

Organizational Factors Influencing Intra-Organizational Social Capital (Case Study: Taban Airlines)

Mehdi Meybodi

Ph. D. Student in Economic Sociology and development, Quchan, Islamic Azad university, Qhochan, Iran.

Mahnaz Amirpour

*Associate professor Department of Social Science, Quchan, Islamic Azad university, Quchan Iran
(Corresponding Author). E- mail: m.amirpour@iauu.ac.ir*

Ahmad Sadeghi

Associate professor Department of Social Science, Quchan, Islamic Azad university, Quchan Iran.

In today's world, attention to the social aspects of organizations has gained significant importance due to their role in sustainable development. Various studies in organizational domains have demonstrated that organizations, in addition to their economic dimension also possess social dimensions. The outcomes of these studies have drawn scholars' attention to the significance of social relations within organizations, leading to the adoption of the term "social capital" to describe and explain interpersonal relationships within organizations. The statistical population of this research consists of the employees of Taban Airlines in 2024, totaling approximately 246 individuals. A random sampling method was employed, with a sample size of 150 participants. Data collection was conducted using a researcher-designed questionnaire, distributed both online and in paper format. The data gathered through these two methods were combined for analysis using statistical software. The findings revealed that, managerial behavior, organizational commitment, access to resources, and hierarchical status significantly impact organizational social capital. The results clearly highlight the critical role of managerial behavior and organizational commitment in strengthening organizational social capital.

Conflict of interest:

ACCORDING TO THE AUTHORS, THE ARTICLE DID NOT HAVE ANY CONFLICT OF INTEREST.

Key words: *Intra-Organizational Social Capital, Managerial Behavior, Organizational Commitment.*

عوامل سازمانی مؤثر بر سرمایه اجتماعی درون‌سازمانی (مورد مطالعه: شرکت هواپیمایی تابان)

مهدی میبیدی^۱

مهناز امیرپور^۲

احمد صادقی^۳

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۴/۴/۳۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۱۱/۲۲

چکیده

امروزه توجه به جنبه‌های اجتماعی سازمان‌ها به دلیل نقشی که در توسعه پایدار ایفا می‌کنند، اهمیت زیادی یافته است. مطالعات مختلف در حوزه سازمان‌ها نشان داده که سازمان‌ها علاوه بر جنبه اقتصادی، دارای جنبه‌های اجتماعی نیز هستند. حاصل این مطالعات، توجه صاحب‌نظران به اهمیت نقش مناسبات اجتماعی در سازمان بود و سبب گردید صاحب‌نظران برای توضیح و توصیف ارتباطات میان افراد در درون سازمان، از واژه سرمایه اجتماعی استفاده کنند. جامعه آماری این پژوهش کارکنان شرکت هواپیمایی تابان در سال ۱۴۰۳ است که حدود ۲۴۶ نفر بوده‌اند. روش نمونه‌گیری به شیوه تصادفی و حجم نمونه ۱۵۰ نفر بوده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بوده و داده‌ها به دو روش پرسشنامه اینترنتی و کاغذی جمع‌آوری شده است. پس از گردآوری داده‌ها از این دو طریق در نرم‌افزار با هم ترکیب شدند. و پس از گردآوری داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار Spss و Amos مورد تجزیه تحلیل قرار گرفت؛ به طوری که ابتدا توصیف یافته‌ها و سپس آزمون‌های آماری و در نهایت مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شد. یافته‌ها نشان داد رفتار مدیریتی، تعهد سازمانی، فرصت دسترسی به منابع و وضعیت سلسله‌مراتبی تأثیرات معناداری بر سرمایه اجتماعی سازمانی دارند. نتایج اهمیت نقش رفتار مدیریتی و تعهد سازمانی را در تقویت سرمایه اجتماعی سازمانی، به‌وضوح نشان می‌دهند.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی درون‌سازمانی، رفتار مدیریتی، تعهد سازمانی.

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، واحد قوچان، دانشگاه آزاد اسلامی، قوچان، ایران.

۲. استادیار، گروه علوم اجتماعی، واحد قوچان، دانشگاه آزاد اسلامی، قوچان، ایران (نویسنده مسئول).

E-mail: m.amirpour@iauaq.ac.ir

۳. استادیار، گروه علوم اجتماعی، واحد قوچان، دانشگاه آزاد اسلامی، قوچان، ایران.

مقدمه

امروزه توجه به جنبه‌های اجتماعی سازمان‌ها به دلیل نقشی که در توسعه پایدار ایفا می‌کنند، بیش از پیش اهمیت یافته است. مطالعات مختلف در حوزه سازمان‌ها، نشان داده است که سازمان‌ها علاوه بر جنبه اقتصادی، دارای ابعاد اجتماعی نیز هستند. حاصل این مطالعات، توجه صاحب‌نظران به اهمیت نقش مناسبات اجتماعی در سازمان بود و سبب گردید صاحب‌نظران برای توضیح و توصیف ارتباطات میان افراد در درون سازمان، از واژه سرمایه اجتماعی استفاده کنند (۱۱) و (۱). در گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی سرمایه اجتماعی «شبکه‌هایی همراه با هنجارها، ارزش‌ها و درک مشترک که همکاری را درون یا در میان گروه‌ها تسهیل می‌کند» تعریف شده است (۱۷). نظریه سرمایه اجتماعی، در جامعه‌شناسی اقتصادی، به تعریف گرانووتر از مفهوم حک‌شدگی^۱ الهام می‌گیرد که استدلال می‌کند که کنش اقتصادی نمی‌تواند مستقل از روابط اجتماعی بازیگر اقتصادی تصور شود. لذا حک‌شدگی وضعیتی است که در آن افراد و کنش آن‌ها به متن اجتماعی خود پیوند خورده و متصل می‌شود. گرانووتر^۲ معتقد است که نهادهای اقتصادی از نظر اجتماعی ساخته می‌شوند به این معنا که از طریق بسیج منابع توسط افرادی که انگیزه، دانش و منابع دارند، به وجود می‌آیند. اقدامات آن‌ها توسط شبکه‌های روابط شخصی که در درون آن‌ها حک شده است تسهیل و محدود می‌شود (۱۵).

با نگاهی به تعاریف سرمایه اجتماعی مشخص می‌گردد، این مفهوم بر روابط اجتماعی متمرکز است و به عنوان یک دارایی جمعی در قالب هنجارهای مشترک، ارزش‌ها، باورها، اعتماد، شبکه‌ها، روابط اجتماعی و نهادهایی تعریف می‌شود که همکاری و اقدام جمعی را برای منافع متقابل تسهیل می‌کند (۲۱) و (۶). عوامل مؤثر ذکر شده در مطالعات صاحب‌نظران، در ایجاد سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از: سازگاری فعالان شبکه‌های مختلف، ثبات، ایدئولوژی مشترک، کمک، اطلاعات، هنجارها، تکالیف، انتظارات، قابلیت اعتماد، روابط اقتدار، سازمان اجتماعی انطباق‌پذیر، تعهد سازمانی (۲)، هنجارهای مبتنی بر صداقت، انجام تعهدات و ارتباطات متقابل (۷)، معامله متقابل (۱۹)، فرصت، انگیزه و توانایی (۱۱).

ورود اصطلاح سرمایه اجتماعی به تحقیقات حوزه مدیریت توسط مطالعات نظری ناهاپیت و گوشال^۳ (۱۹)، با ترکیب ادبیات مرتبط با سرمایه اجتماعی در جامعه‌شناسی صورت گرفت، مطالعات نشان داده است که توجه کمی به نحوه ایجاد سرمایه اجتماعی سازمانی شده است. هم‌چنین غالب مطالعات انجام شده در این خصوص نیز، سرمایه اجتماعی را به عنوان متغیر مستقل در نظر می‌گیرند و مطالعات کمی سرمایه اجتماعی را به عنوان متغیر وابسته مورد بررسی قرار داده‌اند. برخی دیگر از مطالعات سرمایه اجتماعی را هم به عنوان متغیر مستقل و هم به عنوان متغیر وابسته در نظر می‌گیرند. در حال حاضر خلأ وجود تحقیقی برای تحلیل مرتبط‌ترین عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها احساس می‌شود. با توجه به این

^۱. Embeddedness

^۲. Granwater

^۳. Nahapit and Ghoshal

توضیحات، می‌توان دریافت که در عمل تشکیل سرمایه اجتماعی نمی‌تواند ناشی از عمل یک متغیر باشد؛ بلکه مفهومی پیچیده و چند بعدی است که عوامل و نشانه‌های آن عمدتاً در شرکت‌های بزرگ و متوسط هنوز ناشناخته باقی مانده است (۱۴).

