



# The Mediating Role of Corporate Social Responsibility in the Impact of Social and Intellectual Capital on the Effectiveness of Iranian Sport Organizations

Tayebeh Zargar ✉

Corresponding author, Assistant Professor of Sport Management, South Tehran branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: [T\\_zargar@azad.ac.ir](mailto:T_zargar@azad.ac.ir)

---

---

## Article Info

### Article type:

Research Article

### Article history:

Received 8 April 2024

Revised 30 April 2024

Accepted 14 May 2024

Published 21 May 2024

### Keywords:

Social capital,

Intellectual capital,

Effectiveness,

Corporate social responsibility,

Sport organizations

---

---

## ABSTRACT

**Objective:** The aim of the present study was to identify mediating role of social responsibility in the impact of social and intellectual capital on the effectiveness of Iranian sports organizations.

**Methods:** This research is based on the purpose of applied research and in terms of data collection method, it is a descriptive-strategic research of correlational analysis. The sample size was randomly selected based on Morgan's table of 368 people. Taking into account 356 healthy questionnaires. The study used a questionnaire from the Nahapat and Goshal Social Capital Questionnaire (1998), the Buntis Intellectual Capital Questionnaire (1998), the Heso Organizational Effectiveness Questionnaire (2002), and the corporate social responsibility Carroll Questionnaire (2001). The formal and content validity and reliability were confirmed by Cronbach's alpha test. Also, in this study, in order to analyze statistical tests, the SPSS software version 25 and the LISREL software were used with 95 % confidence and with an error level of 0.05.

**Results:** It was found that the coefficient of effect of social capital on organizational effectiveness is equal to (2.65 and  $t = 2.73$ ), so social capital has a negative and significant effect on organizational effectiveness ( $t = 2.73$ ,  $p > 0.05$ ). And the coefficient of the effect of intellectual capital on corporate social responsibility is equal ( $t = 0.73$  and  $t = 12.53$ ) which is significant at the level of  $p < 0.05$  and as a result it can be said that intellectual capital has a positive and significant effect on corporate social responsibility ( $t = 7.63$ ,  $p > 0.05$ ). The coefficient of effect of corporate social responsibility on organizational effectiveness is equal to ( $t = 0.41$  and  $t = 24.24$ ) which has a significant positive and significant effect on organizational effectiveness at  $p < 0.05$  and corporate social responsibility ( $t = 11.84$ ,  $p > 0.05$ ). In the following, regression equations are examined structurally.

---

**Cite this article:** Zargar, Tayebeh. (2024). The Mediating Role of Corporate Social Responsibility in the Impact of Social and Intellectual Capital on the Effectiveness of Iranian Sport Organizations. *Jahesh*, 2 (1), 13-31.



© The Author(s).

Publisher: Gorgan Branch, Islamic Azad University.

---



## نقش میانجی مسئولیت اجتماعی در تاثیر سرمایه اجتماعی و فکری بر اثربخشی سازمان های ورزشی ایران

طیبه زرگر ✉

نویسنده مسئول، استادیار گروه مدیریت ورزش، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: [T\\_zargar@azad.ac.ir](mailto:T_zargar@azad.ac.ir)

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱/۲۰</p> <p>تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۲/۱۱</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۲/۲۵</p> <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۳/۱</p> <p>کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری، اثربخشی، مسئولیت اجتماعی، سازمان های ورزشی.</p>	<p><b>هدف:</b> هدف تحقیق حاضر بررسی نقش میانجی مسئولیت اجتماعی در تاثیر سرمایه اجتماعی و فکری بر اثربخشی سازمان های ورزشی ایران می باشد.</p> <p><b>روش پژوهش:</b> این پژوهش براساس هدف، از پژوهش های کاربردی و از حیث شیوه گردآوری داده ها، پژوهشی توصیفی-پیمایشی از نوع تحلیل همبستگی است افراد شاغل در سازمان ورزش و جوانان ایران شامل معاونین، مدیران ستادی سازمان، مدیران کل و معاونین استان ها، مدیران کمیته ملی المپیک و رئیس، نایب رئیس، دبیران فدراسیون های ورزشی ایران به عنوان نمونه انتخاب شدند. حجم نمونه نسبت به حجم جامعه براساس جدول مورگان ۳۶۸ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند. در نهایت محقق موفق به جمع آوری ۳۵۶ پرسشنامه قابل تجزیه و تحلیل شد. با احتساب ۳۵۶ پرسشنامه سالم نرخ پاسخ ۹۶ درصد بود. در این تحقیق از پرسش نامه از پرسش نامه سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال (۱۹۹۸)، پرسش نامه سرمایه فکری بونتیس (۱۹۹۸)، پرسش نامه اثربخشی سازمانی هسو (۲۰۰۲) و پرسش نامه مسئولیت اجتماعی کارول (۱۹۹۱) استفاده شد. که روایی صوری و محتوایی و پایایی آن با آزمون آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. همچنین در این پژوهش جهت تحلیل آزمون های آماری از نرم افزار SPSS نسخه ۲۵ و نرم LISREL نسخه ۸/۸ در سطح ۹۵٪ اطمینان و با سطح خطای ۰/۰۵ استفاده شد.</p> <p><b>یافته ها:</b> مشخص شد که ضریب اثر سرمایه اجتماعی بر اثربخشی سازمانی برابر (۰/۲۶) و (۲/۷۳=t) می باشد، بنابراین سرمایه اجتماعی بر اثربخشی سازمانی تاثیر منفی و معناداری دارد (۲/۷۳=t، ۰/۰۵ &lt; p). و ضریب اثر سرمایه فکری بر مسئولیت اجتماعی برابر (۰/۷۳) و (۱۲/۵۳=t) که در سطح ۰/۰۵ &lt; p معنادار و در نتیجه می توان گفت که سرمایه فکری تاثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت دارد (۷/۶۳=t، ۰/۰۵ &lt; p). ضریب اثر مسئولیت اجتماعی بر اثربخشی سازمانی برابر (۰/۴۱) و (۵/۲۴=t) که در سطح ۰/۰۵ &lt; p معنادار و مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری بر اثربخشی سازمانی دارد (۱۱/۸۴=t، ۰/۰۵ &lt; p). در ادامه معادلات رگرسیونی در حالت ساختاری مورد بررسی قرار می گیرد این معادلات بیانگر ضرایب مسیر، ضرایب معناداری و میزان R<sup>2</sup> می باشد. میزان R<sup>2</sup> در متغیرهای اثربخشی سازمانی و مسئولیت اجتماعی بترتیب ۰/۵۵ و ۰/۵۶ می باشد.</p>

استناد: زرگر، طیبه. (۱۴۰۳). نقش میانجی مسئولیت اجتماعی در تاثیر سرمایه اجتماعی و فکری بر اثربخشی سازمان های ورزشی ایران. جهش، ۲ (۱)، ۲۱-۱۳.



## مقدمه

در یک سازمان، محاسبه اثربخشی کارچندان ساده ای نیست و شاخص ها و روش های متعددی برای سنجش و اندازه گیری عملکرد سازمان ارائه شده است. توسعه صلاحیت و شایستگی و اثربخشی زمان کار را بهبود خواهد داد و افزایش اثربخشی زمان کار، شاخص های دیگر اثربخشی سازمانی را ارتقاء خواهد داد. به واقع، رضایت درونی، شادکامی و ترغیب، مولد کارکنان است که در کارایی و اثربخشی در سازمان و هدایت به بالاترین حد بهره وری موثر است. اثربخشی سازمانی، نقش مهمی را در توسعه سازمانی ایفا می کند. صاحب نظران، اثربخشی سازمانی را به درجه و میزان حصول به هدف تعریف کرده اند و آن را انجام صحیح کار می داند و آن را کلید موفقیت سازمان محسوب می کند. در واقع این واژه یک مفهوم واحد و منفرد نیست، بلکه موضوعی بسیار پیچیده است که مشتمل بر ترجیحات و انتظارات متفاوتی میباشد، اثربخشی سازمانی روشی است که سازمان ها چگونگی تحقق موفقیت آمیز ماموریت های شان را از طریق راهبردهای سازمانی مورد ارزیابی قرار می دهند. به عبارت ساده تر، اثربخشی سازمانی را به عنوان میزان یا حدی که یک سازمان اهدافش را به دست می آورد (یو<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱). اما یکی از متغیرهایی که می تواند اثربخشی سازمان را تحت تأثیر قرار دهد، سرمایه اجتماعی است. گوشال و ناهاپیت سرمایه اجتماعی را به عنوان جمع منابع بالقوه و بالفعل موجود در درون، قابل دسترس از طریق و ناشی شده از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی تعریف می کنند. از دیدگاه آنان سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت ها و دارایی های مهم سازمانی است که می تواند در مقایسه با سازمان های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند. پونتام سرمایه اجتماعی را اعتماد، هنجارها و شبکه هایی که همکاری و تعاون را برای نیل به منافع متقابل آسان می کند، می داند (سوزبیر<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸) سرمایه اجتماعی مفهومی زیربنایی در درک نوآوری، خلاقیت و پویایی های سازمان به شمار می آید زیرا از یک سو، فرایند خلاقیت، نوآوری و یادگیری گروهی را تحت تأثیر قرار داده است و از سوی دیگر، تحقق آن را تسهیل می کند (بارن<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷). به هر حال هر سازمانی برای رسیدن به اثربخشی سازمانی و تحقق اهداف و مأموریتش باید نقش و تأثیر سرمایه اجتماعی را در نظر بگیرد تا بتواند خود را با تغییرات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و جز آن در محیط پیرامون خود تطبیق دهد و این تغییرات را رهبری و کنترل کند در غیر این صورت شاهد کاهش اثربخشی سازمانش خواهد بود. در نتیجه می توان استنباط کرد در نظر نگرفتن سرمایه اجتماعی زوال و نابود سازمانی و عدم تحقق رسالت سازمانی را موجب شود، که این همان نرسیدن به اثربخشی سازمانی است (الموس<sup>۴</sup>، ۲۰۱۷).

