

ارزیابی سرمایه اجتماعی در شرکت کفش ملی

سید احمد هاشمی^۱، شهره احمدپور^۲

(*ehosenzade@gmail.com)

چکیده

در نوشته‌های جدید مدیریت، موضوع سرمایه اجتماعی که صبغه‌های جامعه‌شناسانه دارد، به عنوان یک اهرم توفیق‌آفرین مطرح و در این رشته مورد اقبال فراوان نیز قرار گرفته است. در واقع، سرمایه اجتماعی به عنوان بستری مناسب برای بهره‌وری سرمایه‌های انسانی و فیزیکی، راهی برای نیل به موفقیت قلمداد شده و مدیرانی که قادر به ایجاد سرمایه اجتماعی در سازمان بوده، راه کامیابی شغلی و سازمانی خویش را هموار می‌سازند. لذا، در این پژوهش (پایان نامه کارشناسی ارشد) به ارزیابی وضعیت سرمایه اجتماعی در شرکت کفش ملی خواهیم پرداخت.

رویکرد این پژوهش، توصیفی/همبستگی و جامعه آماری آن، تمامی کارکنان شاغل در شرکت کفش ملی است که تعداد آن بالغ بر ۵۴۴ نفر بوده که افراد نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب گردیدند. داده‌های پژوهش از طریق پرسشنامه توزیع شده بین ۲۰۴ نفر از کارکنان شرکت مذکور گردآوری گردید. همچنین، به منظور ارزیابی ابعاد سرمایه اجتماعی، یعنی، بُعد شناختی؛ بُعد ساختاری و بُعد رابطه‌ای (ناهایپیت و گوشال، ۱۹۹۸)، از تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری (تحلیل عاملی تأییدی) استفاده گردیده است. یافته‌های پژوهش حاکی از آنست که بین هر سه بُعد سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؛ بطوریکه میزان ضریب همبستگی بین بُعد شناختی و ساختاری، ۰/۵۸، بین بُعد شناختی و رابطه‌ای، ۰/۶۲ و بین بُعد ساختاری و رابطه‌ای، ۰/۵۲ می‌باشد. لذا، نتایج مذکور نشانگر اهمیت و جایگاه سرمایه اجتماعی در شرکت کفش ملی می‌باشد. بنابراین، بهبود موقعیت رقابتی سازمان در صنعت کفش، مستلزم توجه بیش از پیش به هر سه بُعد سرمایه اجتماعی در شرکت کفش ملی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، بُعد شناختی، بُعد ساختاری، بُعد رابطه‌ای، کفش ملی.

۱- مقدمه

در این مقاله نخست مسأله تحقیق و سؤالاتی که محقق قصد پاسخگویی به آنها را دارد، سپس، اهمیت و ضرورت اجرای تحقیق حاضر به تفصیل مطرح، و چارچوب مفهومی که برای سرمایه اجتماعی از درون ادبیات نظری استخراج شده است، تشریح می‌شود. در مرحله بعد، طرح تحقیق، که نشانگر روش اجرای تحقیق، و مواردی چون جامعه و نمونه آماری، فرضیه‌ها، ابزار گردآوری داده‌ها، روش‌های تحلیل داده‌ها است، تبیین می‌شود.

۲- بیان مسأله تحقیق

موضوعی که در این تحقیق مدنظر قرار دارد، ارزیابی سرمایه اجتماعی در یک شرکت بازرگانی است. سرمایه اجتماعی، تراکم منابع واقعی و بالقوه‌ای است که برای داشتن یک شبکه بادوام یا روابط نهادینه شده و متقابل با یکدیگر پیوند یافته‌اند (بوردیو^۳، ۱۹۸۶، ۲۴۸). نهایپیت و گوشال^۴ (۱۹۹۸) نه مؤلفه را برای سرمایه اجتماعی شناسایی کرده و در سه بعد قرار می‌دهند: بعد رابطه‌ای (شامل اعتماد، تکالیف، احساس هویت، هنجارها)؛ بعد ساختاری (شامل پیکربندی، پیوندها، و ساختار قابل جابجایی)؛ و بعد شناختی (شامل رمزها و زبان، حکایت‌های مشترک).

۱- دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لامرد.

۲- دانشجوی دکتری مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، دانشگاه آزاد واحد امارات.

³ Bourdieu

⁴ Nahapiet and Ghoshal

- به نظر می‌رسد، فرایند ارتباطات انسانی شرکت کفش ملی، با مشکلات عدیده‌ای از جمله موارد زیر روبرو است که جای تأمل و درنگ از سوی مقامات و مدیران شرکت دارد:
- احساس تعلق خاطر کارکنان نسبت به شرکت بسیار کم است؛ طوری که اگر کارکنان بتوانند در جای دیگر با شرایط مشابه استخدام شوند، شرکت را ترک می‌کنند.
 - اعتماد ضروری برای ارتباطات متقابل و ایجاد زمینه مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها بین کارکنان و مدیران وجود ندارد.
 - ارتباط صمیمانه و محبت‌آمیز بین مدیران با کارکنان شرکت با یکدیگر وجود ندارد.
 - وحدت و یکپارچگی، اگر چه ممکن است ظاهراً در حوزه تصمیم وجود داشته باشد، ولی در حوزه عمل، با وجود کنترل و نظارت شدید چندان مشاهده نمی‌شود.
 - باتوجه به مشکلات مطرح شده، به نظر می‌رسد اگر وضعیت سرمایه اجتماعی کارکنان شرکت کفش ملی مناسب باشد، بتوانند بر این مشکلات فائق آیند. به این ترتیب سؤلهای اصلی این تحقیق را می‌توان اینگونه مطرح نمود:
 - هر یک از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی چه وضعیتی در شرکت کفش ملی دارند؟
 - آیا مؤلفه سرمایه اجتماعی در شرکت کفش ملی از اولویت‌بندی خاصی برخوردار بوده، ترتیب این اولویت چگونه است؟
 - آیا مدل سرمایه اجتماعی پیشنهادی توسط ناهاپیت و گوشال در شرکت کفش ملی نیز، صادق است؟ به عبارت دیگر، آیا میان ابعاد اصلی مدل مذکور رابطه‌ی معناداری وجود دارد؟