از آن جا که اولین گام برای توسعه سرمایه اجتماعی در یک بنگاه اقتصادی، شناخت وضعیت سرمایه اجتماعی درون سازمانی آن است و تاکنون مطالعه جامعی جهت تعیین وضعیت سرمایه اجتماعی در شرکت هواپیمایی و همچنین شرکت هواپیمایی تابان انجام نشده، لذا با توجه به اهمیت این مبحث در شرکت‌های هواپیمایی، هدف از مطالعه حاضر به دست آوردن برآوردی از سرمایه اجتماعی درون سازمانی و عوامل سازمانی مؤثر بر آن در شرکت هواپیمایی تابان است.

با توجه به اهمیت، نقش و جایگاه شرکت‌های هواپیمایی به دلیل ارتباط با اقشار مختلف مردم از یک سو و ارتباط با سازمان‌های مختلف از سوی دیگر، بسیار حائز اهمیت است که شرکت هواپیمایی خود را با سرمایه اجتماعی و ضرورت‌های روز دنیا هماهنگ کند و توسعه سرمایه اجتماعی را همانند فرصتی ارزشمند، به منظور پاسخگویی به تحولات سریع محیطی و افزایش کارایی به کار گیرد.

مطالعات گل‌افشانی و همکاران (۲۰۲۵)؛ طالع‌زاری و سعیدی (۲۰۲۲)، نشان داده است که توجه کمی به نحوه ایجاد سرمایه اجتماعی سازمانی شده است (۲۲) و (۹). غالب مطالعات انجام شده در این خصوص نیز، سرمایه اجتماعی را به عنوان متغیر مستقل در نظر می‌گیرند (۱۱). مطالعات کمی سرمایه اجتماعی را به عنوان متغیر وابسته مورد بررسی قرار داده‌اند. در این پژوهش خلأ وجود تحقیقی برای تحلیل مرتبط‌ترین عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها احساس می‌شود. در عمل تشکیل سرمایه اجتماعی نمی‌تواند ناشی از عمل یک متغیر باشد بلکه مفهومی پیچیده و چند بعدی است که عوامل و نشانه‌های آن عمدتاً در شرکت‌های بزرگ و متوسط هنوز ناشناخته باقی مانده است. بنابراین در شناسایی متغیرهای مستقل و تعریف سرمایه اجتماعی سازمانی، در این پژوهش از یک رویکرد ترکیبی استفاده شده است. نوآوری دیگر تحقیق حاضر از آن جهت است که به بررسی عوامل سازمانی مؤثر در سرمایه اجتماعی شرکت هواپیمایی تابان می‌پردازد؛ لذا با سایر تحقیقات انجام شده در این باره متفاوت است، به این دلیل که تحقیقاتی که تاکنون به مطالعه سرمایه اجتماعی سازمانی پرداخته‌اند غالباً به مطالعه سرمایه اجتماعی شخصی در سازمان پرداخته‌اند در حالی که در تحقیق حاضر مطالعه سرمایه اجتماعی در بعد سازمانی مورد توجه قرار گرفته است. سوال اصلی این تحقیق عبارت است از: وضعیت سرمایه اجتماعی درون سازمانی در شرکت هواپیمایی تابان چگونه است؟ و چه عوامل سازمانی بر سرمایه اجتماعی درون سازمانی در شرکت هواپیمایی تابان مؤثر می‌باشند؟

مبانی نظری

دو جریان اصلی در ادبیات سرمایه اجتماعی قابل تمایز از یکدیگر است. گروه اول صاحب‌نظرانی مانند بوردیو، برت، پورترس^۱، به منابعی مانند اطلاعات، ایده‌ها، کمک‌ها و غیره اشاره می‌کنند که افراد می‌توانند از طریق روابط به دست آورند. این منابع از این جهت اجتماعی هستند که آن‌ها فقط از طریق روابط قابل دسترسی هستند. ساختار یک شبکه معین چه کسی با چه کسی، هر چند وقت یکبار و با چه شرایطی در تعامل است، بنابراین تأثیر عمده‌ای بر جریان منابع موجود توسط یک فرد دارد و کسانی که موقعیت استراتژیک در شبکه را اشغال می‌کنند می‌توان دارای سرمایه اجتماعی بیشتری نسبت به دیگران دانست، دقیقاً به این دلیل که موقعیت شان به آن‌ها امکان دسترسی به منابع بیشتر و بهتر را می‌دهد(۱۱).

رویکرد دوم سرمایه اجتماعی به ماهیت و مقیاس طیف گسترده‌ای از شبکه‌های غیررسمی و سازمان‌های مدنی رسمی اشاره دارد. سرمایه اجتماعی دیگر در منابعی که فراهم می‌کند نیست، بلکه در روابط و نحوه بیان آن‌هاست. نویسندگان اصلی این ادبیات عبارت‌اند از: لوری^۲، کلمن و پاتنام^۳، اینگلهارت^۴، گیتل و ویدال^۵ و ... به دنبال مطالعات مختلفی که صورت می‌گرفت محققان مطالعه ساختار اجتماعی را از سطح فردی به سطح سازمانی وارد کردند(۱۹). اولین کسی که مفهوم سرمایه اجتماعی را در سطح سازمانی معرفی کرد، رابرت پاتنام است. او این مفهوم را به عنوان "ویژگی‌های سازمان اجتماعی مانند شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد اجتماعی که هماهنگی و همکاری را برای منافع متقابل تسهیل می‌کند" تعریف کرد(۲۲). در سطح سازمانی، سرمایه اجتماعی به عنوان یک دارایی بر اساس روابط درون سازمانی در نظر گرفته شد و سرمایه‌گذاری در چنین دارایی زمانی انجام می‌شود که یک تعامل ثمربخش مرتبط با کار بین شرکت کنندگان آن سازمان اتفاق بیفتد(۲۱).

بر این اساس محققین سازمان را به عنوان یک کنشگر واحد، با همان انگیزه‌ها و محدودیت‌های شناختی که افراد دارند، در نظر گرفتند؛ بنابراین، وابستگی‌های غیر رسمی بین افراد مرتبط با سازمان‌ها، مانند کارمندان و مدیران، به عنوان ویژگی‌های سطح سازمان تلقی می‌شوند(۱۰). این انتقال مطالعات از مکانیسم‌های سطح فردی به بازیگران سازمانی، درجه مفیدی را برای مطالعات مختلف در زمینه سرمایه اجتماعی فراهم کرده است. مطالعات مختلف، سه سطح سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها را مشخص کرده‌اند که عبارت‌اند از: سرمایه اجتماعی فردی، درون سازمانی و خارجی. در این پژوهش سرمایه اجتماعی درون سازمان مدنظر است.

^۱. Bourdieu, Bert, Portes

^۲. Lowry

^۳. Coleman and Putnam

^۴. Inglehart

^۵. Gitel and Vidal

یوو جونشو^۱ (۲۰۱۳)، معتقد است سرمایه اجتماعی درون سازمانی (در سطح شبکه) مبتنی بر پیوندهای قوی (سرمایه اجتماعی پیوند)، یعنی اعتماد و اشتراک گذاری اطلاعات با کیفیت بالا، است. تفاوت این دو سطحی در تعریف «بازیگر اصلی»، فرد یا گروه است (۱۵).

سرمایه اجتماعی یک هدف خاص است، اهداف ممکن است هم اهداف فردی و هم اهداف سازمانی باشند. هنگامی که اهداف فردی یا گروهی به اهداف سازمانی تبدیل می‌شوند، سرمایه اجتماعی افراد یا گروه به "سرمایه اجتماعی شرکت" تبدیل می‌شود. در موقعیت‌های خاص شرکت‌ها، به افراد فرصت‌هایی برای ایجاد روابط اجتماعی می‌دهند. شرکت سرمایه اجتماعی کارکنان خود را فراهم می‌کند، در حالی که افراد نیز سرمایه اجتماعی خود را وارد شرکت می‌کنند، بنابراین سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهند (۵).

