

نقش میانجی سرمایه اجتماعی در تأثیر جو سازمانی در سرمایه انسانی (مورد مطالعه: کارکنان مرکز خدمات حوزه علمیه استان قم)

محمدحسین رحمتی* نیما سلطانی‌نژاد** علی‌اصغر رشید*** احمد عباسی****

چکیده

در دهه اخیر، سازمان‌ها دریافته‌اند که برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و اثربخش، نیروی انسانی از بیشترین اهمیت برخوردار است. در دنیایی که دانش و ارتباط با مشتریان و اربابان رجوع بیش از پیش اهمیت یافته است سرمایه انسانی - که نشان‌دهنده میزان دانش، مهارت‌های فنی، خلاقیت، و تجربه سازمان است - اهمیت فزاینده‌ای می‌یابد و نه به منزله دارایی‌های هزینه‌بر بلکه به منزله دارایی‌های مولد تلقی می‌شود. پژوهش حاضر به بررسی تأثیر جو سازمانی در سرمایه انسانی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی می‌پردازد که از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه اجرا، توصیفی-همبستگی است که در آن از ابزار پرسش‌نامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش، ۴۰۰ نفر از کارکنان مرکز خدمات حوزه علمیه استان قم است که بر اساس جدول مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، تعداد نمونه ۱۹۶ نفر شد. پایایی و روایی ابزار با محاسبه آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس تبیین شده، ارزیابی و تأیید شد و روایی محتوایی پرسش‌نامه‌ها را نیز استادان و خبرگان آشنا به موضوع تأیید کردند. مدل مفهومی پژوهش با روش حداقل مربعات جزئی با به کارگیری نرم‌افزار Smart PLS آزموده شد. نتایج نشان می‌دهد که جو سازمانی در سرمایه‌های اجتماعی و انسانی، و سرمایه اجتماعی به سهم خود در سرمایه انسانی اثر دارد.

واژگان کلیدی: سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، جو سازمانی، مرکز خدمات حوزه علمیه.

تاریخ دریافت: ۱۵ تیر ۱۳۹۵ تاریخ پذیرش: ۲۳ مرداد ۱۳۹۵
* استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران.
** دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران.
*** کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران (نویسنده مسئول): rashid@ut.ac.ir
**** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران.

۱. مقدمه

طی سال‌های اخیر، توجه به نیروی انسانی، بخش عظیمی از زمان و سرمایه سازمان‌های پیشرو را به خود اختصاص داده است. اکنون، مدیران هوشمند می‌دانند که هر قدر در زمینه توسعه و ارتقای نیروی انسانی سرمایه‌گذاری کنند موفقیت، کارایی و برتری بیشتری به دست می‌آورند. نیروی انسانی توانمند، یکی از شاخص‌های عمده برتری سازمان بر رقبای است. سرمایه انسانی را می‌توان توان بالقوه سازمان برای موفقیت با توجه به قابلیت‌های کارکنان و توان و استعداد کارگران آن تعریف نمود (گیمرشلیگ و مولر^۱، ۲۰۱۱). با توجه به روند جهانی شدن و تضعیف نقش دولت‌های ملی، سیاست‌گذاران و مسئولان سیاست اجتماعی از مفهوم سرمایه اجتماعی به منزله راه‌حلی اجرایی برای حل مشکلات توسعه استفاده می‌کنند (باقری مجد و همکاران، ۱۳۹۳؛ وارنر، ۲۰۰۳). سرمایه اجتماعی، دانش، ادراک، هنجارها، قوانین و انتظارات مشترک درباره الگوهای تعاملات است که گروهی از افراد در برخورد با مسائل پیچیده اجتماعی و موقعیت‌های عمل جمعی با خود به سازمان می‌آورند (استروم^۲، ۲۰۰۹). به نظر کلمن^۳، سرمایه اجتماعی، روابطی با توانایی و قابلیت پیشگویی هستند که می‌تواند برای خلق ارزش مورد بهره‌برداری قرار گیرد (بروکس و مویا نافوکو^۴، ۲۰۰۶). جهانی شدن، بازار کسب‌وکار را روزبه‌روز رقابتی‌تر می‌کند اما واضح است که برخی سازمان‌ها، مؤثرتر از دیگران هستند. بسیاری از پژوهش‌های بین‌المللی تأیید می‌کنند که روابط بین کارکنان و فرهنگ سازمانی در حال توسعه، کلید موفقیت است (ایلجینس و همکاران^۵، ۲۰۱۵). پویایی هر سازمان را مجموعه پیچیده‌ای از عوامل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و روانی - که برخی از آن‌ها خاص و برخی دیگر، جهانی هستند - با

1 Gamerschlag & Möller

2 Ostrom

3 Coleman

4 Brooks & Muya Nafukho

5 Iljins et al.

نفوذ گسترده در سطح تجزیه و تحلیل کلان در دسترس، تعیین می کنند. در این میان، جو سازمانی، اهمیت زیادی برای تعادل در زمینه های فردی، گروهی و فرآیندهای درون گروهی دارد (نیکولیتا^۱، ۲۰۱۵). جیمز و همکاران^۲ (۱۹۹۰) جو سازمانی، چندبعدی است که شامل طیف گسترده ای از ارزیابی فرد از محیط کار می شود (ایلجینس و همکاران، ۲۰۱۵). به طور کلی، مفهوم جو سازمانی در جنبه های مختلف فرهنگ سازمانی، روابط کارکنان و محیط بیرون سازمان اثر می گذارد و برای ایجاد جو خوب سازمانی از راهکارهای مختلفی مانند تشکیل روابط و ارتباطات خوب بین کارکنان و ایجاد محیط دوستانه در سازمان استفاده می شود.

امروزه برخی سازمان ها با وجود نیروی انسانی قوی، متخصص و ماهر نمی توانند اهدافی را که در زمینه نیروی انسانی مشخص شده است محقق کنند. برای حل این مسئله باید عوامل متعددی را که در سرمایه انسانی مؤثر هستند شناخت تا بتوان با بهبود عوامل مؤثر، راهکاری برای ارتقای سطح آموزش، تخصص، مهارت و به طور کلی کیفیت کار در سازمان ها عرضه کرد. از طرف دیگر با توجه به تعداد اندک پژوهش ها درباره تأثیر جو سازمانی در سرمایه انسانی با تأکید بر نقش میانجی سرمایه اجتماعی، ضرورت پژوهش در این زمینه احساس می شود.

