه از آن ها به عنوان ارزش های اجتماعی نیز یاد می شود، عبارت اند از: صداقت، سلامت نفس، همدردی، اعتماد، وابستگی و فداکاری. سرمایه اجتماعی از طریق این منابع، کار افراد جامعه را آسان، سریع و کم هزینه و مطمئن می سازد و بدین وسیله آنان را در رسیدن به اهداف مشترک اجتماعی کمک می کند. (ذاکری و صفارزاده، ۱۳۸۹) سرمایه اجتماعی می تواند هزینه های تبادل و تعامل را در سازمان های مختلف کاهش دهد. امروزه تخصصی شدن حرفه های مختلف به گونه ای است که دیگر شیوه های دیوان سالارانه در سرپرستی کارکنان متخصص نمی تواند پاسخگوی نیازهای سازمان باشد. بنابراین می توان گفت سرمایه اجتماعی به عنوان یک اصل محوری برای دستیابی به

1. San Park & Hyun Kim
2. Tseng
3. Egan & Bartlett
4. Cucu- Ciuhan & Guită- Alexandru
5. Social Capital

توسعه محسوب می‌شود. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند. (خداداد کاشی و گودرزی، ۱۳۹۳)

ناهپیت و گوشال^۱ (۱۹۹۸) با رویکرد سازمانی سه بُعد را برای سرمایه اجتماعی درون سازمانی در نظر می‌گیرند: بُعد ساختاری^۲، بُعد رابطه‌ای^۳ و بُعد شناختی^۴. بُعد ساختاری به ویژگی‌های سیستم‌های اجتماعی و شبکه‌های روابط به‌عنوان یک کل مربوط می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، این بُعد به الگوی کلی ارتباطات بین اعضا در سازمان اشاره دارد؛ یعنی به چه کسی دسترسی دارید و چگونه به آن‌ها دسترسی دارید و آیا افراد در سازمان همدیگر را می‌شناسند. بُعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بر روابط خاصی که مردم دارند همچون احترام و دوستی که رفتارشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، تمرکز دارد. بُعد شناختی نیز عبارت است از: منابعی که فراهم کننده مظاهر، تفاسیر و سیستم معانی مشترک در میان اعضاست همچون کدها و زبان مشترک و حکایات (لازاروا و تیلور^۵، ۲۰۰۹).

نقش تعیین‌کننده سرمایه اجتماعی در توسعه اجتماعی و سازمانی نیازمند برنامه‌ریزی برای افزایش ذخیره این سرمایه است. مطالعات گوناگونی جهت شناسایی پیش‌بینی‌کننده‌های سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها انجام شده است. (اسکندرپور و همکاران، ۱۳۹۲) یکی از متغیرهایی که بر سرمایه اجتماعی تأثیرگذار است، فرهنگ سازمانی می‌باشد. فرهنگ سازمانی به‌عنوان یک کنترل‌کننده سرمایه اجتماعی جهت تقویت رفتارهای مشخص و ارزش‌های غالب عمل می‌کند. (هلمس و استرن^۶، ۲۰۱۰) به‌عبارت‌دیگر، رابطه علی و معلولی بین فرهنگ و سرمایه اجتماعی رابطه‌ای دوسویه است، ولی به نظر می‌رسد نقش تأثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی قابل‌تأمل‌تر باشد. (ناطق پور و فیروزآبادی، ۱۳۸۵) بر اساس تعاریف ارائه شده، اگرچه سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی رابطه نزدیکی با هم دارند، اما از یکدیگر متفاوت هستند. فرهنگ سازمانی، نرم‌افزاری است که به هر سازمان امکان می‌دهد که سرمایه اجتماعی ایجاد کند و آن را در حالتی به‌کاربرد که ارزش تولید نماید. (لاندمن^۷، ۲۰۰۴) روابط با ثبات بین اعضای جامعه یا سازمان بر اساس سرمایه اجتماعی، محصولات یک فرهنگ مشترک است. فرهنگ، تصویر ذهنی و نگرش اعضای یک اجتماع را پدید می‌آورد.

همان‌طور که از تعاریف بر می‌آید و گفته شد، فرهنگ سازمانی می‌تواند بر متغیرهای مختلف سازمانی از جمله سرمایه اجتماعی اثرگذار باشد. نتایج تحقیق کاظمی و ابراهیم‌خانی (۱۳۹۴) بر اساس مدل ساختاری نشان داد که فرهنگ تداومی، فرهنگ رسالتی، فرهنگ مشارکتی و فرهنگ سازگاری ارتباط مستقیمی با سرمایه اجتماعی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان شهر همدان داشت. همچنین، نتایج تحقیقات قاسمی و دوستی (۱۳۹۳) نشان داد که در مجموع بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی و نیز ابعاد آن (فرهنگ سازگاری، فرهنگ رسالتی، فرهنگ مشارکتی و فرهنگ تداوم) رابطه مثبتی معناداری وجود داشته و بر اساس نتایج رگرسیون

1. Nahapiet & Ghoshal
2. Structural capital
3. Relational Capital
4. Cognitive Capital
5. Lazarova & Taylor
6. Helms & Stern
7. Landman

چندگانه نیز مشخص شد که فرهنگ تداومی و فرهنگ رسالتی قابلیت پیش بینی سرمایه اجتماعی را دارند. پاک نیا و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق دیگری نتیجه گرفتند که خلاقیت فردی، سیستم پاداش، خطر پذیری، هدایت، کنترل، حمایت مدیریت، هویت، الگوهای ارتباطی، تعارض پذیری و یکپارچگی به عنوان سازه های فرهنگ سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط فعال در صنعت فناوری اطلاعات اثر مثبت معناداری بر سرمایه اجتماعی آن ها دارند. تقی زاده و سلطانی (۱۳۹۰) با پژوهش بر روی دبیران دبیرستان های تبریز دریافتند که بین فرهنگ سازمان و ابعاد آن (فرهنگ سازگاری، فرهنگ رسالتی، فرهنگ مشارکتی و فرهنگ تداوم) با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. جلالی فراهانی و همکاران (۱۳۹۶) در بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره‌وری کارکنان وزارت ورزش و جوانان دریافتند که فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره‌وری نیروی کارکنان اثر مثبتی دارد.

۳۰۵ عبدالکریم و همکاران (۲۰۱۶) اثر فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی را بر روی کارآفرینی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان کرمانشاه و اصفهان مورد تحقیق قرار دادند و دریافتند که فرهنگ سازمانی بر روی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان کرمانشاه و اصفهان اثر مثبت معناداری داشته و سرمایه اجتماعی در ارتباط بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی کارکنان نقش میانجی را ایفا نموده است. رمضان (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان «اثر فرهنگ سازمانی بر روی سرمایه اجتماعی در سازمان های صنعتی» نشان داد که فرهنگ سازمانی اثر مثبت معناداری بر سرمایه اجتماعی داشته و ویژگی های فرهنگی با تمرکز داخلی بیشترین اثر را بر روی سرمایه اجتماعی در این سازمان ها بر جای گذاشته است. فضلی و همکاران (۲۰۱۴) رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی با تعالی سازمانی کارکنان بانک های ملی شهر شیراز را بررسی کردند. نتایج آن ها نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و ابعاد آن (مشارکت در کار، سازگاری، انطباق پذیری و رسالت) با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (سرمایه شناختی، رابطه ای و ساختاری) ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.