۳- اهمیت و ضرورت تحقیق

سرمایه اجتماعی به عنوان یک منبع، کنش‌های افراد حاضر در ساختار را به طرق مختلفی تسهیل می‌کند (کلمن، ۱۹۹۰، ۳۰۲). اول، پیوندهای شبکه‌ای می‌توانند دانش مفیدی درباره فرصتهایی که شاید در سایر جاها موجود نباشند، فراهم سازند (گرانوتر، ۱۹۷۳؛ لین، ۲۰۰۱). پیوندهای شبکه‌ای ممکن است سازمان و اعضای آن را به در دسترس قرار دادن چنین منابع دانشی ترغیب و تحریک نماید. دوم، این پیوندهای شبکه‌ای، تابع موقعیت بازیگران در شبکه و نقش مهمی در اثرگذاری بر تصمیم‌گیری دارند. سوم، اعتبار اجتماعی یک فرد بازتابی از جایگاه اجتماعی وی در شبکه بوده و سایر اعضا ممکن است، به دنبال یافتن منبعی از این اعتبارنامه‌ها از طریق شکل‌دهی پیمانها با چنین افرادی باشند. عمدتاً در مطالعات پژوهشی رشته‌های مدیریت، مدیریت بازرگانی، و جامعه‌شناسی صنعتی، توجه ویژه‌ای به این موضوع شده است؛ هرچند که از مفاهیم دیگری چون رابطه کارمند-کارفرما نیز به جای مفهوم سرمایه اجتماعی استفاده شده است. از جمله سرمایه‌های اجتماعی موجود در درون سازمان‌ها عبارتند از: روابط مملو از نگرشها، هنجارها، و سنتهایی که در قالبهایی چون روح شرکت، فضا و جو همکاری، روش‌های کدگذاری دانش، توسعه محصول، حل اختلاف، و غیره اظهار می‌شوند. سرمایه‌های اجتماعی موجود در خارج از سازمان را می‌توان در سه بخش تولیدی، محیطی، و بازاری قرار داد. رابطه و پیوند با تأمین‌کنندگان، کاربران محصولات، و شرکا از جمله گزینه‌های موجود در سرمایه‌های اجتماعی بیرونی هستند. ارتباط با محیط بومی-حقوقی، تصمیم‌گیرندگان سیاسی نیز به سرمایه‌های اجتماعی بیرونی و معطوف به محیط اشاره داشته، و علائم تجاری و سایر روابط با مشتریان نیز بر سرمایه‌های اجتماعی بیرونی و معطوف به بازار دلالت دارند.

با توجه به اینکه سرمایه اجتماعی از موضوع‌های جدید و مهم در حوزه علوم انسانی است و می‌تواند بر موارد متعددی از جمله سازمان و مدیریت تأثیر بگذارد. مزایای زیاد و متعددی را می‌توان برای سرمایه اجتماعی برشمرد. مزیت اصلی و عمده سرمایه اجتماعی در اختیار گذاشتن اطلاعات زیاد با هزینه پایین و در زمان اندک برای اعضای سازمان است (کلمن، ۱۹۸۸). سرمایه اجتماعی موجب یکپارچگی در میان اعضای سازمان می‌شود. هنجارها و باورهای محکم موجب ایجاد شبکه اجتماعی قوی می‌شود که در برگیرنده آداب و رسوم و قوانین خاصی است و این هنجارها در سازمان جایگزین کنترل‌های رسمی می‌شود (ووک و ن، ۱۹۹۹، به نقل از علی نجفی، ۱۳۸۷، ۲).

کاهش نرخ خروج کارکنان از سازمان، پویایی، پویایی گروهی، افزایش تعهد اعضا، افزایش خلاقیت در سازمان، بالاتر رفتن روحیه خطر پذیری و کارآفرینی نیز از جمله مزایای سرمایه اجتماعی در سازمان است (بارت، ۱۹۹۲، به نقل از علی نجفی، ۱۳۸۷، ۲).

