

مطالعه و بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی اساتید

دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری

داود غفوری^{۱*}

آرش یآوری^۲

چکیده

هدف در پژوهش کاربردی حاضر، بررسی میزان تأثیر فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی اساتید دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری در جهت ارائه راه کارهایی برای تقویت این مهم در راستای بهبود و پیشرفت اهداف سازمانی می‌باشد. جامعه‌ی آماری این پژوهش، شامل کلیه اساتید و مدرسان دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری (اعضای هیئت‌علمی و نظام مدرسین اجا) می‌باشد که حجم آماری ۲۷۰ نفر و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۱۶۰ نفر به‌دست‌آمده است. در این پژوهش داده‌های اولیه از طریق روش کتابخانه‌ای و داده‌های ثانویه با استفاده از روش میدانی (پرسشنامه) به‌دست‌آمده است. برای تأیید یا رد فرضیه‌های پژوهش از روش تحلیل عاملی تأییدی و نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است. با توجه به بررسی انجام شده بر روی پنج فرضیه پژوهش، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که در مجموع، تقویت عوامل فرهنگ سازمانی در افزایش مولفه‌های سرمایه اجتماعی اساتید دانشگاه مؤثر می‌باشد. این تأثیر به‌خصوص در متغیر اعتماد بیشتر است. اما در خصوص متغیر مشارکت نیازمند توجه و ملاحظات بیشتری است. شناخت عوامل فرهنگی هر سازمان و تلاش جهت تقویت این عوامل از وظایف مهم مدیران است. فرهنگ، منبع اعتماد و همکاری است. هرچه شعاع اعتماد بیشتر باشد گروه موردنظر، سرمایه اجتماعی بیشتری خواهد داشت.

کلید واژه‌ها:

سرمایه اجتماعی، فرهنگ سازمانی، اعتماد، مشارکت، پیوندهای اجتماعی غیررسمی، بخشش و روحیه داوطلبی.

۱ - عضو هیأت علمی دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری

* - نویسنده مسئول - ghafoori1391@gmail.com

۲ - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

مقدمه

با توجه به تحولات روزافزون کنونی، امروزه اکثر سازمان‌ها جهت نیل به اهداف سازمانی و اقتصادی و تداوم حیات خود به دنبال استفاده از مدل‌ها و شیوه‌های مختلف بوده و مزیت رقابتی جدیدی را جستجو می‌نمایند تا از سقوط و واژگونی و خطرات ناشی از دگرگونی‌های سریع محیطی در جهان پرشتاب امروز، در امان بمانند.

در دیدگاه‌های سنتی مدیریت توسعه سرمایه‌های اقتصادی، فیزیکی و نیروی انسانی مهم‌ترین نقش را ایفا می‌کردند؛ برای توسعه در عصر حاضر به سرمایه اجتماعی بیشتر از سرمایه اقتصادی، فیزیکی و انسانی نیازمندیم. زیرا بدون این سرمایه استفاده بهینه از دیگر سرمایه‌ها امکان‌پذیر نیست. در جامعه‌ای که فاقد سرمایه اجتماعی کافی است به احتمال زیاد سایر سرمایه‌ها تلف می‌شوند. از این‌روست که موضوع سرمایه اجتماعی محور اصلی مدیریت در سازمان‌ها محسوب شده و مدیرانی موفق قلمداد می‌گردند که بتوانند در ارتباط با جامعه به تولید و توسعه سرمایه اجتماعی بیشتری نائل گردند.

به‌طور کلی، نوآوری و خلاقیت و ضرورت پیشرفت مداوم سازمان، ایجاب می‌کند که رهبران سازمان‌ها، سرمایه اجتماعی را به‌منزله یک منبع ارزشمند سازمانی موردتوجه قرار دهند (رحمان پور، ۱۳۸۲).

سرمایه اجتماعی عبارت است از تأثیر اقتصادی حاصل از تسهیلاتی که شبکه‌های اعتماد و مؤلفه‌های فرهنگی در یک سیستم اجتماعی به وجود می‌آورند. در دیگر معنی سرمایه اجتماعی اشاره به این دارد که ارتباطات باارزش هستند و این ارتباطات حول محور اعتماد می‌گردند. شبکه‌های اعتماد علاوه بر کاهش هزینه‌های مدیریتی، موجب می‌شوند زمان و سرمایه بیشتری به فعالیت‌های اصلی اختصاص پیدا کرده و علاوه بر آن موجب انتقال دانش اعضای گروه‌ها به یکدیگر شده و جریان مناسبی را از یادگیری و دانش در بین آن‌ها فراهم می‌سازد. این امر می‌تواند در کاهش هزینه‌های مدیریتی و توسعه اجتماعی و سازمانی بسیار مؤثر باشد (امینی، ۱۳۸۷).

فرانسیس فوکویاما^۱ سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی می‌داند که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد. او سرمایه اجتماعی را به‌عنوان یک پدیده جامعه‌شناختی موردتوجه قرار داده و بیان می‌دارد سرمایه اجتماعی با شعاع اعتماد رابطه

^۱. Francis Fukuyama

تنگاتنگی دارد. هرچه قدر شعاع اعتماد در یک گروه اجتماعی گسترده باشد، سرمایه اجتماعی نیز زیادتر خواهد بود و به تبعیت از آن میزان همکاری و اعتماد متقابل اعضای گروه نیز افزایش خواهد یافت.

با توجه به این امر شناسایی عوامل اثرگذار بر سرمایه اجتماعی سازمان از اهمیت زیادی برخوردار است. در میان عوامل گوناگون، فرهنگ‌سازمانی در زمره عواملی است که بر تمام جنبه‌های سازمان تأثیرمی‌گذارد. با توجه به اهمیت فرهنگ‌سازمانی در انسجام و هماهنگی درونی و بیرونی سازمان و ایجاد احساس تعلق خاطر و هویت در کارکنان، این عامل می‌تواند تأثیر معنی‌داری بر سطح سرمایه اجتماعی بر جای گذارد.

فرهنگ‌سازمانی، عبارت از الگویی منحصربه‌فرد از مفروضات، ارزش‌ها و هنجارهای مشترک است که فعالیت جامعه‌پذیری الگو و نیز عملیات سازمان را شکل می‌دهد. بسیاری از صاحب‌نظران در این مورد اتفاق نظر دارند که مقصود از فرهنگ‌سازمانی، نوعی استنباط مشترک است که اعضا نسبت به یک سازمان دارند و همین ویژگی، موجب تفکیک دو سازمان از یکدیگر می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

عناصر و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده فرهنگ‌سازمانی

فرهنگ اصولاً قانونمند است. انسانهایی که در یک نظام اجتماعی کوچک یا بزرگ زندگی می‌کنند دارای باورها، اعتقادات، ارزش‌ها، سنت‌ها و هنجارهای مشترکی هستند که در مجموع فرهنگ آن نظام اجتماعی را تشکیل می‌دهند (استانلی دیویس، ۱۳۷۶، ۵۲).

کامل‌ترین تعریف فرهنگ‌سازمانی را ادگارشان به شکل زیر تعریف می‌نماید:

فرهنگ‌سازمانی، الگویی از مفروضات اساسی است که توسط گروه معینی کشف و اختراع شده یا توسعه‌یافته، به طوری که انطباق با محیط خارجی و انسجام درونی را به آن‌ها می‌آموزد، اگر این الگو در طی زمان کارایی خوبی داشته باشد، اعتبار می‌یابد به طوری که آن شیوه‌ی صحیح ادراکی، اندیشه و احساس اعضای جدید درباره مشکلاتشان را شکل می‌دهد (گوردن، ۱۹۸۷، ۲۸).

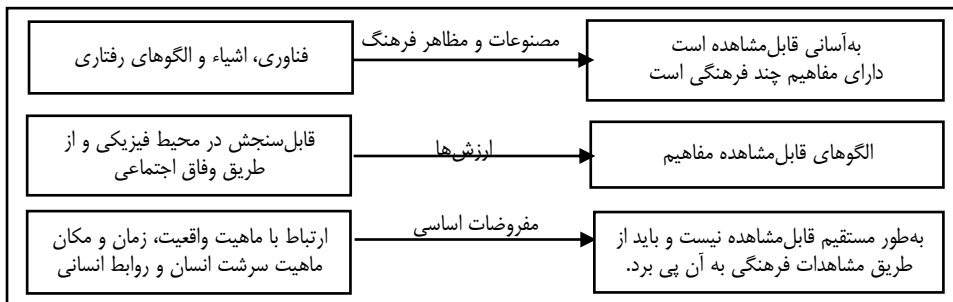
علیرغم وجود دیدگاه‌های مختلفی در مورد عناصر و مؤلفه‌های فرهنگ‌سازمانی، به نظر می‌رسد در این مورد مقبولیت عام وجود دارد که فرهنگ‌سازمانی به‌نظام مفاهیمی اشاره دارد که بین عموم اعضای سازمانی مشترک بوده و آن سازمان را از دیگر سازمان‌ها متمایز می‌کند. بر مبنای تحلیلی دقیق‌تر، این نظام مفاهیم مشترک از یک سلسله ویژگی‌های

کلیدی تشکیل یافته است که سازمان به آن‌ها بها می‌دهد. ده ویژگی است که وقتی با یکدیگر درآمیخته و مرتبط شوند ماهیت فرهنگ‌سازمانی را نمایان می‌سازند (شریف‌زاده، ۱۳۷۷، ۸۶). خلاقیت فردی، حمایت مدیریت، یکپارچگی و انسجام، کنترل، خطرپذیری، سیستم پاداش، هویت، هدایت، الگوهای ارتباطی، و تعارض‌پذیری و برخورد آراء (رابینز، ۱۳۷۸، ۹۳).