بمبینیک^۱ (۲۰۱۴) در تحقیقی تأکید می کند که فرهنگ سازمانی، عامل کلیدی توسعه سرمایه اجتماعی در گروه های مدیریتی می باشد. فرهنگ سازمانی می تواند منجر به بهبود کیفیت روابط بین فردی، روابط درون سازمانی، توانایی همکاری کارکنان، جو سازمانی و اعتقاد متقابل بین اعضا شود. سانگ- ژنگ و ژیاو-دی^۲ (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، یادگیری سازمانی و توانایی انسجام در دانش کسب و کار پرداختند. نتیجه به دست آمده نشانگر این بود که فرهنگ سازمانی تأثیر مثبتی بر روی سرمایه اجتماعی دارد. طاهری و همکاران (۲۰۱۲) در بررسی ارتباط بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی در سازمان آب و فاضلاب دریافتند که در حالت کلی بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. همچنین مشخص شد که بین ابعاد فرهنگ سازمانی (فرهنگ مشارکتی، مأموریتی، تداومی و سازگاری) با ابعاد سرمایه اجتماعی (سرمایه اجتماعی ساختاری، شناختی و رابطه ای) ارتباط مثبت و معناداری به چشم می خورد. ایسبری^۳ (۲۰۱۳) در بررسی رابطه فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، قرارداد

1. Bembenek
2. Song-zheng & Xiao-di
3. Hannington & Isabirye

روانی، رفتار شهروندی و عملکرد سازمانی نتیجه گرفت که بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی ارتباط معناداری وجود ندارد و در نهایت نتایج رگرسیون نشان داد که فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، قرارداد روانی و رفتار شهروندی تا $51/6\%$ درصد به عملکرد سازمان کمک می‌کند.

در پژوهش‌های مختلفی ارتباط بین متغیرهای این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج تحقیق بهلولی زیناب و همکاران (۱۳۹۴) نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی با هر یک از ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی مدیران رابطه معنادار دارد. مرادی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق خود بیان کردند که رهبری تحول‌گرا و همچنین فرهنگ سازمانی بر کارایی کارکنان وزارت ورزش و جوانان تأثیر دارد. نتایج تحقیق حمزه زاده و همکاران (۱۳۹۰) نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی کارکنان اداره ورزش و جوانان اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بر اساس نتایج تحقیقات گذشته مشاهده می‌شود که فرهنگ سازمانی می‌تواند بر سرمایه اجتماعی و دیگر متغیرهای سازمانی و فردی در سازمان‌ها و جوامع مختلف تحقیقاتی از جمله سازمان‌های ورزشی اثرگذار باشد. در کشور ما وزارت ورزش و جوانان متولی اصلی ورزش کشور محسوب می‌شود و با توجه به نقش مهم آن در ورزش کشور، بهبود عملکرد این سازمان باعث پیشرفت هرچه بیشتر ورزش کشور خواهد شد. در این بین فرهنگ می‌تواند به عنوان محرکی برای تکمیل و ایجاد پیوند بین اعضای سازمان‌ها به ویژه سازمان‌های ورزشی باشد. با توجه به مرور پژوهش‌های داخلی و خارجی در زمینه فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی می‌توان نتیجه گرفت که درباره شناخت مؤلفه‌های خاص فرهنگ سازمانی در سازمان‌ها، تحقیق قابل توجهی انجام نگرفته است و پژوهش‌های انجام شده در سازمان‌های ورزشی و سایر سازمان‌ها تنها به آزمون مدل‌های فرهنگ سازمانی همچون مدل رابینز یا دنیسون پرداخته‌اند. لذا محقق با توجه به مبانی نظری و پیشینه تحقیق سعی خواهد کرد با شناخت مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی در وزارت ورزش و جوانان، اثر فرهنگ سازمانی در وزارت ورزش و جوانان بر سرمایه اجتماعی را بررسی نماید. بدین ترتیب، سؤال اصلی تحقیق این خواهد بود: آیا فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان اثرگذار است؟

روش شناسی پژوهش

از آنجا که هدف تحقیق، تعیین روابط علی بین فرهنگ سازمانی با سرمایه اجتماعی مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان می‌باشد، تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی است. نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی از نوع همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. به منظور شناسایی ابعاد فرهنگ سازمانی در وزارت ورزش و جوانان، جامعه آماری شامل ۹۰۰ نفر از مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود که با توجه به جدول مورگان ۲۷۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. پس از چند مرحله بازنگری و انجام یک مرحله آزمایشی، پرسشنامه نهایی تنظیم گردید. از تعداد پرسشنامه‌های توزیع شده، ۳۰۰ عدد برگشت داده شدند که بعد از مرور اولیه تعداد ۲۷۰ عدد از آنها واجد شرایط برای به کارگیری در محاسبات تشخیصی داده شدند- با توجه به فرمول حجم نمونه، این تعداد از نمونه برای انجام تحقیق مناسب ارزیابی می‌شود. پس از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها در زمینه شناسایی فرهنگ سازمانی در وزارت ورزش و جوانان، در نهایت

۳۳ مؤلفه شناسایی شد. این مؤلفه‌ها شامل تمایل به تسهیم اطلاعات، توجه به ایجاد تیم‌های کاری، تفویض اختیار، تأکید بر دستورالعمل‌های اخلاقی، تأکید بر نظر اکثریت، استقبال از تغییر در سازمان، تکریم ارباب رجوع، انضباط و قانون‌مداری، یادگیری و رشد کارکنان، توجه به استراتژی سازمانی، تشویق به همکاری، تأکید بر خودیابی کارکنان، میزان انتقاد‌پذیری، رقابت، سخت‌کوشی و کمال‌گرایی، پایبندی به اعتقادات و ارزش‌های دینی، خودکنترلی، پذیرش و تحمل اختلاف سلیقه، تأکید بر نتایج به جای شیوه‌ها، اعتقاد بر تشریفات و آداب و رسوم و سنت‌ها، آزادی و استقلال فردی، حمایت مدیران، مکانیسم کنترل کار و فرد انجام دهنده، مکانیسم نظارت کار و فرد انجام دهنده، مکانیسم ارزشیابی کار و فرد انجام دهنده، وضوح اهداف، نوآوری و خلاقیت، الگوهای ارتباطی، تعارض‌پذیری، توجه به نتایج، توجه به جزئیات، احترام به هنجارهای گروهی، مذاکرات برد- برد بود.

۳۰۷ به منظور جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه استفاده شده است. برای سنجش فرهنگ سازمانی از پرسشنامه محقق ساخته (دارای ۳۳ گویه) - که پس از استخراج مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی از طریق مصاحبه تهیه شد - استفاده گردید. همچنین به منظور سنجش سرمایه اجتماعی از «پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی» ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) - دارای ۲۸ گویه - و پرسشنامه محقق ساخته فرهنگ سازمانی در سه بُعد سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی و سرمایه شناختی = دارای هفت خرده مقیاس شبکه‌ها، اعتماد، همکاری، فهم متقابل، روابط، ارزش‌ها و تعهد - استفاده شد. ابزار تحقیق بر اساس مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت (خیلی موافقم = ۵ تا کاملاً مخالفم = ۱) نمره‌گذاری شدند. روایی محتوایی پرسشنامه توسط ۱۰ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و روایی سازه آن‌ها با استفاده از تحلیل عاملی تأیید شد. همچنین به منظور محاسبه پایایی درونی، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. پایایی پرسشنامه‌های پژوهش بر اساس آلفای کرونباخ برای فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی به ترتیب ۰/۸۶ و ۰/۹۷ به دست آمد. بدین منظور بخش کوچکی از جامعه آماری (۳۰ نفر) انتخاب و پرسشنامه‌ها به شکل مقدماتی در جامعه توزیع گردید که پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها نتایج در

جدول ۱ بیان شده است. در نهایت، داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار لیزرل نسخه ۸/۸ مورد بررسی قرار گرفتند.