سرمایه اجتماعی درون سازمانی سطح میانی سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها است و از تعاملات درون و بین گروه‌های رسمی و غیررسمی در سازمان، از سطح تیم‌های کاری گرفته تا کل سازمان ناشی می‌شود. سرمایه اجتماعی شرکت^۲ از طریق نقش‌های سازمانی مرتبط با کار، به عنوان مثال، همکاران، اعضای تیم، مدیران، مدیران اجرایی و مالکان به وجود می‌آید (۱۹). با توجه به نظریاتی که در بالا مورد بحث قرار گرفت، سرمایه اجتماعی شرکت‌ها هم منابع و هم روابط شبکه‌ای را با هم ترکیب می‌کند: بنابراین سرمایه اجتماعی شرکت به مجموعه‌ای از منابع، ملموس یا مجازی که از طریق روابط اجتماعی بازیکنی به یک بازیگر شرکت تعلق می‌گیرد، اطلاق می‌شود. همچنین بسیاری از روابط سرمایه اجتماعی در شرح وظایف رسمی مشخص شده است که حقوق و وظایف مورد انتظار از افرادی را که در یک تقسیم کار سازمانی پست دارند، مشخص می‌کند (۲۳).

مطالعات نشان داده است که توجه کمی به نحوه ایجاد سرمایه اجتماعی سازمانی شده است (۱۳). هم-چنین غالب مطالعات انجام شده در این خصوص نیز، سرمایه اجتماعی را به عنوان متغیر مستقل در نظر می‌گیرند و به بحث درباره این که چطور سرمایه اجتماعی بر متغیرهای دیگر تأثیر می‌گذارد، می‌پردازند (۱۴). مطالعات کمی سرمایه اجتماعی را به عنوان متغیر وابسته مورد بررسی قرار داده‌اند. این مطالعات قصد پاسخگویی به این سؤال را دارند که چه چیزی به کاهش یا افزایش سرمایه اجتماعی کمک می‌کند. برخی دیگر از مطالعات سرمایه اجتماعی را هم به عنوان متغیر مستقل و هم به عنوان متغیر وابسته در مدل‌شان در نظر می‌گیرند. سؤالی که آنان مطرح می‌کنند این است که چه چیزی سرمایه اجتماعی را می‌سازد و خود سرمایه اجتماعی چه تأثیری روی سایر پدیده‌ها دارد (۱۱). در این پژوهش قصد بررسی عوامل درون سازمانی مؤثر بر سرمایه اجتماعی را داریم.

در این پژوهش جهت تعریف سرمایه اجتماعی درون سازمانی از تعریف مورد استفاده در گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی استفاده شده است.

¹. Yu and Junshu

². Corporate Social Capital

سرمایه اجتماعی سازمانی عبارت است از "شبکه‌هایی همراه با هنجارها، ارزش‌ها و درک مشترک که همکاری را درون یا در میان گروه‌ها تسهیل می‌کند" (۲).

در شناسایی متغیرهای مستقل و هم‌چنین تعریف سرمایه اجتماعی سازمانی، در این پژوهش از یک رویکرد ترکیبی استفاده شده است. نظریه سرمایه اجتماعی سازمانی ناهاپیت و گوشال صورت‌بندی نظریات پیشین صاحب‌نظرانی چون کلمن، بوردیو، پاتنام و فوکویاما است. شواهد نشان داده است که آن‌ها به خوبی توانسته‌اند نظریه سرمایه اجتماعی را در سازمان‌ها بسط دهند و در حال حاضر نیز این نظریه توانسته مورد تأیید محققان مختلف قرار گیرد. سرمایه اجتماعی در نظریه ناهاپیت و گوشال به عنوان متغیر مستقل مورد استفاده بوده که جهت مطالعه اثر آن بر سرمایه فکری (متغیر وابسته) مورد بررسی قرار گرفته است و به شناسایی عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی سازمانی پرداخته‌اند. اما از آن جا که آنان ارجاع‌های مکرر به نظریات صاحب‌نظران پیشگام داشته‌اند، اطلاعاتی را در این زمینه در اختیار قرار داده‌اند. به عنوان مثال، آنان با ارجاع به نظریه کلمن سرمایه اجتماعی را به سازمان‌ها مرتبط می‌نمایند. در ذیل به این ارجاع آن‌ها به نظریه کلمن می‌پردازیم.

سرمایه اجتماعی در روابط میان افراد نهفته است ... در تفصیل این بحث، تمرکزمان را بر شرکت‌ها و سازمان‌ها معطوف نموده و آن را بستر و زمینه اولیه‌ای خواهیم دانست که روابط بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری را باید در درون آن‌ها جستجو کرد. آن گاه ... خواهیم دید که چگونه می‌توان تحلیل‌مان را به طیف گسترده‌تری از مجموعه‌های نهادی بسط داد (۱۵).

بنابراین، در این پژوهش از طریق تعمق در منابع اولیه مرتبط با مفهوم سرمایه اجتماعی، برای رفع کمبودی که در این نظریه از جهت روابط علی با سرمایه اجتماعی سازمانی وجود دارد اقدام شده است. لذا با ارجاع به مطالب طرح شده در نظریات صاحب‌نظران مورد بررسی که در ذیل به آن اشاره شده، فرضیات اقتباس گردیده‌اند.

۱. همه محققان سرمایه اجتماعی را مستقیماً با شبکه‌های اجتماعی مرتبط می‌دانند.

۲. آدلر و کوون، معتقدند سرمایه اجتماعی می‌تواند از روابط مختلف پدید آید. این روابط شامل روابط بازار، سلسله‌مراتبی و اجتماعی است. روابط بازار که در آن محصولات و خدمات با پول یا مبادله پایاپای می‌شوند، روابط سلسله‌مراتبی که در آن اطاعت از اقتدار یا امنیت مادی و معنوی مبادله می‌شود، و روابط اجتماعی که در آن منافع و هدایا رد و بدل می‌شود. این سه نوع رابطه در ساختار اجتماعی است که زیربنای سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهد.

۳. سرمایه اجتماعی سازمانی از طریق نقش‌های سازمانی مرتبط با کار، به عنوان مثال، همکاران، اعضای تیم، مدیران، مدیران اجرایی و مالکان به وجود می‌آید.

۴. یک سازمان لزوماً از نظر درونی همگن نیست. گروه‌های اجتماعی مختلف در اکثر سازمان‌ها، شامل دو گروه رسمی (تیم‌های پروژه، بخش‌ها، شرکت‌های تابعه و ...) و غیررسمی (بنیان‌گذاران، جوامع عملی

یا حتی اعضای خانواده) می‌شود. این ناهمگونی گروهی در یک سازمان همراه با ارتباطات پیچیده اجتماعی بین اعضای گروه، احتمالاً تأثیرات مهمی بر ایجاد سرمایه اجتماعی سازمانی دارد. به طور خاص، توسعه سرمایه اجتماعی سازمانی تحت تأثیر پویایی‌های درون و بین این گروه‌ها قرار می‌گیرد.

۵. ناک^۱ معتقد است که سرمایه اجتماعی سازمانی از نقش‌های سازمانی مثل همکاران، اعضای تیم، مدیران، مدیران اجرایی و مالکان ناشی می‌شود. سرمایه اجتماعی شرکت منابع را با روابط شبکه پیوند می‌دهد. بنابراین سرمایه اجتماعی شرکت به مجموعه منابع، محسوس یا مجازی که از طریق روابط اجتماعی اعضا در اختیار یک عضو شرکت قرار گرفته است و دستیابی به اهداف شرکت را آسان‌تر می‌سازد، اشاره می‌کند. او همچنین بیان می‌کند که بسیاری از روابط سرمایه اجتماعی در شرح شغل‌های رسمی و یا در چارت سازمانی مشخص شده‌اند. زیرا این شرح شغل‌ها حقوق و وظایف افرادی که یک موقعیت سازمانی را اشغال می‌کنند نشان می‌دهد. به علاوه یک چارت سازمانی به طور صریح روابط گزارش‌دهی و سرپرستی بین افراد را نشان می‌دهد.

۶. رویکرد بورديو به سرمایه اجتماعی، بر شبکه‌ها و به طور خاص بر بازده عضویت در شبکه از نظر دسترسی به منابع و فرصت‌ها متمرکز است.

۷. در مواردی که انتقال اطلاعات به زمان و تلاش قابل توجهی نیاز دارد یا تقاضا برای منابع بسیار بیشتر از عرضه آن‌ها است، افراد با روابط قوی‌تر و منسجم‌تر بیشترین توانایی را برای دسترسی به اطلاعات و منابع دارند بر اساس مطالب فوق فرضیه ۱ و ۲ استخراج گردیده است.