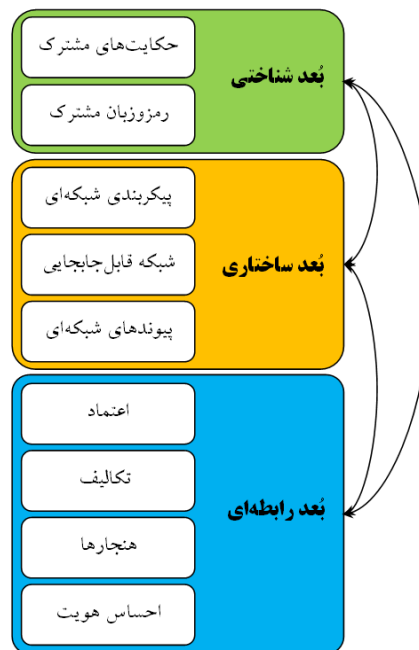
با توجه به اینکه سرمایه اجتماعی باعث در اختیار گذاشتن اطلاعات زیاد با هزینه پایین و در زمان اندک برای اعضای سازمان می‌شود و هم چنین با در نظر گرفتن اینکه سرمایه اجتماعی میزان اعتماد و ارتباطات و صمیمیت را در سازمان بالا می‌برد، و با در نظر گرفتن عدم تعلق خاطر کارکنان و احتمال خروج کارکنان در صورت یافتن شرایط مشابه استخدام، بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی در شرکت کفش ملی حائز اهمیت است.

۴- اهداف تحقیق

- مهمترین اهدافی که تحقیق حاضر دنبال می کند، عبارتند از:
- ارزیابی شرکت کفش ملی از نظر مؤلفه های سرمایه اجتماعی
 - اولویت بندی مؤلفه های سرمایه اجتماعی در شرکت کفش ملی
 - ارزیابی مدل سرمایه اجتماعی در شرکت کفش ملی بر اساس مدل پیشنهادی توسط ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)
 - ارائه راهکارهایی جهت بهبود وضعیت سرمایه اجتماعی در شرکت کفش ملی

۵- چارچوب مفهومی تحقیق

چارچوب مفهومی، نشانگر حالت ترسیمی روابط مورد نظر میان متغیرهای تحقیق است. براساس مفهوم سازی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) از سرمایه اجتماعی که آن را به سه بعد شناختی، ساختاری و ارتباطی تقسیم می کنند، هر یک از این ابعاد دارای معیارهای فرعی هستند. برای مثال، بعد شناختی دارای شاخص هایی چون حکایت ها^۱، و رمزها و زبان^۲ است؛ بعد ساختاری مشتمل بر شاخص هایی چون پیکر بندی^۳، پیوندها و قابلیت انتقال سازماندهی^۴ است؛ و سرانجام بعد ارتباطی متشکل از اجزایی چون اعتماد^۵، احساس هویت^۶، تعهدات (الزام، تکلیف)^۷، و هنجارها^۸ است. بنابراین، روابط میان ابعاد سرمایه اجتماعی را می توان به صورت نمودار اترسیم کرد.



شکل ۱: مدل پیشنهادی تحقیق

1 Narratives
2 Codes and language
3 Configuration
4 Organization appropriateness
5 Trust
6 Identity
7 Obligation
8 Norms

6- سرمایه اجتماعی در سازمان

با آنکه سرمایه اجتماعی سابقه ۲۱ ساله در علوم اجتماعی، اقتصادی، و سیاسی دارد، اما اخیراً توجه نظریه پردازان عرصه مدیریت و سازمان را نیز به خود جلب کرده است (آدلر و کوآن، ۲۰۰۲؛ بیکر، ۲۰۰۰؛ کوهن و پروساک، ۲۰۰۱؛ لینا و ون بورن، ۱۹۹۹؛ لسر، ۲۰۰۰؛ ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸). طرح این رویکرد در بسیاری از مباحث اقتصادی، نشان دهنده اهمیت نقش ساختار و روابط اجتماعی بر متغیرهای اقتصادی می باشد. سرمایه اجتماعی عمدتاً مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی بوده و شناسایی آن به عنوان یک سرمایه چه در سطح کلان و چه در سطح مدیریت سازمان ها می تواند شناخت جدیدی را از سیستم های اقتصادی- اجتماعی ایجاد کند (هاشمی و عباسی، ۱۳۹۳). و در واقع علت اینکه، پس از چندین سال از معرفی سرمایه اجتماعی و تبیین آن در سطح جامعه، طی چند سال اخیر محققان و صاحب نظران سازمانی به این عرصه مطالعاتی روی آورده اند، شاید چیرگی ادراکات مکانیکی و سیستمی بر فعالیتها و کارکردهای سازمانی باشد که ماهیت اجتماعی را عمیقاً پنهان و مستتر ساخته اند.

۶-۱ پیامدهای سرمایه اجتماعی: مثبت و منفی

در عین اینکه سرمایه اجتماعی، عامل مثبت و ارزشمندی قلمداد می گردد، اما بعضی مواقع مشاهده می شود که روابط موجود در شبکه ها خطرانی را برای جامعه و سازمانها به همراه دارد. در ادامه، مزایا و مخاطرات مربوط به سرمایه اجتماعی آورده می شود.