جدول ۱: پرسشنامه‌های تحقیق

پرسشنامه‌ها	سازنده	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
فرهنگ سازمانی	محقق ساخته	۳۳	۰/۸۶
سرمایه اجتماعی	ناهایت و گوشال (۱۹۹۸)	۲۸	۰/۹۷

جهت توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی از آمار توصیفی (جداول توزیع فراوانی و درصد فراوانی) و مدل از معادلات ساختاری جهت بررسی رابطه علی و معلولی بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی در وزارت ورزش و جوانان استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در این بخش ابتدا یافته‌های توصیفی مربوط به ویژگی‌های جمعیت شناختی ارائه می‌شود.

جدول ۲: توزیع ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه‌ها

میزان تحصیلات		سن		سابقه کاری		جنسیت	متغیرهای جمعیت شناختی
دکتري	۱۱	۳۰ تا ۳۱ سال	۳۴	۳ تا ۶ سال	۱۱۱	زن	عوامل جمعیت شناختی
کارشناسی ارشد	۳۴	۲۰ تا ۲۹ سال	۹۴	۱ تا ۲ سال	۳۱	مرد	عوامل جمعیت شناختی
کارشناسی	۸۰	۱۰ تا ۱۹ سال	۱۱۱	۱ تا ۴ سال	۱۹	زن	عوامل جمعیت شناختی
کاردانی	۸۲	۵ تا ۹ سال	۳۱	بیشتر از ۵۱ سال	۱۹	مرد	عوامل جمعیت شناختی
دیپلم	۶۳	۲ تا ۴ سال	۳۳	۴۰ تا ۴۹ سال	۳۳	زن	عوامل جمعیت شناختی
		۳۰ تا ۳۹ سال	۱۲۷	۵۰ تا ۵۹ سال	۱۲۲	مرد	عوامل جمعیت شناختی
		۴۰ تا ۴۹ سال	۹۱	۶۰ تا ۶۹ سال	۴۷	زن	عوامل جمعیت شناختی
		۵۰ تا ۵۹ سال	۱۱۱	بیشتر از ۶۹ سال	۳۳/۸	مرد	عوامل جمعیت شناختی
		۶۰ تا ۶۹ سال	۱۵۹		۴/۱	زن	عوامل جمعیت شناختی
		۷۰ تا ۷۹ سال			۵۸/۹	مرد	عوامل جمعیت شناختی
		۸۰ تا ۸۹ سال					

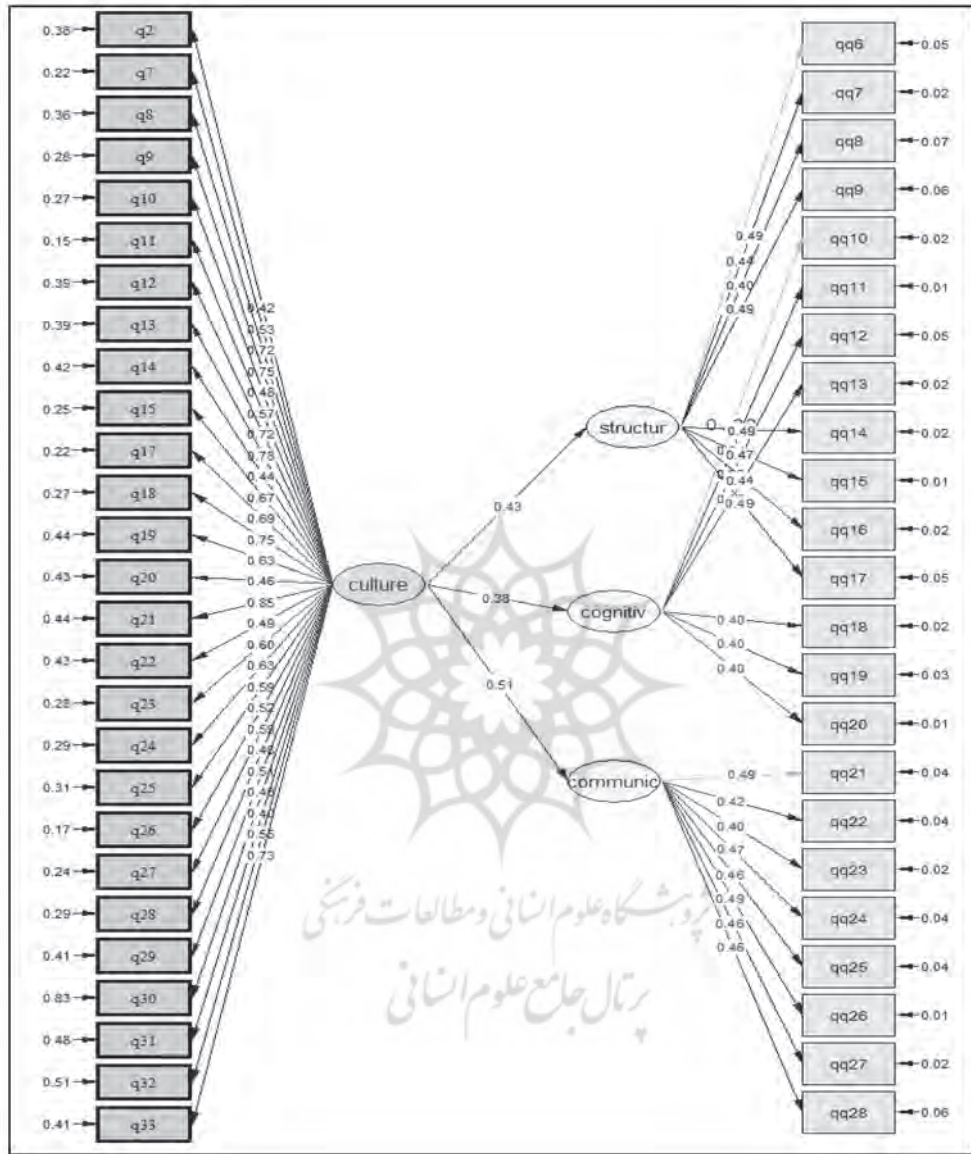
بر اساس یافته‌های توصیفی تحقیق (جدول ۲)، بیشتر نمونه‌های تحقیق در دامنه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال بوده (۱۲۷ نفر، ۴۷ درصد) و ۳۳/۸ درصد (۹۱ نفر) در دامنه سنی بین ۲۰ تا ۳۰ سال بودند. از نظر سابقه شغلی، ۱۱۱ نفر (۴۱/۱ درصد) بین ۶ تا ۱۰ سال و ۹۴ نفر (۳۴/۸ درصد) بین ۱۱ تا ۲۰ سال سابقه کاری داشتند. ۸۲ نفر (۳۰/۴ درصد) و ۸۰ نفر (۲۹/۶ درصد) از نمونه‌های تحقیق دارای مدرک کاردانی یا کارشناسی بودند و در بین نمونه‌ها ۱۱ نفر دارای مدرک دکتری بودند. در این بخش پیش از انجام آزمون‌های آماری و به دلیل پیش فرضی جهت استفاده یا عدم استفاده از آزمون‌های پارامتریک از آزمون کولموگروف-اسمیرنف استفاده گردید.