- روابط سلسله‌مراتبی از طریق شکل‌دهی ساختار عمودی روابط اجتماعی در سازمان بر سرمایه اجتماعی درون سازمان اثرگذار است.

- نقش‌های سازمانی از طریق اثرگذاری بر ایجاد فرصت دسترسی به منابع در سازمان بر سرمایه اجتماعی درون سازمان اثرگذار است.

سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها توسط تعاملات افراد درون شرکت ایجاد می‌شود، مانند مدیر عامل و اعضا تیم مدیریت ارشد با نهادهای خارجی که بر سازمان تأثیر می‌گذارند، مانند رقبا، سرمایه‌گذاران، مشتریان، تامین‌کنندگان و سایر اشخاص ثالث.

- رفتارهای مدیریتی در سازمان می‌تواند توسعه سرمایه اجتماعی سازمانی را تسهیل کند.

سرمایه اجتماعی به عنوان ویژگی جمعی، محصول فرعی فعالیت‌های سازمانی دیگری است که مکمل عمل جمعی محسوب می‌شوند و به عنوان پدیده‌های مدیریتی دارای ویژگی‌های اعتماد، هنجارها، ارزش‌ها و رفتارهای مشترک، ارتباطات، همکاری، تعهد متقابل، شناخت متقابل و شبکه‌ها است. فرضیه ۳ از مطالب فوق استخراج گردیده است.

^۱. knoke

- رفتارهای مدیریتی مدیران در سازمان بر سرمایه اجتماعی درون سازمانی اثرگذار است.
 کلمن، یکی از عوامل تشکیل سرمایه اجتماعی برای عاملان را تعهد سازمانی می‌داند. تعهد سازمانی نشان دهنده تعهد کارکنان به سازمان‌شان است.
 - تعهد سازمانی، بر سرمایه اجتماعی درون سازمان اثرگذار است.

تعاریف مفهومی و عملیاتی

متغیر وابسته: سرمایه اجتماعی درون سازمانی
 تعریف مفهومی: سرمایه اجتماعی سازمانی عبارت است از "شبکه‌هایی همراه با هنجارها، ارزش‌ها و درک مشترک که همکاری را درون یا در میان گروه‌ها تسهیل می‌کند و با این ابعاد اندازه‌گیری می‌شود. بعد ساختاری: شبکه‌های روابط غیررسمی در سازمان ضمانت اجرایی - فرآیندی که رعایت قوانین را تضمین می‌کند.
 بعد شناختی: وجود هنجارهایی که تاکید بر منافع جمعی دارند.
 اعتماد، اشاره به حالت روانی دارد که به میزان اعتبار و صداقت طرف مقابل بستگی دارد. اگر طرف مقابل، اعتبار، صلاحیت و صداقت داشته باشد، می‌توان به او اعتماد کرد.

جدول شماره (۱): تعاریف عملیاتی متغیر وابسته

مفهوم	ابعاد	مولفه‌ها	شاخص‌ها	منابع پشتیبان
سرمایه اجتماعی درون سازمانی	ساختاری	شبکه‌های غیررسمی در شرکت	- شبکه دوستی: احساس صمیمیت	فابیونوفینو (۲۰۱۴).
			- اعتماد متقابل: بازگو کردن مشکلات سازمان	
			- اطلاعاتی: تبادل اطلاعات در محل کار	
			- روابط کاری منفی: دشواری کار با آن‌ها	
			- شبکه دانش: دریافت اطلاعات و مشاوره	
سرمایه اجتماعی درون سازمانی	شناختی	ضمانت اجرایی	- شبکه دسترسی: در دسترس بودن	کوهن، پروساک (۲۰۰۱). پاتنام (۱۹۹۳). فوکویاما (۱۹۹۹).
			- ارتباطی: صحبت در طی روز کاری	
			- پایبندی به قوانین شرکت	
			- ایجاد فرصت برابر برای رشد کارکنان در سازمان	
			- صداقت مشهود و شفافیت در بیان کارکنان و مدیران	
سرمایه اجتماعی درون سازمانی	تجربی	روابط متقابل	- انصاف در بیان کارکنان و مدیران	کلمن (۱۹۹۰). پاتنام (۱۹۹۶). ناهایت و گوشال (۱۹۹۸).
			- مهربانی و همدلی در بین کارکنان و مدیران	
			- توجه مدیریت به روابط انسانی در محیط کار	
			- تقویت پیوندها و تعاملات اجتماعی	
			- تعامل مستمر مدیران سازمان با آحاد کارکنان	
سرمایه اجتماعی درون سازمانی	تلاشی	هنجارهای مشترک	- عدم تجربه تبعیض واقعی	
			- تلاشی مدیر در جلب اعتماد	

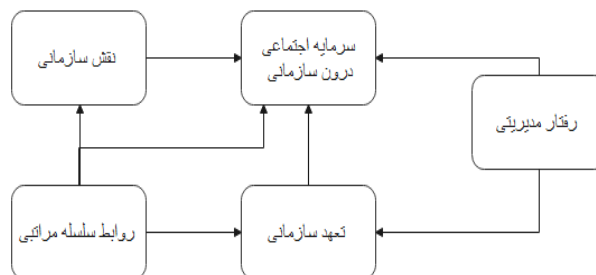
متغیرهای مستقل این پژوهش عبارتند از:

- روابط اجتماعی با ساختار عمودی: شبکه‌ها با ساختار روابط عمودی افرادی با وضعیت‌های نابرابر عضویت دارند و فاقد ارتباط با یکدیگرند. شبکه‌های عمودی یا سلسله‌مراتبی فاقد توان برقراری اعتماد و همکاری اجتماعی هستند.
- رفتار مدیریتی: نقشی است که مدیران باید ایفا کنند تا هم رشد اخلاقی کارکنان و هم ظرفیت آن‌ها برای ایجاد انگیزه فراتر از منافع شخصی‌شان را تسهیل کند.
- تعهد سازمانی: کارکنان چقدر با سازمان درگیر می‌شوند و با آن هم‌ذات‌پنداری می‌کنند.
- ایجاد فرصت دسترسی به منابع: فرصت دستیابی به موقعیت شغلی بالاتر، حقوق و مزایای بالاتر، ارتقاء شغلی زودهنگام.
- نقش‌های سازمانی: رده سازمانی از قبیل: کارمند، کارشناس، دارای پست مدیریتی.
- متغیرهای جمعیت‌شناختی شامل: سن، جنس، تحصیلات، سابقه خدمت.

جدول شماره (۲): تعاریف عملیاتی متغیرهای مستقل

مفهوم	ابعاد	مولفه‌ها	شاخص‌ها	منابع پشتیبان
تعهد سازمانی	تعهد به شرکت	پاداش	- پاداش به طور متصفانه - پاداش بر اساس لریزایی عملکرد - پاداش بر مبنای ضوابط	لیانا و ون بون (۱۹۹۹)، آدلر و کوهن (۲۰۰۲).
		تأمین امنیت شغلی	- استخدام رسمی - فراهم نمودن تسهیلات سرمایه‌گذاری آموزش کارکنان	
		ارتباط با کارمندان	- حفظ احترام کارکنان - عمل به وعده‌ها - تشویق کارکنان - الگوی خوب برای کارکنان	
		پاسخگویی مدیر	- ارائه دلایل قانع‌کننده برای تصمیم‌گیری‌های خود - پذیرش مسئولیت تصمیمات خود - حمایت از کارکنان هنگام بروز مشکل	
فرصت دسترسی به منابع	تعهد مستمر	تعهد مستمر	- تعهد به دلیل هزینه‌های خروج از سازمان: زمان، پول، تلاش، هزینه بالای آموزش، مشکل پیدا کردن شغل جدید	مایر و آلن (۱۹۹۱).
		تعهد عاطفی	- عدم قصد ترک محل کار - نگرش عاطفی به سازمان	
		تعهد هنجاری	- احساس تعهد به ماندن در سازمان - ارزش قائل شدن برای سرنوشت شرکت	
روابط با ساختار عمودی	ساختار سازمانی	منابع	- فرصت دستیابی به موقعیت شغلی بالاتر، حقوق و مزایای بالاتر - ارتقاء شغلی زودهنگام	ون درگاگ، استایدرز (۲۰۰۸).
		وضعیت نابرابر سلسله‌مراتبی	- نظارت مستقیم مدیران بر زیردستان - عدم سپردن تصمیم‌گیری‌ها و اختیارات به سطوح پایین‌تر - دشواری دسترسی به مدیران رده بالا	پاتنام (۱۹۹۳).