الف) پیامدهای مثبت: مزایای متعدد و زیادی را می توان برای سرمایه اجتماعی برشمرد؛ مزیت اصلی و عمده سرمایه اجتماعی در اختیار گذاشتن اطلاعات زیاد با هزینه پایین و زمان اندک برای «بازیگرانی است که نقش اصلی» را در سرمایه اجتماعی ایفا می کنند (حق شناس و همکاران، ۱۳۸۸). سرمایه اجتماعی در سطح فردی، دسترسی به منابع اطلاعاتی وسیع را تسهیل کرده و کیفیت، مرتبط و به موقع بودن اطلاعات را بهبود می بخشد. کلمن (۱۹۸۸) در این باره یک جامعه شناس را مثال می زند که آخرین نتایج تحقیقات مرتبط با رشته را از طریق تعامل روزانه با همکارانش بدست می آورد. قابلیت های اطلاعاتی سرمایه اجتماعی در سطح گروهی نیز می تواند پیامدهای مثبتی بهمراه داشته باشند. برای مثال، بورت (۱۹۹۷) مشاهده کرد هرچه فعالیت میانجی گری انتقال اطلاعات متکی بر خروجی متقابل اطلاعاتی باشد (دیگران هم اطلاعات را منتقل کنند)، تمام شبکه از انتشار اطلاعات نفع خواهد برد. هانسن (۱۹۹۹) پی برد پیوندهای ضعیف، تسهیلگر اثربخشی هزینه ای تیمهای توسعه محصول که بدنبال اطلاعات جدید می گردند، است. همچنین، پیوندهای قوی انتقال اثربخش اطلاعات پیچیده و دانش پنهان را آسان می سازد. کسب قدرت، نفوذ و کنترل، از مزایای دیگر سرمایه اجتماعی است. کلمن (۱۹۸۸). مزیت دیگر سرمایه اجتماعی ایجاد استحکام ۲، یکپارچگی و انسجام در میان اعضا است. علاوه بر مزایای فوق، بکارگیری سرمایه اجتماعی در سطح سازمانی دارای مزایایی مانند ایجاد تیمهای کاری منعطف، ارائه سازوکارهایی برای بهبود مدیریت عملکرد گروهی، زمینه سازی برای توسعه سرمایه های غیرمادی در سازمان، و افزایش تعهد اعضا و کارکنان سازمان نسبت به مصلحت عامه است (لینا و ون بورن، ۱۹۹۹). همچنین، یونت و اسنیل (۲۰۰۴) مزایای سطوح بالای سرمایه اجتماعی برای سازمانها را حل مسأله در سطح وسیع، نوآوریهای فرایندی، کارایی بیشتر در خدمت رسانی، و کاهش هزینه های سازمانی توصیف می کنند. بعلاوه، سطح بالای سرمایه اجتماعی، سازمان را قادر می سازد تا در تمامی زوایا و کارکردهای خود به یکپارچگی و هماهنگی برسد، و پایگاه دانش آنها را ارتقا دهد (تسائی، ۴، ۲۰۰۰). نهایتاً، ساباتینی (۲۰۰۶) پیامدهای مثبت يك سرمایه اجتماعی خوب در سطح جامعه را چنین مشخص می کند:

بهبود قابلیت های اقتصادی مصرف کنندگان و تولیدکنندگان

وجود محیط اجتماعی غنی از فرصتهای مشارکت، که به عنوان بستر پرثمر برای پرورش ارزشهای مشترک و هنجارهای اجتماعی اعتماد و تلافی، به افراد اجازه ملاقات می دهد.

افزایش احتمال تعاملات مکرر در میان عاملها، و افزایش شهرت و اعتبار و احترام.

توزیع بهتر اطلاعات که قابلیت پیش بینی رفتار را بیشتر کرده و عدم اطمینان را تقلیل می دهد.

1 Hansen

2 Robustness

3 Youndt and Snell

4 Tsai

5 Sabatini

افزایش روابط مبتنی بر اعتماد که موجب کاهش هزینه متوسط مبادلات می شود، درست همانگونه که افزایش سرمایه فیزیکی هزینه متوسط تولید را کاهش می دهد.

ب) پیامدهای منفی: برخی محققان هشدارهایی نیز درباره خطرات و معایب سرمایه اجتماعی داده اند (تراس و گیل ۱، ۲۰۰۹). با وجود اینکه مفهوم سرمایه اجتماعی عموماً به عنوان یک مزیت برای افراد، گروهها و سازمانها در نظر گرفته شده است، لیکن توجه اندکی نسبت به جنبه های منفی و ناخوشایند سرمایه اجتماعی وجود دارد. زیرا سرمایه اجتماعی مخاطراتی دارد که بعضاً می تواند بیشتر و مهمتر از مزایای آن باشند (هانسن و همکاران، ۱۹۹۹).

هرچه ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان بالا باشد، نیاز به تدوین قوانین و مقررات، ایجاد نهادهای اجرایی و نظارتی کاهش می یابد. دستورالعملها و بخشنامه ها؛ نهادهای متعدد نظارتی و بازرسی؛ شایعه پراکنی؛ ترور و تخریب شخصیتها؛ تخلفات اداری؛ بی اعتنائی کارکنان به سازمان؛ شکست تیمها و کمیته های کاری در سازمان؛ تمایل نداشتن کارکنان به یادگیری دانش روز و تسهیم دانش و اطلاعات؛ فقدان روحیه رقابت جویی در درون سازمان یا نسبت به رقبا؛ افزایش غیبت و مرخصی (حق شناس و همکاران، ۱۳۸۸).

همچنین، مزایای همبستگی سرمایه اجتماعی ممکن است نتیجه معکوسی برای یک فرد یا یک گروه داشته باشند. همبستگی قوی بین اعضای گروه ممکن است آنها را در رابطه با یکدیگر بیش از حد پایبند و متعهد کند. این پایبندی بی رویه و مفرط سبب تقلیل جریانهای فکری جدید در گروه شده، و به کوتاه نگری و رخوت گروه می انجامد. در دسته بندی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، سرمایه اجتماعی به سه بعد ساختاری، شناختی و ارتباطی تقسیم می شوند:

- الف- پیوندهای موجود در شبکه: شامل وسعت و شدت ارتباطات موجود در شبکه
- ب- شکل و ترکیب شبکه: شامل سلسله مراتب شبکه، میزان ارتباط پذیری و تراکم شبکه
- ج- تناسب سازمانی: تا چه اندازه شبکه ایجاد شده برای یک هدف خاص ممکن است برای اهداف دیگر استفاده شود.