سطوح فرهنگ‌سازمانی

بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که فرهنگ، لایه‌ها یا سطوح مختلفی دارد. هر سطح بیانگر درجه‌ای از فرهنگ است که برای مشاهده‌گر قابل‌مشاهده است. در واقع سطوح فرهنگ را می‌توان به شکل یک پیوستار نشان داد که در یک‌سو فرهنگ قابل‌مشاهده، ملموس، عینی و در سوی دیگر، غیرقابل مشاهده، ناملموس و عمدتاً ذهنی است. بر اساس نظر ادگار شاین می‌توان فرهنگ را در سه سطح سازمانی مختلف مطابق شکل ۱ ملاحظه کرد که به‌طور نظام‌مند آمده‌اند.

شکل ۱: سطوح فرهنگ‌سازمانی از نگاه شاین



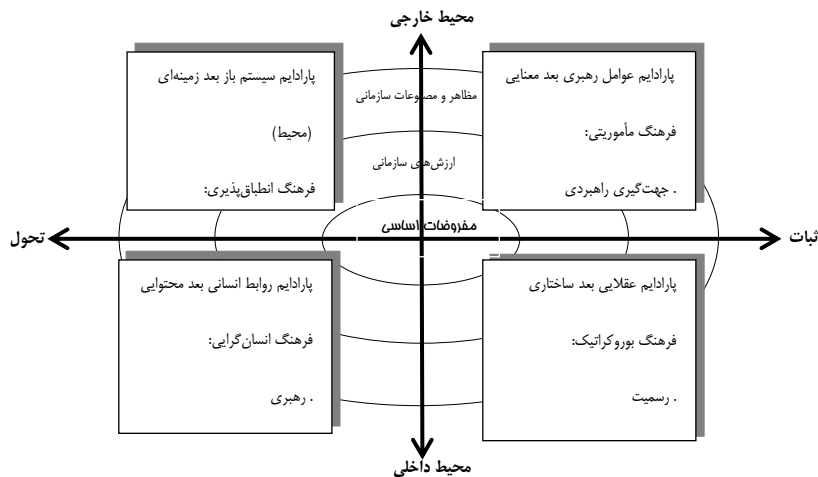
بر اساس نظریه ادگار شاین، فرهنگ‌سازمانی سه سطح دارد: مفروضات اساسی، ارزش‌ها و مصنوعات و مظاهر فرهنگ. ملموس‌ترین و آشکارترین سطح فرهنگ، لایه مصنوعات و مظاهر فرهنگ است. این لایه شامل ساخته‌ها و مصنوعات دست بشر، فناوری، هنر، الگوهای رفتاری، ساختارها و فرایندهای سازمانی قابل‌مشاهده، روش‌های انجام کار و مانند این‌هاست (زالی، ۱۳۷۸، ۷۴).

مصنوعات، شامل آشکار کردن فیزیکی فرهنگ‌سازمانی می‌باشد، تغییر مصنوعات نسبت به آن عناصر فرهنگ‌سازمانی که کمتر قابل‌مشاهده‌اند آسان‌تر است. سطح ارزش‌ها در مدل شاین بیان می‌کند که آنچه افراد می‌گویند ارزش است (ارزش‌های تحمیل‌شده) از آنچه واقعاً ارزش به حساب می‌آورند (ارزش‌های مقرر) ممکن است متفاوت باشد. ارزش‌های تحمیل‌شده فرهنگ‌سازمانی را نشان نمی‌دهند، در عوض، تصویر عمومی می‌سازند که رهبران شرکت‌ها

می‌خواهند نشان دهند. از طرف دیگر، ارزش‌های مقرر، ارزش‌های مورد استفاده هستند، آن‌ها ارزش‌هایی هستند که تصمیمات و رفتار افراد را در محل کار هدایت می‌کنند. مفروضات زیربنایی بخش زیرین لایه ذهنی مدل فوق را شکل می‌دهد. این لایه بیانگر ذهنیت مشترک، باورها، اعتقادات موجود در ضمیر ناخودآگاه اعضا است (زالی، ۱۳۷۸، ۷۷). آن‌ها ارزش‌های سازمانی هستند که در طی زمان بسیار مورد توجه قرار گرفته‌اند و تبدیل به مفروضاتی شده‌اند که رفتار سازمانی را هدایت می‌کند. بنابراین با مقاومت در برابر تغییر زیادی مواجه‌اند.

فرهی (۱۳۸۳) چهار نوع فرهنگ‌سازمانی مأموریتی، بوروکراتیک، انسان‌گرایی و انطباق‌پذیر را از انجام بررسی‌های تطبیقی و مبانی نظری پیشنهاد می‌دهد. بر این اساس مدل مفهومی اندازه‌گیری فرهنگ‌سازمانی نیروهای مسلح این قابلیت را دارد که چهار نوع فرهنگ‌سازمانی را در سه سطح (مفروضات اساسی، ارزش‌ها و مصنوعات) موردسنجش و اندازه‌گیری قرار دهد. درعین حال تحلیل‌های مکمل به‌واسطه پارادایم‌های پشتیبان و رویکرد جامعه‌شناختی سازمان می‌تواند بر آن اضافه گردد.

شکل ۲: مدل بررسی و شناخت فرهنگ‌سازمانی (فرهی، ۱۳۸۴)



با توجه به این دسته‌بندی‌ها، این مدل چهار نوع فرهنگ را بر طبق دو پیوستار نمایش می‌دهد. روی پیوستار اول وضعیت سازمان با توجه به دو بعد حفظ ثبات سازمان و تغییر، و در پیوستار دوم نوع تأکید سازمان برداشتن تعامل با محیط خارجی و یا تأکید بر محیط داخلی موردتوجه قرار می‌گیرد.

چهار نوع فرهنگی که در این مدل به آن‌ها اشاره شده است عبارت‌اند از:

- فرهنگ مأموریتی (Missionary Culture) - فرهنگ بوروکراتیک (Culture Bureaucratic) - فرهنگ انسان‌گرایی (Humanistic Culture) - فرهنگ انطباق‌پذیری (Adaptive Culture) در پژوهشی دیگر که در سازمان ناجا انجام گرفته است، فرهی (۱۳۸۴) بیان می‌دارد که یکی از عوامل کلیدی که در سطح کلان بر مأموریت سازمان تأثیر می‌گذارد فرهنگ‌سازمانی است. این عامل کلیدی در هر سازمانی با توجه به پاسخی که متولیان و راهبران به سؤالات مذکور می‌دهند کیفیت و ابعاد متنوعی دارد.

این دسته از عوامل همان‌طور که اشاره شد در هر سازمانی متفاوت است لذا لازم است پس از پذیرش اینکه فرهنگ یک عامل کلیدی است، ریز عوامل شکل‌دهنده فرهنگ‌سازمانی نیز در بستر فعالیت سازمان - سازمان‌های انتظامی - شناسایی و مورد تحلیل قرار گیرند. سازمان ناجا به دلیل طیف بالای وظایف و گستره پهناور فعالیت‌ها متأثر از عوامل متعدد و پیچیده‌ای است. از این‌رو در جدول ۱ تلاش شده است مهم‌ترین عوامل محیطی در سه سطح به‌دقت شناسایی و چگونگی تأثیر آن‌ها بر فرهنگ‌سازمانی مورد بحث و بررسی قرار بگیرد. جدول زیر برخی از مهم‌ترین عوامل را معرفی می‌کند:

جدول ۱: عوامل مؤثر بر فرهنگ‌سازمانی پلیس

سطح فردی	سطح سازمانی	سطح محیطی
خانواده و اقوام	اندازه سازمان	شریط اقلیمی و جغرافیایی
اعتقادات و ارزش‌های دینی	تکنولوژی	دین و مذهب
تحصیلات و مهارت‌ها	اهداف و مأموریت‌ها	نظام حاکمیت
تجربه و انگاره‌های فکری از سازمان	محیط کاری	محیط سیاسی
	مدیریت و رهبری	محیط اقتصادی
	آموزش	

تغییر فرهنگ

تأثیر فرهنگ، علاوه بر سازمان‌ها بر ویژگی افراد سازمان از قبیل روحیه کارکنان، تعهد، بهره‌وری، سلامت فیزیکی و سلامت روحی نیز مورد بررسی قرار گرفته است و مستند شده است. تغییر فرهنگی در ریشه‌های آن نهایتاً به تغییر فردی متصل می‌گردد. در صورتی که مدیران متعهد به تغییر فردی نباشند، فرهنگ سازمان متمرّد و سرسخت باقی خواهد ماند (کیم اس کامرون و روبرت ای کوپین، ۱، ۲۰۰۶).