مدل مفهومی تحقیق



نمودار شماره (۱): مدل مفهومی تحقیق

ابزار و روش تحقیق

در این پژوهش، جامعه آماری کارکنان شرکت هواپیمایی تابان است که بر اساس اطلاعات واحد کارگزینی این شرکت حدود ۲۴۶ نفر هستند. این جامعه شامل تمامی کارمندان سازمان در سطوح مختلف از جمله پرسنل اداری، پشتیبانی، پرسنل پروازی و مدیریت است. روش نمونه‌گیری به شیوه تصادفی مبتنی بر لیست انجام شده است و از میان تمامی کارکنان شرکت هواپیمایی، ۱۵۰ نفر به صورت تصادفی انتخاب شده‌اند.

$$\frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} (\frac{t^2 pq}{d^2} - 1)} = \frac{\frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}}{1 + \frac{1}{246} (\frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2} - 1)} = 150$$

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بوده است. شیوه گردآوری داده‌ها به دو روش پرسش‌نامه اینترنتی و کاغذی انجام شده است. انتخاب این دو روش از آن جهت بوده است که پرسشنامه اینترنتی این امکان را به پژوهشگر می‌دهد که داده‌ها را با سرعت بالا و بدون نیاز به ارتباط فیزیکی با پاسخ‌دهندگان جمع‌آوری کند، در حالی که پرسشنامه کاغذی به کسانی که ممکن است دسترسی به اینترنت نداشته باشند، اجازه می‌دهد که در پژوهش مشارکت کنند. به عبارت دیگر به پرسنلی که دسترسی حضوری وجود داشت پرسشنامه کاغذی و به سایرین لینک ارسال پرسشنامه اینترنتی که در سامانه پرسیک طراحی شده بود داده شد. پس از گردآوری داده‌ها از این دو طریق در نرم‌افزار با هم ترکیب شدند.

روایی ابزار پژوهش به دو صورت صوری و سازه بررسی شده است. در روایی صوری، ابزار باید توسط کارشناسان یا متخصصین مورد ارزیابی قرار گیرد تا مطمئن شویم که سؤالات پرسشنامه به درستی مفاهیم موردنظر را اندازه‌گیری می‌کنند. به همین منظور پرسشنامه در اختیار استاد راهنما و مشاور، کارشناسان و خبرگان این حوزه قرار گرفته و اعتباریابی شد. جهت روایی سازه ابزار پژوهش، از روش تحلیل عاملی تأییدی (CFA) استفاده شد. این روش برای تعیین میزان تطابق داده‌های گردآوری شده با ساختار نظری و مدل مفهومی طراحی شده به کار می‌رود. تحلیل عاملی تأییدی به محقق امکان می‌دهد تا سازه‌های مورد بررسی

را تأیید کند و مطمئن شود که ابزار پژوهش (پرسشنامه) به درستی ابعاد موردنظر را اندازه‌گیری می‌کند. در این پژوهش، داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفته است. شاخص کفایت نمونه‌گیری (KMO): این شاخص برای ارزیابی کفایت داده‌ها برای تحلیل عاملی استفاده می‌شود. مقدار مناسب KMO باید بالاتر از ۰٫۶ باشد که نشان دهنده کافی بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی است.

آزمون کرویت بارتلت: این آزمون بررسی می‌کند که آیا ماتریس همبستگی بین گویه‌ها برای تحلیل عاملی مناسب است یا خیر. سطح معناداری کمتر از ۰٫۰۵ نشان دهنده مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی است. توزیع و بار عاملی: در خروجی تحلیل عاملی، میزان بار عاملی هر گویه روی سازه مربوطه بررسی شد. گویه‌هایی که بار عاملی کمتر از ۰٫۴ داشتند، از ابزار حذف یا بازنگری شدند. بار عاملی نشان دهنده میزان همبستگی یک گویه با عامل مربوطه است. مقدار ۰٫۳ به عنوان حداقل مقدار قابل قبول برای بار عاملی در پژوهش‌های اکتشافی در نظر گرفته می‌شود (۱۷). با این حال، در تحلیل‌های تأییدی که هدف آن بررسی تطابق گویه‌ها با سازه‌های نظری است، مقدار ۰٫۴ یا بالاتر به عنوان یک معیار محافظه‌کارانه‌تر استفاده می‌شود. این مقدار اطمینان بیشتری از کیفیت گویه‌ها و تفسیر مدل ارائه می‌دهد.

جدول شماره (۳): تحلیل عامل متغیر وابسته: سرمایه اجتماعی درون‌سازمانی

بارتلت	KMO	درصد واریانس	مقدار ویژه	بارهای عاملی	تحلیل عامل متغیر وابسته: سرمایه اجتماعی درون‌سازمانی
				۰٫۵۹۲	همکاران‌تان را چقدر مناسب دوستی می‌دانید؟
				۰٫۵۳۲	چقدر می‌توانید به همکاران‌تان اعتماد کنید؟
				۰٫۵۱۹	چقدر اطلاعات لازم برای کارتان را از همکاران‌تان دریافت کرده‌اید؟
				۰٫۴۸۵	چقدر همکاران‌تان انجام مسئولیت‌های شغلی را برای‌تان دشوار می‌کنند؟
				۰٫۵۵۳	همکارانی که برای مشاوره ... چقدر در کارشان دارای مهارت هستند؟
				۰٫۶۰۲	چقدر هنگامی که به اطلاعات مشاوره‌ای و .. دسترسی هستند؟
				۰٫۵۷۵	چقدر با همکاران‌تان ارتباط دارید؟
				۰٫۷۴۵	مدیران شرکت تا چه حد به قوانین پای‌بند هستند؟
۱۶۰۱۰۵۰	۰٫۸۷۹	۴۷٫۲۵۱	۳۱٫۰۷	۰٫۸۰۲	مدیران چه حد به کارکنان برای رشد فرصت برابر می‌دهند؟
				۰٫۸۲۱	چه حد مدیران و کارکنان در اظهارات‌شان دارای شفافیت هستند؟
				۰٫۸۱۵	چقدر مدیران و کارکنان در گفتار و رفتارشان صداقت وجود دارد؟
				۰٫۸۳	چقدر بین مدیران و کارکنان مهربانی و همدلی وجود دارد؟
				۰٫۸۳۷	چقدر در شرکت مدیران و کارکنان به روابط انسانی توجه دارند؟
				۰٫۸۴۸	چه حد مدیران و کارکنان جهت بهبود تعاملات ... همکاری می‌کنند؟
				۰٫۸۱۹	چه حد در شرکت تعامل مستمر مدیران با کلیه کارکنان وجود دارد؟
				۰٫۸۵۳	چقدر مدیران شرکت در جهت جلب اعتماد اقداماتی انجام داده‌اند؟
				۰٫۴۲۵	تاکنون در چه حد با تبعیض در شرکت مواجه شده‌اید؟

شاخص KMO و کفایت نمونه‌گیری و همچنین آزمون کرویت بارتلت تأیید می‌کنند که داده‌ها از لحاظ ساختاری برای تحلیل عاملی مناسب هستند. عامل اصلی به تنهایی ۴۷,۲۵۶ درصد از واریانس کل را توضیح می‌دهد که نشان‌دهنده قدرت بالای این عامل در تبیین ساختار متغیرهاست. مجموع چهار عامل اول ۷۶,۱۹۰ درصد از واریانس را تبیین می‌کنند که نشان می‌دهد عوامل شناسایی شده توان بالایی در توضیح متغیرها دارند. بنابراین تحلیل عاملی تأییدی نشان می‌دهد که ابزار اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی درون سازمانی به طور کلی از روایی ساختاری مناسبی برخوردار است.

برای اندازه‌گیری پایایی پرسشنامه از شاخص آلفای کرونباخ^۱ استفاده شد. آلفای کرونباخ میزان همبستگی بین گویه‌های مختلف یک مقیاس را اندازه‌گیری می‌کند. اگر مقدار آلفای کرونباخ بالاتر از ۰,۷ باشد، به عنوان یک مقدار قابل قبول برای پایایی ابزار در نظر گرفته می‌شود. در جدول زیر نتایج سنجش پایایی ابزار پژوهش برای متغیرهای مستقل و وابسته ارائه شده است.