۲. مبانی نظری

جو سازمانی

جو هر سازمان، روشنگر فضای آن، تصورات کارکنان از آن، میزان همکاری و دوستی میان اعضا، اعتماد میان اعضا و حمایت اعضای آن از یکدیگر است. در تعریف دیگر، جو سازمان شامل مجموعه ادراکات افراد سازمان از عناصر بنیادین آن است (مرتضوی و همکاران، ۱۳۹۳). جو سازمانی به تصورات، احساسات و ارزش های کارکنان در محیط

1 Niculiță

2 James et al.

کارشان اطلاق می‌شود. همین‌طور احساس تعهد نسبت به سازمان، حس اعتماد و تعلق، اعتماد به نفس و وفاداری را شامل می‌شود که تحت‌تأثیر عوامل مختلفی مانند فضای فیزیکی، قوانین سازمانی حاکم و ویژگی‌های رفتاری افراد در محیط کار قرار می‌گیرد (محمدکاظمی و همکاران، ۱۳۹۱). شادرون^۱، جو را ادراکات مشترک از خط‌مشی‌ها، عادات و فرایندهای رسمی و غیررسمی می‌داند. ساعتچی، جو سازمانی را ماهیتی انسانی می‌داند که کارکنان سازمان در آن به ادای وظایف خود می‌پردازند. به سیمای محیطی که افراد سازمان به‌روشنی آن را درک می‌کنند جو سازمانی گفته می‌شود (نوردین و همکاران^۲، ۲۰۱۰). در تعریف عباس‌زادگان (۱۳۸۴)، جو سازمانی، محیطی است که کارکنان سازمان در آن کار می‌کنند و در انگیزش، عملکرد و رضایت شغلی آنها اثر می‌گذارد. جو سازمانی در نگرش و رفتار کارکنان مثبت یا منفی و مستقیم یا غیرمستقیم - اثر می‌گذارد و این تأثیر را کسانی که در سازمان کار می‌کنند اعمال می‌کنند. داکرت و همکاران^۳ (۲۰۰۴) جو سازمانی را آشکار شیوه‌ها و الگوهای ریشه‌داری می‌داند که در پیش‌فرض‌ها، مصداق‌ها و اعتقادات نهفته است و فرهنگ را می‌سازد. جو سازمانی دربرگیرنده نظام ارزشی نیز هست؛ به این معنا که مشخص می‌کند شیوه کار چگونه است و باید برای چه رفتارهایی به کارکنان پاداش داده شود (چن و هوانگ^۴، ۲۰۰۷). مدیران سازمان نیز باید همیشه به فکر بهبود و اصلاح جو سازمانی باشند تا افزون بر نگه‌داشت کارا و اثربخش آن، افراد را برانگیزند و نیازهای مادی و معنوی آنها را برآورند (چن و هوانگ، ۲۰۰۷).

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی که ریشه جامعه‌شناختی دارد اهرم توفیق و بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان است

1 Shadrin

2 Noordin et al.

3 Dackert et al.

4 Chen & Huang

(احمدی و فیض‌آبادی، ۱۳۹۰). با وجود اهمیت موضوع، یکی از مشکلات کنونی، تعریف جامع سرمایه اجتماعی است. ناهاپیت و گوشال^۱ (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را مجموع منابع و ارزشی در نظر گرفته‌اند که داخل شبکه‌ای از روابط فردی و سازمانی موجود است و از آن نشئت می‌گیرد. در تعریف دیگر، سرمایه اجتماعی، مجموعهٔ هنجارهای موجود در نظام‌های اجتماعی است که موجب ارتقای میزان همکاری اعضای جامعه و کاهش هزینه‌های تبادلات و ارتباطات آن‌ها می‌شود. از آنجاکه سرمایه اجتماعی، مرادده‌های اعضای سازمان را تسهیل می‌کند منبع سازمانی ارزشمندی است (رضائی و درینی، ۱۳۹۲). کلمن نیز سرمایه اجتماعی را جنبه‌ای از ساختار اجتماعی می‌داند که دو ویژگی دارد: کنش افراد را در درون ساختار تسهیل می‌کند و برخلاف سایر اشکال سرمایه، در ذات ساختار روابط بین و میان افراد است (کاریلو و رومنی^۲، ۲۰۱۷). برای سرمایه اجتماعی، ابعاد مختلفی ذکر شده است. در پژوهش حاضر بر مبنای مطالعات ویپل و همکاران^۳ (۲۰۱۵) ابعاد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی، مؤلفه‌های سه‌گانه سرمایه اجتماعی در سازمان در نظر گرفته شد.

بعد ساختاری: بعد ساختاری را می‌توان با تعداد دفعات تعاملات و وجود ارتباطات در سراسر سطوح سلسله‌مراتب و عملکرد بین طرفین در نظر گرفت (ویپل و همکاران، ۲۰۱۵). بنا بر نظر بولینو و همکاران^۴ (۲۰۰۲) بعد ساختاری دارای سه شاخص پیوندهای شبکه‌ای، پیکربندی روابط و متناسب‌سازی است.

بعد رابطه‌ای: لاسن و همکاران^۵ (۲۰۰۸)، بعد رابطه‌ای را نشان‌دهندهٔ دارایی به‌دست‌آمده از طریق ارتباطات، تعریف می‌کنند. کیل و همکاران^۶ (۲۰۰۰) برای

1 Nahapiet & Ghoshal

2 Carrillo & Romani

3 Whipple et al.

4 Bolino et al.

5 Lawson et al.

6 Kale et al.

اندازه‌گیری این بعد، تعاملات نزدیک‌بین فردی، اعتماد، دوستی، احترام و رابطه متقابل را مد نظر قرار می‌دهند.