متغیرهای مدیریتی دیگر که می تواند در اثربخشی سازمانی مدیران نقش داشته باشد، سرمایه فکری می باشد. تا چند دهه گذشته این باور وجود داشت که علت عقب افتادن کشورهای در حال توسعه نبود سرمایه های مالی و فیزیکی می باشد، بر این اساس، کشورها تلاش و تمرکز خود را برای حل مشکل عقب افتادگی خود را راه های مختلف جذب سرمایه های فیزیکی و مالی صرف می کردند، اما امروزه مشخص شده است که وجود این نوع از سرمایه ها به تنهایی نمی تواند توسعه کشور را به ارمغان بیاورد و آن کشورهایی که از نیروی انسانی دانش گرا و ساختارهای دانشی مستحکم بهره مند هستند توانایی هدایت سرمایه های فیزیکی و مالی خود را برای رشد همه جانبه خواهند داشت (وطن خواه، ۱۳۹۸).

<sup>1</sup> You

<sup>2</sup> Sözbilir

<sup>3</sup> Barron

<sup>4</sup> Elmose-Østerlund

پیچیدگی های عصر حاضر و همچنین افزایش محیط های رقابتی، سازمان ها را به این سمت برده است که مسئولیت اجتماعی را سرلوحه کار خود قرار دهند ( سالویونا و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸؛ زیاکس و تراندافیلوا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). از آنجا که مسئولیت اجتماعی گرایش فطری به ارزش های انسانی و ارمان های اخلاق ورزی دارد و از آن به عنوان چهره اخلاقی سازمان نام می برند مورد توجه بسیاری از سازمان قرار گرفته است ( متن و مون<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰؛ سرور و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰). طی دهه های اخیر مفهوم مسیولیت اجتماعی به گفتمان غالب و حاکم بر حوزه مدیریت سازمان ها تبدیل شده است و سازمان های بزرگ و معتبر جهانی مسیولیت در برابر جامعه و محیط اجتماعی را جزیی از استراتژی های سازمانی خود می بینند ( ون و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰؛ مناساکیا و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۳). با این وجود نبود تعریف واحد از مسیولیت اجتماعی سبب گردید تا بیشتر محققین از آن به عنوان تجارت و نیز خلق ارزش ها اجتماعی نام برده و پاسخ گویی سازمان ها را فراتر از الزامات قانونی آن دانند (کلک و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۲۰؛ هاج و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۱۴).

از سویی ورزش به عنوان یکی از حوزه های مهم در خصوص مسئولیت اجتماعی مشخص می باشد. اسمیت و وستریک<sup>۹</sup> (۲۰۰۷) مشخص نمودند که ورزش یکی از حوزه های مهم و اساسی در جهت بهبود مسئولیت اجتماعی می باشد. گودفری<sup>۱۰</sup> (۲۰۰۹) نیز مشخص نمودند که ورزش و مسئولیت اجتماعی ارتباطات نزدیکی را دارا می باشند. مسئولیت اجتماعی با برخی از انواع ورزش شامل ورزش حرفه ای و قهرمانی (والکر<sup>۱۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۰؛ رو<sup>۱۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۸) و ورزش همگانی (آناثاسوپولو<sup>۱۳</sup>، ۲۰۱۱) ارتباطات نزدیکی دارد. بریتبارس<sup>۱۴</sup> و همکاران (۲۰۱۵) نیز مشخص نمودند که سازمان ها و حکومت ها نقش مهم و اساسی در جهت پاسخگویی به مسئولیت اجتماعی در ورزش را دارا می باشند. معتمدی و همکاران (۱۳۹۸) دریافتند بین مسئولیت پذیری اجتماعی با همزادپنداری تیمی هواداران باشگاه سپاهان ارتباط معنی داری وجود دارد. پورمرادی و همکاران (۱۳۹۸) دریافتند بین مسئولیت اجتماعی باشگاه با خوشنامی و مصرف محصولات در هواداران در لیگ برتر فوتبال ارتباط معنی داری وجود دارد. منتظری و همکاران (۱۳۹۸) دریافتند مسئولیت اجتماعی در فوتبال بر نگرش هواداران نقش مثبت و موثری دارد. به علاوه، اثر غیرمستقیم مسئولیت اجتماعی بر وفاداری نگرشی هواداران معنادار بود و در این میان، تصویر تیم و هویت تیمی نقش میانجی ایفا کردند.

مسئولیت اجتماعی شیوه ای از مدیریت است که طبق آن، سازمان ها فعالیت هایی را انجام می دهند که اثر مثبتی بر جامعه و ترویج کالاهای عمومی داشته باشند. مسئولیت اجتماعی با ورود خود به سازمان یک چهارچوب حاکمیت اخلاقی را به سازمان اضافه می کند که براساس آن، سازمان ها به انجام فعالیت هایی اقدام می کنند که وضع جامعه را بهتر می کنند و از انجام کارهایی که باعث بدتر شدن وضعیت جامعه می شوند، پرهیز می کنند. به دلیل نقش منحصر به فرد ورزش در جامعه و افزایش به رسمیت شناختن توانایی

<sup>1</sup> Salvioni, Franzoni, Gennari & Cassano

<sup>2</sup> Ziakas & Trendafilova

<sup>3</sup> Matten & Moon

<sup>4</sup> Sorour, Boadu & Soobaroyen

<sup>5</sup> Wang, Gibson, & Zander

<sup>6</sup> Manasakis, Mitrokostas & Petrakis<sup>6</sup>

<sup>7</sup> Kolk, Kourula, Pisani, & Westermann-Behaylo

<sup>8</sup> Hack, Kenyon, & Wood

<sup>9</sup> Smith & Westerbeek

<sup>10</sup> Goffrey

<sup>11</sup> Walker

<sup>12</sup> Rowe

<sup>13</sup> Athanasopoulou

<sup>14</sup> Breitbarth

ورزش در شناسایی و بررسی مسائل اجتماعی، بین مسئولیت اجتماعی و ورزش تعامل و رابطه ای تنگاتنگ به وجود آمده است (والترز، ۲۰۰۹).

هم اکنون، مسئولیت اجتماعی در حال تبدیل شدن به یک حیطة مهم راهبردی برای نهادهای ورزشی (فدراسیون های ورزشی، لیگ های ورزشی، باشگاه های ورزشی، ورزشکاران و کسب و کارهای ورزشی) است؛ از اینرو، سازمانها و مدیران ورزشی باید نسبت به توسعه مسئولیت اجتماعی و اهمیت راهبردی آن در ورزش، همانند مدیران تجاری در دیگر صنایع آگاهی و شناخت داشته باشند (فیلیوز و فیشنه، ۲۰۱۱). اثربخشی سازمان های ورزشی هر کشور، یکی از مهمترین مؤلفه های توسعه آن کشور محسوب می شود. همچنین، رسالت های مهمی مانند استفاده بهینه از منابع ملی، پاسخگویی و مسئولیت پذیری در مقابل شهروندان و رقابت جهانی، ضرورت و اهمیت توجه به اثربخشی سازمانهای ورزشی را افزایش می دهد. بنابراین سازمانهای ورزشی جهت تحقق این اهداف، بایستی دارای الگوها و ساختارهای کارآمد بوده و به دنبال شناسایی عوامل تأثیر گذار بر اثربخشی سازمانی باشند. صنوبری (۱۳۹۸) به این نتیجه رسید که سرمایه اجتماعی و خلاقیت سازمانی با اثربخشی سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. همچنین یافته حاکی از آن بود که متغیرهای سرمایه اجتماعی و خلاقیت سازمانی به میزان ۰/۸۲ درصد از متغیر اثربخشی سازمانی را تبیین می کنند. وطن خواه (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین سرمایه فکری با اثر بخشی سازمانی مدیران به این نتیجه رسید که بین سرمایه فکری و مولفه های آن با اثر بخشی سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین مشخص گردید که ابعاد سرمایه ساختاری، سرمایه انسانی و سرمایه رابطه ای توان پیش بینی اثر بخشی سازمانی مدیران را دارند. در نتیجه از عواملی که می بایست در راستای اثربخشی سازمانی مدیران مورد توجه قرار گیرد توجه به ساختارهای منعطف، توسعه استراتژیک سرمایه انسانی و بهبود کیفیت ارتباط با ذی نفعان می باشد. اندریکوپولوس<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) به مطالعه ای تحت عنوان تجزیه و تحلیل سرمایه فکری برای مدیریت باشگاه های فوتبال پرداختند. آنها تئوری های سرمایه فکری در جهت ایجاد نقشه ای برای هدایت عملکردها و همچنین ایجاد شاخص ها برای بررسی عملکردها استفاده کرده و چارت سازمانی را بر اساس این تئوری ها ایجاد نمودند. نویدی نکو و همکاران در سال ۱۳۹۱ در تحقیقی نشان دادند که رابطه معناداری میان اثربخشی سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمانی وجود دارد. از میان مولفه های اثربخشی سازمانی، تصویر ذهنی مشتریان و اخلاق کارکنان، بیشترین ارتباط را با مسئولیت اجتماعی سازمانی داشته است. اگر سازمانها تنها به اهداف خود توجه کنند، جامعه و مصالح آن را در نظر نگیرند مصالحت جامعه را فدای منفعت سازمان خواهند نمود (رحمانی، ۱۳۹۹).