¹. Kim S. Cameron and Robert E. Quinn

به نظر کروزیبر (۱۹۸۰) نظام‌های دولتی ساختارهایی یکپارچه و عقلایی نیستند به‌عکس این نظام‌ها ساختارهایی هستند که در آن‌ها افراد و گروه‌ها به‌رغم تلاش‌هایی که برای کنترل آن‌ها به عمل می‌آید، از آزادی عمل قابل‌توجهی برخوردارند. در این نظام‌ها دائماً یک‌رشته کنش و واکنش‌های متقابل بین افراد و نظام‌ها در جریان است. این نظریه مشخصاً بر مفهوم بازی قدرت استوار است. از این دیدگاه، سازمان شبکه‌ای از بازی‌های قدرت یا "مجموعه‌ای" از بازی‌ها است. کروزیبر استفاده گروه‌های سازمانی از روش‌های خاص خود در بازی‌های قدرت را مدل راهبردی سازمان می‌نامد.

به عقیده پتیگروو (۱۹۸۹) دگرگونی یا تغییر راهبردی فرآیندی پیچیده، مربوط به موقعیت و مداوم است. فرآیند دگرگونی راهبردی را باید با در نظر گرفتن سه بعد متن (درونی و بیرونی)، محتوی (مثلاً هدف‌ها و فرض‌های ذهنی)، فرآیند (مثلاً الگوهای اجرایی) درک کرد. از آنجا که تصمیم‌گیری مدیریت، فرآیندی سیاسی است دگرگونی ناگزیر با سیاست‌های سازمانی عجین است. وقتی اتخاذ تصمیم‌های تعیین‌کننده مطرح باشد، فردی که میان گروه‌های تصمیم‌گیر از قدرت بالایی برخوردار باشد؛ نتایج تصمیم‌ها را تعیین خواهد کرد. تغییر در سازمان‌ها امری همیشگی است که این امر به دلیل میزان و سرعت تغییرات در محیط بیرونی است. وابستگی بهبود سازمانی به تغییرات فرهنگی، به دلیل این واقعیت است که هنگامی که ارزش‌ها، گرایش‌ها، تعاریف و اهداف ثابت باقی می‌ماند، حتی هنگامی که رویه‌ها و استراتژی‌ها تغییر می‌یابند، سازمان به‌سرعت به موقعیت قبلی خود برمی‌گردد. بدون تغییر اهداف، ارزش‌های اساسی و انتظارات سازمان‌ها یا افراد، تغییرات، سطحی و کوتاه‌مدت باقی می‌ماند.

به‌عبارت‌دیگر اصطلاح فرهنگ سازمان عامل اصلی برای اجرای موفقیت‌آمیز استراتژی‌های بهبود عمده از قبیل TQM، کوچک‌سازی، مهندسی مجدد و همچنین تطبیق با محیط بسیار متلاطمی که امروزه سازمان‌ها مواجه می‌گردند، است (کیم اس کامرون و روبرت ای کویین، ۲۰۰۶، ۵۱).

سرمایه اجتماعی و مفهوم آن

سرمایه اجتماعی به مفهوم مدرن آن، عمدتاً از سوی جیمز کلمن در دهه ۱۹۸۰، رابرت پاتنام در دهه ۱۹۹۰ و فرانسیس فوکویاما بیشتر در نیمه اول دهه ۲۰۰۰ عرضه‌شده و یکی از تعاریف مطرح سرمایه اجتماعی که توسط جیمز کلمن ارائه گردیده، با ادغام دو عنصر

مهم سرمایه اجتماعی مرکب از ساختار اجتماعی شامل قوانین، هنجارها و تعهدات و اصل اقتصادی کنش عقلانی فردی، مدلی ساخته است که طبق آن، عمل اجتماعی برای اعضای شبکه جامعه یا گروه اجتماعی با کمترین هزینه، تسهیل می‌شود (کلمن، ۱۹۹۰، ۲۶). سرمایه اجتماعی عملکرد اقتصادی ملت‌ها، مناطق، جوامع و شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (اسمدلوند^۱، ۲۰۰۸، ۶۵).

اما تعریفی که اشتراکات تعاریف صاحب نظران فوق را از سرمایه اجتماعی در بر بگیرد، عبارت است از: بازتاب نهادها، روابط و هنجارهایی که تعامل آحاد یک جامعه را با یکدیگر تسهیل می‌کند، سرمایه‌ای که در اختیار هیچ فردی به تنهایی نیست و در تعامل و روابط با دیگران به کار می‌آید (فوکویاما، ۱۹۹۵، ۳۱).

در تعریف بانک جهانی آمده است که سرمایه اجتماعی به سازمان‌ها، ارتباطات و هنجارهایی اشاره دارد که کم و کیف کنش‌های اجتماعی جامعه را سامان می‌بخشد (دکر و اوسلانر^۲، ۲۰۰۱، ۴۷).

ابعاد سرمایه اجتماعی

طبق طبقه‌بندی که توسط گروه کندی در دانشگاه هاروارد انجام شده است ابعاد سرمایه اجتماعی به شرح زیر هستند:

اعتماد

اعتماد اجتماعی: محور اصلی سرمایه اجتماعی، پاسخ به این سؤال است که آیا شما به سایر افراد اعتماد دارید؟

اعتماد میان نژادهای مختلف: این بعد به این امر می‌پردازد که تا چه حد به افرادی از نژادهای دیگر اعتماد دارید.

^۱. Smedlund

^۲. Dekker and Uslander

مشارکت سیاسی

مشارکت سیاسی عادی: این نوع مشارکت را می‌توان از تعداد افراد رأی‌دهنده، میزان مطالعه و حجم خرید روزنامه، اطلاعات شهروندان از مسائل سیاسی و مانند آن‌ها، مورداندازه‌گیری قرارداد.

مشارکت سیاسی نقادانه: مطالعات نشان می‌دهد که ممکن است جامعه‌ای از لحاظ مشارکت سیاسی عادی در حد پایینی باشد، اما درعین حال این جامعه از لحاظ مشارکت سیاسی نقادانه در سطح بالایی باشد و افراد در فعالیت‌هایی مانند راهپیمایی‌ها، تجمع‌ها و غیره حضور فعالی داشته باشد.

مشارکت و رهبری مدنی

رهبری مدنی: رهبری مدنی به میزان مشارکت افراد در گروه‌ها، باشگاه‌ها، انجمن‌ها و امور شهر و یا مدرسه و نظایر آن‌ها می‌پردازد، و این سؤال را که فرد تا چه اندازه در این گروه‌ها و انجمن‌ها، نقش رهبری را ایفا می‌کند مدنظر قرار می‌دهد.

مشارکت مدنی: منظور آن است که افراد جامعه تا چه اندازه در انواع گروه‌های گوناگون، از قبیل گروه‌های مذهبی، گروه‌های حرفه‌ای، مؤسسات خیریه و امثالهم فعالیت می‌کنند.

پیوندهای اجتماعی غیررسمی: برخی از جوامع و اجتماعات سعی در توسعه روابط غیررسمی داشته، و عضویت‌ها و مشارکت‌های غیررسمی را بیشتر ترجیح می‌دهند. درواقع این بعد به سنجش جنبه‌های غیررسمی سرمایه اجتماعی می‌پردازد.

بخشش و روحیه داوطلبی: این بعد به بررسی میزان عضویت و همکاری اعضاء با نهادهای داوطلبانه و خیریه می‌پردازد.

مشارکت مذهبی: مذهب و دین نقش خیلی مهمی در سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند؛ افراد برحسب دین و مذهبی که دارند ممکن است منشأ مشارکت گردند، مانند حضور و فعالیت در امور مساجد، تکایا، کلیساها و اماکن مذهبی.

عدالت در مشارکت مدنی: در برخی جوامع تمایل به سوی افراد متمکن، تحصیلات عالی و نژاد خاصی است و بالعکس در برخی جوامع دیگر افراد فقیر و دارای پایگاه اجتماعی پایین‌تر در اولویت قرار دارند. از آنجایی که این عوامل در سلامتی جامعه مهم هستند، لذا اندازه‌گیری میزان تساوی افراد مختلف در مشارکت‌های اجتماعی حائز اهمیت است. می‌توان این بعد را با عواملی از قبیل نژاد، درآمد و تحصیلات موردبررسی قرارداد.