بعد شناختی: بعد شناختی به میزان اشتراک دیدگاه و تفاهم کارکنان در شبکه‌ای اجتماعی مربوط می‌شود (بولینو و همکاران، ۲۰۰۲). تسای و گوشال^۱ (۱۹۹۸) بعد شناختی را درک مشترک تعریف می‌کنند درحالی‌که اکثر مطالعات، این بعد را چشم‌انداز مشترک در نظر می‌گیرند (ویپل و همکاران، ۲۰۱۵).

سرمایه انسانی

کارکنان سازمان، سرمایه فکری را از طریق شایستگی‌ها و طرز فکرهایشان تولید می‌کنند که این شایستگی شامل مهارت‌ها و تحصیلات است. زیرکی فکری، فرد را قادر می‌سازد تا عملیات را دگرگون کند و راه‌حل‌های نوآورانه‌ای را برای مشکلات سازمانی در نظر گیرد (روس و روس، ۱۹۹۷). سرمایه انسانی در تعریف فراگیر شامل منابع و روابط انسانی است. منابع انسانی، دربردارنده مهارت‌های مربوط به شغل و تجربه اعضا است. شاخص‌های بالقوه منابع انسانی شامل میزان مهارت‌های مربوط، تجربه و تحصیلات کارکنان است. کارکنان بااستعداد و برخوردار از دانش و مهارت منحصربه‌فرد، دارایی ارزشمند و منبع مزیت رقابتی هستند. روابط انسانی نیز شامل تعهد سازمانی، هویت‌یابی مبتنی بر سازمان، اعتماد دوجانبه و یاری و خوش‌بینی نسبت به آینده است. سرمایه انسانی، یکی از ابعاد سرمایه فکری است که همه ظرفیت‌های افراد، دانش، مهارت‌ها و تجربه کارکنان و مدیران سازمان را در بر دارد. سرمایه انسانی اجازه می‌دهد تا کارکنان، منبعی برای نوآوری و توسعه سازمان باشند (مونز و همکاران، ۲۰۱۰). سرمایه انسانی، راهبردی برای توسعه کشورها است اما با وجود اهمیت آشکار آن، همواره ابهاماتی درباره ماهیت واقعی و نقش و وظیفه دقیق آن وجود دارد. اهمیت و ضرورت سرمایه انسانی و

1 Tsai & Ghoshal

2 Roos & Roos

3 Muñoz et al.

بهره‌ور بودن آن در هر سازمان کاملاً آشکار است؛ زیرا با تمام قسمت‌های آن سازمان رابطه دارد. به دلیل تغییر در فلسفه وجودی سرمایه انسانی و همچنین جدایی‌ناپذیری مسائل سازمان از مسائل سرمایه انسانی باید مدیریت سرمایه‌های انسانی، برنامه‌ریزی‌های مهم و راهبردهای خاص داشته باشد و به بهره‌وری و ارزیابی آن توجه شود (استرین و همکاران^۱، ۲۰۱۶). سرمایه انسانی، یکی از مهم‌ترین دارایی‌های سازمان است که می‌تواند منبعی برای کسب مزیت رقابتی شود (لاولر^۲، ۲۰۰۹).

فرضیه‌ها

هنگامی که کارکنان، جو حمایتی را به‌خوبی درک می‌کنند تمایل بیشتری برای کار با همدیگر و به اشتراک گذاشتن دانش نشان می‌دهند (جانسون^۳، ۲۰۰۰). همچنین، از دید سرمایه اجتماعی، سازمان‌ها می‌توانند جنبه‌های متفاوتی از جو سازمانی را مانند جو حمایتی و نوآورانه ایجاد کنند. هنگامی که شرکت‌ها، جو نوآورانه مثبتی داشته باشند کارکنان، تمایل بیشتری به برقراری تعامل اجتماعی برای تبادل و تسهیم دانش برای افکار خلاقانه دارند (چن و هوانگ، ۲۰۰۷). به عبارت دیگر، هنگامی که افراد، جو حمایتی سازمان را به‌خوبی درک کنند احتمال بیشتری می‌رود که تعامل کنند و هنگامی که شرکت‌ها، جو نوآورانه‌ای فراهم می‌کنند کارکنان برای خلق موضوع‌های جدید، تعامل خود را با دیگران افزایش می‌دهند (چن و هوانگ، ۲۰۰۷). بر مبنای مباحث فوق، این پژوهش فرضیه زیر را بررسی می‌کند:

H₁: جو سازمانی در سرمایه اجتماعی اثر دارد.

سرمایه اجتماعی، نقش بسیار مهمی در انسجام میان منابع انسانی و سازمان‌ها دارد و در غیاب آن، سایر سرمایه‌ها، اثربخشی خود را از دست می‌دهند و بدون سرمایه انسانی نمی‌توانند راه‌های توسعه و تکامل را طی کنند و اثربخش‌تر عمل نمایند. سرمایه

1 Estrin et al.

2 Lawler

3 Johnson

اجتماعی می‌تواند بستر مناسبی را برای بهره‌برداری نیروی انسانی در سازمان فراهم کند تا منابع انسانی با مشارکت بیشتر، اعتماد متقابل و افزایش دانش حرفه‌ای خود، قادر به ایفای تعهدات خود در برابر سازمان باشند. از سوی دیگر، بهره‌گیری از سرمایه‌های دیگر سازمان در پرتو این سرمایه ممکن است. سرمایه اجتماعی در کنار سایر سرمایه‌های سازمان می‌تواند متغیر مؤثری در اثربخشی سرمایه انسانی باشد و به دنبال آن در روند توسعه‌یافتگی، نقش بسزایی داشته باشد (احمدی و محمدی بلبان‌آباد، ۱۳۹۱). مک‌گریگور و همکاران^۱ (۲۰۰۴) سرمایه انسانی را اندازه و کیفیت بازار کار و نیز مجموع شایستگی‌های افراد در سازمان‌ها تعریف می‌کنند. درواقع، سرمایه انسانی، مجموعه‌ای از دانش عمومی و حرفه‌ای کارکنان و مبین ذخیره دانش سازمان، توانایی‌های رهبری و حل مشکل و خطرپذیری است (بزیورا و همکاران^۲، ۲۰۰۷). پژوهش‌ها نشان می‌دهد کسانی که از نظر سرمایه انسانی (آموزش، تحصیلات و تجربه کاری) در تراز مطلوبی هستند سرمایه اجتماعی بیشتری نیز خواهند داشت (امیرخانی و آغاز، ۱۳۸۹). در نبود سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها، اثربخشی خود را از دست می‌دهد و راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار می‌شود. سرمایه اجتماعی چه در تراز مدیریت کلان و چه در تراز مدیریت سازمان‌ها و بنگاه‌ها می‌تواند با عرضه شناخت جدیدی از سامانه‌های اقتصادی-اجتماعی به مدیران، به هدایت بهتر سرمایه انسانی یاری رساند؛ به عبارت دیگر، گسترش و تقویت این دارایی ارزشمند، موجب تسهیل فرایند توسعه و پیشرفت سرمایه انسانی می‌شود. بر مبنای مباحث فوق، فرضیه دوم پژوهش به شرح زیر است:

H₂: سرمایه اجتماعی در سرمایه انسانی اثر دارد.

پژوهش‌ها حاکی از آن است که سرمایه انسانی در سازمان‌هایی که بر جو حمایتی، ارتباطات باز، تشریک مساعی، آزاداندیشی و پاداش دادن به موفقیت‌ها تأکید می‌کنند به

1 McGregor et al.

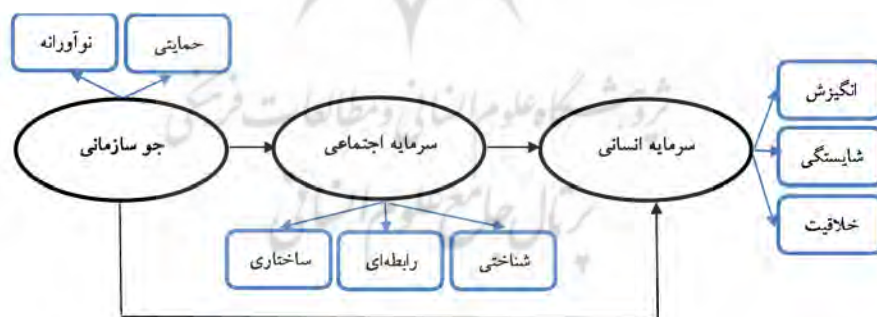
2 Bozbura et al.

نسبت سازمان‌هایی که جوی محدود، خشک، سرد و فاقد شوروهیجان دارند از عملکرد بهتری برخوردارند (گودرزی و گمینان، ۱۳۸۱). از طرف دیگر، تحقیقات هی‌گروپ^۱ می‌دهد جو سازمانی، تأثیر بسزایی در رفتار کارکنان و عملکرد بهتر سرمایه انسانی دارد. این مطالعات، مبین آن است که جو متعالی سازمان، از طرفی هزینه‌های جابه‌جایی کارکنان و مقاومت آنان را در برابر تغییر کاهش می‌دهد و از سوی دیگر، سبب بهبود کیفیت، نوآوری و خطرپذیری می‌شود. نتیجه نهایی این تأثیرات نیز افزایش سودآوری و رضایت سرمایه انسانی است. جو سازمانی مناسب می‌تواند در ایجاد انگیزش نیروی انسانی، بهبود روحیه کارکنان، مشارکت افراد در تصمیم‌گیری‌ها و افزایش خلاقیت و نوآوری مؤثر باشد؛ بنابراین، ایجاد تغییر در هر بخش از جو سازمانی، سبب تغییرات عمیقی در سرمایه انسانی سازمان می‌گردد. بر مبنای مباحث مذکور فرضیه سوم پژوهش به شرح زیر است:

H₃: جو سازمانی در سرمایه انسانی اثر دارد.

چارچوب نظری پژوهش

پس از بررسی مبانی نظری و پیشینه تجربی پژوهش، باید چارچوب مفهومی پژوهش طراحی و ارائه گردد. این چارچوب به شکل زیر است.



نمودار ۱. مدل مفهومی پژوهش

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش، کارکنان اداری مرکز خدمات حوزه علمیه استان قم هستند. تعداد افراد جامعه آماری ۴۰۰ نفر است. طبق جدول کرجسی و مورگان، نمونه‌ای با تعداد ۱۹۶ نفر انتخاب شد. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. برای ارزیابی پایایی پرسش‌نامه از بررسی سازگاری درونی و برای بررسی روایی از روایی همگرا و واگرا استفاده شد. سازگاری درونی، یکی از روش‌های رایج برای بررسی پایایی مدل‌های اندازه‌گیری است. تجزیه و تحلیل سازگاری درونی از روش پیشنهادی مقایسه سه شاخص سازگاری (پایایی مرکب، آلفای کرونباخ و میانگین واریانس تبیین‌شده) با مقدار بحرانی باگازی و یی^۱ (۱۹۸۸) پیروی می‌کند. نتایج بررسی در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. نتایج مربوط به پایایی مرکب، آلفای کرونباخ و میانگین واریانس تبیین‌شده

نام متغیر	تعداد پرسش‌ها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی (CR)	میانگین واریانس تبیین‌شده (AVE)	منبع
جو سازمانی	۵	۰/۸۶۱	۰/۷۹۲	۰/۵۷۳	چن و هوانگ (۲۰۰۷)
سرمایه اجتماعی	۱۲	۰/۷۲۹	۰/۸۴۳	۰/۶۲۴	ویپل و همکاران (۲۰۱۵)
سرمایه انسانی	۱۸	۰/۹۳۱	۰/۹۲۲	۰/۵۳۳	بونتیس و فیتز-انز ^۲ (۲۰۰۲)