مطالعات نشان داده اند که بین جامعه پذیری سازمانی و سرمایه اجتماعی با مسئولیت پذیری رابطه معنی داری وجود دارد (کازمی، ۱۳۹۱). سوسیلواتی<sup>۲</sup> (۲۰۱۸) در پژوهش خود تحت عنوان نقش سرمایه اجتماعی در اجرای مسیولیت اجتماعی شرکت ها به این نتیجه دست یافت که سرمایه اجتماعی نقش مهم و اساسی بر مسئولیت پذیری کارکنان این شرکت ها در کشور اندولزی دارد. اردلان و بهشتی در سال ۱۳۹۴ در پژوهشی به بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه فکری بر بهروری نیروی انسانی پرداختند. نتایج مدل ساختاری نشان داد که اثر مستقیم سرمایه فرهنگی و فکری بر مسئولیت پذیری اجتماعی مثبت و معنادار است. همچنین مسئولیت اجتماعی نقش میانجی در رابطه بین سرمایه فکری و بهروری سازمانی دارد.

به بیان دیگر، شناسایی، بهبود و تقویت سرمایه فکری و ابعاد آن به عنوان یکی از قابلیت های مهم سازمان در خلق، تسهیم و کاربرد دانش سازمانی، می تواند باعث توسعه فعالیت های دانش محور و استراتژی مدیریت دانش شود. به دلیل اهمیت زیاد موضوع

1. Andrikopoulos

2. Susilowati

اثربخشی در سازمان‌های تجاری و غیرتجاری، مطالعه در زمینه اثربخشی ریشه اولین نظریه‌های مدیریت دارد و تقریباً با رشد نظریه‌های مدیریت، موضوع اثربخشی به لحاظ مفهومی دچار تغییراتی شده است، اما به دلیل پیچیدگی مفهوم اثربخشی، در حال حاضر نیز الگوی جامع و کاملی جهت سنجش اثربخشی سازمان‌ها وجود ندارد. سنجش اثربخشی سازمان‌ها کار ساده‌ای نیست، زیرا سازمان‌ها دارای اهداف و منابع مختلفی هستند و به دنبال نتایج متفاوتی هستند. بر اساس نظریه لیکرت سه دسته متغیر علی، میانجی و بازدهی بر اثربخشی سازمانی تاثیر می‌گذارد، متغیرهای علی در طی جریان پیشرفت‌های داخلی سازمان بر نتایج و نیز دستاوردهای آن موثرند و توسط مدیریت قابل تبدیل یا تغییر می‌باشند که برخی از آنها شامل مهارت‌ها و روش‌ها، فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، ساختار سازمانی و ... می‌شوند. متغیرهای میانجی نماینده شرایط و حالات دورنی یک سازمان می‌باشند که در تعهد اعضا به اهداف، انگیزش و روحیه کارکنان و مهارت‌های آنها در کنترل، ارتباطات، حل اختلاف، تصمیم‌گیری متجلی می‌شود و به طور کلی می‌توان گفت وابسته به اقدام منابع انسانی است. دسته سوم متغیرهای بازدهی یا نتیجه نهایی هستند و منعکس کننده دستاوردهای سازمان می‌باشند که بیشتر بصورت غیر عینی قابل مشاهده هست. ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اثربخشی سازمانی توجه بسیاری از محققان و پژوهشگران را به خود جلب کرده است. بیشتر تحقیقات در زمینه مسئولیت اجتماعی نشان داده است که سازمان‌هایی که در آنها بهره‌گیری از این فعالیت‌ها بالا بوده است، موفق‌تر بوده (صادق، ۲۰۲۰) و اجرای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها موجب افزایش عملکرد و اثربخشی می‌شود (چانگ و چیونگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹؛ ناهاپیت و گوشال<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸؛ لیو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹؛ میلیویا و کلارک<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵). از جانب دیگر خود مسئولیت اجتماعی تحت تاثیر سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی می‌باشد. سرمایه اجتماعی ایجاد ارتباطات صمیمانه در افراد و خلق و ایجاد ارتباطات صحیح و بیشتر می‌گردد و بر مسئولیت اجتماعی تاثیر می‌گذارد (وینچ، ۲۰۰۶؛ هی و وی<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹؛ بونتیس<sup>۶</sup>، ۲۰۰۲). سرمایه فکری در سازمان‌ها موجب افزایش دانش و بهره‌گیری از دارایی‌های ناملموس سازمانی منجر به افزایش فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی می‌گردد (سنچز و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۰۶؛ هسو<sup>۷</sup>، ۲۰۰۶). به هر حال تحقیقات انجام شده در این زمینه نشان می‌دهد که سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی و انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بر اثربخشی سازمانی تاثیر می‌گذارند، اما به دلیل پیچیدگی موجود در مفاهیم و مدل‌های نظری مسئولیت اجتماعی و اثربخشی سازمانی و افزایش الگوها و مدل‌های نظری متعدد، در هر زمان مدل‌های نظری خاصی مورد توجه محققان قرار گرفته و همین امر باعث شده تا تحقیقات انجام شده چه از حیث نتیجه و چه از حیث مدل‌های نظری تحقیق با هم متفاوت باشند. از طرف دیگر تحقیق بر روی متغیرها تابع شرایط زمانی، مکانی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و عوامل متعدد دیگری هستند و همانطور که مشاهده شد هنوز تحقیقات زیادی در محیط‌های ورزشی صورت نگرفته است و اکثر مطالعات در سازمان‌های غیرورزشی به انجام رسیده است، در همین راستا تحقیق حاضر با بهره‌گیری از جدیدترین و کاربردی‌ترین مدل‌های نظری به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی و فکری بر مسئولیت اجتماعی و رابطه آن با اثربخشی سازمانی در سازمان‌های ورزشی کشور ایران می‌پردازد.

<sup>1</sup> Chang, &Chuang

<sup>2</sup> Nahapiet, Janine. Ghoshal

<sup>3</sup> Liao

<sup>4</sup> McEvily, S., Chakravarthy

<sup>5</sup> He, Wei

<sup>6</sup> Bontis

<sup>7</sup> Hsu

## روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی است. که در آن را افراد شاغل در سازمان ورزش و جوانان ایران شامل معاونین، مدیران ستادی سازمان، مدیران کل و معاونین استان‌ها، مدیران کمیته ملی المپیک و رئیس، نائب رئیس، دبیران فدراسیون‌های ورزشی ایران به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. حجم نمونه نسبت به حجم جامعه براساس جدول مورگان ۳۶۸ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند. در نهایت محقق موفق به جمع آوری ۳۵۶ پرسشنامه قابل تجزیه و تحلیل شد. با احتساب ۳۵۶ پرسشنامه سالم نرخ پاسخ ۹۶ درصد بود. از آنجایی که نرخ پاسخ بیشتر از ۸۵ درصد بوده است بنابراین تعداد پرسشنامه‌های مخدوش مذکور (۰.۰۴٪) هیچ تهدیدی برای تحقیق حاضر نیستند (جوردن<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۱). جهت اندازه‌گیری استاندارد استفاده شد برای روایی صوری و محتوایی پرسشنامه از نظرات کارشناسان و متخصصان استفاده شد و برای پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد (جدول ۱). به منظور سازمان دادن، طبقه‌بندی و خلاصه نمودن داده‌های خام از آمار توصیفی و در بخش آمار استنباطی از آزمون مدل معادلات ساختاری برای بررسی برازش مدل تحقیق استفاده گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزارهای آماری Spss و LISREL نسخه ۸/۸ انجام پذیرفت.