تنوع معاشرت‌ها و دوستی‌ها: اشاره به معاشرت و رفاقت فرد با طبقات مختلف اجتماعی، نژادها

و اقوام و مذاهب و ادیان متفاوت دارد. به عبارتی هر چه فرد با افراد طبقات و گروه‌های متعلق به نژادها و مذاهب گوناگون در ارتباط بوده و با آن‌ها حالت دوستی ایجاد کرده باشد، موجب فزونی سرمایه اجتماعی شده است (الوانی، ۱۳۸۰، ۴۴).

پیشینه تحقیق

کلمن معتقد است که سرمایه اجتماعی با کارکردش تعریف می‌شود؛ سرمایه اجتماعی شیء واحدی نیست بلکه انواع چیزهای گوناگون است که دو ویژگی مشترک دارند:

- همه‌ی آن‌ها جنبه‌ای از یک ساخت اجتماعی را شامل می‌شوند.

- کنش‌های معین افرادی را که درون ساختار هستند، تسهیل می‌کند.

به‌طور کلی سرمایه اجتماعی مانند سرمایه فیزیکی و انسانی قابل جایگزین کردن نیست؛ هرچند در برخی از فعالیت‌ها می‌توان آن را جایگزین نمود. شکل معینی از سرمایه اجتماعی که در تسهیل کنش‌های خاصی ارزشمند است، ممکن است برای کنش‌های دیگر بی‌فایده و حتی زیان‌بار باشد (کلمن، ۱۹۹۰، ۴۱). برخلاف بورديو که سرمایه اقتصادی را به‌مثابه هدف غایی در نظر می‌گرفت، کلمن سرمایه انسانی را به‌منزله هدف غایی در نظر می‌گیرد و سرمایه اجتماعی را چون ابزاری برای دستیابی به سرمایه انسانی مدنظر قرار می‌دهد (الوانی، ۱۳۸۰، ۹۶).

بورديو سه نوع سرمایه شناسایی نمود که شامل سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی می‌گردد. از دیدگاه بورديو، سرمایه اجتماعی به ارتباطات و مشارکت اعضای یک سازمان توجه دارد و می‌تواند به‌منزله ابزاری برای حصول به سرمایه اقتصادی مورد استفاده قرار گیرد. از این منظر، سرمایه اقتصادی شکل غالب سرمایه‌گذاری است و انواع دیگر سرمایه که سرمایه اجتماعی و فرهنگی را در برمی‌گیرد به‌منزله ابزاری برای حصول به سرمایه اقتصادی مفهوم پیدا می‌کند. بنابراین می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که دیدگاه بورديو در زمینه سرمایه اجتماعی یک دیدگاه ابزاری صرف است، به عبارتی اگر سرمایه اجتماعی نتواند موجب رشد سرمایه اقتصادی شود کاربردی نخواهد داشت.

پوتنام سرمایه اجتماعی را مجموعه مفاهیمی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباطات و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و درنهایت منافع متقابل آن‌ها را تأمین خواهد کرد.

از نظر وی اعتماد و ارتباط متقابل اعضاء در شبکه، منابعی را شکل می‌دهند که کنش‌های اعضای جامعه را تسهیل می‌کند، پوتنام سرمایه اجتماعی را وسیله‌ای برای رسیدن به توسعه سیاسی و اجتماعی در سیستم‌های سیاسی گوناگون می‌داند، تأکید عمده‌ی وی بر مفهوم

اعتماد بود، به نظر وی با جلب اعتماد میان مردم و دولتمردان و نخبگان سیاسی توسعه سیاسی ایجاد می‌شود.

تفاوت کار پوتنام با بوردیو و کلمن در مقیاسی است که برای تبیین مفهوم سرمایه اجتماعی از آن استفاده کرده است. پوتنام برخلاف بوردیو و کلمن، سرمایه اجتماعی را در مقیاس کلان و در رژیم سیاسی حاکم بر جامعه مورد مطالعه قرار داده است به همین خاطر با مشکلات و پیچیدگی‌های خاص سیاسی و ملاحظات سیاسی روبه‌رو شده است (الوانی، ۱۳۸۰، ۸۲).

جدول ۲) بررسی پیشینه تحقیق فرهنگ‌سازمانی و سرمایه اجتماعی (مطالعات داخلی)

ردیف	محقق	سال	عنوان	نتایج
فرهنگ‌سازمانی				
	عباس آرگون	۱۳۷۷	فرهنگ‌سازمانی و تأثیر آن بر شیوه تصمیم‌گیری مدیران در سازمان صداوسیما	۱- شناخت فرهنگ‌سازمانی "صداوسیما جمهوری اسلامی ایران" در وضع موجود و تفاوت آن با وضع مطلوب ۲- شناخت تأثیرات فرهنگ‌سازمانی بر شیوه تصمیم‌گیری مدیران در سازمان "صداوسیما جمهوری اسلامی ایران" و بررسی رهیافته‌های تقویت تصمیمات.
	مسعود کریمی	۱۳۷۹	بررسی و شناخت فرهنگ‌سازمانی شرکت سهامی آب منطقه‌ای کرمان	برای تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری مدیریت سازمان، ده شاخص معرف فرهنگ‌سازمانی به ترتیب اهمیت از لحاظ میزان شفاف بین وضع موجود و وضع مطلوب اولویت‌بندی گردیده است
	حمید علمداری	۱۳۸۰	بررسی تأثیر فرهنگ‌سازمانی بر رضایت شغلی کارکنان آموزش و پرورش فارس	بین فرهنگ‌سازمانی و رضایت شغلی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد (فرضیه اصلی). در مورد فرضیات فرعی، معنی‌دار بودن رابطه بین ۹ عامل فرهنگ‌سازمانی یعنی: وجود روحیه ابتکار و خلاقیت، مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها، پایبندی به ارزش‌های اسلامی، همکاری و صمیمیت بین کارکنان، احترام و توجه به کارکنان، وجود روحیه خودکنترلی، نحوه‌ی به‌کارگیری کارکنان، پرداخت پاداش بر اساس شایستگی و باز بودن فضای انتقاد و برخورد آراء با رضایت شغلی مورد تأیید قرار گرفت
	عسل آغاز	۱۳۸۴	بررسی رابطه رهبری تحول‌آفرین و فرهنگ‌سازمانی در وزارت رفاه و تأمین اجتماعی	رهبران وزارت رفاه و تأمین اجتماعی خود را تحول‌آفرین قلمداد می‌کنند، اما پیروان رهبرانشان را تحول‌آفرین نمی‌دانند و از لحاظ فرهنگی چه رهبران و چه پیروان انسجام و هویت پایینی را در وزارت خانه اعلام می‌دارند
سرمایه اجتماعی				
	امین اکبری	۱۳۸۳	نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت	کلیه متغیرهای مستقل با درجه تأثیرگذاری متفاوت با متغیر وابسته مرتبطاند اما بالاترین شدت مربوط به متغیر فشار گروهی است؛ به‌علاوه خانواده‌گرایی به‌ویژه فشار گروهی همراه با سرمایه اجتماعی در سطح بالایی وجود دارد اما این سرمایه بیشتر از نوع درون‌گروهی آن است که چندان مساعد توسعه نیست
	مصطفی آشنا	۱۳۸۵	برسی رابطه میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون‌سازمانی	بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی درون‌سازمانی رابطه‌ای مثبت وجود دارد و با افزایش سرمایه اجتماعی، کارآفرینی درون‌سازمانی افزایش می‌یابد
	محمد جواد	۱۳۸۷	بررسی رابطه سرمایه	سرمایه اجتماعی رابطه مثبتی با رفاه اجتماعی دارد و نتایج بدست

زاهدی		اجتماعی با رفاه اجتماعی	آمده منطبق با آراء پوتنام است
طاهره شکری زاده	۱۳۸۹	بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمان‌های غیر دولتی زنان از دید اعضا در شهر شیراز	بین تأهل، قومیت، تحصیلات اعضا و تحصیلات همسرانشان با عملکرد سازمان رابطه معنی داری وجود ندارد اما بین شاخص‌های سرمایه اجتماعی ساختاری و شناختی و عملکرد سازمان رابطه وجود دارد به گونه‌ای که با افزایش این متغیرها عملکرد سازمان نیز افزایش می‌یابد

جدول ۳) بررسی پیشینه تحقیق فرهنگ‌سازمانی و سرمایه اجتماعی (مطالعات خارجی)