جدول ۱ ضرایب شاخص‌های سازگاری درونی را نشان می‌دهد. همه ضرایب

1 Bagozzi & Yi

2 Bontis & Fitz-Enz

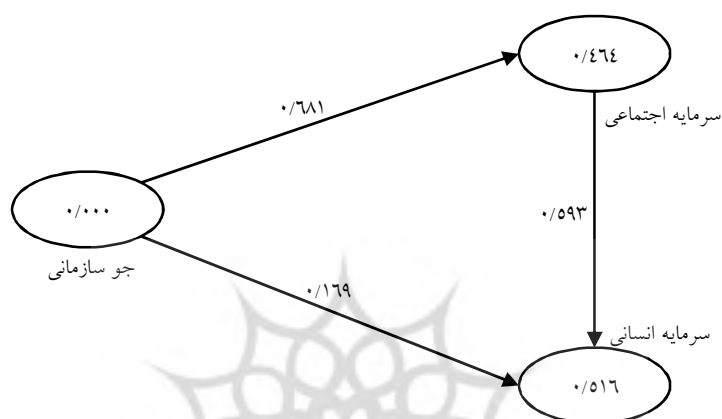
پایایی مرکب و آلفای کرونباخ، بیش از حد بحرانی ۰/۷ و همه میانگین واریانس‌های تبیین‌شده بیش از حد بحرانی ۰/۵ هستند؛ پس مدل‌های اندازه‌گیری در حد مطلوبی قرار دارند. گام بعدی، بررسی روایی مدل‌های اندازه‌گیری و سنجش توان مدل‌های اندازه‌گیری در سنجش پدیده موردنظر است. بررسی روایی سازه از طریق ارزیابی روایی واگرا و همگرایی مدل‌های اندازه‌گیری، روش قدرتمندی است. نتایج نشان داد که بارهای عاملی شاخص‌های درون هر سازه نسبت به سازه بیرونی آن، مقدار بیشتری را به خود اختصاص می‌دهند که این می‌تواند نشان‌دهنده روایی همگرا در بین شاخص‌های هر یک از سازه‌های پژوهش باشد. همچنین برای بررسی تأثیر هم‌خطی متغیرها، از روایی واگرا^۱ استفاده شد. در مدلیابی PLS، معیار مناسب بودن روایی تشخیصی این است که سازه باید بیشترین واریانس مشترک را با نشانگرهایش -نسبت به اشتراک آن با سازه‌های دیگر در مدلی معین- داشته باشد. همان‌گونه که در جدول ۲ مشاهده می‌شود مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر -که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند- از مقدار همبستگی میان آن‌ها -که در خانه‌های زیرین و راست قطر اصلی آمده‌اند- بیشتر است. از این رو، می‌توان گفت که در پژوهش حاضر، سازه‌ها (متغیرهای مکنون) در مدل، تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سایر سازه‌ها؛ لذا روایی واگرای مدل در حد مناسبی است.

جدول ۲. روایی واگرا (تشخیصی)

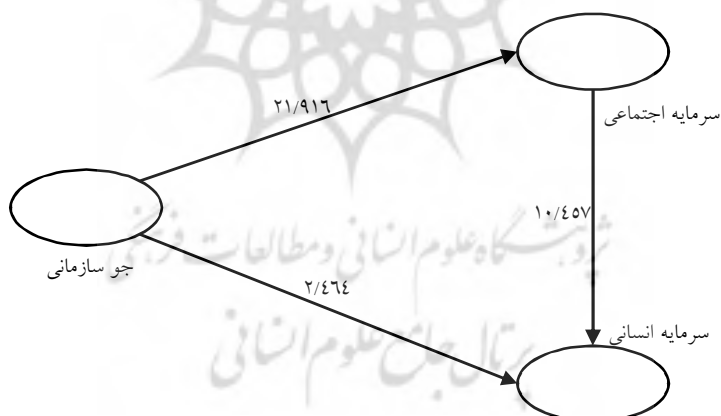
سرمایه اجتماعی	جو سازمانی	سرمایه انسانی	
		۰/۷۳۰	سرمایه انسانی
	۰/۷۵۶	۰/۵۷۲	جو سازمانی
۰/۷۸۹	۰/۶۸۱	۰/۷۰۷	سرمایه اجتماعی

۴. یافته‌ها

پس از احراز پایایی و روایی مناسب پرسش‌نامه پژوهش، فرضیات پژوهش را با مدل ساختاری بررسی می‌کنیم.



نمودار ۲. مدل معادلات ساختاری در حالت تخمین استاندارد



نمودار ۳. مدل معادلات ساختاری در حالت اعداد معناداری

به منظور بررسی فرضیه پژوهش از تحلیل مسیر استفاده شده است. شکل ۲ و ۳ به ترتیب، مدل معادلات ساختاری پژوهش را در حالت تخمین ضرایب استاندارد و در حالت اعداد معناداری نشان می‌دهد.

تفسیر مدل ساختاری

بررسی الگوی ساختاری PLS و فرضیه‌های پژوهش از طریق بررسی ضرایب مسیر (Beta) و مقادیر R^2 امکان‌پذیر است. از ضرایب مسیر برای تعیین سهم هر یک از متغیرهای پیش‌بین در تبیین واریانس متغیر ملاک، استفاده می‌شود و مقادیر R^2 تبیین واریانس تبیین شده متغیر ملاک توسط متغیرهای پیش‌بین است. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳، و ۰/۶۷ را مقادیر ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 معرفی کرده‌اند. همچنین، شاخص برازش کلی الگو در PLS، GOF است و از آن می‌توان برای بررسی اعتبار یا کیفیت الگوی PLS استفاده کرد. این شاخص بین صفر تا یک قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک، مبین کیفیت مناسب مدل است. وتزلس و همکاران^۱ (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند. همان‌طور که در نمودار ۲ مشاهده می‌شود مقدار R^2 برای متغیرها، مناسب است و مقدار GOF نیز ۰/۴۳۴ به دست آمده است که نشانه برازش مدل ساختاری پژوهش است. نتایج آزمون مدل مفهومی پژوهش در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. آزمون مدل ساختاری

فرضیه	روابط	ضریب مسیر (Beta)	مقدار آماره آزمون (T-value)	نتیجه فرضیه
فرضیه ۱	جو سازمانی ← سرمایه اجتماعی	۰/۶۸۱	۲۱/۹۱	تأیید
فرضیه ۲	سرمایه اجتماعی ← سرمایه انسانی	۰/۵۹۳	۱۰/۴۵	تأیید
فرضیه ۳	جو سازمانی ← سرمایه انسانی	۰/۱۶۹	۲/۴۶	تأیید

۵. بحث و نتیجه‌گیری

امروزه سرمایه اجتماعی، نقش مؤثری در موفقیت یا شکست سازمان‌ها دارد و مدیران برای ایجاد، حفظ و تقویت این نوع سرمایه مانند سایر اشکال سرمایه باید تلاش کنند.