جدول شماره ۱: آلفای کرونباخ و منبع

متغیر	انحراف معیار	میانگین	آلفای کرونباخ	منبع پرسش نامه
بعد ساختاری	۰/۷۷۷	۴۷۶۳/۳	۰/۸۴	پرسش نامه سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال (۱۹۹۸)
بعد شناختی	۰/۸۴۲	۴۶۳۵/۳		
بعد رابطه‌ای	۰/۸۲۰	۴۷۰۴/۳		
سرمایه انسانی	۰/۷۰۰	۳۴۳۷/۳	۰/۸۳	پرسش نامه سرمایه فکری بونتیس (۱۹۹۸)
سرمایه ساختاری	۰/۷۶۷	۳۸۱۷/۳		
سرمایه مشتری	۰/۶۹۱	۳۷۶۵/۳		
سازماندهی	۰/۸۱۲	۴۲۲۳/۳	۰/۹۰	پرسش نامه اثربخشی سازمانی هسو (۲۰۰۲)
تصمیم‌گیری	۰/۸۱۰	۳۰۲۴/۳		
ارتباط با افراد	۰/۸۹۰	۶۴۶۴/۳		
رضایت شغلی	۰/۷۴۱	۴۲۳۶/۳		
قانونی	۰/۸۶۸	۳۸۱۷/۳	۰/۸۰	پرسش نامه مسئولیت اجتماعی کارول (۱۹۹۱)
اخلاقی	۰/۸۲۳	۳۶۶۴/۳		
بشر دوستانه	۰/۸۷۴	۴۴۸۲/۳		
اقتصادی	۰/۷۴۳	۵۵۸۷/۳		

<sup>۱</sup> Jordan

## یافته‌های پژوهش

جدول شماره ۲ بار عاملی متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۲. آزمون میانگین یک جامعه آماری و بار عاملی شاخص‌ها و مولفه‌ها

متغیر	شاخص	میانگین	میانگین فرضی	عدد t	بار عاملی مدل
اخلاقی	EQ1	۳۰۷۷/۳	۳	۳۵۵/۵	۶۲/۰
	EQ2	۲۸۴۰/۳		۶۶۲/۴	۸۳/۰
	EQ3	۳۹۹۴/۳		۷۴۸/۶	۸۴/۰
	EQ4	۴۴۳۸/۳		۵۱۳/۷	۷۶/۰
	EQ5	۴۶۱۵/۳		۲۱۰/۸	۷۷/۰
	EQ6	۳۹۳۵/۳		۵۶۹/۶	۷۴/۰
	EQ7	۲۳۳۷/۳		۸۳۸/۳	۷۷/۰
	EQ8	۱۵۹۸/۳		۵۸۴/۲	۸۰/۰
بشردوستانه	PH1	۲۳۹۶/۳	۳	۰۳۶/۴	۶۸/۰
	PH2	۴۴۶۷/۳		۷۳۹/۷	۷۵/۰
	PH3	۶۱۵۴/۳		۶۱۰/۱۱	۵۷/۰
	PH4	۵۰۳۰/۳		۹۹۰/۸	۷۱/۰
قانونی	LQ1	۶۵۰۹/۳	۳	۳۷۷/۱۱	۷۱/۰
	LQ 2	۴۸۵۲/۳		۲۶۶/۸	۷۴/۰
	LQ 3	۴۷۶۳/۳		۸۶۰/۷	۸۰/۰
	LQ 4	۲۲۷۸/۳		۶۵۹/۳	۷۷/۰
	LQ 5	۴۸۵۲/۳		۰۰۶/۸	۷۸/۰
	LQ 6	۳۶۳۹/۳		۲۶۶/۶	۷۱/۰
	LQ 7	۴۵۸۶/۳		۳۷۰/۸	۶۴/۰
اقتصادی	ECO1	۵۴۷۳/۳	۳	۷۳۹/۹	۷۰/۰
	ECO2	۶۹۲۳/۳		۳۱۴/۱۳	۵۵/۰
	ECO3	۵۹۱۷/۳		۸۳۶/۱۰	۷۰/۰
	ECO4	۵۰۸۹/۳		۹۲۳/۸	۶۸/۰
	ECO5	۵۹۱۷/۳		۴۴۴/۱۰	۷۸/۰
	ECO6	۵۲۰۷/۳		۳۳۶/۹	۶۷/۰
متغیر	شاخص	میانگین	میانگین فرضی	بار عاملی مدل	عدد t
سرمایه انسانی	HUC1	۵۲۰۷/۳	۳	۵۵/۰	۸۷۲/۸
	HUC2	۳۴۰۲/۳		۵۹/۰	۴۷۵/۵
	HUC3	۳۶۳۹/۳		۵۸/۰	۳۱۵/۶
	HUC4	۵۸۲۸/۳		۵۶/۰	۵۲۹/۹
	HUC5	۱۲۴۳/۳		۵۱/۰	۰۲۵/۲
	HUC6	۲۳۳۷/۳		۵۴/۰	۴۸۴/۳
	HUC9	۴۲۰۱/۳		۵۵/۰	۵۳۲/۷



۴۴۵/۴	۵۱/۰		۲۷۸۱/۳	HUC11	
۵۵۷/۵	۵۷/۰		۳۳۷۳/۳	HUC12	
۰۲۲/۴	۵۸/۰		۲۴۵۶/۳	HUC13	
۳۳۳/۵	۷۰/۰		۳۲۵۴/۳	HUC14	
۸۷۵/۵	۶۴/۰		۳۵۲۱/۳	HUC15	
۷۸۰/۷	۵۲/۰		۴۶۴۵/۳	STC1	سرمایه ساختاری
۶۰۰/۷	۶۳/۰		۴۴۶۷/۳	STC2	
۷۲۸/۶	۶۲/۰		۳۷۵۷/۳	STC4	
۴۰۰/۴	۶۴/۰		۲۶۹۲/۳	STC6	
۷۵۰/۵	۶۱/۰		۳۵۲۱/۳	STC7	
۵۳۸/۱۱	۶۲/۰		۶۱۵۴/۳	CUC1	سرمایه مشتری
۴۵۵/۸	۵۴/۰		۴۶۷۵/۳	CUC2	
۳۰۴/۴	۶۱/۰		۲۵۴۴/۳	CUC6	
۶۶۸/۵	۵۰/۰		۳۱۳۶/۳	CUC8	
۵۲۹/۱	۶۲/۰		۰۹۴۷/۳	CUC9	
۹۴۵/۶	۶۳/۰		۴۰۸۳/۳	CUC10	
۳۳۵/۹	۵۸/۰		۵۱۱۸/۳	CUC11	
متغیر	شاخص	میانگین مشاهده شده	میانگین فرضی	عدد t	بار عاملی مدل
		۳			
			۵۶۲۱/۳	STSO1	بعد ساختاری
			۵۴۴۴/۳	STSO2	
			۳۰۴۷/۳	STSO3	
			۵۰۳۰/۳	COGSO1	بعد شناختی
			۲۴۵۶/۳	COGSO2	
			۶۴۲۰/۳	COGSO3	
			۵۳۵۵/۳	RELSO1	بعد رابطه ای
			۵۷۱۰/۳	RELSO2	
			۵۰۸۹/۳	RELSO3	
			۲۰۴۱/۳	RELSO4	
			۵۹۱۷/۳	RELSO5	
			۴۴۶۷/۳	RELSO6	
متغیر	شاخص	میانگین فرضی	عدد t	بار عاملی مدل	
			۱۰۶۵/۳	ORG1	سازماندهی
			۴۰۲۴/۳	ORG2	
			۵۸۸۸/۳	ORG3	
			۵۹۱۷/۳	ORG4	
			۲۵۴۴/۳	DES1	تصمیم گیری
			۳۱۳۶/۳	DES2	
			۱۴۵۰/۳	DES3	

۵۷/۰	۱۷۵/۹	۳	۵۱۱۸/۳	DES4	ارتباط با افراد
۶۶/۰	۸۴۸/۴		۲۸۷۰/۳	DES5	
۶۹/۰	۳۴۲/۹	۵۵۳۳/۳	COM1		
۷۵/۰	۲۴۵/۱۴	۷۳۹۶/۳	COM2		
۶۵/۰	۱۱۰/۵	رضایت شغلی	۳۰۱۸/۳	JS1	
۷۲/۰	۸۲۵/۶		۳۹۳۵/۳	JS2	
۶۷/۰	۶۷۲/۴		۲۶۶۳/۳	JS3	
۷۱/۰	۶۸۸/۳		۲۲۱۹/۳	JS4	
۵۳/۰	۲۹۲/۱۳		۶۸۹۳/۳	JS5	
۵۸/۰	۲۵۸/۱۲		۶۶۸۶/۳	JS6	

نتایج جدول ۳ رابطه بین مولفه‌ها سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری، مدیریت دانش و اثربخشی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان و سازمان‌های ورزشی با استفاده از ماتریس همبستگی را نشان می‌دهد بررسی گردید.