جدول ۳: آماره‌های آزمون کولموگروف-اسمیرنف

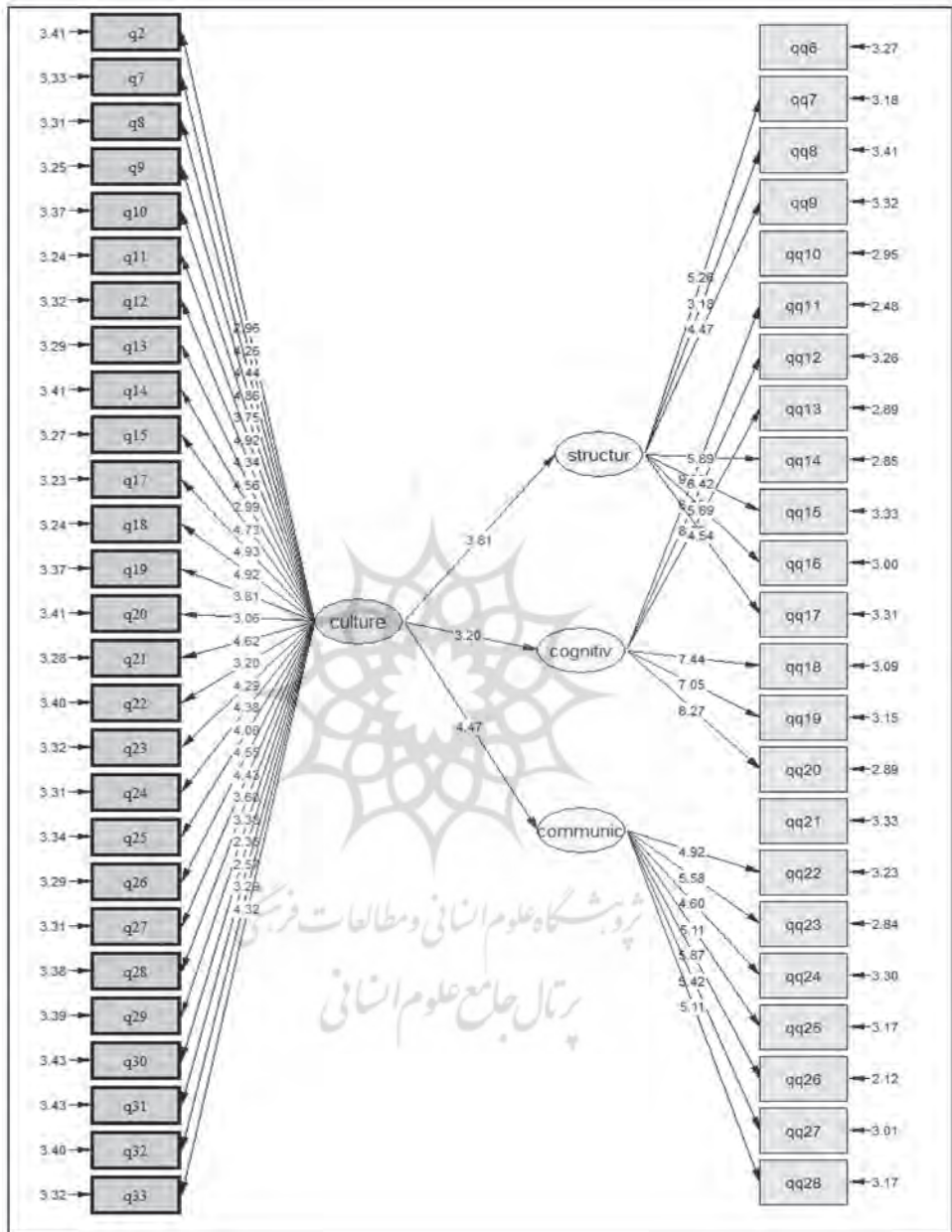
متغیرهای پژوهش	آماره‌ها	
	P	Z
فرهنگ سازمانی	۰/۴۵۳	۰/۸۵۸
سرمایه ساختاری	۰/۰۵۶	۱/۴۲
سرمایه شناختی	۰/۰۷۵	۲/۶۷
سرمایه ارتباطی	۰/۰۵۵	۱/۳۴

با توجه به مقادیر سطح معناداری در جدول ۳ مشاهده می‌شود که تمامی مقادیر بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشند. این بدان معناست که توزیع مشاهده شده متغیرهای تحقیق با توزیع مورد انتظار محقق یکسان است؛ یعنی توزیع متغیرهای تحقیق یک توزیع نرمال بوده و با توجه به آن از آزمون‌های پارامتریک جهت بررسی ارتباط بین متغیرها استفاده شد.

در شکل ۱ و شکل ۲ ضرایب مسیر و مقادیر آماره تی مربوط به مدل معادلات ساختاری جهت بررسی مدل ارتباطی تحقیق نمایش داده شده است.



شکل ۱: ضرایب رگرسیونی (بارهای عاملی) مدل تحقیق



شکل ۲: مقادیری (سطح معناداری) مدل تحقیق

بر مبنای یافته‌های حاصل از مدل معادلات ساختاری و نتایج گزارش شده در شکل ۱ و شکل ۲ مشاهده می‌شود کلیه بارهای عاملی (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) و آماره تی از مقادیر قابل قبولی برخوردارند. این شاخص‌ها نشان می‌دهند که متغیرهای مشاهده‌ای اندازه‌گیری شده به خوبی انعکاسی از متغیرهای پنهان (فرهنگ سازمانی، سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی و سرمایه شناختی) می‌باشند.

جدول ۴: آزمون محاسبه نسبت بحرانی با استفاده از ضرایب مسیر و آماره t در مسیرهای فرض شده

نتیجه	نسبت بحرانی (t-value)	انحراف استاندارد	ضرایب	مسیرهای فرض شده
تایید	۳/۸۱	۰/۱۱۲	۰/۴۳	فرهنگ سازمانی بعد ساختاری
تایید	۳/۲۰	۰/۱۱۸	۰/۳۸	فرهنگ سازمانی بعد شناختی
تایید	۴/۴۷	۰/۱۱۴	۰/۵۱	فرهنگ سازمانی بعد ارتباطی

بر اساس یافته‌های مدل تحقیق در جدول ۴، چون مقدار آماره t برای تأثیر فرهنگ سازمانی بر بعد ساختاری برابر با ۳/۸۱ و از ۱/۹۶ بیشتر و مقدار ضریب مسیر مثبت است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که فرهنگ سازمانی بر بعد ساختاری تأثیر دارد؛ یعنی هر چه فرهنگ سازمانی بهبود یابد، بعد ساختاری بهتر می‌شود. لذا، مدیران و مسئولان سازمان می‌توانند با تقویت فرهنگ سازمان و ایجاد بستری مناسب، بعد ساختاری سرمایه اجتماعی کارکنان را افزایش دهند. نسبت بحرانی در بعد ساختاری، بعد شناختی و بعد ارتباطی به ترتیب ۳/۸۱، ۳/۲۰ و ۴/۴۷ می‌باشد که گویای قابل قبول بودن تأثیر فرهنگ سازمانی در افزایش بهره‌وری و کارایی کارکنان وزارت ورزش و جوانان می‌باشد.