جدول شماره (۴): نتایج سنجش پایایی ابزار پژوهش

شاخص‌ها	گویه‌ها	آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی درون سازمانی	۱۷	۰,۹۱۳
رفتار مدیریتی	۱۲	۰,۹
تعهد سازمانی	۶	۰,۷۳۶
فرصت دسترسی به منابع	۳	۰,۸۳۳
ساختار سازمانی	۳	۰,۸۷۳
کل پرسشنامه	۴۱	۰,۹۵

نتایج آزمون آلفای کرونباخ نشان‌دهنده پایایی بسیار مناسب پرسشنامه در کلیه ابعاد است. برای کل پرسشنامه با ۴۱ گویه، ضریب آلفای ۰,۹۵ نشان‌دهنده انسجام و پایایی بسیار بالای ابزار تحقیق است و بیانگر آن است که پرسشنامه ابزار مناسبی برای اندازه‌گیری سازه‌های مورد نظر بوده و از قابلیت اعتماد بالایی برخوردار است.

در این پژوهش، از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی برای تحلیل داده‌ها استفاده می‌شود. در تحلیل توصیفی، داده‌ها با استفاده از شاخص‌های آماری مانند میانگین، مد، میانه، و انحراف استاندارد توصیف می‌شوند. در تحلیل استنباطی، از آزمون‌های آماری مختلف مانند آزمون t، تحلیل واریانس (ANOVA)، همبستگی پیرسون، رگرسیون و مدل‌سازی معادلات ساختاری برای بررسی روابط و اثرات بین متغیرهای مختلف استفاده شد.

^۱. Cronbach's Alpha

یافته‌های تحقیق

جدول شماره (۵): مفهوم سرمایه اجتماعی درون‌سازمانی

همبستگی پیرسون	معناداری	تعداد پاسخگویان
۰,۴۴۵	۰,۰۱	۱۵۰
۰,۲۱۱	۰,۰۱	۱۵۰
۰,۷۸۴	۰,۰۱	۱۵۰
۰,۵۱۵	۰,۰۱	۱۵۰

جدول همبستگی نشان می‌دهد که بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته مفهوم سرمایه اجتماعی درون سازمانی روابط معناداری در سطح ۰,۰۱ وجود دارد.

در این تحقیق متغیرهای مستقل روابط سلسله‌مراتبی (شکل‌دهی ساختار عمودی)، فرصت‌های دسترسی به منابع (نقش‌های اجتماعی)، رفتارهای مدیریتی مدیران (شیوه استخدامی) و تعهد سازمانی (شرکتی) بر متغیر وابسته سرمایه اجتماعی درون‌سازمانی مؤثر است. به همین منظور از آزمون رگرسیون برای سنجش تأثیر این متغیرها استفاده شده است.

جدول شماره (۶): مدل‌سازی رگرسیون برای سنجش تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته

مقدار همبستگی کل	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد	مقدار F برازندگی	معناداری F
۰,۸۶۴	۰,۷۴۷	۰,۷۴	۰,۴۶۰۵	۱۰۷,۰۵۵	۰,۰۱

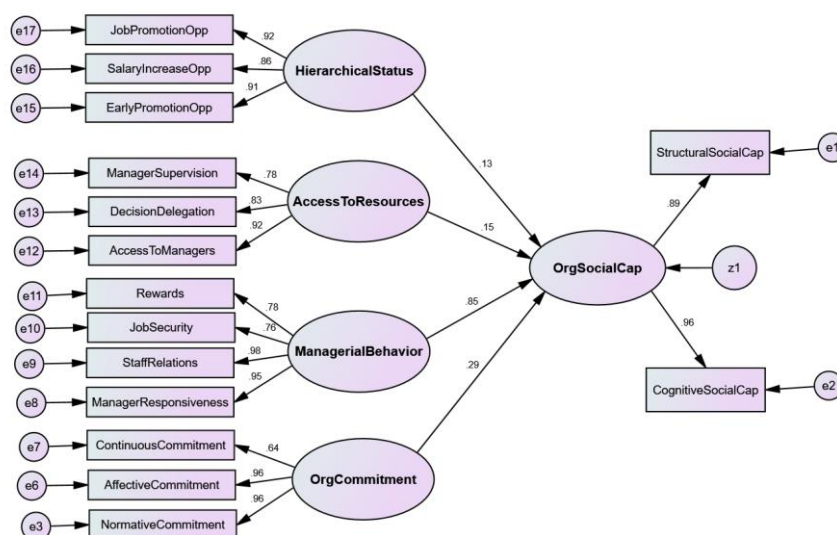
ضریب همبستگی (R) برابر با ۰,۸۶۴ است که نشان دهنده همبستگی بسیار قوی بین متغیرهای مستقل و وابسته است. این مقدار نشان می‌دهد که ۸۶,۴ درصد از واریانس مفهوم سرمایه اجتماعی درون سازمانی توسط متغیرهای وضعیت سلسله‌مراتبی، تعهد سازمانی، فرصت دسترسی به منابع و رفتار مدیریتی پیش‌بینی می‌شود. ضریب تعیین (R^2) برابر با ۰,۷۴۷ است، که نشان می‌دهد ۷۴,۷ درصد از تغییرات مفهوم سرمایه اجتماعی درون سازمانی توسط این چهار متغیر توضیح داده می‌شود. این درصد نشان دهنده قدرت پیش‌بینی بالای مدل است. ضریب تعیین تعدیل شده نیز برابر با ۰,۷۴۰ است، که با توجه به تعداد متغیرهای مستقل وارد شده به مدل، دقت پیش‌بینی مدل را تصحیح کرده است. این مقدار نیز نشان دهنده مدل معتبر و نسبتاً دقیق است. خطای استاندارد برآورد برابر با ۰,۴۶۰۵ است و نشان دهنده دقت مدل در پیش‌بینی و همچنین مقدار برازندگی F و معناداری آن نشان می‌دهد مدل رگرسیون به طور معناداری پیش‌بینی کننده متغیر وابسته (مفهوم سرمایه اجتماعی درون سازمانی) است.

جدول شماره (۷): مقادیر تاثیر استاندارد و غیر استاندارد متغیرهای مستقل

متغیرهای مستقل	مقدار B	ضریب غیر استاندارد	ضریب استاندارد	مقدار t	معناداری
		خطای استاندارد	بتا		
عرض از مبدأ	۱,۵۷۷	۰,۱۹۵		۸,۰۹۷	۰,۰۱
رفتار مدیریتی	۰,۲۵۳	۰,۰۶۵	۰,۲۹۴	۳,۸۸۷	۰,۰۱
تعهد سازمانی	۰,۲	۰,۰۳۹	۰,۲۷۲	۵,۱۵۱	۰,۰۱
فرصت دسترسی به منابع	۰,۱۵۶	۰,۰۴۵	۰,۲۵۴	۳,۴۸۹	۰,۰۱
وضعیت سلسله‌مراتبی	۰,۰۹۷	۰,۰۴۱	۰,۱۸۲	۲,۳۷۲	۰,۰۱

ضرایب غیر استاندارد نشان دهنده تغییرات مفهوم سرمایه اجتماعی درون سازمانی بر اساس تغییر یک واحد در هر متغیر مستقل است. به طوری که مقدار ثابت مدل نشان دهنده مقدار پیش‌بینی شده مفهوم سرمایه اجتماعی درون سازمانی زمانی است که تمام متغیرهای مستقل صفر باشند. به عبارت دیگر، این مقدار پایه‌ای برای پیش‌بینی مفهوم سرمایه اجتماعی درون سازمانی است. ضرایب استاندارد نیز نشان دهنده تأثیر دقیق و مناسب متغیرهای مستقل بر وابسته است.

به منظور بررسی تأثیر رفتار مدیریتی، تعهد سازمانی، فرصت دسترسی به منابع، و ساختار سازمانی بر سرمایه اجتماعی درون سازمانی از روش SEM و نرم‌افزار AMOS استفاده شد. شاخص‌های برازندگی مدل بررسی و تأیید شد که مدل پیشنهادی با داده‌های واقعی تطابق دارد. ضرایب مسیرها نشان داد که هر یک از متغیرهای مستقل تأثیر معناداری بر سرمایه اجتماعی درون سازمانی داشته‌اند و شدت و جهت این تأثیرات در مدل تحلیل شد.