- الف- زبان و علائم مشترک
- ب- رویت های مشترک
- ج- تعهدات و روابط متقابل
- د- تعیین هویت مشترک (شارع پور و همکاران، ۱۳۸۴).

۷- روش تحقیق

در این بخش، به فرایند اجرایی تحقیق اشاره می شود. نوع تحقیق، جامعه و نمونه آماری، سوالات تحقیق، ابزار گردآوری داده ها، روش تجزیه و تحلیل داده ها، و قلمرو تحقیق از نظر موضوعی، زمانی و مکانی از جمله موارد روش-شناختی این تحقیق هستند.

این تحقیق از نظر هدف از نوع تحقیقات بنیادین است، از دیدگاه روش اجرا از نوع توصیفی است، از نظر راهبرد از نوع همبستگی به شمار می رود. جامعه آماری این تحقیق، تمامی کارکنان شاغل در شرکت کفش ملی است که بالغ بر ۵۴۴ نفر می باشند. البته، لازم به ذکر است که کارکنان خدماتی شرکت جزو جامعه آماری در نظر گرفته نشده است. از این جامعه آماری، نمونه منطقی بر اساس فرمول نمونه گیری کوکران در جامعه محدود (با علم به اینکه تعداد کل اعضای جامعه مشخص است)، به تعداد ۱۷۹ به روش تصادفی ساده و در دسترس انتخاب شد، هرچند در پایان داده های مربوط به ۲۰۴ نفر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. داده های مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شد. بدین صورت که با مطالعه ادبیات سرمایه اجتماعی، به ویژه مفهوم سازی سه بُعدی ناهاپیت و گوشال، ۳۰ گزینه تهیه و تنظیم گردید. سرانجام، برای تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده، از فنون آمار توصیفی و استنباطی استفاده گردید. میانگین، فراوانی نسبی و تجمعی، و انحراف معیار از جمله پارامترهای مرکزی و توصیفی بوده و آزمون میانگین یا تی استیودنت، تحلیل واریانس، آزمون همبستگی، و مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل از جمله فنون استنباطی تحقق حاضر هستند.

۸- تفسیر و نتیجه گیری

در این بخش با توجه به اطلاعات حاصله از آزمون های آماری و مدل پیشنهادی تحقیق شکل ۱، به تفسیر سوالات ارائه شده در تحقیق پرداخته می شود:

سوال اول: هریک از مؤلفه های سرمایه اجتماعی چه وضعیتی در شرکت کفش ملی دارند؟

¹ Truss and gill

به زعم ناهابیت و گوشال اگرچه می توان سه بعد سرمایه اجتماعی را بصورت جداگانه تحلیل کرد، ولی در حقیقت بسیاری از آنها روابط متقابل زیادی با هم دارند. یافته های آزمون همبستگی در این تحقیق نیز همبستگی مثبت متوسطی میان مولفه ها و ابعاد سرمایه اجتماعی را نشان می دهد. از طرفی برای ارزیابی وضعیت جاری هر یک از مولفه های اصلی تحقیق، از آزمون تی استیودنت استفاده شده است. یافته های آزمون تی استیودنت نشان دادند که تمامی عناصر سرمایه اجتماعی در شرکت کفش ملی پایینتر از حد متوسط هستند، اما در این میان، بیشترین مقدار میانگین به متغیر قابلیت جابجایی (سازماندهی) اختصاص دارد. به طور کلی در تبیین چرایی این نتیجه می توان به پایین بودن میزان اعتماد، ارتباطات موثر و شفاف کاری، صمیمیت مدیران و کارکنان و عدم تعلق خاطر کارکنان به سازمان اشاره کرد. یافته های آزمون تجربی تحقیق نشان داد که سه مولفه بعد ساختاری به خوبی از عهده تبیین واریانس بعد ساختاری سرمایه اجتماعی برمی آیند. در این راستا، اگر افراد به اطلاعات مورد نیاز دسترسی داشته، کانالهای مناسبی برای تدارک و تلفیق اطلاعات وجود داشته (پیوندها)، اطلاعات در میان افراد متعددی توزیع شده (پیکربندی شبکه ای)، و نیز بتوان از روابط شبکه ای افراد در جاهای دیگر سازمان استفاده کرد (قابلیت جابجایی)، میتوان گفت بعد ساختاری محقق گردیده است. یافته های آزمون همبستگی نشان داد که اولاً، همبستگی مثبت متوسطی میان عناصر بعد ساختاری وجود دارد. به عبارتی، سازگاری درونی قابل قبولی میان این عناصر مشاهده می شود. ثانیاً، مولفه های وجه ساختاری رابطه مثبتی را با سایر ابعاد سرمایه اجتماعی دارند. همچنین چهار مولفه بعد رابطه ای به خوبی از عهده تبیین واریانس بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی برمی آیند. وجود حس اعتماد و صداقت در میان همکاران، پایبندی به هنجارها و ارزشهای جمعی، ملتزم دانستن خود به جبران زحمات دیگران و تلافی عمل دوستانه و خیرخواهانه دیگران، و تعیین هویت خود با سایر اعضای سازمان، همگی از شاخصهای پیدایش بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی در یک سازمان محسوب می شوند. نتایج آزمون همبستگی نشان داد که اولاً، همبستگی مثبت متوسطی میان عناصر بعد رابطه ای وجود دارد. به عبارتی، سازگاری درونی قابل قبولی میان این عناصر دیده می شود. ثانیاً، مولفه های بعد رابطه ای، همبستگی مثبتی را با سایر ابعاد سرمایه اجتماعی دارند. از طرفی، یافته های آزمون تی استیودنت نشان داد که مولفه های بعد رابطه ای در وضعیت مطلوبی قرار ندارند. علاوه بر این دو مولفه بعد شناختی به خوبی از عهده تبیین واریانس بعد شناختی سرمایه اجتماعی برمی آیند. یافته های آزمون همبستگی نیز نشان داد که اولاً، همبستگی مثبت متوسطی میان عناصر بعد شناختی وجود دارد. زیرا بیشترین میزان همبستگی در میان عناصر نه گانه سرمایه اجتماعی به رابطه میان حکایتها و مشترکات و رمزها و زبان مشترک بازمی گردد. به عبارتی، سازگاری درونی قابل قبولی میان این عناصر دیده میشود. ثانیاً، مولفه های بعد شناختی، همبستگی مثبتی را با سایر ابعاد سرمایه اجتماعی دارند. از طرفی، یافته های آزمون تی استیودنت نشان داد که مولفه رمزها و زبان مشترک، کمترین میانگین و مولفه روایات مشترک رتبه پنجم را در میان عناصر سرمایه اجتماعی به خود اختصاص داده و در وضعیت خوبی قرار ندارد.