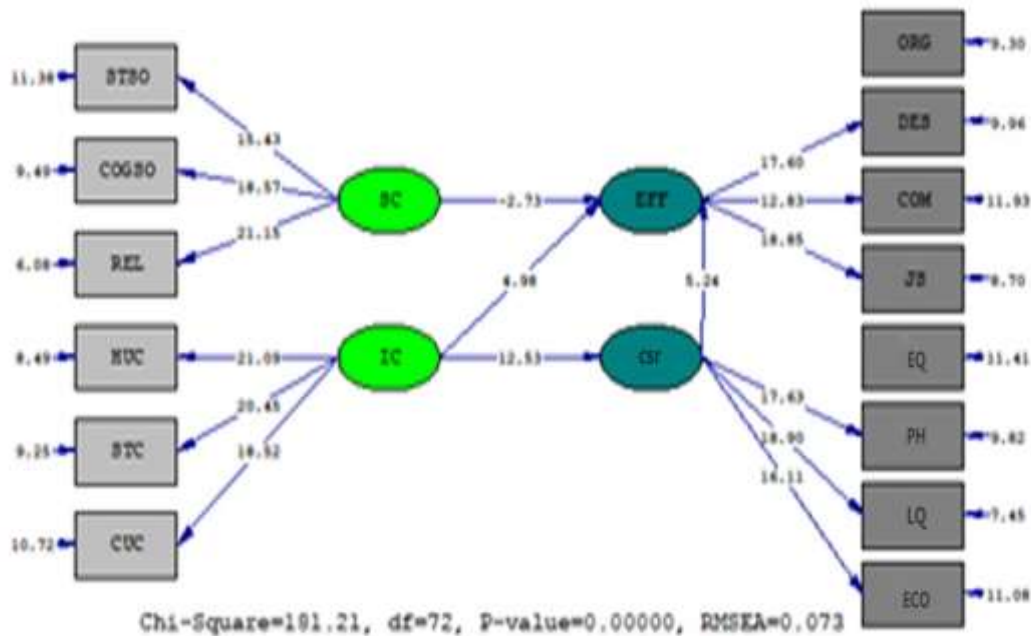
#### جدول ۳ مولفه‌ها متغیرهای تحقیق

شاخص	سرمایه ساختاری	سرمایه شناختی	سرمایه رابطه‌ای	سرمایه انسانی	سرمایه ساختاری	سرمایه مشتری	سازماندهی	تصمیم‌گیری	رابطه با	رضایت شغلی	خلق دانش	تبدیل دانش	کاربرد دانش	حفظ دانش
سرمایه ساختاری	۱													
سرمایه شناختی	۰.۶۵۸	۱												
سرمایه رابطه‌ای	۰.۶۸۸	۰.۷۶۰	۱											
سرمایه انسانی	۰.۴۴۱	۰.۶۰۸	۰.۶۸۴	۱										
سرمایه ساختاری	۰.۴۶۶	۰.۶۵۲	۰.۶۶۵	۰.۷۹۷	۱									
سرمایه مشتری	۰.۵۳۲	۰.۶۰۴	۰.۶۳۸	۰.۷۵۶	۰.۷۵۱	۱								
سازماندهی	۰.۳۴۹	۰.۳۰۰	۰.۳۲۷	۰.۵۴۳	۰.۵۱۸	۰.۴۲۳	۱							
تصمیم‌گیری	۰.۳۰۰	۰.۳۷۱	۰.۳۸۲	۰.۵۴۵	۰.۴۸۸	۰.۴۴۷	۰.۶۷۷	۱						
ارتباط شرکت‌کنندگان	۰.۷۲	۰.۱۲۲	۰.۱۷۷	۰.۲۴۵	۰.۲۶۸	۰.۲۰۴	۰.۶۰۶	۰.۵۳۴	۱					
رضایت شغلی	۰.۳۳۲	۰.۴۰۲	۰.۴۳۳	۰.۵۵۶	۰.۵۴۲	۰.۴۸۹	۰.۷۱۷	۰.۷۰۹	۰.۵۴۸	۱				
اخلاقی	۰.۴۸۳	۰.۵۴۹	۰.۵۹۴	۰.۶۲۸	۰.۶۲۶	۰.۶۰۲	۰.۵۶۱	۰.۵۵۹	۰.۳۳۵	۰.۶۱۱	۱			
بشر دوستانه	۰.۲۸۲	۰.۴۰۵	۰.۵۲۰	۰.۵۵۶	۰.۵۰۵	۰.۴۶۴	۰.۴۲۷	۰.۴۸۴	۰.۳۱۹	۰.۴۹۳	۰.۶۷۵	۱		
قانونی	۰.۲۴۰	۰.۴۴۷	۰.۵۴۰	۰.۶۵۲	۰.۶۱۵	۰.۴۹۱	۰.۴۶۸	۰.۵۰۲	۰.۲۹۶	۰.۵۴۶	۰.۶۸۱	۰.۸۱۵	۱	
اقتصادی	۰.۲۳۱	۰.۳۳۹	۰.۴۲۳	۰.۵۵۴	۰.۵۱۳	۰.۴۴۱	۰.۵۲۴	۰.۴۷۹	۰.۲۸۳	۰.۴۹۵	۰.۶۰۰	۰.۶۹۰	۰.۷۵۹	۱

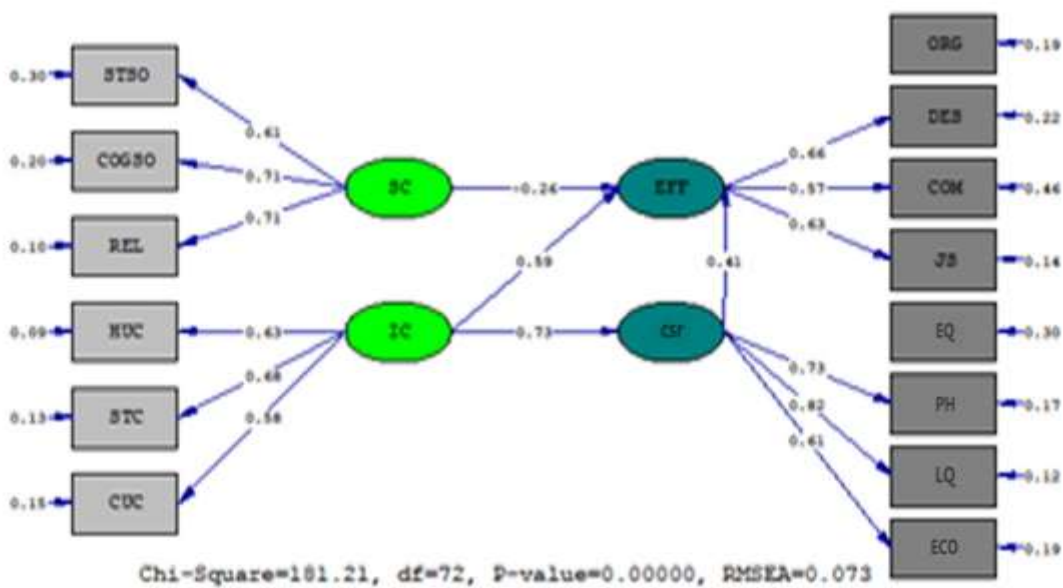
جدول ۳ ماتریس همبستگی میان متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد. میان تمامی مولفه‌های متغیرهای تحقیق ارتباط مثبت و معناداری (در سطح خطای ۰/۰۱ یا در سطح خطای ۰/۰۵) وجود دارد. با توجه به این جدول شماره ۴ مشخص می‌شود که مدل مفهومی مفروض از برآزش بهتری برخوردار است و مدل ارائه شده مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

جدول ۴ مقادیر شاخص های برازش مدل مفهومی پژوهش

نتیجه	ملاک قابل قبول	مقادیر پژوهش	شاخص های برازش
	مقدار کای اسکویر جدول	$(P = 0/000)$ ۱۸۱/۲۱	کای اسکویر
		۷۲	درجه آزادی
	..		<b>شاخص های برازش مطلق</b>
قابل قبول	$\leq 0/05$ برازش خوب بین $0/05$ و $0/08$ برازش قابل قبول $0/08$ تا $0/1$ برازش متوسط	$0/073$	ریشه میانگین مربعات خطای تقریب (RMSEA)
تایید	$\leq 0/05$	$0/1$	ریشه میانگین مربعات باقیمانده (RMR)
تایید	$\geq 0/90$	$0/93$	شاخص نیکویی برازش (GFI)
تایید	$\geq 0/90$	$0/93$	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)
			<b>شاخص های برازش نسبی</b>
تایید	$\geq 0/90$	$0/97$	شاخص برازش غیر هنجار (NNFI).
تایید	$\geq 0/90$	$0/97$	شاخص برازش هنجار شده (NFI)
تایید	$\geq 0/90$	$0/98$	شاخص برازش مقایسه ای (CFI)
تایید	$\geq 0/90$	$0/98$	شاخص برازش افزایشی (IFI)
تایید	$\geq 0/90$	$0/96$	شاخص برازش نسبی (RFI)
			<b>شاخص های برازش امساک (تعدیل یافته)</b>
تایید	$> 0/5$	$0/60$	شاخص هنجار شده برازش امساک (PNFI)