دیف	محقق	سال	نتایج
۱	مری جو هچ	۲۰۰۱	مدلی را تحت عنوان مدل پویایی فرهنگی ارائه نمود
۲	هافستد	۲۰۰۰	پنج بعد که در آن فرهنگ‌های متفاوت می‌توانند طبقه‌بندی شوند را شناسایی کرد
۳	پوتنام	۱۹۹۵	سرمایه اجتماعی را مجموعه مفاهیمی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباطات و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آن‌ها را تأمین خواهد کرد
۴	فرانسیس فوکویاما	۱۹۹۵	به نظر وی سرمایه اجتماعی را به‌سادگی می‌توان به‌عنوان مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی (صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دوجانبه) تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون می‌نشان مجاز است در آن سهیم هستند. مهم‌ترین منابع سرمایه اجتماعی از نظر وی: خانواده و هنجارهای اجتماعی
۵	کلمن	۱۹۹۰	سرمایه انسانی هدف غایی بوده و سرمایه اجتماعی چون ابزاری برای دستیابی به سرمایه انسانی مدنظر می‌باشد.
۶	بورديو	۱۹۸۶	سه نوع سرمایه: سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی. سرمایه اجتماعی به ارتباطات و مشارکت اعضای یک سازمان توجه دارد و می‌تواند به‌منزله ابزاری برای حصول به سرمایه اقتصادی مورد استفاده قرار گیرد. سرمایه اقتصادی شکل غالب سرمایه‌گذاری است و انواع دیگر سرمایه که سرمایه اجتماعی و فرهنگی را در برمی‌گیرد به‌منزله ابزاری برای حصول یک سرمایه اقتصادی مفهوم پیدا می‌کند

بامطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی که در جدول ۲ و ۳ آورده شده و همچنین علاوه بر نقدی که بر پیشینه تحقیقات انجام‌شده در متن بیان گردید، مشخص است که مطالعات مورد بحث، تأثیرات فرهنگ را بر یک متغیر دیگر و یا بالعکس مورد توجه قرار داده‌اند؛ شایان ذکر است که مطالعه‌ای جامع که بتواند ارتباط بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و فرهنگ‌سازمانی را در یک جامعه آماری خاص (نظامی و به‌ویژه جهت اساتید دانشگاهی آن) نشان دهد، وجود نداشت، لذا به دلیل عدم وجود پژوهشی با ویژگی مورد بحث، موجبات انجام تحقیق حاضر را فراهم ساخت.

روش پژوهش

پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی محسوب می‌شود، زیرا این پژوهش باهدف برخورداری از نتایج یافته‌ها برای حل مسائل موجود به کار می‌رود (خاکی، ۱۳۸۴، ۳۹). همچنین چون در این مطالعه محقق به دنبال کسب اطلاعاتی درباره دیدگاه‌ها و نظرات افراد مختلف

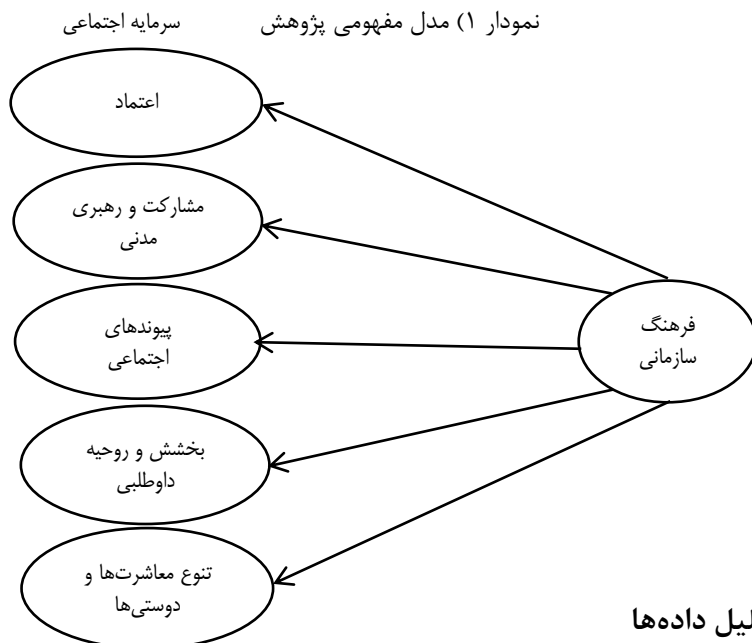
می‌باشد، لذا ماهیت پژوهش توصیفی- پیمایشی می‌باشد (سکاران، ۱۳۸۵، ۱۲۵). نوع این پژوهش توصیفی از شاخه‌ی پیمایشی-همبستگی می‌باشد. به‌منظور تحلیل ساختار درونی پرسشنامه و کشف عوامل تشکیل‌دهنده هر سازه یا متغیر مکنون، از ابزار تحلیل عاملی تأییدی و به‌منظور تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل یابی معادلات ساختاری (SEM)، نرم‌افزار لیزرل استفاده‌شده است.

جامعه آماری این پژوهش، تعداد کل اساتید و مدرسان دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری در حدود ۲۷۰ نفر برآورد گردیده است. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران و بر اساس ضریب خطای ۰/۰۷، تعداد ۱۶۰ نفر به دست آمد. بخشی از داده‌های پژوهش از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، سایت‌های اینترنتی و سایر اسناد و مدارک مرتبط به‌دست‌آمده و برای تدوین مبانی نظری استفاده‌شده‌اند. بخشی دیگری از داده‌های پژوهش نیز، از طریق داده‌هایی که قبلاً وجود نداشته و باید توسط خود محقق ایجاد شوند و با استفاده از روش میدانی از طریق پرسشنامه جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش به‌دست‌آمده است (ایران‌نژاد پاریزی، ۱۳۸۵، ۵۷).

پرسشنامه مورد‌استفاده در پژوهش، شامل دو بخش سؤالات عمومی و سؤالات اختصاصی بوده که سن، سطح تحصیلات و سابقه خدمت سؤالات عمومی آن را تشکیل می‌دهند. بخش دوم از ۴۶ سؤال تشکیل‌شده است که شانزده سؤال آن مرتبط با بحث سرمایه اجتماعی و به سنجش ابعاد اعتماد، مشارکت، روحیه داوطلبی، توانایی برقراری روابط اجتماعی غیررسمی، تنوع در معاشرت‌ها و دوستی‌ها و مشارکت سیاسی می‌پردازد. سی سؤال دیگر پرسشنامه نیز به سنجش فرهنگ‌سازمانی می‌پردازد. برای بررسی وضعیت ضریب آلفای کرونباخ در پرسشنامه پژوهش حاضر از یک نمونه آزمایشی ۲۰ تایی استفاده‌شده است که ضریب پایایی آن برای کل پرسشنامه ۰/۸۵ می‌باشد. در این مطالعه برای بررسی روایی محتوایی پرسشنامه از روایی ظاهری، استفاده‌شده است. این نوع روایی بر اساس قضاوت صاحب‌نظران و خبرگان حاصل می‌شود. در این پژوهش با استناد به نظرات صاحب‌نظران، روایی ظاهری برای کل پرسشنامه محقق گردید.

مدل مفهومی^۱ و تحلیلی پژوهش^۲

از طریق مطالعه ادبیات مربوط به فرهنگ‌سازمانی و سرمایه اجتماعی، ابعاد و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده احصاء گردیدند. همان‌گونه که در نمودار ۱ بیان گردیده فرهنگ‌سازمانی به‌عنوان متغیر مستقل بر سرمایه اجتماعی به‌عنوان متغیر وابسته تأثیر دارد که چگونگی این تأثیر در مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده سرمایه اجتماعی که شامل ۵ مؤلفه (اعتماد، مشارکت و رهبری مدنی، پیوندهای اجتماعی، بخشش و روحیه داوطلبی، و تنوع معاشرت‌ها و دوستی‌ها) می‌باشد، در نمودار مربوطه بیان گردیده است.



تجزیه و تحلیل داده‌ها

به‌منظور تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل یابی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شده است و از این طریق میزان تغییر در متغیر وابسته به کمک متغیر مستقل برآورد شده است. لذا پس از توزیع پرسشنامه و جمع‌آوری اطلاعات و طبقه‌بندی آن، میزان فراوانی مطلق و نسبی هر گزینه در هر ۴۶ سؤال ۵ گزینه‌ای به تفکیک محاسبه گردید.