جدول ۵: بارهای عاملی و مقادیر آماره تی مدل روابط متغیرهای تحقیق

مقدار T	انحراف استاندارد	ضرایب رگرسیونی	مسیرهای مدل
۳/۸۱	۰/۱۱۲	۰/۴۳	فرهنگ سازمانی ---> سرمایه ساختاری
۳/۲۰	۰/۱۱۸	۰/۳۸	فرهنگ سازمانی ---> سرمایه شناختی
۴/۴۷	۰/۱۱۴	۰/۵۱	فرهنگ سازمانی ---> سرمایه ارتباطی

بر اساس یافته‌های مدل تحقیق (جدول ۵) می‌توان گفت که فرهنگ سازمانی بر سرمایه ساختاری (۰/۴۳=بار عاملی، ۳/۸۱=t)، سرمایه شناختی (۰/۳۸=بار عاملی، ۳/۲۰=t) و سرمایه ارتباطی (۰/۵۱=بار عاملی، ۴/۴۷=t) اثر مثبت معناداری داشته است. در ادامه شاخص‌های برازش مربوط به مدل تحقیق گزارش می‌شود.

جدول ۶: شاخص های برازش مدل ارتباطی تحقیق

تفسیر	ملاک	مقادیر شاخص ها	شاخص های برازش
-	-	۵۵۲/۵۴	کای اسکوار (کای دو)
-	-	۲۹۸	درجه آزادی
قابل قبول	بین ۱ تا ۳	۱/۸۵	نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)
قابل قبول	بیشتر از ۰/۸	۰/۸۹	شاخص نیکویی برازش (GFI)
قابل قبول	بیشتر از ۰/۸	۰/۸۲	شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)
قابل قبول	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۵۴	ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA)
رد	بیشتر از ۰/۸	۰/۵۵	شاخص برازش تطبیقی (CFI)
رد	بیشتر از ۰/۸	۰/۴۵	شاخص برازش هنجار شده (NFI)
قابل قبول	بیشتر از ۰/۸	۰/۸۵	شاخص برازش افزایشی (IFI)

با توجه به جدول ۶ مشاهده می شود که شاخص نیکویی برازش (GFI) و شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI) به عنوان شاخص های اصلی برازش مدل بیشتر از ۰/۸ بوده اند که نشان از تأیید مدل دارند. نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (۱/۸۵) کمتر از ۳ بوده که به منظور تأیید مدل تحقیق از مقدار قابل قبولی برخوردار است. همچنین، مقدار ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA) برابر با ۰/۰۵۴ می باشد که با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۸ است، نشان می دهد که مدل قابل قبول می باشد.

بحث و نتیجه گیری

نتایج به دست آمده از آزمون تحقیق نشان داد که فرهنگ سازمانی بر سرمایه ساختاری، سرمایه شناختی و سرمایه ارتباطی مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان اثر مثبت معناداری دارد. همچنین، توزیع مشاهده شده متغیرهای تحقیق با توزیع مورد انتظار محقق یکسان بوده است؛ یعنی توزیع متغیرهای تحقیق یک توزیع نرمال قلمداد می شود. به عبارت دیگر، کلیه بارهای عاملی (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) و آماره تی از مقادیر قابل قبولی برخوردار هستند و این شاخص ها نشان می دهند که متغیرهای مشاهده ای اندازه گیری شده به خوبی انعکاسی از متغیرهای پنهان (فرهنگ سازمانی، سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی، سرمایه شناختی) می باشند.

فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از عوامل مهم پیشرفت یا شکست سازمان های ورزشی شناخته شده است. یافته تحقیق با نتایج تحقیقات بنت و والدس (۲۰۰۶)، امیری فرد و جهانی (۱۳۹۲)، بوگلسدیچ و نوردهران (۲۰۰۹) و فانگ (۲۰۰۹) همخوانی دارد. همچنین، بخشی از یافته های پژوهش حاکی از این بود که فرهنگ سازمانی به افراد کمک می کند تا فعالیت های سازمان ورزشی را بهتر دریابند. تحقیقات کیفی که توسط دهقانی

و همکاران (۱۳۹۳)، گوگوسیوهان و گویتاآلکساندر (۲۰۱۴) و ذاکری و صفارزاده (۱۳۸۹) انجام گرفته است، نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی در سازمان‌های ورزشی باعث شکل‌گیری روابط کاری می‌شود که بر اساس آن همکاری و اقدامات تسهیل‌کننده در مراکز ورزشی افزایش پیدا می‌کند.

پژوهش‌هایی که توسط خداداد کاشی و گودرزی (۱۳۹۳)، لازاروا (۲۰۱۱) و اسکندرپور و همکاران (۱۳۹۲) انجام شده است نیز نشان داده‌اند که بُعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بر روابط خاص مردم همچون احترام و دوستی که رفتارشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، استوار بوده است. با توجه به یافته‌های پژوهش و مرور ادبیات پژوهش، مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان‌های ورزشی سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند. ناطق‌پور و فیروزآبادی (۱۳۸۵) نیز دریافتند که فرهنگ سازمانی، نرم‌افزاری است که به هر فضای ورزشی امکان می‌دهد که سرمایه اجتماعی ایجاد کند و آن را در حالتی به کاربرد که ارزش تولید دارد. بنابراین با بهبود روابط بین فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان، رابطه مثبتی به وجود خواهد آمد.

ابعاد فرهنگ سازمانی به ترتیب فرهنگ مشارکتی و انعطاف‌پذیری قادر به پیش‌بینی سرمایه اجتماعی سازمانی در فضاهای ورزشی هستند. نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج کاظمی و ابراهیم خانی (۱۳۹۴)، قاسمی و دوستی (۱۳۹۳)، یاری و همکاران (۱۳۹۵) و لاندمن (۲۰۰۴) همخوانی دارد. نتایج تحقیق کاظمی و ابراهیم خانی (۱۳۹۴) بر اساس مدل ساختاری نشان داد که فرهنگ تداومی، فرهنگ رسالتی، فرهنگ مشارکتی و فرهنگ سازگاری ارتباط مستقیمی با سرمایه اجتماعی اداره کل ورزش و جوانان شهر زنجان داشت. همچنین، نتایج تحقیقات قاسمی و دوستی (۱۳۹۳) نشان داد که در مجموع بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی و نیز ابعاد آن (فرهنگ سازگاری، فرهنگ رسالتی، فرهنگ مشارکتی و فرهنگ تداوم) رابطه مثبت معناداری وجود داشته و بر اساس نتایج رگرسیون چندگانه نیز مشخص شد که فرهنگ تداومی و فرهنگ رسالتی، قابلیت پیش‌بینی سرمایه اجتماعی را دارند.

پاک‌نیا و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق دیگری نتیجه گرفتند که خلاقیت فردی، سیستم پاداش، خطرپذیری، هدایت، کنترل، حمایت‌مدیریت، هویت، الگوهای ارتباطی و یکپارچگی به عنوان فرهنگ سازمانی در فضاهای ورزشی، اثر مثبت معناداری بر سرمایه اجتماعی سازمان‌های ورزشی دارند. تقی‌زاده و سلطانی (۱۳۹۰) در بین مریبان سازمان ورزش تبریز دریافتند که بین فرهنگ سازمان و ابعاد آن (فرهنگ سازگاری، فرهنگ رسالتی، فرهنگ مشارکتی و فرهنگ تداوم) با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. جلالی فراهانی و همکاران (۱۳۹۶) در بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره‌وری کارکنان وزارت ورزش و جوانان دریافتند که فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره‌وری کارکنان اثر مثبتی دارد.