شکل ۱: مدل در حالت ضرایب تخمین استاندارد



شکل ۲: مدل در حالت ضرایب استاندارد

با توجه به شکل (شکل شماره ۱ و ۲) حاصله از تحلیل مسیر لیزرل مشخص شد که ضریب اثر سرمایه اجتماعی بر اثربخشی سازمانی برابر (۰/۲۶ و  $t=۲/۷۳$ ) می باشد، بنابراین سرمایه اجتماعی بر اثربخشی سازمانی تاثیر منفی و معناداری دارد ( $t=۲/۷۳$ ،  $p<۰/۰۵$ ) و ضریب اثر سرمایه فکری بر مسئولیت اجتماعی برابر (۰/۷۳ و  $t=۱۲/۵۳$ ) که در سطح  $p < ۰/۰۵$  معنادار و در نتیجه می توان گفت که سرمایه فکری تاثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت اجتماعی دارد ( $t=۷/۶۳$ ،  $p<۰/۰۵$ )، ضریب اثر مسئولیت اجتماعی بر اثربخشی سازمانی برابر (۰/۴۱ و  $t=۵/۲۴$ ) که در سطح  $p < ۰/۰۵$  معنادار و مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری بر اثربخشی سازمانی دارد ( $t=۱۱/۸۴$ ،  $p<۰/۰۵$ )، در ادامه معادلات رگرسیونی در حالت ساختاری مورد بررسی قرار می گیرد این معادلات بیانگر ضرایب مسیر، ضرایب معناداری و میزان  $R^2$  می باشد. میزان  $R^2$  در متغیرهای اثربخشی سازمانی و مسئولیت اجتماعی بترتیب ۰/۵۵ و ۰/۵۶ می باشد.

### بحث و نتیجه گیری

ظهور سازمان های اجتماعی و گسترش روز افزون آنها، از ویژگی های بارز تمدن بشری است. با توجه به افزایش سازمان ها، موفقیت هر سازمانی بستگی به تخصیص و بکارگیری مناسب ابزار، تجهیزات، پول، مواد خام، دانش روز و منابع انسانی سازمان مربوطه در برنامه هایش دارد و این امر در صورتی امکان پذیر خواهد بود که این سازمان ها بتوانند مهارت ها، دانش، توانایی و خصوصیات فردی و جمعی کارکنان را در راستای اهداف سازمان به کار گیرند تا به اثربخشی برسند. اثربخشی سودمندترین و ارزشمندترین مقصد مدیران سازمان ها در محیط های پرتلاطم و متغیر دنیای امروز است. تحقیقات نشان داده است که عوامل مختلفی از جمله فرهنگ سازمانی، عدالت سازمانی، تعهد سازمانی و مسئولیت اجتماعی بر اثربخشی سازمانی تاثیرگذار است. یکی از شیوه موثر جهت حفظ رقابت در دنیای روز و کسب محبوبیت در جامعه و افزایش اثربخشی سازمان بهره گیری فعالیت های مسئولیت اجتماعی در سازمان است. با توجه به این نکته که پژوهش های محدودی در سازمان های ورزشی در حوزه سرمایه اجتماعی و فکری و تاثیر آن روی مسئولیت اجتماعی صورت گرفته است، انجام پژوهش حاضر ضروری به نظر رسید. هدف تحقیق حاضر بررسی نقش میانجی مسئولیت اجتماعی در تاثیر سرمایه اجتماعی و فکری بر اثربخشی سازمان های ورزشی ایران بود. نتایج تحقیق نشان داد که مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری بر اثربخشی سازمانی دارد که با یافته های نتایج تحقیق حاضر نویدی و همکاران (۱۳۹۴)، اکبریان (۱۳۹۹)، گرین و پولزا (۲۰۱۱)، اجدینی، ترومن، ۲۰۱۲ (۲۰۰۹)، زنگ و یانگ (۲۰۱۰) همخوانی دارد. اکبریان (۱۳۹۹) نشان داد بین تقید بنگاه به رعایت مسئولیت های اجتماعی (در ابعاد نیازهای اقتصادی، رعایت قوانین و مقررات، رعایت اخلاق کسب و کار و مسئولیت های بشر دوستانه) و میزان کارآمدی سازمانی آن رابطه وجود دارد.

استفاده از فعالیت های مسئولیت اجتماعی سازمان ها باعث کاهش هزینه ها و بهبود کیفیت، بهره وری و سودمندی سازمان ها می شود. در حال حاضر سازمان ها با وجود پراکندگی های جغرافیایی بویژه در سازمان های ورزشی می توانند با استفاده از فناوری های جدید و از طریق گروه های مجازی و ارتباط از راه دور با یکدیگر همکاری نمایند و بازده زمانی را کاهش و اثربخشی را در مدت زمان کوتاه فراهم نمایند. فعالیت های مسئولیت اجتماعی دارای توانایی های بالقوه با ارزشی برای رسیدن به این اهداف می باشند. نتایج نشان داد که مدیران و معاونین ورزشی توانسته اند از این نظام در جهت رسیدن به اهداف خود حداکثر استفاده را ببرند. نتایج مدل نشان داد که سرمایه اجتماعی به میزان ۰/۲۶ - بر اثربخشی سازمانی تاثیر منفی و معنادار دارد. بدین معنا که با افزایش سرمایه اجتماعی میزان اثربخشی سازمانی کاهش می یابد. درستکار (۱۳۹۸) در تحقیق خود نشان داد که سرمایه اجتماعی بر اثر بخشی تاثیر گذار می باشد. صنوبری (۱۳۹۸) به این نتیجه رسید که سرمایه اجتماعی و خلاقیت سازمانی با اثربخشی سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. همچنین یافته حاکی از آن بود که متغیرهای سرمایه اجتماعی و خلاقیت