نمودار شماره (۲): مدل اصلی پژوهش در مدل‌سازی ساختاری

این مدل نشان از مقادیر بارهای عاملی (که همگی بالاتر از ۴۰ درصد است) و همچنین مقادیر تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته است که در ادامه به شرح آن‌ها پرداخته می‌شود. نتایج در جدول زیر ارائه شده است:

جدول شماره (۸): مقادیر تأثیر استاندارد و غیر استاندارد متغیر وابسته

مقدار t	مقدار تأثیر استاندارد	خطای تخمین	مقدار تأثیر غیر استاندارد	سرمایه اجتماعی سازمانی
۰,۰۱	۱۴,۹۰۴	۰,۰۳۵	۰,۵۲	رفتار مدیریتی
۰,۰۱	۵,۵۳۶	۰,۰۲۸۵	۰,۲۱۹	تعهد سازمانی
۰,۰۱	۳,۴۸۲	۰,۰۱۵۳	۰,۰۸۲	فرصت دسترسی به منابع
۰,۰۱	۳,۰۹۳	۰,۰۱۳۲	۰,۰۹۸	وضعیت سلسله‌مراتبی

نتایج مدل نشان می‌دهند که رفتار مدیریتی، تعهد سازمانی، فرصت دسترسی به منابع و وضعیت سلسله‌مراتبی تأثیرات معناداری بر سرمایه اجتماعی سازمانی دارند.

– روابط سلسله‌مراتبی از طریق شکل‌دهی ساختار عمودی در سازمان بر سرمایه اجتماعی درون سازمانی مؤثر است.

وضعیت سلسله‌مراتبی با تأثیر غیر استاندارد ۰,۰۹۸ و مقدار t برابر با ۳,۰۹۳ نشان دهنده تأثیر ضعیف ولی معنادار آن بر سرمایه اجتماعی سازمانی است

– فرصت دسترسی به منابع در سازمان بر سرمایه اجتماعی درون سازمانی مؤثر است. فرصت دسترسی به منابع با تأثیر غیر استاندارد ۰,۰۸۲ و مقدار t برابر با ۳,۴۸۲ نشان دهنده تأثیر مثبت ضعیف ولی معنادار آن بر سرمایه اجتماعی سازمانی است..

– رفتارهای مدیریتی مدیران در سازمان بر سرمایه اجتماعی درون سازمانی مؤثر است. رابطه بین رفتار مدیریتی و سرمایه اجتماعی سازمانی با مقدار تأثیر غیر استاندارد ۰,۵۲ و مقدار t برابر با ۱۴,۹۰۴ نشان دهنده تأثیر مثبت و قوی رفتار مدیریتی بر سرمایه اجتماعی سازمانی است که این رابطه با مقدار p برابر ۰,۰۱ از نظر آماری معنادار است.

– تعهد سازمانی بر سرمایه اجتماعی درون سازمانی مؤثر است. تعهد سازمانی با مقدار تأثیر غیر استاندارد ۰,۲۱۹ و مقدار t برابر با ۵,۵۳۶ تأثیر معناداری بر سرمایه اجتماعی سازمانی دارد که این رابطه نیز از نظر آماری معنادار است.

به طور کلی، تمام این متغیرها تأثیرات معناداری بر سرمایه اجتماعی سازمانی دارند که اهمیت نقش رفتار مدیریتی و تعهد سازمانی در تقویت سرمایه اجتماعی سازمانی را به وضوح نشان می‌دهند.

بحث و نتیجه‌گیری

اولین گام برای توسعه سرمایه اجتماعی در یک بنگاه اقتصادی، شناخت وضعیت سرمایه اجتماعی درون سازمانی آن است. نتایج این پژوهش نشان داده است که کارکنان شرکت هواپیمایی تابان از سرمایه اجتماعی خوبی برخوردار هستند. بعد ساختاری، نشان دهنده تأثیر مثبت شبکه‌های غیررسمی و ضمانت اجرایی در تقویت ارتباطات سازمانی است. بعد شناختی نیز، اعتماد و هنجارهای مشترک را به عنوان عناصر کلیدی درک و همدلی میان کارکنان برجسته می‌سازد. این یافته‌ها تأکید می‌کنند که تقویت سرمایه اجتماعی درون سازمانی می‌تواند به بهبود عملکرد سازمانی و ایجاد محیط کاری حمایت کننده کمک کند. رفتار مدیریتی، تعهد سازمانی، فرصت دسترسی به منابع، و روابط با ساختار عمودی به عنوان متغیرهای مستقل، عوامل کلیدی مؤثر بر سرمایه اجتماعی درون سازمانی هستند.

در این پژوهش رفتار مدیریتی قوی‌ترین رابطه با سرمایه اجتماعی درون سازمانی را داشته است که با نتایج تحقیق (۸) و (۳)، همخوانی دارد و مشخص می‌نماید که شیوه‌های مدیریتی تأثیر بسیار مهمی بر تقویت سرمایه اجتماعی در سازمان دارند. رفتار مدیران به عنوان الگوی تعاملات سازمانی نقش مهمی در شکل‌گیری هنجارهای مشترک و اعتماد سازمانی دارد. مدیریت عادلانه، شفاف و پاسخگو می‌تواند به ایجاد روابط متقابل و اعتماد بین کارکنان و مدیران کمک کند و سرمایه اجتماعی را به شدت تقویت کند. بر اساس نظریات سایمون و آدامز در زمینه رفتارهای مدیریتی، مدیران با شیوه‌های تصمیم‌گیری و رفتارهای مدیریتی خود می‌توانند فضای سازمانی را برای تبادل اطلاعات، اعتمادسازی و همکاری بین کارکنان مهیا کنند. رفتارهای مثبت مدیریتی نظیر شفافیت، ارتباطات باز، و حمایت از اعضای سازمان باعث افزایش احساس اعتماد و همبستگی میان کارکنان می‌شود. به ویژه رفتارهای حمایتی و توانمندسازی که در آن مدیران فرصت‌های رشد و پیشرفت را برای کارکنان فراهم می‌آورند، می‌تواند روابط غیررسمی و شبکه‌های اجتماعی درون سازمانی را تقویت کرده و سرمایه اجتماعی را افزایش دهد. بنابراین، شیوه‌های مدیریتی و رفتارهای رهبری در سازمان می‌تواند به طور مستقیم بر میزان سرمایه اجتماعی درون سازمانی تأثیرگذار باشد.

این پژوهش نشان داده است که افزایش تعهد سازمانی کارکنان می‌تواند به تقویت سرمایه اجتماعی درون سازمانی منجر شود که با نتایج تحقیق (۸)، همخوانی دارد. تعهد کارکنان به سازمان، به ویژه در ابعاد عاطفی و هنجاری، منعکس کننده تعاملات مثبت و حس تعلق به محیط کار است. این تعاملات و تعلق باعث افزایش اعتماد و تقویت روابط غیررسمی می‌شود که عناصر اصلی سرمایه اجتماعی درون سازمانی را تشکیل می‌دهند.

طبق نظریه‌های آلن و میئر در مورد تعهد سازمانی، وقتی کارکنان احساس تعهد بیشتری به سازمان خود دارند، تمایل بیشتری دارند تا در فعالیت‌ها و پروژه‌های مشترک شرکت کنند، اطلاعات را به اشتراک بگذارند و روابط اجتماعی خود را با دیگر اعضا گسترش دهند. تعهد سازمانی به عنوان یک عامل اجتماعی

موجب می‌شود که کارکنان بیشتر به شبکه‌های ارتباطی درون سازمان پیوسته و به تقویت سرمایه اجتماعی کمک کنند. تعهد کارکنان به سازمان باعث تقویت حس تعلق به گروه و انگیزش برای همکاری با دیگر اعضای سازمان می‌شود که این امر موجب تقویت سرمایه اجتماعی در سازمان می‌گردد. در نتیجه، تعهد سازمانی یکی از پیش‌نیازهای اساسی برای ساخت و گسترش روابط اجتماعی مثبت و سازنده درون سازمانی است.