سؤال دوم: آیا مولفه سرمایه اجتماعی در شرکت کفش ملی از اولویت بندی خاصی برخوردار بوده، ترتیب این اولویت چگونه است؟

نتایج آزمون فریدمن نشان می دهد که مولفه های بعد شناختی، بعد رابطه ای و بعد ساختاری به ترتیب بیشترین اولویت و اهمیت را در ابعاد سرمایه اجتماعی دارند. یافته ها حاکی از آن است که مولفه رمزها و زبان مشترک، بعد شناختی سرمایه اجتماعی بیشترین اهمیت و اولویت را در میان عناصر نه گانه سرمایه اجتماعی دارد. در تبیین چرایی این نتایج باید گفت که کارکنان به سنتها و اصول بنیادی شرکت متعهد نیستند و در برابر تنوع فرهنگی از خود بردباری نشان نمی دهند و افراد عمدتاً به دنبال منافع خود هستند و زبان و معانی مشترکی بین کارکنان و مدیران وجود ندارد. همچنین مولفه های هویت، هنجارها، انتظارات، اعتماد بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی به ترتیب رتبه های دوم، سوم، چهارم، و ششم را در میان نه عنصر سرمایه اجتماعی به خود اختصاص داده اند. در تبیین چرایی این نتایج باید گفت که افراد با یکدیگر صادق نیستند و به تعهداتی که در برابر هم دارند پایبند نبوده، در نتیجه محیط کاری خوب و دوستانه ای مشاهده نمی شود. افراد خود را به عنوان عضو یک خانواده مشترک نمی دانند. علاوه بر این مولفه های بعد ساختاری سرمایه اجتماعی یعنی پیکربندی شبکه ای، پیوندهای شبکه ای و سازماندهی (قابلیت جابجایی) به ترتیب رتبه های هفتم، هشتم و نهم را به خود اختصاص داده اند. در تبیین چرایی این نتایج باید گفت که در شرکت کفش ملی روابط بین همکاران صرفاً مربوط به فعالیت های اصلی وظایفشان است. کانالهای ارتباطی و تعامل کمی در بین کارکنان دیده می شود و به طور کلی روابط دوستانه ای کمی بین کارکنان برقرار است. اطلاعات مورد نیاز به موقع در اختیار یکدیگر قرار نمی گیرد و کارکرد تیمی مشاهده نمی شود و این وضعیت باعث کاهش ارتباط بعد ساختاری سرمایه اجتماعی می شود.

سؤال سوم: آیا مدل سرمایه اجتماعی پیشنهادی توسط ناهابیت و گوشال در شرکت کفش ملی نیز، صادق است؟ به عبارت دیگر، آیا میان ابعاد اصلی مدل مذکور رابطه ای معناداری وجود دارد؟