<sup>1</sup> Green and Peloza

<sup>2</sup> Tajeddinia & Truemanc

<sup>3</sup> Zheng, W., Yang

سازمانی به میزان ۰/۸۲ درصد از متغیر اثربخشی سازمانی را تبیین می‌کنند. لین<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی تحت عنوان مدل اثربخشی شغلی و تقدم آن بر دیدگاه سرمایه اجتماعی دو مدل مفهومی را بررسی کردند. در مدل اول به بررسی تأثیر سه بعد سرمایه اجتماعی (بعد ساختاری، شناختی و رابطه‌ای) بر اثربخشی شغلی و بررسی نقش واسطه متغیر هویت تیمی، پرداختند و در مدل دوم سه بعد سرمایه اجتماعی بر هویت تیمی اثر می‌گذارد و این دو متغیر بر اثربخشی شغلی تأثیر می‌گذارند. نتایج تحقیق هر دو مدل را تایید کرد. در مدل دوم هویت تیمی از ابعاد سرمایه اجتماعی تأثیر گرفته و بر اثربخشی شغلی اثر مثبت و معناداری می‌گذارند. احمدی و فیض‌آبادی (۱۳۹۰) با بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها نشان دادند که اعتماد افراد با بهبود عملکرد آنان ارتباط مستقیم و همچنین ایجاد شبکه‌های رسمی با بهبود عملکرد رابطه غیرمستقیم دارد. بین سرمایه اجتماعی و بهبود عملکرد سازمانی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. همانگونه که نتایج تحقیق تمام محققان نشان داد بین سرمایه اجتماعی و بهبود عملکرد و نوآوری و خلاقیت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. زمانیکه در سازمانی عملکرد بهبود یابد و نوآوری و خلاقیت رواج و اثربخشی شغلی افزایش یابد، به طور مسلم اثربخشی سازمانی نیز رو به بهبود و افزایش خواهد رفت. نتایج پژوهش حاضر از این جهت که سرمایه اجتماعی بر اثربخشی تأثیرگذار است با سایر تحقیقات در یک راستا و همخوان ولی جهت این تأثیرگذاری منفی و برعکس و از این جهت با تحقیقات انجام شده چه در داخل کشور و چه در خارج از کشور همخوان نمی‌باشد. لازمه اعتماد شکل‌گیری پیوندها و معاهدات اجتماعی است و ایجاد کننده تعاون و همیاری می‌باشد و فقط در این حالت است که در عین وجود تفاوت‌ها قادر به حل مشکلات و انجام تعهدات اجتماعی می‌گردد. در واقع اعتماد اجتماعی برگرفته از عدالت - برابری و امنیت اجتماعی می‌باشد. پانتم اعتماد اجتماعی را ناشی از دو منبع هنجارهای روابط متقابل و شبکه‌های مدنی می‌داند (پانتم، ۱۳۸۰). او سرمایه اجتماعی را محصول جانبی دیگر فعالیت‌های اجتماعی می‌نامند. این سرمایه به طور معمول بر اساس پیوندها و هنجارها و اعتمادها شکل می‌گیرد و از یک شرایط اجتماعی به شرایط دیگر انتقال پذیر است. بنابراین با توجه به تعریف سرمایه اجتماعی می‌توان دلیل معکوس بودن تأثیر سرمایه اجتماعی را بر اثربخشی سازمانی را در همین تعاریف جست. آنچه مسلم است ارتباط در سازمان‌های ورزشی و وزارت ورزش و جوانان وجود دارد ولی این ارتباطات چگونه تعریف می‌شود و چگونه است، را باید در تحقیقی جداگانه به صورت موشکافانه بررسی شود. بر طبق تحقیق نظری (۱۳۹۰) نتایج بررسی متغیرهای مهارت‌های ارتباطی، ارتباطات بین فردی نشان داد که میزان تمامی این متغیرها در سازمان‌های ورزشی مورد بررسی در سطح متوسطی قرار دارد. میزان مولفه‌های ارتباطات و انتقال اطلاعات در سطح پائینی رو به متوسط قرار دارد، این می‌تواند یکی از دلایلی باشد که منجر به کاهش اثربخشی سازمانی سازمان‌های ورزشی ایران گردد. به عبارت دیگر چون مدیران از مهارت‌های ارتباطی و ارتباطات بین فردی خوبی برخوردار نیستند نقش کارکنان را در تصمیم‌گیری‌ها نادیده می‌گیرند، افراد را ترغیب به برقراری ارتباط در سازمان نکرده، سازماندهی خوبی در راستای اهداف سازمان صورت نداده و با این اقدامات سطح رضایت شغلی را در بین کارکنان پائین آورده‌اند و اثربخشی نیز کاهش می‌یابد. اعتماد که پایه تمامی ارتباطات محسوب می‌شود و از آنجا که این ارتباطات در تمامی سطوح سازمانی دیده می‌شود، مسلماً میزانی از اعتماد نیز در این ارتباطات است اما با توجه به نتایج تحقیق این اعتماد نتیجه معکوس بر اثربخشی سازمان‌های مورد پژوهش دارد. شاید به توان اینگونه گفت که این اعتماد مانع ارتباطات باز و وسیع در سراسر سازمان می‌شود و فقط به ارتباطات بسته محدود می‌شود به همین دلیل اطلاعات لازم در بین افراد به صورت محدود جابجا می‌شود. بنابراین مسؤولین باید راهبردهایی مدیریتی مناسبی را به منظور رسیدن به سطح بهینه‌ای از شاخص‌های ارتباطی را اتخاذ نموده در انتخاب افراد مناسب برای احراز سطوح مختلف پست‌های مدیریتی اهتمام ویژه‌ای داشته باشند و به نقش سرمایه اجتماعی در رسیدن به اثربخشی بیشتر توجه نمایند. برای توجیه نتایج بدست آمده از این پژوهش می‌توان به تئوری‌های زیر اشاره نمود. در ادبیات پیشینه برای مفهوم سازی سرمایه اجتماعی از سه تئوری پیوندهای ضعیف، شکاف ساختاری و تئوری منابع اجتماعی استفاده شده است. تئوری پیوندهای ضعیف و شکاف ساختاری بر شبکه ارتباطات تأکید دارد و تئوری منابع اجتماعی بر محتوای روابط در شبکه‌های متمرکز می‌باشد. تئوری پیوندهای اشاره به این مطلب دارد که هرچه استحکام روابط میان اعضای یک شبکه بیشتر باشد، ارزش سرمایه اجتماعی کمتر و بالعکس هر چه شدت و استحکام این روابط ضعیف‌تر باشد نشان دهنده سرمایه

<sup>1</sup> Lin

اجتماعی بیشتر است. گرانووتر<sup>۱</sup> واضح این تئوری معتقد است که می توان سرمایه اجتماعی را از نظر شدت، تکرار و شمولیت انواع مختلف میان دوستی ها و ... مورد سنجش قرار داد. تئوری شکاف ساختاری که در سال ۱۹۹۲ توسط برت<sup>۲</sup> برای مفهوم سازی سرمایه اجتماعی بکار برده شد. تاکید تئوری شکاف ساختاری بر روابط میان فرد و همکاران وی در شبکه و همین طور روابط میان همکاران است و منظور از شکاف، فقدان ارتباط میان دو فرد در یک شبکه اجتماعی است، که فی نفسه برای سازمان مزیت تلقی می شود. تئوری منابع اجتماعی که توسط لین و کاتور<sup>۳</sup> (۱۹۸۱) مطرح شد. این محققان پیوندهای موجود در شبکه را بدون وجود منابع داخل آن کارآمد نمی دانند. از دیدگاه این تئوری تنها منابع موجود در درون شبکه است که می تواند به عنوان یک سرمایه تلقی شود. بنابراین گاهی وجود یک شبکه ارتباطی در سازمان ها می تواند نتیجه معکوس برای آن سازمان داشته باشد. در بخش دیگر از نتایج به تاثیر سرمایه فکری بر مدیریت دانش تاثیر گذار می باشد. بنابراین دارایی های نامشهود سازمان می تواند با فراهم ساختن دانش برای سازمان به عنوان یک مزیت رقابتی محسوب گردد. سرمایه فکری در سازمان ها اشاره به دانش، اطلاعات، دارایی های فکری و تجربه افراد دارد که می تواند برای سازمان ها ایجاد ثروت آفرینی کند. تمایل سازمان ها نسبت به تعهد به مسئولیت پذیری اجتماعی در تمامی ابعاد اثر قابل توجهی بر عملکرد مالی سازمان ها دارد (سودان و کوپر<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰). قدردان و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند که بین سرمایه فیزیکی و سرمایه ساختاری با مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه منفی و معنادار برقرار است. ولی بین سرمایه انسانی و مسئولیت پذیری اجتماعی هیچ گونه رابطه معناداری مشاهده نشد.

روابط بین سرمایه فکری و مسئولیت پذیری اجتماعی در پیشینه موضوعی مدیریت استراتژیک مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. تحقیقات بارنت<sup>۵</sup> نشان داد که دارایی های نامشهود برابر با سرمایه فکری نقش بنیادی در فعالیتهای پاسخگویی اجتماعی بنگاهها دارد، میباید، هیلمن و کیم<sup>۶</sup> بر تاثیر این تعامل بر ارزش شرکت تاکید کردند. برانکو و رودریگز<sup>۷</sup> یک همبستگی مثبت بین فعالیت های سرمایه فکری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت مشاهده کردند. آنها چگونگی سرمایه گذاری در فعالیتهای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت سودآور را به منظور افزایش سرمایه فکری شناسایی کردند. سرمایه فکری و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها دو مسائل مهمی در زمینه مدیریت نوین شرکت ها میباشند.

بنابراین سازمان ها به خوبی متوجه این امر شده اند که باید بیشتر به سرمایه های فکری واجتماعی خود توجه کنند تا بتوانند بقا و اثربخشی عملکرد خود را تضمین نمایند، به بیان دیگر، شناسایی، بهبود و تقویت سرمایه فکری و ابعاد آن به عنوان یکی از قابلیت های مهم در اثر بخشی سازمان می باشد. همچنین با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می شود که جهت تقویت فعالیت های مسئولیت اجتماعی در زمینه های اقداماتی در حمایت از این فعالیت ها و تشویق و ترغیب کارکنان در سراسر سازمان، ایجاد خط مشی ها و رویه هایی جهت گسترش فعالیت های اجتماعی در سراسر سازمان، حمایت مالی از فعالیتهای اجتماعی در سراسر سازمان انجام گیرد. هرچند به طور معمول هدف اصلی سازمان، افزایش کارایی، اثربخش و کسب سود و درآمد است، ولی در عصر حاضر برای دستیابی به این مهم، باید به انتظارات اجتماعی و احکام اخلاقی که در این تحقیق از تعبیر مسئولیت اجتماعی برای بیان آن استفاده شده است، واکنش نشان داد و به بهترین شکل این گونه انتظارات را با اهداف سازمان تلفیق نمود. بدین منظور نوصیه می شود بنگاه ها در ندوین ضوابط و مقررات سازمانی بر این امر تاکید و توجه نموده و بود را قانونا ملزم و متعهد به محترم شمردن و رعایت حقوق مردم کنند.