عبدالکریم و همکاران (۲۰۱۶) اثر فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی را بر روی کارآفرینی کارکنان سازمان‌های ورزشی کرمانشاه و بابل عراق مورد تحقیق قرار دادند و دریافتند که فرهنگ سازمانی بر روی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی کارکنان سازمان‌های ورزشی کرمانشاه و بابل عراق اثر مثبت معناداری داشته است. همچنین نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی در ارتباط بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی کارکنان نقش

میانجی را ایفا می نماید. رمضان (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان «اثر فرهنگ سازمانی بر روی سرمایه اجتماعی در سازمان های ورزشی» نشان داد که فرهنگ سازمانی، اثر مثبت معناداری بر سرمایه اجتماعی داشته و ویژگی های فرهنگی با تمرکز داخلی بیشترین اثر را بر روی سرمایه اجتماعی در سازمان های ورزشی بر جای گذاشته است. فضلی و همکاران (۲۰۱۴) رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی با تعالی سازمانی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان شهر شیراز را بررسی کردند. نتایج آن ها نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و ابعاد آن (مشارکت در کار، سازگاری، انطباق پذیری و رسالت) با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (سرمایه شناختی، رابطه ای و ساختاری) ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. بمینیک (۲۰۱۴) در تحقیقی تأکید می کند که فرهنگ سازمانی، عامل کلیدی توسعه سرمایه اجتماعی در سازمان های ورزشی می باشد. فرهنگ سازمانی می تواند منجر به بهبود کیفیت روابط بین فردی، روابط درون سازمانی، توانایی همکاری کارکنان، جو سازمانی و اعتقاد متقابل بین اعضای مراکز ورزشی شود. سانگ-ژنگ و ژیانو-دی (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، یادگیری سازمانی و توانایی انسجام در دانش کسب و کار پرداختند و نتیجه به دست آمده نشانگر این بود که فرهنگ سازمانی تأثیر مثبتی بر روی سرمایه اجتماعی فضاهای ورزشی دارد.

۳۱۵

ایسبری (۲۰۱۳) در بررسی رابطه فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، قرارداد روانی، رفتار شهروندی و عملکرد سازمانی نتیجه گرفت که بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی ارتباط معناداری وجود ندارد و در نهایت نتایج رگرسیون نشان داد که فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، قرارداد روانی و رفتار شهروندی تا ۵۱/۶ درصد عملکرد کارکنان در مراکز و سازمان های ورزشی را بهبود می دهد.

آنچه از مجموعه تعاریف سرمایه اجتماعی برداشت می شود این است که سرمایه اجتماعی در بردارنده مضامینی همچون اعتماد، همکاری و روابط متقابل بین اعضای یک سازمان ورزشی است که پیگیری اهداف مشترک را در آن نهاد ورزشی تسهیل می کند. ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) با رویکرد سازمانی، سه بُعد را برای سرمایه اجتماعی درون سازمانی در نظر می گیرند: بُعد ساختاری، بُعد رابطه ای و بُعد شناختی. یافته های وی ارتباط معنی داری با سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی نهاد های ورزشی دارد که دقیقاً مطابق با یافته های اسکندر پور و همکاران (۱۳۹۲) در مجموعه ای از فرضیه های ضمنی می باشد که به طور مشترک از سوی مراکز ورزشی پذیرفته شده است و نحوه ادراکات، تفکرات و واکنش های نسبت به شرایط و موقعیت های متعدد ورزشی را مشخص می کند. یک فرهنگ سازمانی قوی، نقشی را به عنوان یک حیطة قابل اعتماد و اهرمی قوی برای هدایت و تعادل رفتار اعضای سازمان های ورزشی ایفا می کند.

فرهنگ سازمانی با عنوان ارزش ها، باورها و مفروضات اساسی شناخته می شود که به هماهنگی رفتار اعضا کمک می کند و به عنوان یک کنترل کننده اجتماعی جهت تقویت رفتارهای مشخص و ارزش های غالب عمل می نماید. تأثیر فرهنگ سازمانی بر کارکنان و اعضای سازمان های ورزشی به حدی زیاد است که با بررسی زوایای آن می توان به چگونگی احساسات، رفتار و نگرش اعضای سازمان ورزشی پی برد و عکس العمل احتمالی آنان را در مورد اتفاقات آتی پیش بینی کرد.

فرهنگ سازمانی در واقع بخش مکمل عملکرد سازمان ورزشی است. غنای این فرهنگ سبب ایجاد همدمی

در میان تک تک اعضای سازمان‌های ورزشی می‌شود و به آن‌ها کمک می‌کند تا خود را در یک صف ببینند. فرهنگ سازمانی با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن تعامل جدی دارد و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند. هر چه ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان‌های ورزشی بالاتر باشد، نیاز به تدوین قوانین و مقررات و ایجاد نهادهای اجرایی نظارتی کاهش می‌یابد. به بیان دیگر، هر چه میزان ذخیره سرمایه اجتماعی در نهادهای ورزشی بیشتر باشد، میزان تخلفات، بی‌اعتنایی کارکنان به سازمان ورزشی، شکست تیم‌ها، تمایل نداشتن کارکنان وزارت ورزش و جوانان به یادگیری و تسهیم دانش، افزایش غیبت و مرخصی کمتر خواهد بود. در واقع می‌توان گفت که فرهنگ سازمانی اشاره به باورهای مشترک میان افراد در یک سازمان ورزشی دارد و می‌تواند سازمان ورزشی را در جهت دستیابی به اهداف خود یاری رساند. از طرفی، سرمایه اجتماعی به‌عنوان مفهومی که حاصل کنش‌های متقابل بین افراد در یک شبکه می‌باشد، معرفی می‌گردد. بنابراین سرمایه اجتماعی زمانی شکل می‌گیرد که افرادی با یکدیگر به جهت دستیابی به منابع و سرمایه با یکدیگر پیوند می‌یابند. در چنین حالتی است که فرهنگ می‌تواند به‌عنوان محرکی برای تسهیل و ایجاد این پیوندها بین اعضای سازمان‌های ورزشی باشد. فرهنگ، فضایی را برای تعاملات اجتماعی ایجاد می‌کند که این تعاملات اجتماعی و ملاقات‌های رو در رو خود باعث به وجود آمدن ارتباط و اعتماد می‌شود. در چنین فضایی است که سرمایه اجتماعی شکل می‌گیرد. (زمردیان، ۱۳۸۹)

با در نظر گرفتن ادبیات موضوع و نتایج تحقیق باید به این نکته توجه نمود که معمولاً هر سازمان ورزشی ابتدا به صورت یک واحد کوچک تأسیس می‌شود. در شروع فعالیت سازمان ورزشی، فرهنگ در آن با توجه به عوامل مختلفی به سرعت شکل می‌گیرد. شکل‌گیری فرهنگ سازمانی بستگی به دلایل به وجود آمدن سازمان ورزشی و جایگاه آن در جامعه و عوامل موفقیت آن - از قبیل کارایی، کیفیت ارائه خدمات، ابداع و نوآوری، تلاش زیاد و وفاداری نسبت به سازمان ورزشی - دارد. وقتی یک سازمان ورزشی متولد می‌شود، تلاش زیادی از طرف کارکنان برای موفقیت آن صورت می‌گیرد. در حقیقت، فرهنگ نشانگر درجه تلاش و تصویر کارکنان وزارت ورزش و جوانان از کار خود و آینده سازمان ورزشی است. به تدریج که سیستم‌های پاداش، سیستم‌ها، خط‌مشی‌ها و قوانین حاکم بر کار تدوین می‌شوند، مجموعه این عوامل بر شکل‌گیری فرهنگ اولیه سازمان ورزشی تأثیرات عمیق بر جای می‌گذارد. این عوامل از طرف سازمان ورزشی مشخص‌کننده نوع رفتار و طرز برخورد‌هایی هستند که برای موفقیت سازمان ورزشی مهم خواهند بود. در چنین حالتی فضای ورزشی برای تعاملات بین افراد در سازمان ورزشی گسترش می‌یابد. (گوانتس و بوگلارسکی، ۲۰۱۳)