اجرای آزمون آماری نشان داد که مدل سه بعدی پیشنهادی از سوی ناهابیت و گوشال (۱۹۹۸) به خوبی در شرکت کفش ملی سندیت دارد. هرچند که مدل متشکل از مولفه‌ها نیز در این شرکت معتبر است، لیکن مشاهده گردید که شاخصهای برازش مدل ابعاد، بهتر از شاخصهای برازش مدل مولفه‌ها است. البته، اجرای تحلیل عاملی در مرتبه سوم مشخص کرد که سرمایه اجتماعی، یک سازه تک بعدی نیست و باید آن را یک عامل چندبعدی متصور شد زیرا مقایسه مقدار کای مربع این سطح با سطح مولفه‌ها نشان داد که آماره کای مربع در سطح سوم، بیشتر از سطح دوم است. در حالی که مدل اندازه گیری به خوبی دربردارنده الزامات روان سنجی (روایی و پایایی) بود، مدل ساختاری نشان داد که ابعاد سرمایه اجتماعی رابطه مثبت معناداری با یکدیگر دارند. یافته‌های تحقیق حاکی از آنست که بین هر سه بُعد سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؛ بطوریکه میزان ضریب همبستگی بین بُعد شناختی و ساختاری، ۰/۵۸، بین بُعد شناختی و رابطه‌ای، ۰/۶۲ و بین بُعد ساختاری و رابطه‌ای، ۰/۵۲ می‌باشد یافته‌های آزمون فریدمن حاکی از آن است که ابعاد شناختی، رابطه‌ای و ساختاری به ترتیب اولویت اول، دوم و سوم را از نظر جایگاه و اهمیت بهبود وضعیت سرمایه اجتماعی، به خود اختصاص داده و بطور کلی نشانگر اهمیت و جایگاه سرمایه اجتماعی در شرکت کفش ملی می‌باشد.

۹- پیشنهادات تحقیق

در ادامه، براساس یافته‌های منبعث از داده‌های تجربی، پیشنهاداتی در قالب اجرایی و پژوهشی ارائه می‌شود:

۹-۱ پیشنهادات کاربردی

با توجه به شکافی که در حال حاضر در عناصر سرمایه اجتماعی وجود دارد به مدیران و دست اندرکاران شرکت کفش ملی پیشنهاداتی جهت بهبود وضعیت سرمایه اجتماعی ارائه می‌شود: مدیران ارشد سازمان باید فضای مثبت و روابط کاری دوستانه را بین کارکنان ایجاد کنند و اعتماد بین مدیران و کارکنان را افزایش دهند.

پیشینه سازمان مدون و آرشیو منظمی از موفقیت‌های شرکت تهیه و در اختیار کارکنان سازمان قرار گیرد. مدیران به منظور برآورده کردن روحیه‌ها و تعلق سازمانی، باید برای کارکنان در سازمان احترام قائل شده و برای رفع مشکلات شخصی یاری و کمک کنند.

برای ابداع، نوآوری و خلاقیت در کارکنان، باید زمینه‌های مناسب فراهم شود و مدیریت ارشد سازمان اطمینان حاصل کند که کارکنان به انجام اموری که به آنها واگذار شده است تمایل دارند.

اطلاعات لازم به آسانی در اختیار کارکنان قرار گیرد تا باعث اعتماد به نفس و آگاهی آنان از وضعیت فعلی سازمان شده، موجب تحکیم فرهنگ اعتماد و همدلی می‌شود.

مدیران با مشارکت دادن و تفویض اختیار به کارکنان در ارائه پیشنهاد برای بهتر انجام شدن امور و کنترل امور انجام شده کارکنان توسط خودشان می‌توانند به عنوان عامل مشارکت و کارگروهي در افزایش توانمندی و مهارت‌ها، علاقه، وابستگی و وفاداری کارکنان در سازمانها تاثیرگذار باشند.

برقراری ارتباط و دسترسی آسان کارکنان به مدیران و سرپرستان، شفافیت و روشن بودن ارتباط‌های کاری بصورت تیمی کارکنان با مدیران و سرپرستان و آگاهی کارکنان از امور جاری شرکت در ارتباط با حوزه کاری خود به صورت فرآیندی مستمر و پویا باشد.

اهمیت مدیران به ایمنی و سلامت کارکنان در محیط کار، ایجاد موقعیتهای مناسب برای ارتقای شغلی کارکنان از طریق آموزش، غنی سازی شغلی، توسعه شغلی و چرخش شغلی، کاهش فشار و تنشهای موجود در محیط کار، می‌تواند از ناراضیاتی کارکنان بکاهد و مانع ترك کار آنها از سازمان شود.

مدیران باید با مشخص نمودن هدفها، مسئولیتها و اختیارها در سازمان، باعث بهینه سازی فرایندها و روشهای کاری شوند.

مدیران با برپایی جلسات مکرر، بازگویی اشتباهات و خطاها را به افراد بیاموزند و ضمن شرکت دادن افراد در گروههای کاری مختلف، آنها را ملزم به رعایت هنجارهای اجتماعی نمایند.

به کارکنان بیاموزند که سنتها و اصول بنیادی شرکت را سرلوحه خود قرار دهند و بدانند که کمک کردن به دیگران، در واقع کمک به پایگاه زندگی خود و خانواده سازمانی است و تنوع فرهنگی را به خوبی مدیریت کنند تا مشکلات زبانی و مفهومی در میان افراد پیش نیاید.

۹-۲ پیشنهادها برای پژوهشهای آتی

در این تحقیق، صرفاً سرمایه اجتماعی به صورت میدانی اجرا گردید. تحقیقات آتی بهتر است بر محرکهای سرمایه اجتماعی (نظیر پاداش، اعتماد، فرهنگ، سبک رهبری، کار تیمی، و غیره) و نیز بر پیامدهای منبعث از سرمایه اجتماعی (مانند سرمایه فکری، مزیت رقابتی) متمرکز شوند.

رابطه بین سرمایه اجتماعی و تعارضات سازمانی بررسی شود.

مقایسه پیامدهای سرمایه اجتماعی با سایر اشکال سرمایه نظیر اقتصادی، فرهنگی، انسانی، نیز می تواند به مدیران در فهم اهمیت این نوع سرمایه یاری رساند.