1. Granovetter

1. Burt

2. Line & coauthor

4. Sandhu & Kapoor

5. Barnett

6. Hillman A., Keim

7. Branco M., Rodrigues

## منابع

- Ahmadi, S. A. A., & Feizabadi, H. (2011). Investigating Social capital and effect of that on the organization improvement (Case study: Staff Organizations of Tehran municipality. *Journal of Public Administration*, 3(6), 35-88. (In Persian)
- Akbaryan, M. (2020). Sociological explanation of the relationship between social responsibility in organizational communication and its effectiveness. *News Science*, 9(33), 211-239. (In Persian).
- Akhavan kharazian, M., Salehi sadaghiani, J., & Monafi, M. (2016). Readiness Assessment Model for implementation and Adoption of Knowledge Management at Iranian Post Company (Center of Information Technology). *Business Intelligence Management Studies*, 5(17), 29-62. doi: 10.22054/ims.2016.6990.( In Persian)
- Anderson, Kimberly K. (2009). Organization capability predictors of effective knowledge management an empirical examination. Dissertation of doctor of business administration. Nova southeastern university.
- Barnett M.: Stakeholder Influence Capacity and the Variability of Financial Returns to Corporate Social Responsibility. "Academy of Management Reviews" 2007, Vol. 32, No. 3.
- Barron, A., Pereda, A., & Stacey, S. (2017). Exploring the performance of government affairs subsidiaries: A study of organisation design and the social capital of European government affairs managers at Toyota Motor Europe and Hyundai Motor Company in Brussels. *Journal of World Business*, 52(2), 184-196.
- Bavakhani, A. (2016). The Effect of Intellectual Capital on Knowledge Management in Knowledge-Based Organizations (Case Study: The Atomic Energy Organization of Iran). *Library and Information Science Research*, 6(2), 24-40. doi: 10.22067/riis.v6i2.50426.( In Persian)
- Bontis, N. Crossan, M. and Hulland, j (2002). Managing an organizational learning system by aligning stocks and flows. *Journal of Management Studies*. No. 4, 437-466.
- Branco M., Rodrigues L.L.: Corporate Social Responsibility and Resource Based Perspectives. "Journal of Business Ethics" 2006, Vol. 69, No. 2.
- Chang, T.C., Chuang, S.H. (2009). Performance effect of knowledge management: corporate management characteristic's and competitive strategy enablers. *Asian journal of management and humanity sciences*. Vol.4, No4, 181-199.
- Darabi R, Nasiri M, Molaii eel zoleh A. Investigation the impact of intellectual capital on knowledge management processes by organizational culture (Case study: Mazandaran University of Medical Sciences. *jha* 2017; 20 (68) :65-74. .( In Persian).
- Darshkar, N (2015). Investigating the relationship between social capital and organizational entrepreneurship with organizational effectiveness of sports and youth departments in Khorasan Razavi province, Master's thesis, Birjand University. (In Persian)
- Elmose-Østerlund, K., & Van der Roest, J. W. (2017). Understanding social capital in sports clubs: Participation, duration and social trust. *European Journal for Sport and Society*, 14(4), 366-386.



- Ghadrdan, E., Moghadam, A., Soltanian, C., & Shahmoradi, S. (2020). Role of Corporate Social Responsibility with Emphasis on the Role of Intellectual Capital. *Accounting and Auditing Research*, 12(45), 71-88. doi: 10.22034/iaar.2020.107125. (In Persian).
- Green, T. & J. Pelozo (2011). "How does Corporate Social Responsibility Create Value for Consumers?". *Journal of Consumer Marketing*. 2856-48 :1/
- He, Wei. Qiao, Qian., Wei, Kwok-Kee .(2009). Social relationship and its role in knowledge management systems usage. *journal of Information & Management* , Volume: 46, Issue: 3, 175-180
- Hillman A., Keim G.D.: Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom Line? "Strategic Management Journal" 2001, Vol. 22, No. 2. 27. Holland J., Johanson U.: Value Relevant Information on Corporate Intangibles.
- Hsu, Hsiu-Yueh. (2006). Knowledge management and intellectual capital. dissertation for doctoral of philosophy, Southern Illinois University at Carbondale.
- Huang, C. M., Chang, H. C., & Henderson, S. (2008). Knowledge Transfer Barriers between Research and Development and Marketing Groups within Taiwanese Small and Medium-Sized Enterprise High-Technology New Product Development Teams. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*, 18(6): 621-657.
- Liao, Shu-hsien., Wu, Chi-chuan.(2009). The relationship among knowledge management organizational learning and organizational performance. *International journal of business and management*, Vol.4, No 4, 64-76.
- Lin, CH. (2011). Modeling job effectiveness and its antecedents from a social capital perspective: A survey of virtual teams within business organizations. *Computers in Human Behavior*. 27, 915–923.
- McEvily, S., Chakravarthy, B. (2005). The persistence of knowledge-based advantage: an empirical test for product performance and technological knowledge. *Strategic Management Journal*, 23, 285- 305.
- Mirza Hakim, H ; Poursaid, Mohammad, M. (2017), Corporate social responsibility and its role in gaining competitive advantage, in the monthly journal of applied studies in management and development sciences, third year, number 2, pp. 117-130. (In Persian)
- Nahapiet, Janine. Ghoshal, Sumantra (1998). Social capital, intellectual capital and organization advantage. *Academy of management review*. Vol. 23. No. 2, 242-266.
- Navidi Nekoo, R., Arianfar, K., Honarmand, H., & Nozari, L. (2015). Factors influencing organizational effectiveness from the perspective of corporate social responsibility. *Future study Management*, 23(In Persian)) No, 4۵۴-۴۳ ,(۹۷ .
- Nazari, M. (1390). The effects of communication skills and interpersonal communication on the organizational effectiveness of Iranian sports managers and presenting a model. Doctoral thesis on management and planning in physical education, Faculty of Education and Physical Education, Islamic Azad University, Tehran Branch, Center.( In Persian).

- Paydar, F, & Rajabi Keyapey, M. (2019). The Role of Knowledge Management and Empowering Personnel in Organizational Effectiveness of NAJA. NAJA STRATEGIC STUDIES JOURNAL, 4(11), 115-140. SID. <https://sid.ir/paper/270266/en>.( In Persian)
- Putnam, R. (1380). Democracy and Civic Traditions: The Italian Experience and Lessons for Countries in Transition. Translated by Mohammad Taghi Delfrooz. Ghadir publishing house Tehran.
- Rajaeifar, J. (2018). Examining the relationship between the role of knowledge management and managerial skills on organizational performance, master's thesis, Islamic Azad University, Shahriar branch.( In Persian)
- Sadq, Z., B. Othman, and H. Mohammed. "Attitudes of managers in the Iraqi Kurdistan region private banks towards the impact of knowledge management on organizational effectiveness." *Management Science Letters* 10.8 (2020): 1835-1842.
- Salajegheh, S., & Ashrafzadeh, E. (2014). The Survey of Relationship between Social Capital and Organizational Effectiveness in Health Training Center in Kerman's Shafa Hospital. *Social Capital Management*, 1(1), 43-64. doi: 10.22059/jscm.2014.53277. (In Persian).
- Sandhu, H. & Kapoor, S. (2010). Corporate social responsibility initiatives: Ananalysis of voluntary corporate disclosure. *South Asian Journal of Management*, 17 (2): 47-80.
- Sanobari, H. (2018). Explaining the organizational effectiveness of the executive bodies of Gilan province based on social capital and organizational creativity, master's thesis, Koshiar Institute of Higher Education. (In Persian)
- Sharifi, A, Nikbakht, M, Nejat Darabi, H, Jedi, R. (2015). Investigating the relationship between the knowledge management system and the effectiveness of sports and youth departments in Fars province, the fifth national conference of applied sciences in sports, Aliabad Katul, Islamic Azad University, Aliabad Katul branch.( In Persian)
- Sözbilir ,Fikret. (2018). The interaction between social capital, creativity and efficiency in Organizations. *Thinking Skills and Creativity*, No. 27, 92–100.
- Tajeddini, K & Trueman, M. (2012). Managing Swiss Hospitality: How Cultural Antecedents OfInnovation Andcustomer-Oriented Value Systems Can Influence Performance In The Hotel Industry . *International Journal Of Hospitality Management* , 31 ,1119– 1129
- Watankhah, M. (2018). Investigating the relationship between intellectual capital and organizational effectiveness of school principals in Kenarak city, Master's thesis, Islamic Azad University, Bandar Jask branch.( In Persian).
- Yaqoubi A., & Esmaili H. (1400). Interaction between intellectual capital and corporate social responsibility. *Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 5(17), 1-129(In Persian)
- Yavari, F. (2018). Investigating the impact of knowledge management on organizational effectiveness and organizational agility, Master's thesis, Mehr Institute of Higher Education.( In Persian)

- You, K. W. (2021). The Effect of Transactional and Transformational Leadership Behaviours on Factors Establishing Teams' Cultural Aspects to Promote Organizational Effectiveness. *Sport Mont*, 19(3), Ahead-of.
- Zheng, W., Yang, B., McLean, G.N. (2010). Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management. *Journal of Business Research*, Vol 63, 763-771.