وضعیت سلسله‌مراتبی نیز در این پژوهش همبستگی مثبت با سرمایه اجتماعی درون سازمانی داشته است که با نتایج تحقیق (۸)، همخوانی دارد. این نشان می‌دهد که بهبود وضعیت سلسله‌مراتبی و کاهش نابرابری‌های ساختاری می‌تواند با افزایش سرمایه اجتماعی درون سازمانی مرتبط باشد. وضعیت سلسله‌مراتبی و نابرابری‌های سلسله‌مراتبی می‌توانند باعث کاهش اعتماد و ایجاد شکاف در روابط سازمانی شوند. کاهش این نابرابری‌ها و ایجاد فضایی مبتنی بر عدالت ساختاری، امکان تعاملات مثبت و همکاری را در بین اعضای سازمان افزایش می‌دهد که به تقویت سرمایه اجتماعی کمک می‌کند. در سازمان‌های سلسله‌مراتبی، روابط و تعاملات بین اعضا به طور عمده در قالب سلسله‌مراتب و موقعیت‌های قدرت تعریف می‌شود. بر اساس نظریه‌های جامعه‌شناختی مانند نظریه ویبر در مورد راسی، این نوع ساختارها می‌توانند به طور رسمی و دقیق وظایف و مسئولیت‌ها را تقسیم کنند، اما از طرف دیگر ممکن است روابط اجتماعی در سازمان را محدود کرده و فرصت‌های تعاملات غیررسمی و همکاری‌های مشترک را کاهش دهند. در نتیجه، این نوع ساختار ممکن است بر سرمایه اجتماعی اثر منفی بگذارد، به ویژه زمانی که موانعی برای تبادل آزادانه اطلاعات و ارتباطات غیررسمی بین کارکنان وجود داشته باشد. از سوی دیگر، در سازمان‌های با سلسله‌مراتب شفاف و مؤثر، کارکنان می‌توانند به راحتی به منابع و اطلاعات دسترسی داشته باشند که می‌تواند بر تقویت روابط درون سازمانی تأثیر بگذارد.

نتایج بیانگر آن است که افزایش دسترسی به منابع سازمانی تأثیر مثبتی بر سرمایه اجتماعی درون سازمانی دارد و با نتایج تحقیق (۱۲)، همخوانی دارد. دسترسی محدود به منابع سازمانی می‌تواند حس بی‌اعتمادی و رقابت ناسالم را تقویت کند. اما فراهم کردن فرصت‌های عادلانه برای دسترسی به منابع می‌تواند همکاری و هنجارهای مشترک را تقویت کند که عناصر کلیدی سرمایه اجتماعی هستند. فرصت دسترسی به منابع نشان دهنده رضایت کارکنان از امکان بهره‌مندی از امکانات و ابزارهای سازمانی است. طبق نظریه پوتنام در زمینه سرمایه اجتماعی، افراد و گروه‌ها زمانی که به منابع مختلف (اطلاعات، شبکه‌ها، روابط) دسترسی داشته باشند، می‌توانند روابط اجتماعی مؤثرتری برقرار کنند که در نهایت به تقویت سرمایه اجتماعی می‌انجامد. در یک سازمان، این منابع می‌تواند شامل اطلاعات فنی، پشتیبانی از سوی همکاران، یا حتی منابع انسانی و مالی باشد. به ویژه زمانی که کارکنان به منابع مختلف و متنوع دسترسی داشته باشند، می‌توانند به راحتی اطلاعات خود را به اشتراک بگذارند و از تعاملات بیشتری برخوردار شوند که باعث تقویت

حس همبستگی و اعتماد درون سازمانی می‌شود. از این رو، فرصت‌های دسترسی به منابع اجتماعی در سازمان، به طور مستقیم بر تقویت سرمایه اجتماعی و همکاری‌های درون سازمانی تأثیرگذار است. این نتایج بر اهمیت عوامل مدیریتی و ساختاری در تقویت سرمایه اجتماعی تأکید دارند. یافته‌ها نشان می‌دهند که سیاست‌های مدیریتی، فرصت‌های برابر برای دسترسی به منابع و کاهش نابرابری‌های ساختاری می‌توانند محیطی مطلوب برای توسعه اعتماد، هنجارهای مشترک و روابط متقابل در سازمان ایجاد کنند. این روابط برای بهبود عملکرد سازمان و ایجاد محیطی همگرا و حمایتی ضروری است. از جمله پیشنهاداتی که بر اساس یافته‌های این تحقیق می‌توان داد این است که تحقیقات دیگری در این زمینه در سایر شرکت‌های هواپیمایی صورت گیرد تا اعتبار و روایی شاخص‌های این تحقیق مورد آزمون مجدد قرار گیرد. همچنین به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌گردد در زمینه هر یک از متغیرهای مستقل این تحقیق و رابطه آن با سرمایه اجتماعی درون سازمانی با روش تحقیق ترکیبی مطالعه گردد.

تعارض منافع

«بنا بر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.»

منابع

1. Afkhami Mostafavi, Maryam Sadat; Imanian Ardebili, Masoud. & Amirpour, Mahnaz. (2023). Investigating the relationship between types of capital with emphasis on social capital and entrepreneurial spirit.
2. Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology*, 94 (1), P.p: 95–120
3. Eskandari, Rezvan. (2010). Factors constituting organizational social capital in private insurance companies, Master's thesis, Insurance Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabaei University.
4. Farajidehsorkhi, & Hatem. (2020). Organizational social capital: the process of creating and maintaining social capital. *Administrative transformation*, 64 (13), P.p: 45-55.
5. Fu, Q. (2004). Trust, Social Capital, and Organizational Effectiveness. Blacksburg, VA: Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University.
6. Fukuyama, Francis. (1990). *The End of Order (Investigating Social Capital and Its Preservation)*, first edition, Gholam Abbas Tavasoli, Tehran, Iranian Society Publishing House.
7. Habibzadeh, & Ashab. (2012). Investigating the role of public relations in the production and reproduction of organizational social capital and presenting a suitable model. *Quarterly Journal of Social Sciences*, 19 (58), P.p: 186-232.
8. Hair, J. F; Black, W. C; Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
9. Hosseini Golafshani, Seyed Mehdi; Khairgoo, Mansour. & Mohammadi, Fateh. (2025). Identifying and evaluating solutions to increase social capital of the personnel of the Islamic Republic of Iran Army. *Interdisciplinary Studies in Strategic Knowledge*, 14 (57), P.p: 285-265.
10. Iran nejad parizi moteodi, & hasin zadeh, ali. (2011). *araeh algoye sarmayeh ejtemaei sazmani asarbakhsh (moord motaleh: sazman cpehei dolti estan kharasan rezvi)*.
11. Kwon, S. W. & Adler, P. S. (2014). Social capital: Maturation of a field of research. *Academy of management review*, 39 (4), P.p: 412-422.
12. Lewis, P. & Chamlee-Wright, E. (2008). Social embeddedness, social capital and the market process: An introduction to the special issue on Austrian economics, economic sociology and social capital. *The Review of Austrian Economics*, 21, P.p: 107-118.
13. Li, P. P. (2007). Social tie, social capital, and social behavior: Toward an integrativemodel of informal exchange. *Asia Pacific Journal of Management*, 24, P.p: 227-246.
14. Lin, N. (2001). *Social Capital- A Theory of Social Structure and Action*. New York: Cambridge University Press.
15. Lin, N. (2002). How the East and the West shall meet. *Development and Society*, 31, P.p: 211–244.
16. Long, C. P. & Sitkin, S. B. (2004). Trust in balance: How managers integrate trust-building and task control. Working paper 2004-10-002, Olin School of Business, Washington University.
17. OECD report. (2001). *The Well- being of Nations: The Role of Human and Social Capital*, OECD publications, p: 118.
18. Putnam, R. (2001). Social capital: Measurement and consequences. *Canadian journal of policy research*, 2 (1), P.p: 41-51.

-
19. Robison, L. J; Schmid, A. A. & Siles, M. E. (2002). Is social capital really capital? Review of social economy, 60 (1), P.p: 1-21.
 20. Shanthilakshmi, J. & Ganesan, S. (2013). Social Capital in Organizations-A Conceptual Frame Work. Available at SSRN 2223177.
 21. Sharma, U. & Frost, D. (2020). Social capital and the budgeting process: a study of three organisations. In Accounting Forum (Vol. 44, No. 4, P.p: 376-397). Routledge.
 22. Talezari, Maryam. & Saeedi, Parviz. (2022). A comprehensive review of social capital. Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting, 3 (8), P.p: 186-213.
 23. Yu, C. and Junshu, D. (2013). "A literature review of the effects of social capital– from the personal network perspective", International Journal of Business and Social Science, Vol. 4 No. 12, P.p: 251-259.