^۱. Conceptual model

^۲. Analytic model

جدول ۴: ضرایب آلفای کرنباخ، ضرایب مسیر، آماره معناداری

آلفای کرنباخ	ضریب تعیین			
۰.۸۰	۰.۰۸۵	۲.۶۷	۰.۲۷	روحیه داوطلبی
۰.۸۲	۰.۰۱۵	۱.۱۰	۰.۰۹	مشارکت
۰.۸۳	۰.۴۴	۴.۸۹	۰.۷۹	اعتماد
۰.۸۳	۰.۵۵	۸.۱۲	۰.۷۶	سرمایه اجتماعی
۰.۸۴	۰.۲۹	۴.۶۰	۰.۸۰	تنوع در معاشرت‌ها و دوستی‌ها
۰.۸۵	۰.۱۵	۳.۰۱	۰.۳۳	توانایی برقراری روابط غیررسمی
۰.۸۷	-	-	-	فرهنگ‌سازمانی

تفسیر نتایج ارزیابی تناسب مدل

به‌طورکلی در کار با برنامه لیزرل، هریک از شاخص‌های به‌دست‌آمده برای مدل به‌تنهایی دلیل برازندگی مدل یا عدم برازندگی آن نیستند، بلکه این شاخص‌ها را باید در کنار یکدیگر و باهم تفسیر کرد. جدول ۵ بیانگر مهم‌ترین این شاخص‌ها می‌باشد و نشان می‌دهد که الگو در جهت تبیین و برازش از وضعیت مناسبی برخوردار است.

جدول ۵: شاخص‌های برازش مدل

مقادیر		نام شاخص
مدل اصلی	مدل فرعی	
۰.۸۹	۰.۹۱	GFI
۰.۰۶۶	۰.۰۵۹	RMSEA
۰.۹۳	۰.۸۸	CFI
۰.۸۵	۰.۹۰	AGFI
۰.۹۵	۰.۹۲	NFI
۰.۹۱	۰.۹۳	NNFI

به‌منظور تحلیل ساختار درونی پرسشنامه و کشف عوامل تشکیل‌دهنده هر سازه، از ابزار تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود. تحلیل عاملی تأییدی سازه‌های تحقیق به‌صورت زیر ارائه می‌شوند.

معادلات اندازه‌گیری مربوط به سازه فرهنگ‌سازمانی

جدول ۶: بارهای عاملی، آماره t و ضریب تعیین

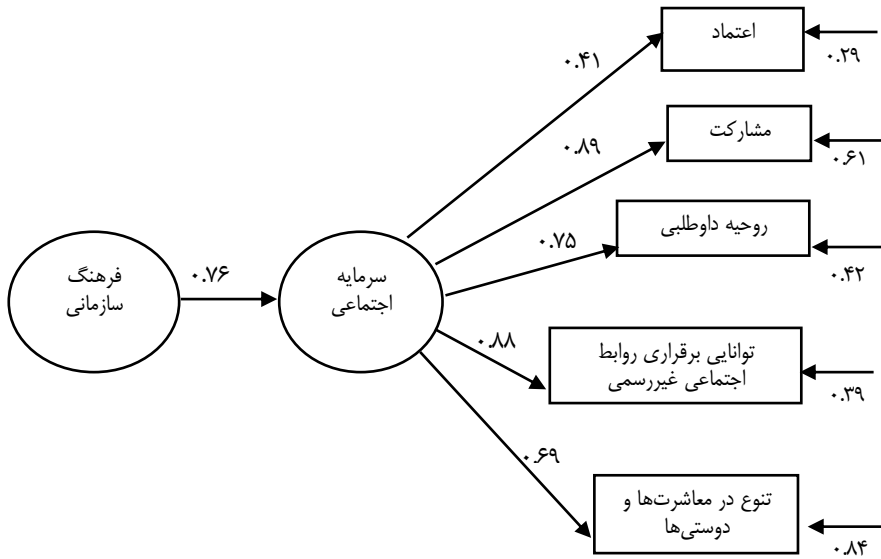
متغیرهای آشکار	بار عاملی	t-value	ضریب تعیین
هویت	۰.۸۹	۹.۹۸	۰.۷۳
حمایت مدیریت	۰.۷۶	۹.۶۱	۰.۵۷
خلاقیت فردی	۰.۵۹	۷.۷۹	۰.۵۲
هدایت	۰.۷۰	۸.۰۵	۰.۴۸
خطرپذیری	۰.۷۲	۷.۴۰	۰.۴۶
سیستم پاداش	۰.۶۹	۷.۷۸	۰.۴۴
کنترل	۰.۵۵	۶.۱۰	۰.۳۸
الگوهای ارتباطی	۰.۶۰	۶.۶۱	۰.۳۳
تعارض پذیری	۰.۴۷	۴.۱۲	۰.۱۸
یکپارچگی و انسجام	۰.۴۱	۴.۳۶	۰.۱۷

با توجه به جدول ۶ تمامی بارهای عاملی مربوط به سازه فرهنگ‌سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار می‌باشند و در اندازه‌گیری سازه فرهنگ‌سازمانی سهم معناداری داشته‌اند. برای اینکه بتوان گفت کدام متغیر در اندازه‌گیری سازه مربوطه سهم بیشتری داشته و کدام یک سهم کمتری دارد، می‌توان از ضریب تعیین استفاده کرد. بر اساس این ضریب، متغیری که بیشترین ضریب تعیین را داشته باشد، بیشترین سهم را در اندازه‌گیری سازه مربوطه دارد. بنابراین برای سازه فرهنگ‌سازمانی، متغیر - هویت بیشترین سهم را در اندازه‌گیری دارد که به‌تنهایی می‌تواند ۷۳ درصد از واریانس فرهنگ‌سازمانی را تبیین کند. متغیرهای یکپارچگی و انسجام با ضریب تعیین ۱۷ درصد، کمترین سهم را در اندازه‌گیری فرهنگ‌سازمانی دارند.

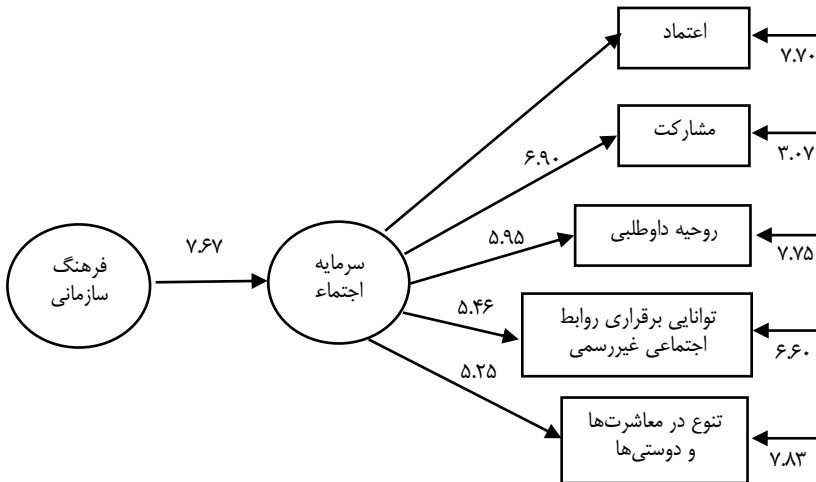
معادلات اندازه‌گیری مربوط به سازه سرمایه اجتماعی

با توجه به نمودارهای ۲ و ۳ که مدل در حالت تخمین و معناداری (T-Value) را نشان می‌دهد، تمامی بارهای عاملی مربوط به سازه سرمایه اجتماعی در سطح ۹۹ درصد معنادار می‌باشد و در اندازه‌گیری سازه سرمایه اجتماعی سهم معناداری داشته‌اند. بنابراین می‌توان گفت سرمایه اجتماعی به لحاظ روایی دارای اعتبار و روایی لازم و کافی است. همچنین با توجه به جدول ۷ برای سازه سرمایه اجتماعی، متغیر توانایی برقراری روابط غیررسمی بیشترین سهم را در اندازه‌گیری دارد که به‌تنهایی می‌تواند ۶۹ درصد از واریانس سرمایه اجتماعی را تبیین کند. متغیر اعتماد با ضریب تعیین ۳۱ درصد، کمترین سهم را در اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی دارد.

نمودار ۲: مدل اصلی تحقیق در حالت ضرایب مسیر



نمودار ۳: مدل اصلی تحقیق در حالت معناداری ضرایب (t-Value)