رابطه بین سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی کاری میان کارکنان و مدیریت مطالعه شود.

سازوکارهای بنیادی و تشویقی خاصی برای پرورش سرمایه اجتماعی شناسایی شود.

اجرای این تحقیق در شرکتهای مشابه بر تعمیم پذیری و غنای یافته های مربوط به سرمایه اجتماعی کمک شایانی می نماید. همچنین، با آنکه تحقیق حاضر به صورت مقطعی اجرا شده است، بهتر است محققان علاقه مند به موضوع سرمایه اجتماعی، از مطالعات طولی نیز غافل نمانند.

در این تحقیق، سرمایه اجتماعی بر اساس مفهوم سازی سه بعدی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) عملیاتی شد. از اینرو، بهتر است در تحقیقات آتی از چارچوبهای دیگری (مثلاً تنوری شبکه) برای مفهوم سازی و عملیاتی سازی سرمایه اجتماعی بهره گرفته شود.

تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و نوآوری در سازمان بررسی شود.

با آنکه در این تحقیق، نگرشهای خوداظهاری کارکنان مدنظر قرار گرفت، به محققان در مطالعات آینده پیشنهاد می شود که از سایر رویکردهای اندازه گیری سرمایه اجتماعی که مبتنی بر داده های واقعی هستند (مثلاً شاخصهای اقتصادی و نیز شاخصهای اجتماعی عددی) استفاده شود.

مراجع

- ۱- الوانی، س.م.، مدیریت عمومی، چاپ سی و هفتم تهران: نشرنی، ۱۳۸۸.
- ۲- فیضی،؟، پایان نامه دکتری، ارزیابی سرمایه اجتماعی در دانشگاه پیام نور تهران.
- ۳- علی نجفی، ز.، رابطه سرمایه اجتماعی و مدیریت مشارکتی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم پزشکی گرگان، ۱۳۸۶.
- ۴- حق شناس، ا.، ودلوی، م.ر.، نقش سرمایه اجتماعی در توسعه، ماهنامه تدبیر ۱۸۸، ۱۳۸۶.
- ۵- هاشمی، س.ا.، عباسی، ا.، بررسی رابطه بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی با میل به ماندگاری مدیران مدارس ابتدایی شهرستان لامرد، نوآوری های مدیریت آموزشی، سال نهم، شماره چهار (مسلسل ۳۶)، ۱۳۹۳.
- 6- Adler, P.S. and Kwon, S., "Social capital: prospects for a new concept", *Academy of Management Review*, Vol. 27, No. 1, pp. 17-40..۲۰۰۲
- 7- Baker, W., *Achieving Success through Social Capital*. Jossey-Bass Inc. 2000.
- 8- Bourdieu, P., "The forms of capital", in Richardson, J.G. (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press, New York, NY, pp. 241-58. 1986.
- 9- Burt, R., "The contingent value of social capital", *Administrative Science Quarterly*, Vol. 42, pp. 339-65. 1997.
- 10- Burt, R.S., "Structural holes: The social structure of competition." Cambridge. MA: Harvard University Press. 1992.
- 11- Cicourel, A. V., "Cognitive sociology," Harmondsworth, England: Penguin Books.1973.
- 12- Cohen, D. and Prusak, L., *In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work*, Harvard Business School Press, Boston, MA. 2001.
- 13- Coleman, J., "Social capital in the creation of human capital", *American Journal of Sociology*, Vol. 94, Supplement, pp. 95-120.1988.
- 14- Coleman, J., *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Mass: Harvard University Press. 1990.
- 15- Granovetter, M., "The strength of weak ties", *American Journal of Sociology*, Vol. 78, pp. 1360-80. 1973.
- 16- Hansen, M.T., "The search-transfer problem: The role of weak ties in sharing knowledge across organization subunits", *Administrative Science Quarterly*, pp 44:82-111. 1999.
- 17- Leana, C.R. and van Buren, H.J., "Organizational social capital and employment practices", *Academy of Management Review*, Vol. 24 No. 3, pp. 538-55. 1999.
- 18- Lesser, E., *Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications*. Butterworth-Heinemann.2000.
- 19- Nahapiet, J. and Ghoshal, S., "Social capital, intellectual capital and the organizational advantage", *Academy of Management Review*, Vol. 23, pp. 242-66. 1998.

**3rd NATIONAL CONFERENCE ON
Humanities Sciences**

(December, 2017 IRAN)

- 20- -Sabatini, F.,(2006) "The empires of social capital and economic development: a critical perspective", Fondazione Eni Enrico Mattei, Rome, available at: [www.socialcapitalgateway.org/Sabatini%20\(2006\)%20-%20The%20empirics%20of%20](http://www.socialcapitalgateway.org/Sabatini%20(2006)%20-%20The%20empirics%20of%20) (accessed 19 November 2007).
- 21- -Truss, C and Gill, J., Managing the HR function: the role of social capital, Personnel Review, Vol. 38 No. 6, pp. 674-695. 2009.
- 22- -Tsai, W., "Social capital, strategic relatedness and the formation of intraorganizational linkages", Strategic Management Journal, Vol. 21, pp. 925-39. 2000.
- 23- -Youndt, M.A. and Snell, S.A., "Human resource configurations, intellectual capital, and organizational performance", Journal of Managerial Issues, Vol. 16 No. 3, pp. 337-60. 2004.