با توجه به نتایج به‌دست آمده برای تأثیر فرهنگ سازمانی در سرمایه اجتماعی، به نظر می‌رسد اگر مدیران وزارت ورزش و جوانان نسبت به تقویت فرهنگ سازمانی اقدام نمایند، می‌توانند ضمن تقویت سرمایه اجتماعی در سازمان‌های خود، بستر مناسبی را در جهت ایجاد هم‌نواپی مشترک به وجود آورند که همین عامل می‌تواند بر افزایش بهره‌وری و کارایی کارکنان تأثیر مثبت داشته باشد. بر این اساس، مدیران وزارت ورزش و جوانان به جای پرداخت هزینه‌های سنگین در جهت افزایش کارایی و بهره‌وری کارکنان بهتر است با اجرای برنامه‌هایی مانند مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی، برقراری ارتباط مناسب‌تر با آنان، غنی‌سازی شغلی، تفویض اختیار بیشتر به کارکنان و غیره موجب افزایش سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی در بین کارکنان شوند و از

این طریق موجبات افزایش کارایی و اثربخش آن‌ها را فراهم آورند. در چنین شرایطی می‌توان انتظار داشت که توانایی‌های بالقوه موجود به فعلیت برسند.

با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهاد می‌گردد که به پیشنهادها و انتقاداتی که مراجعان و کارکنان ارائه می‌دهند، توجه بیشتری مبذول گردد؛ به طوری که نظرات آن‌ها به ایجاد تغییر رویه‌ها و روش‌ها در سازمان‌های ورزشی منجر شود. همچنین، فرهنگ سازمانی به مدیران کمک کند تا فعالیت‌های سازمان‌های ورزشی را بهتر دریابند. سرمایه اجتماعی در سازمان‌های ورزشی و وزارت ورزش و جوانان کمک می‌کند تا باعث شکل‌گیری روابط کاری بهتر شود و همکاری و اقدامات تسهیل‌کننده در سازمان‌های ورزشی افزایش پیدا کند.

پیشنهاد می‌شود تا بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بر روابط خاص سازمان‌های ورزشی همچون احترام و دوستی که رفتارشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، تقویت گردد. با توجه به یافته‌های پژوهش و مرور ادبیات پژوهش، مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان‌های ورزشی، سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه‌کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند. فرهنگ سازمانی بر روی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی کارکنان وزارت ورزش و جوانان استان‌ها اثر مثبت معناداری خواهد داشت و سرمایه اجتماعی در ارتباط بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی کارکنان وزارت ورزش و جوانان می‌تواند نقش میانجی را ایفا نماید. فرهنگ سازمانی می‌تواند منجر به بهبود کیفیت روابط بین فردی، روابط درون سازمانی، توانایی همکاری کارکنان وزارت ورزش و جوانان سایر استان‌ها، جو سازمانی و اعتقاد متقابل اعضا شود. سرمایه اجتماعی می‌تواند در بردارنده مضامینی همچون: اعتماد، همکاری و روابط متقابل بین اعضای یک سازمان ورزشی شود که پیگیری اهداف مشترک را در آن سازمان ورزشی تسهیل می‌کند. پیشنهاد می‌گردد ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان‌های ورزشی ارتقا یابد تا نیاز به تدوین قوانین و مقررات و ایجاد نهادهای اجرایی و نظارتی کاهش پیدا کند. فرهنگ سازمانی با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن تعامل جدی دارد و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند. هر چه ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان‌های ورزشی و وزارت ورزش و جوانان بالاتر باشد، نیاز به تدوین قوانین و مقررات و ایجاد نهادهای اجرایی نظارتی کاهش می‌یابد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- اسکندرپور، ی؛ امیری، م و توکلی، ن. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی در میان کارکنان سازمان رفاه، اردبیل». اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، چالش‌ها و راه حل‌ها، شیراز.
- امیری فرد، ف. و جهانی، ج. (۱۳۹۲). «رابطه فرهنگ سازمانی و اثربخشی مدیران مدارس و معلمان دبیرستان در شیراز». مجله رویکردهای نوین در مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی شیراز. مردشت، سال ۴، شماره ۳، ص: ۱۷۰-۱۵۵.
- بهلولی زیناب، ن؛ هاشمی نسب، ف و انتظاری، ع. (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر عدالت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز». فراسوی مدیریت. شماره چهاردهم، ۷۳-۱۰۸.
- پاک نیا، م؛ سپهر، س و داورزنی، م. (۱۳۹۵). «تأثیر فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی در میان کارکنان کسب و کارهای کوچک و متوسط در صنعت فناوری اطلاعات». کنفرانس بین المللی نخبگان مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی تهران.
- تقی زاده، ه و سلطانی فسقندیس، ق. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی در میان معلمان دبیرستان پسرانه شهر تبریز». ایده‌های جدید در مجله علوم آموزشی (فصلنامه). سال ششم، شماره ۴.
- مرادی، ج؛ احمدی، غ و مشایخی، ب. (۱۳۹۲). «تعیین عوامل موثر بر رفتار سرمایه گذاری شرکت‌ها در عرصه بازارهای ناقص». مجله تحقیقات حسابداری و مدیریت. شماره دوم، ۱۳۶-۱۲۵.
- حمزه زاده، س؛ بزرگ اصل، م و صالح زاده، ب. (۱۳۹۰). «تأثیر توانایی مدیریتی بر کیفیت اقلام تعهدی». دانش مدیریت. شماره ۲۵، ۱۱۹-۱۳۹.
- جلالی فراهانی، م؛ فریدونی، م و ظفری، ر. (۱۳۹۶). «ارائه مدل بررسی اثر فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره‌وری منابع انسانی». مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. سال ۴، شماره ۱۳، ص: ۴۸-۴۱.
- خداداد کاشی، ش و گودرزی، م. (۱۳۹۳). «بررسی جنبه‌ها و مدل سرمایه اجتماعی در سازمان‌های ورزشی». مدیریت استراتژیک و رفتار سازمانی در ورزش. سال اول، شماره ۴، ص: ۲۳-۱۱.
- دهقانی، م؛ هیاوی حقیقی، م. ه؛ کیان پوری، س و شبیانی، ب. (۱۳۹۳). «رابطه سرمایه اجتماعی، رفتار شهروندی سازمانی (OCB) و رضایت شغلی پرستاران». مجله مدیریت پرستاری (فصلنامه). سال سوم، شماره ۱، ص: ۴۴-۳۵.
- زاکری، آ. و سفرزاده، ه. (۱۳۸۹). «تأثیر شاخص‌های سرمایه اجتماعی بر فعالیت‌های صنفی اعضای هیئت علمی». مجله فناوری آموزش. سال پنجم. شماره ۲، ص: ۱۵۲-۱۴۵.
- سرگزی، ه. آ؛ خوشفر، ق و کریموف، م. (۱۳۹۰). «تأثیر سرمایه اجتماعی بر فرهنگ سازمانی در آموزش عالی عمومی و موسسات غیر دولتی در ایران (استان گلستان)». انجمن تحقیقات فرهنگی، موسسه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال دوم، شماره ۱، ص: ۷۸-۵۱.