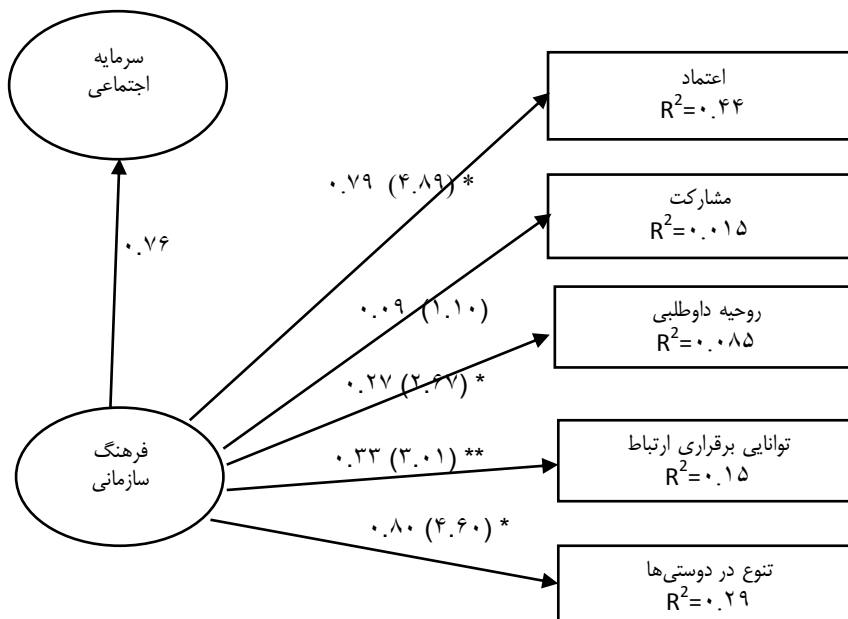


Chi-square=143,63; df= 87; p-value= 0,00083; RMSEA= 0/66

جدول ۷: بارهای عاملی، آماره t و ضریب تعیین

متغیرهای آشکار	بار عاملی	t-value	ضریب تعیین
توانایی در برقراری روابط غیررسمی	۰.۸۸	۶.۳۶	۰.۶۹
روحیه داوطلبی	۰.۷۵	۵.۹۵	۰.۵۱
تنوع در معاشرت‌ها و دوستی‌ها	۰.۶۹	۵.۲۵	۰.۴۱
مشارکت	۰.۸۹	۶.۹۰	۰.۳۵
اعتماد	۰.۴۱	-	۰.۳۱

در نمودار ۴ با توجه به مقدار RMSEA کمتر از ۰.۱ و مقادیر شاخص‌های برازش مانند GFI، CFI و ...، مدل دارای برازش خوبی می‌باشد و با توجه به مقادیر T-value، همه عوامل تبیین می‌شوند که بیشترین تأثیر را "تنوع در دوستی‌ها" با مقدار ضریب تأثیر ۰.۸ دارا می‌باشد و بعد از آن "اعتماد"، "توانایی برقراری ارتباط"، "روحیه داوطلبی" در رتبه‌های بعدی قرار دارند که کمترین تأثیر مربوط به گزینه "مشارکت" می‌باشد که البته با توجه به سطح معناداری آن که کمتر از ۲ یعنی ۱.۱ نیز می‌باشد، کمترین سهم در اندازه‌گیری را نیز دارا می‌باشد.



RMSEA=0/066, GFI=0/89, AGFI=0/85, CFI=0/93, NFI=0/95, NNFI=0/91

** معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد. * معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد

پاسخ به فرضیات پژوهش با استفاده از معادلات ساختاری (SEM)

فرضیه اصلی: فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی اساتید دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری تأثیر دارد.

متغیر فرهنگ سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر اساس ضریب مسیر و آماره‌ی معناداری به دست آمده از معادلات ساختاری بر متغیر سرمایه اجتماعی تأثیر معنادار دارد. بنابراین می‌توان گفت با بالا رفتن فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی نیز افزایش می‌یابد و با کاهش فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی نیز کاهش می‌یابد. مقدار ضریب تعیین برابر 0/55

شده است. این ضریب توانایی پیش‌بینی متغیر وابسته توسط متغیر یا متغیرهای مستقل را بررسی می‌کند. بر این اساس متغیر فرهنگ‌سازمانی توانسته است 55 درصد از تغییرات سرمایه اجتماعی را پیش‌بینی کند.

فرضیه‌های فرعی:

فرضیه (۱): فرهنگ‌سازمانی بر اعتماد اساتید دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری تأثیر دارد.

متغیر فرهنگ‌سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر اساس ضریب مسیر و آماره‌ی معناداری به دست آمده از معادلات ساختاری بر متغیر سطح اعتماد اساتیدت اثر مثبت و معنادار دارد و می‌تواند باعث ارتقاء سطح اعتماد اساتید گردد. مقدار ضریب تعیین برابر 44۰/۴۴ شده است. بنابراین متغیر فرهنگ‌سازمانی ۴۴ درصد توانایی پیش‌بینی اعتماد کارکنان موصوف را دارد. (تأیید معناداری فرضیه)

فرضیه (۲): فرهنگ‌سازمانی بر مشارکت اساتید دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری تأثیر دارد.

متغیر فرهنگ‌سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر اساس ضریب مسیر و آماره‌ی معناداری به دست آمده از معادلات ساختاری بر متغیر سطح مشارکت اساتید تأثیر معنادار ندارد و نمی‌تواند باعث ارتقاء سطح مشارکت کارکنان موصوف گردد. (عدم تأیید معناداری فرضیه)

فرضیه (۳): فرهنگ‌سازمانی بر روحیه داوطلبی اساتید دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری تأثیر دارد.

متغیر فرهنگ‌سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر اساس ضریب مسیر و آماره‌ی معناداری به دست آمده از معادلات ساختاری بر متغیر سطح روحیه داوطلبی اساتید تأثیر مثبت و معنادار دارد و می‌تواند باعث ارتقاء سطح روحیه داوطلبی آنان گردد. مقدار ضریب تعیین برابر 0/085 شده است. بنابراین متغیر فرهنگ‌سازمانی 8/5 درصد توانایی پیش‌بینی روحیه داوطلبی کارکنان موصوف را دارد. (تأیید معناداری فرضیه)

فرضیه (۴): فرهنگ‌سازمانی بر توانایی برقراری روابط غیررسمی اساتید دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری تأثیر دارد.

متغیر فرهنگ‌سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر اساس ضریب مسیر و آماره‌ی معناداری به دست آمده از معادلات ساختاری بر متغیر توانایی برقراری روابط غیررسمی

اساتید تأثیر مثبت و معنادار دارد و می‌تواند باعث ارتقا سطح توانایی برقراری روابط غیررسمی آنان گردد. مقدار ضریب تعیین برابر 0/15 شده است. بنابراین متغیر فرهنگ‌سازمانی ۱۵ درصد توانایی پیش‌بینی توانایی برقراری روابط غیررسمی کارکنان موصوف را دارد. (تأیید معناداری فرضیه)

فرضیه (۵): فرهنگ‌سازمانی بر تنوع معاشرت‌ها و دوستی‌های اساتید دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری تأثیر دارد.

متغیر فرهنگ‌سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر اساس ضریب مسیر و آماره‌ی معناداری به دست آمده از معادلات ساختاری بر متغیر تنوع معاشرت‌ها و دوستی‌های اساتید تأثیر مثبت و معنادار دارد و می‌تواند باعث ارتقاء سطح تنوع معاشرت‌ها و دوستی‌های آنان گردد. مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۲۹ شده است. بنابراین متغیر فرهنگ‌سازمانی ۲۹ درصد توانایی پیش‌بینی تنوع معاشرت‌ها و دوستی‌های کارکنان موصوف را دارد. (تأیید معناداری فرضیه)

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به عدم وجود تحقیقات مرتبط با موضوع فعلی تحقیق حاضر که در آن به دو متغیر سرمایه اجتماعی و همچنین فرهنگ‌سازمانی همراه با عناصر تشکیل‌دهنده آن با تمرکز بر یک سازمان نظامی پرداخته باشد، تحقیق حاضر انجام پذیرفت و به نتایج ذیل ختم گردید. یکی از وظایف مهم مدیران در هر سازمانی، شناخت عوامل فرهنگی آن سازمان و تلاش جهت تقویت این عوامل است. فرهنگ، منبع اعتماد و همکاری است. هرچه شعاع اعتماد بیشتر باشد گروه موردنظر، سرمایه اجتماعی بیشتری خواهد داشت. نتایج حاصل نشان داد که:

الف) متغیر فرهنگ‌سازمانی بر متغیر سطح اعتماد اساتید تأثیر مثبت و معنادار دارد و می‌تواند باعث ارتقاء سطح اعتماد کارکنان گردد. به عبارت دیگر از دیدگاه اساتید دانشگاه، تقویت عوامل فرهنگ‌سازمانی توانسته است عواملی مانند اعتماد همکاران به یکدیگر در محیط کار، پذیرش همکاران جدید و نیز امکان کار با همکارانی که تا حدودی دارای عقایدی متضاد با عقاید سایرین می‌باشند را افزایش دهد.

ب) متغیر فرهنگ‌سازمانی بر متغیر سطح مشارکت اساتید تأثیر معناداری ندارد. در این جامعه، فرهنگ‌سازمانی نتوانسته است باعث ارتقاء سطح مشارکت اساتید گردد.

ج) متغیر فرهنگ‌سازمانی بر متغیر سطح روحیه داوطلبی اساتید دانشگاه تأثیر معناداری دارد. این موضوع نشان می‌دهد تقویت عوامل فرهنگ‌سازمانی در افزایش حس کمک داوطلبانه همکاران به یکدیگر، سودرسانی به همکاران، پیشگامی در انجام کار و مشارکت در انجام فعالیت‌های گروهی اساتید تأثیر مثبتی دارد.