1 Wetzels et al.

بدون درک درست رابطه بین سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی و جو سازمانی، و جو سازمانی و سرمایه انسانی، نتایج مطلوب حاصل نمی‌شود. با توجه به این اهمیت، پژوهش حاضر به بررسی تأثیر جو سازمانی در سرمایه انسانی از طریق سرمایه اجتماعی در کارکنان اداری مرکز خدمات حوزه علمیه استان قم پرداخته است. سازمان‌ها برای بقا به محیط‌های سازمانی انعطاف‌پذیر نیاز دارند که خلاقیت و مسئولیت شخصی را تشویق کنند و به افراد اجازه دهند تا مسئول کارهایشان باشند. بدین‌منظور، بهبود جو سازمانی، یکی از نیازهای آشکار سازمان است و پژوهش‌ها حاکی از آن است که رضایت اعضای سازمان از جو حاکم خود، ارزشی اساسی است. به عبارت دیگر، می‌توان گفت جو سازمانی در میان سایر متغیرهای مربوط به سازمان، از عوامل نادری است که می‌توان با دست‌کاری آن، به تحقق اهداف سازمان کمک کرد. در گام اول از بررسی فرضیه‌های پژوهش، رابطه مستقیم جو سازمانی و سرمایه اجتماعی تأیید شد که مطابق با نتایج چن و هوانگ (۲۰۰۷)، نوروزی و همکاران (۱۳۹۴) است؛ بنابراین، فضای کار مناسب، ارج نهادن به فکر و نظر اعضای سازمان و بهره بردن از آن‌ها برای دست یافتن به راه‌حل‌های اساسی و راهبردهای نو در سازمان‌ها سبب بهبود سرمایه اجتماعی در سازمان خواهد شد. معناداری رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی نیز با نتایج فلورین و همکاران^۱ (۲۰۰۳)، لین و هونگ^۲ (۲۰۰۵)، مقیمی و همکاران (۱۳۹۰) و ترابی و همکاران (۱۳۸۹) همسو است؛ پس برای افزایش سرمایه انسانی، هر مدیر باید به اهمیت سرمایه اجتماعی پی ببرد و بداند که کارها و وظایف سازمان، زمانی خوب خواهد شد که افراد همدیگر را بشناسند و به یکدیگر اعتماد کنند. در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها، اثربخشی خود را از دست می‌دهند و بدون سرمایه اجتماعی، راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار می‌شود. هدف مرکز خدمات حوزه علمیه، تقویت سرمایه اجتماعی و تربیت نیروی انسانی

1 Florin et al.

2 Lin & Huang

مورد نیاز جامعه (طلبه‌های جوان و مشتاق تبلیغ دین اسلام)، ترویج و ارتقای دانش، گسترش پژوهش و فراهم آوردن زمینه مساعد برای مشارکت در توسعه کشور است و با تأثیر در سرمایه اجتماعی و انسانی -در کنار سایر عوامل- می‌تواند نقش بسیار مهمی در زنده نگه داشتن مشارکت سازمان‌ها ایفا کند. سرمایه اجتماعی با ایجاد و گسترش شبکه‌های روابط جمعی و گروهی و تقویت همبستگی میان افراد سازمان می‌تواند در گسترش و تثبیت مشارکت سازمانی مطلوب، نقش بسیار مؤثری ایفا نماید. زمینه‌های مشارکت در طول زمان در اثر کنش‌های متقابل مردم با یکدیگر شکل می‌گیرد و تغییر می‌کند و با اعتماد مردم به همدیگر نمود می‌کند. در این شرایط، سرمایه اجتماعی به وجود می‌آید و نمود عینی آن، مشارکت عملی در رسیدن به اهداف سازمانی است. در نهایت، معناداری رابطه جو سازمانی و سرمایه انسانی تأیید شد که مطابق با نتایج قاسمی‌نژاد (۱۳۸۱)، صفاری و همکاران (۱۳۸۹) و صادقی و فتحی (۱۳۸۹) است. درباره رابطه جو سازمانی و سرمایه انسانی، پژوهش‌های کمی شده است. در این پژوهش، پژوهندگان به دنبال بررسی تأثیر مستقیم جو سازمانی در سرمایه انسانی بودند که ارتباط مستقیم آن‌ها تأیید شد. نتایج پژوهش صائبی (۱۳۸۲) و مدل آن نشان می‌دهد که آموزش ضمن خدمت، توسعه کارکنان، جو سازمانی، تیم‌سازی و نوآوری‌های سازمانی، موجب توسعه سرمایه انسانی می‌شود. همچنین، نتیجه تحقیق خنیفر و همکاران^۱ (۲۰۱۱) نشان می‌دهد که بهبود سرمایه انسانی موجب بهبود جو سازمانی و مؤلفه‌های آن می‌گردد. در مجموع می‌توان گفت که ایجاد جو حمایتی و نوآورانه، سبب توسعه سرمایه انسانی می‌شود. در جو باز و مطلوب، کارکنان ویژگی‌های زیر را دارند: رضایت شغلی چشمگیر، انگیزه کافی برای غلبه بر مشکلات، نیروی محرکه لازم برای پیشبرد کارها و حفظ تحرک سازمان. به علاوه، کارکنان به همکاری با سازمان خود افتخار می‌کنند، به خوبی با یکدیگر همکاری می‌کنند و امور سازمان را تمام و کمال انجام می‌دهند. برای ساختن جو حمایتی به منظور توسعه سرمایه انسانی و بهبود آن،

1 Khanifar et al.

پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان از ایده‌های جدید و نوآورانه کارکنان حمایت کنند و آنان را به عرضه نظرهای جدید و همکاری در امور ترغیب کنند. برای دستیابی به این مهم می‌توان از رویکردهای نظام پیشنهادها، گروه‌های کاری، کمیته‌ها و گروه‌های ضربت و حلقه‌های کیفیت بهره برد.