- قاسمی ثانی، م و دوستی، م. (۱۳۹۳). «رابطه فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی در میان کارکنان فدراسیون ورزش های معلولان». مدیریت استراتژیک و بررسی رفتار سازمانی در ورزش. سال اول، شماره ۴، ص: ۴۴-۳۵.
- کاظمی، م. و ابراهیم خانی، ه. (۱۳۹۴). «مدل ساختاری رابطه سرمایه سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی با توجه به پرستاران». مجله آموزش پرستاری. سال ۴، شماره ۴، ص: ۵۱-۴۰.
- ناطق پور، م. ج و فیروزآبادی، س. آ. (۱۳۸۵). «تشکیل سرمایه اجتماعی و تجزیه و تحلیل عوامل موثر». مجله علوم اجتماعی. شماره ۲۸، ص: ۱۹۰-۱۶۰.
- نجارزاده، ر و سلیمانی، م. (۱۳۹۱). «درآمد سرمایه اجتماعی و رفاه فردی (مورد مطالعه ایران)». مجله تحقیقات اقتصادی. سال ۴۷، شماره ۲، ص: ۱۹۵-۱۷۹.
- یاری خیایی، س؛ علیدوست قهفرخی، ع و جلالی فراهانی، م. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان». مجله مدیریت ورزشی. سال هشتم، شماره ۲، ص: ۳۱۳-۲۹۹.
- AbduL Kareem, T. A., Naderi, N., Rezaee, B., Jafari, H. (2016). **“Analysis of the Impact of Organizational Culture and Social Capital on Organizational Entrepreneurship of the Personnel of Kermanshah’s Razi and Iraq’s Babel Universities”**: International Journal of Humanities and Cultural Studies, (IJHCS) ISSN 204-189 ,(1)1 ,5926-2356.
- Baling, R. (2012). **“Surveyor’s perspectives on ethics in organizational culture”**: Engineering, Construction and Architectural Management, 44-34 ,(4)11.
- Bembenek, B. (2014). **“The Importance of Organizational Culture in Cluster Management”**: Modern Management Review, 24-9 ,(4) 21)19.
- Bennett, V. J. S., & Valdes, J. (2006). **“A study of the effectiveness of a diverse workforce within nonprofit organizations serving older adults: an analysis of the impact of leadership styles and organizational culture”**: Dissertation Doctoral, Capella University.
- Beugelsdijk, S., Koen, C., & Noorderhaven, N. (2009). **“A dyadic approach to the impact of differences in organizational culture on relationship performance”**: Industrial marketing management, 323-312 ,(3)38.
- Cucu-Ciuhan, G., & Guită-Alexandru, I. (2014). **“Organizational culture versus work motivation for the academic staff in a public university”**: Procedia-Social and Behavioral Sciences, 453-448 ,127.

- Egan, T. M., Yang, B., & Bartlett, K. R. (2004). **“The effects of organizational learning culture and job satisfaction on motivation to transfer learning and turnover intention?”** Human resource development quarterly, 301-279 ,(3)15.
- Fang, Y. Y. (2009). **“A meta-analysis of relationships between organizational culture, organizational climate, and nurse work outcomes?”** International Journal of Evidence-Based Healthcare, 208 ,(3)7.
- Fazli, S., Mostafavi, F., & Chinaveh, M. (2014). **“Evaluation of Relationship between Social Capital and Organizational Culture with Organizational Excellence among Employees of National Banks of Shiraz?”** International Journal of Current Life Sciences, 2168-2160 ,(5)4.
- Helms, M. M., & Stern, R. (2001). **“Exploring the factors that influence employees’ perceptions of their organisation’s culture?”** Journal of Management in Medicine, 429-415 ,(6)15.
- House, R., Javidan, M., Hanges, P., & Dorfman, P. (20۱۶). **“Understanding cultures and implicit leadership theories across the globe: an introduction to project GLOBE?”** Journal of world business, 10-3 ,(1)37.
- Isabirye, H. (2013). **“Organizational culture, organizational social capital, organizational psychological contract, organizational citizenship behavior and organizational performance: the case of World Vision, Uganda?”** Dissertation Doctoral, University of Makerere.
- Jaskyte, K., & Dressler, W. W. (2017). **“Studying culture as an integral aggregate variable: Organizational culture and innovation in a group of nonprofit organizations?”** Field methods, 284-265 ,(3)16.
- Landman, J. P. (2004). **“Social capital: a building-block in creating a better global future?”** Foresight, 46-38 ,(1)6.
- Lazarova, M., & Taylor, S. (2009). **“Boundary less careers, social capital, and knowledge management: Implications for organizational performance?”** Journal of Organizational Behavior, 139-119 ,(1)30.
- Lu, L., & Etkowitz, H. (2008). **“Strategic challenges for creating knowledge-based innovation in China: Transforming triple helix university-government-industry relations?”** Journal of Technology management in China, 11-5 ,(1)3.
- MacIntosh, E. W., & Doherty, A. (2010). **“The influence of organizational culture**

on job satisfaction and intention to leave? Sport Management Review, -106 ,(2)13
117.

- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). **“Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage?”** Academy of management review, 266-242 ,(2)23.
- Nazem, F., & Mozaiini, M. (2014). **“A structural equation model of intellectual capital based on organizational culture in higher education institutions?”** European Journal of Experimental Biology, 76-71 ,(1)4.
- Nor Hazana, A., Shamsuddin, A., Wahab, E., & Hamid, N. A. A. (2014). **“The relationship between organizational culture and product innovativeness?”** Procedia-Social and Behavioral Sciences, 147-140 ,129.
- Philip, G., & McKeown, I. (2004). **“Business transformation and organizational culture: The role of competency, IS and TQM?”** European Management Journal, 636-624 ,(6)22.
- Kwantes, .C.T. & Boglarsky, C.A. (2013). **“Perception of organizational culture, leadership effectiveness and personal effectiveness across six countries?”** Journal of International Management, 230-204 ,13.
- Ramezan, M. (2016). **“Examining the impact of organizational culture on social capital in research-based organizations?”** VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems, 426-411 ,(3)46.
- San Park, J., & Hyun Kim, T. (2009). **“Do types of organizational culture matter in nurse job satisfaction and turnover intention?”** Leadership in Health Services, 38-20 ,(1)22.
- Song-zheng, Z., & Xiao-di, Z. (2014). **“An Empirical Study on Organizational Culture, Social Capital, Organizational Learning and Enterprise Knowledge Integration Capability?”** In Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering, 2008. ICIII'08. International Conference on (Vol. 3, pp. 7-3). IEEE.
- Taheri Lari, M., Shekari, Gh.R. & Bakhshayandefar, S. (2012). **“The Examination of Relationship between Organizational Culture and Social Capital in Mashhad Water & Waste Water Co?”** Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 407-391 ,(7)4.
- Tsai, Y. (2011). **“Relationship between organizational culture, leadership behavior**

and job satisfaction? BMC health services research, 98 ,(1)11.

- Tseng, S.M. (2010). **“The correlation between organizational culture and knowledge conversion on corporate performance?”** Journal of knowledge management, ,(2)14 284-269.