د) متغیر فرهنگ‌سازمانی بر متغیر سطح توانایی برقراری روابط اجتماعی غیررسمی اساتید تأثیر معناداری دارد و می‌تواند باعث ارتقاء سطح توانایی برقراری روابط اجتماعی غیررسمی آنان شود. بر این اساس می‌توان چنین استنباط کرد که تقویت و ارتقاء عوامل فرهنگی سبب شده است اساتید دانشگاه علاوه بر روابط رسمی و سلسله مراتبی در سازمان روابط غیررسمی دوستانه بیشتری داشته و اختلاف‌نظر آنان در زمینه مسائل آموزشی، منجر به تضاد بین آنان نشود.

و) متغیر فرهنگ‌سازمانی بر متغیر سطح تنوع در معاشرت‌ها و دوستی‌ها اساتید تأثیر مثبت و معنادار دارد و می‌تواند باعث ارتقاء سطح اعتماد آنان گردد. لذا تقویت عوامل فرهنگی در افزایش میزان شناخت اساتید از سایر واحدهای سازمان، لذت‌بخش شدن همکاری با کارکنان از قومیت‌های مختلف و گروه‌های زبانی متفاوت مؤثر است. به‌طورکلی، تقویت عوامل فرهنگ‌سازمانی در افزایش مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی اساتید دانشگاه مؤثر است. این تأثیر بخصوص در متغیر اعتماد بیشتر است. اما در خصوص متغیر مشارکت نیازمند توجه و ملاحظات بیشتری است.

پیشنهادها

- جهت افزایش سطح سرمایه اجتماعی در بین کادر آموزشی دانشگاه، با اتخاذ راهکارهای لازم از جمله تأکید بر آموزش اساتید با استفاده از دوره‌های ضمن خدمت متناسب با نیازهای آموزشی آنان، ایجاد فضای مبتنی بر تفاهم، صداقت، اعتماد و همکاری و نهایتاً افزایش رضایت شغلی اساتید، می‌توان اقدام مؤثری انجام داد.
- تلاش فرماندهان ارشد و مدیریت عالی سازمان، در جهت تقویت کار تیمی در راستای حل مسائل علمی و روحیه‌ی نقادانه در سازمان (استفاده از ابزارهایی نظیر نظام پیشنهادها و حلقه‌های کیفی و کرسی‌های آزاداندیشی).
- شفافیت بیشتر در تصمیم‌گیری‌های مختلف مرتبط با اساتید دانشگاه، به‌ویژه در حوزه پرداخت‌های متغیر و ارزیابی عملکرد آموزشی و رعایت عدالت آموزشی.

- شفاف‌سازی فرهنگ حاکم بر دانشگاه برای اساتید به دلیل اینکه برداشتها و طرز نگرش اساتید از باورها، ارزش‌ها و ... سازمان سرچشمه می‌گیرد. این امر در افزایش میزان اعتماد، مشارکت، روابط کاری و بالاخره بر رضایت‌مندی و کارایی و بهره‌دهی آنان مؤثر خواهد بود.
- با توجه به عدم تأیید فرضیه دوم، مدیران ارشد دانشگاه باید تمهیداتی را فراهم آورند تا ضمن مشارکت دادن هر چه بیشتر اساتید در امور آموزشی و پژوهشی، از طریق کاهش لایه‌های سازمانی و بسترسازی فرهنگی که به ریسک‌پذیری و خلاقیت بیشتر بهاء می‌دهد، موجبات تقویت سرمایه اجتماعی اساتید فراهم گردد و از این طریق رفتار اساتید همسو با اهداف سازمان توسعه یابد. میزان تشویق به ریسک‌پذیری در تبعیت از جو عمومی غالب بر جامعه (پایین بودن میزان خلاقیت و نوآوری در جامعه) مطلوب نبوده و در مقابل، میزان کنترل در سطوح مختلف، بالاست؛ این در حالی است که سطح خلاقیت فردی اساتید به نحو مطلوبی بالا بوده و به دلیل موانع مذکور، ایده پردازی، خلاقیت و نوآوری در بین اساتید کاهش داشته است که این امر می‌تواند یکی از دلایل کاهش انگیزه آنان برای مشارکت در سازمان باشد.
- توجه مسئولین به اصل شایسته‌سالاری سبب خواهد شد تا اساتید ضمن آگاهی از ظرفیت‌ها و توانایی‌هایی خود، فرصت ارائه پیشنهادها و افکار جدید را داشته و خلاقیت و نوآوری در بین آنان مسیر تعالی را بییاماید.
- تشکیل اتاق‌های فکر، گروه‌های و جلسات غیررسمی و ایجاد فضای صمیمانه در ساعات غیر کاری از جمله راه‌کارهایی است که می‌تواند در تقویت حسن روابط فی‌مابین اساتید مؤثر واقع گردد.
- مدیران باید این مهم را در نظر داشته باشند که رشد و پیشرفت، عواملی هستند که به‌طور مثبت و مستقیم با انگیزش مرتبط می‌باشند. محترم شمردن شخصیت و احترام به غرور کارکنان و ... همگی نشانه‌های بارز عوامل فوق می‌باشند که رضایت شغلی، افزایش کارایی، کاهش تعارض و برخوردها و احساس تعهد کلیه کارکنان بالأخص اساتید دانشگاه نسبت به اهداف سازمانی و در مجموع تقویت سرمایه اجتماعی را در پی خواهد داشت و این امر نهایتاً موجبات افزایش بهره‌وری سازمانی را فراهم خواهد ساخت.

منابع:

- استانلی دیویس (۱۳۷۶): "مدیریت فرهنگ‌سازان"; ترجمه‌ی ناصر میرسپاسی و پری‌چهر معتمد گرجی، چاپ دوم، تهران، انتشارات مروارید.
- الوانی، سید مهدی و میرعلی سید نقوی (۱۳۸۰); سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه‌ها؛ فصل‌نامه مطالعات مدیریت، شماره ۳۳ و ۳۴
- امینی، آزاده (۱۳۷۸); تأثیر سرمایه اجتماعی بر چرخه مدیریت دانش، دانشگاه تهران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)
- ایران‌نژاد پاریزی، مهدی (۱۳۸۵); روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی، چاپ سوم، نشر مدیران.
- خاکی، غلامرضا (۱۳۸۴); روش پژوهش در مدیریت؛ تهران دانشگاه آزاد اسلامی.
- رابینز، استیفن (۱۳۷۸); مدیریت رفتار سازمانی جلد سوم، ترجمه‌ی علی پارسایان و سید محمد اعرابی؛ تهران مؤسسه‌ی مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- رحمانپور، لقمان (۱۳۸۲); مدیریت سرمایه اجتماعی: رویکردی اثربخش در مدیریت منابع انسانی، فصلنامه مطالعات مدیریت.
- زالی، محمدرضا (۱۳۷۸); تعامل فرهنگ و یادگیری سازمانی؛ فصل‌نامه مصباح، سال هشتم، شماره ۳۲.
- سکاران، اوما، (۱۳۸۵)، روش‌های پژوهش در مدیریت، صائبی، محمد؛ شیرازی، محمود. تهران: موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌نویسی، چاپ چهارم.
- شریف‌زاده، فتاح (۱۳۷۷); مدیریت فرهنگ سازمان؛ تهران، نشر قومس.
- فرهی بو زنجانی، برزو (۱۳۸۳); گزارش پژوهش: بررسی و شناخت فرهنگ‌سازمانی نیروهای مسلح (وضع موجود)، مرکز تحقیقات استراتژیک ستاد کل - گروه نیروی انسانی.
- فرهی بو زنجانی، برزو و زارع اشکذری، جلال‌الدین (۱۳۸۴); بررسی و شناخت فرهنگ‌سازمانی ناجا. مرکز تحقیقات و پژوهش‌های ناجا". گروه مدیریت و نیروی انسانی.
- Coleman, J. S, (1990); "Foundations of Social Theory" Cambridge, Harvard university press.
- Crozier, M. and E. Friedberg. (1980). Actors and Systems. Chicago: University of Chicago Press.
- Dekker, P and Uslaner, E. M (2001), Social Capital and participation in everyday life, Rutledge press. London and New York
- Denison, D. (2006); "Organizational Culture and Effectiveness, New York.
- Fukuyama. F, (1995); "Trust": the social virtues & the creation of prosperity"; New York, Free press.

- Kim S. Cameron and Robert E. Quinn. (2006);” Diagnosing and Changing Organizational Culture Based on the competing values Framework, Revised Edition/ Jossey-bass.
- Pettigrew, A. (1989). “Context and Action in the Transformation of the Firm”.Journal of Management Studies. 24:646-70
- Putnam, R. D, (1995); “Bowling alone: American’s declining Social Capital”; Journal of Democracy.
- Smedlund, Anssi (2008), “the knowledge system of a firm: Social Capital for explicit, tacit and potential knowledge”; Journal of knowledge management, Vol 12, No 1.