با توجه به اهمیت مؤلفه‌های جو سازمانی و سرمایه انسانی و نتایج این پژوهش، پیشنهاد می‌شود مراکز خدماتی، نیروی خود را در بهبود آن دسته از مؤلفه‌های جو سازمانی صرف کنند که با توسعه سرمایه انسانی ارتباط دارند و اطمینان داشته باشند پاسخ خود را با بهبود سرمایه انسانی خواهند گرفت. مؤلفه‌هایی که برای توسعه سرمایه انسانی پیشنهاد می‌شود بدین شرح است: داشتن احساس درونی مثبت نسبت به شغل، بهبود تعهد به سازمان و اهداف آن، داشتن روحیه همکاری، برقراری روابط مناسب بین همکاران و مدیران، افزایش تمایل به حل مسائل مراکز خدماتی و افزایش میزان مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها.

منابع

۱. احمدی، علی اکبر و فیض آبادی، حوریه (۱۳۹۰). «بررسی ارتقای سرمایه اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمان (نمونه موردی: سازمان های ستادی شهرداری تهران)». فصلنامه مدیریت دولتی، دوره ۳، شماره ۶، صص ۶۰-۷۸.
۲. احمدی، یعقوب و محمدی بلبان آباد، اسعد (۱۳۹۱). «سرمایه اجتماعی و اثربخشی کارکنان گمرک (مطالعه موردی: استاد کردستان)». فرایند توسعه مدیریت، دوره ۲۶، شماره ۲، صص ۱۸۷-۲۰۷.
۳. امیرخانی، طیب و آغاز، عسل (۱۳۸۹). «توسعه سرمایه اجتماعی در پرتو سرمایه انسانی: شرکت ملی پتروشیمی». پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۱، شماره ۱۵، صص ۱-۲۰.
۴. باقری مجد، روح الله، مهاجران، بهناز و فلاح فرامرزی، محسن (۱۳۹۳). «بررسی روابط بین سرمایه اجتماعی، مشارکت سازمانی و سرمایه انسانی در نظام آموزش عالی»، پژوهش های مدیریت منابع انسانی، دوره ۷، شماره ۳، صص ۲۰۷-۲۲۵.
۵. ترابی، پردیس، حیدری، علی قلی و قلی نیا، محمدجواد (۱۳۸۹). «بررسی میزان تأثیر مؤلفه های سرمایه اجتماعی در عملکرد شرکت های تعاونی (مورد مطالعه: تعاونی های دام و طیور در شهرستان مشهد)»، تعاون، دوره ۲۱، شماره ۲، صص ۱-۲۰.
۶. رضائی، روح الله و درینی، روح الله (۱۳۹۲). «بررسی نقش مؤلفه های سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی». مدیریت دولتی، دوره ۵، شماره ۳، صص ۴۳-۶۲.

۷. صائبی، محمد (۱۳۸۲). «توسعه منابع انسانی با رویکرد راهبردی». *مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، دوره ۱۰، شماره ۳۷، صص ۱۳۵-۱۴۸.
۸. صادقی، عباس و فتحی، بهمن (۱۳۸۹). «بررسی رابطه جو سازمانی با رضایت شغلی معلمان در شهرستان ماسال در استان گیلان». *پژوهش‌نامه علوم انسانی و اجتماعی*، دوره ۲، شماره ۵، صص ۵۵-۸۱.
۹. صفاری، پویا، ایازی، صمد و دعایی، محمدعلی (۱۳۸۹). «بررسی عوامل مرتبط با رضایت شغلی و رابطه آن با جو سازمانی در بین کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند». *فرا سوی مدیریت*، دوره ۴، شماره ۱۵، صص ۱۴۵-۱۶۰.
۱۰. عباس‌زادگان، سیدمحمد (۱۳۸۴). «مدیریت بهداشت روانی». *مدیریت*، دوره ۱، شماره‌های ۱۰۳ و ۱۰۴، صص ۲۸-۳۱.
۱۱. قاسمی‌نژاد، افسر (۱۳۸۱). «تعیین رابطه جو سازمانی با استرس شغلی و رضایت شغلی دبیران مدارس متوسطه شهرکرد». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. اصفهان: دانشگاه اصفهان.
۱۲. گودرزی، اکرم و گمینیان، وجیهه (۱۳۸۱). *اصول، مبانی و نظریه‌های جو سازمانی*. اصفهان: جهاد دانشگاهی واحد اصفهان.
۱۳. محمدکاظمی، رضا، جعفری مقدم، سعید و سهیلی، سارا (۱۳۹۱). «شناسایی میزان تأثیر جو سازمانی بر نوآوری (مورد مطالعه: بانک ملت)». *توسعه کارآفرینی*، دوره ۵، شماره ۲، صص ۶۷-۸۶.
۱۴. مرتضوی، سعید، خوراکیان، علی‌رضا، ناصری‌نژاد، الهه و معماری، علی (۱۳۹۳). «بررسی رابطه متقابل نوآوری درک‌شده سازمانی با سایر مؤلفه‌های جو سازمانی در کارکنان ستاد شرکت برق منطقه‌ای خراسان». *مدیریت نوآوری*، دوره ۳، شماره ۳، صص ۳۳-۵۲.
۱۵. مقیمی، سیدمحمد، امامی، فرزانه و کاظمی، معصومه (۱۳۹۰). «ارزیابی و اولویت‌بندی شاخصه‌های سرمایه اجتماعی و تأثیر آن بر عملکرد سازمانی در نظام دانشگاهی». *مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره ۹، شماره ۲، صص ۲۹-۶۰.

۱۶. نوروزی، حسین، کاملی، علی‌رضا، بیگی، رؤیا و مهدی، مهدی (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر جو سازمانی بر عملکرد سازمانی از طریق سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان شهرداری مناطق پنج‌گانه شهر رشت)». مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۱۳۷-۱۵۴.

17. Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). "On the Evaluation of Structural Equation Models". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 16, No. 1, pp. 74-94.
18. Brooks, K., & Muyia Nafukho, F. (2006). "Human Resource Development, Social Capital, Emotional Intelligence: Any Link to Productivity?". *Journal of European Industrial Training*, Vol. 30, No. 2, pp. 117-128.
19. Bolino, M. C., Turnley, W. H., & Blood Good, J. M. (2002). "Citizenship Behavior and the Creation of Social Capital in Organizations". *Academy of Management Review*, Vol. 27, No. 4, pp. 505-522.
20. Bontis, N., & Fitz-Enz, J. (2002). "Intellectual Capital ROI: A Causal Map of Human Capital Antecedents and Consequents". *Journal of Intellectual capital*, Vol. 3, No. 3, pp. 223-247.
21. Bozbura, F. T., Beskese, A., & Kahraman, C. (2007). "Prioritization of Human Capital Measurement Indicators Using Fuzzy AHP". *Expert Systems with Applications*, Vol. 32, No. 4, pp. 1100-1112.
22. Carrillo, Á. E., & Romání, R. J. (2017) "Measuring Social Capital: Further Insights". *Gac Sanit*, Vol. 31, No. 1, pp. 57-61.

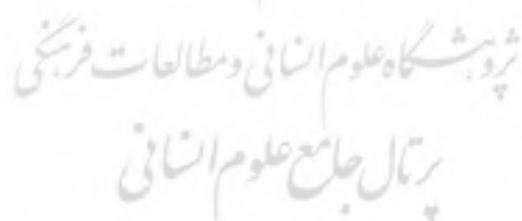
23. Chen, C. J., & Huang, J. W. (2007). "How Organizational Climate and Structure Affect Knowledge Management-The Social Interaction Perspective". *International Journal of Information Management*, Vol. 27, No. 2, pp. 104-118.
24. Dackert, I., Loov, L. Å., & Martensson, M. (2004). "Leadership and Climate for Innovation in Teams". *Economic and Industrial Democracy*, Vol. 25, No. 2, pp. 301-318.
25. Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2016). "Human Capital in Social and Commercial Entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*, Vol. 31, No. 4, pp. 449-467.
26. Florin, J., Lubatkin, M., & Schulze, W. (2003). "A Social Capital Model of High-growth Ventures". *Academy of Management Journal*, Vol. 46, No. 3, pp. 374-384.
27. Gamerschlag, R., & Möller, K. (2011). "The Positive Effects of Human Capital Reporting". *Corporate Reputation Review*, Vol. 14, No. 2, pp. 145-155.
28. Iljins, J., Skvarciany, V., & Gaile-Sarkane, E. (2015). "Impact of Organizational Culture on Organizational Climate during the Process of Change". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 213, pp. 944-950.
29. James, L. R., James, L. A., & Ashe, D. K. (1990). "The Meaning of Organizations: The Role of Cognition and Values". In B. Schneider (Ed.), *Organizational Climate and Culture*, (pp. 40-84). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

30. Johnson, J. J. (2000). "Differences in Supervisor and Non-supervisor Perceptions of Quality Culture and Organizational Climate". *Public Personnel Management*, Vol. 29, No. 1, pp. 119-128.
31. Kale, P., Singh, H., & Perlmutter, H. (2000). "Learning and Protection of Proprietary Assets in Strategic Alliances: Building Relational Capital". *Strategic Management Journal*, Vol. 21, No. 3, pp. 217-237.
32. Khanifar, H., Emami, M., & Nazari, M. (2011). "The Survey of Correlation between Social Capital and Knowledge Management". *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Vol. 5, No. 12, pp. 719-726.
33. Lawler, E. (2009). "Make Human Capital a Source of Competitive Advantage". *USC Marshall School of Business*, Vol. 38, No. 1, pp. 1-24.
34. Lawson, B., Tyler, B. B., & Cousins, P. D. (2008). "Antecedents and Consequences of Social Capital on Buyer Performance Improvement". *Journal of Operations Management*, Vol. 26, No. 3, pp. 446-460.
35. Lin, S. C., & Huang, Y. M. (2005). "The Role of Social Capital in the Relationship between Human Capital and Career Mobility: Moderator or Mediator?". *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 6, No. 2, pp. 191-205.
36. McGregor, J., Tweed, D., & Pech, R. (2004). "Human Capital in

the New Economy: Devil's Bargain". *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5, No. 1, pp. 153-164.

37. Muñoz, J. E., López, G., & Cuartas, D. (2010). "The Most Relevant Indicators of Intellectual Capital Components in an Engineering Faculty". Kuala Lumpur: *2nd International Congress on Engineering Education (ICEED)*, pp. 249-253.
38. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage". *The Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 2, pp. 242-266.
39. Niculiță, Z. (2015). "The Relationship between Work Style and Organizational Climate for Romanian Employees". *Procedia Economics and Finance*, Vol. 32, No. 11, pp. 1042-1049.
40. Noordin, F., Omar, S., Sehan, S., & Idrus, S. (2010). "Organizational Climate and its Influence on Organizational Commitment". *The International Business & Economics Research Journal*, Vol. 9, No. 2, pp. 1-11.
41. Ostrom, E. (2009). "What Is Social Capital". In V. O. Bartkus & J. H. Davis (Eds.). *Social Capital: Reaching out, Reaching in*, (pp. 17-38). Cheltenham: Edward Elgar.
42. Roos, G., & Roos, J. (1997). "Measuring Your Company's Intellectual Performance". *Long Range Planning*, Vol. 30, No. 3, pp. 413-426.
43. Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). "Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks". *Academy of Management Journal*, Vol. 41, No. 4, pp. 464-476.

44. Warner, M. (2003). "Social Capital Construction and the Role of the Local State¹". *Rural Sociology*, Vol. 64, No. 3, pp. 373-393.
45. Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). "Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration". *MIS Quarterly*, Vol. 33, No. 1, pp. 175-195.
46. Whipple, J. M., Wiedmer, R., & Boyer, K. (2015). "A Dyadic Investigation of Collaborative Competence, Social Capital, and Performance in Buyer-Supplier Relationships". *Journal of Supply Chain Management*, Vol. 51, No. 2, pp. 3-21.





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی