

مدیریت سرمایه اجتماعی
دوره ۲، شماره ۱، بهار ۱۳۹۴، صفحات ۱۳۷ - ۱۵۴
شاپا چاپی: ۶۰۷۱-۲۴۲۳
شاپا الکترونیکی: X ۶۰۸-۲۴۲۳
<http://jscm.ut.ac.ir>

بررسی تأثیر جو سازمانی بر عملکرد سازمانی کارکنان از طریق سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان شهرداری مناطق پنج‌گانه شهر رشت)

حسین نوروزی^۱، علیرضا کاملی^۲، رؤیا بیگی^۲، مهدی مهدبی^{۲*}

۱. استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران
۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران
(تاریخ دریافت: ۹۳/۰۸/۱۲؛ تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۲/۲۷)

چکیده

سرمایه اجتماعی را می‌توان چارچوب زیرساختی برای بهبود عملکرد سازمانی دانست. پژوهش حاضر، ضمن بررسی تأثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمانی، به ارزیابی رابطه غیرمستقیم جو سازمانی بر عملکرد سازمانی پرداخته است. این مطالعه، با نمونه‌ای ۱۳۲ نفری از کارکنان شهرداری مناطق پنج‌گانه شهر رشت صورت گرفته است. روش پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی - هم‌بستگی است. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک روش مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار لیزرل انجام گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که جو سازمانی به صورت مستقیم بر سرمایه اجتماعی و به صورت غیرمستقیم بر عملکرد سازمانی اثر مثبت و معنادار می‌گذارد و سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و مستقیم بر عملکرد سازمانی گذاشته است.

کلیدواژگان

جو سازمانی، سرمایه اجتماعی، عملکرد سازمانی.

* نویسنده مسئول، رایانامه: mmg.mohazabi@gmail.com

مقدمه

سازمان‌ها برای انجام دادن امور سازمانی خود، علاوه بر معیارهای سازمانی و قانونی، به مجموعه‌ای از عوامل نیاز دارند که آنان را در پیشبرد کارهای اداری یاری دهند و نوعی هماهنگی و وحدت رویه را در حرکت به سوی شیوه مطلوب جمعی و عمومی میسر سازند. یکی از عوامل مهم در شکل‌گیری ارتباطات درون‌سازمانی و شرایط کارکنان، جو سازمانی است که تأثیر درخور ملاحظه‌ای در بهره‌وری سازمانی دارد. مدیران سازمان نیز باید همیشه به فکر بهبود و اصلاح جو سازمانی باشند تا افزون بر نگهداری کارا و اثربخش آن، در افراد انگیزه ایجاد کرده و نیازهای مادی و معنوی آنها را برآورده کنند. جو سازمانی از دو رویه جو حمایتی و جو نوآورانه تشکیل شده است (Chen & Huang, 2007). هنگامی که جو حمایتی و نوآورانه در سازمان وجود دارد، اعضای آن تمایل بیشتری به کارکردن گروهی و افزایش تعامل دارند.

از سوی دیگر، امروزه توفیق سازمان‌ها را نمی‌توان تنها در انباشت ثروت مادی و تجهیز به آخرین امکانات فیزیکی و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی ارزیابی کرد؛ زیرا سرمایه‌های مالی، فیزیکی و انسانی، بدون سرمایه اجتماعی فاقد کارایی مؤثرند (صفرزاده و همکاران، ۱۳۸۹). نظریه‌پردازان سازمانی بر این عقیده‌اند که سرمایه اجتماعی در سازمان، ابزاری حیاتی برای ارتقای عملکرد است (Yauch, 2010). مقیمی و همکاران (۱۳۹۰) معتقدند سرمایه اجتماعی بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان است. مدیران و کسانی که بتوانند سرمایه اجتماعی در سازمان ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند. سازمان‌ها تا زمانی که برای بقا تلاش می‌کنند و خود را نیازمند حضور در عرصه‌های مختلف می‌دانند، باید به بهبود عملکرد خود بپردازند. این بهبود عملکرد سازمانی حاصل نمی‌شود، مگر اینکه زمینه‌دستیابی به ارتقای سرمایه اجتماعی امکان‌پذیر باشد. سرمایه اجتماعی، خاصیت ساختار اجتماعی است که به افراد کمک می‌کند تا بر مشکلاتی که به‌طور جمعی با آن مواجه‌اند، فائق آیند.

اگر سازمان شهرداری به دنبال افزایش عملکرد سازمانی کارکنان خود است، باید در راستای تقویت جو حمایتی و نوآورانه سازمانی خود گام بردارد و بسترهای لازم را برای تقویت سرمایه اجتماعی کارکنان فراهم سازد؛ زیرا تقویت سرمایه اجتماعی در سازمان، سبب ایجاد و استحکام پیوندهای مرئی و نامرئی اجتماعی می‌شود و حس مشاکت و اعتماد اجتماعی را در جامعه افزایش می‌دهد. درباره رابطه جو سازمانی و عملکرد سازمانی، سؤالات بسیاری بی‌پاسخ مانده است و کمبود شدیدی در حوزه پژوهش‌های تجربی درباره متغیرهای میانجی بین این دو متغیر احساس می‌شود. بنابراین، هدف اصلی این مقاله، بررسی رابطه جو سازمانی و عملکرد سازمانی از طریق سرمایه اجتماعی است.

پیشینه نظری پژوهش

جو سازمانی

تعاریف متعددی از جو سازمانی ارائه شده است. یکی از این تعاریف این است که جو سازمانی محیطی است که افراد در آن کار می‌کنند؛ محیطی که منعکس‌کننده نگرش کارکنان و شیوه مدیریت سازمان است. جو سازمانی، دارایی محرمانه‌ای است که با شرح اینکه چگونه شرکت باید از کارکنانش استفاده کند، به یک کسب‌وکار سود یا زیان می‌رساند (hay group, 2009). به سیمای محیطی که افراد سازمان، به روشنی آن را درک می‌کنند، جو سازمانی گفته می‌شود (Fauziah, 2010). در تعریفی دیگر از سیدعباس‌زادگان (۱۳۸۴) جو سازمانی محیطی است که کارکنان سازمان در آن کار می‌کنند؛ جوی که بر انگیزش، عملکرد و رضایت شغلی کارکنان تأثیر می‌گذارد. جو سازمانی، نگرش و رفتار کارکنان را هم به صورت مثبت (مانند بهره‌وری و رضایت شغلی) و هم به صورت منفی (مانند غیبت از کار و ترک خدمت) و به طور مستقیم یا غیرمستقیم تحت تأثیر قرار می‌دهد و این تأثیر به وسیله کسانی اعمال می‌شود که در سازمان کار می‌کنند. داکرت (۲۰۰۴) جو سازمانی را آشکارشدن شیوه‌ها و الگوهای ریشه‌دار می‌داند که در پیش‌فرض‌ها، مصداق‌ها و اعتقادها نهفته است و فرهنگ را می‌سازد.

یزدانی و همکاران (۱۳۹۴) معتقدند جو سازمانی عبارت است از شیوه‌های متداول، باورهای مشترک و نظام‌های ارزشی سازمان. برای افراد درون سازمان، جو سازمانی به صورت مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و انتظارات است که الگوهای کلی فعالیت‌های سازمانی را توصیف می‌کند. همچنین جو سازمانی دربرگیرنده نظامی ارزشی است؛ به این معنی که مشخص می‌کند شیوه انجام کار چگونه است و باید برای چه رفتارهایی به کارکنان پاداش داده شود (Chen & Huang, 2007). مدیران سازمان نیز باید همیشه به فکر بهبود و اصلاح جو سازمانی باشند تا افزون بر نگهداری کارا و اثربخش آن، در افراد ایجاد انگیزه کرده و نیازهای مادی و معنوی آنها را برآورده کنند. جو سازمانی از دو رویه جو حمایتی و جو نوآورانه تشکیل شده است (Chen & Huang, 2007).

عملکرد سازمانی

عملکرد فرد، معیار میزان موفقیت او در انجام کارش است و معمولاً از میزان خروجی فرد (برای مثال، میزان فروش یا تولید) یا ارزشیابی میزان موفقیت رفتار فرد در مقایسه با انتظارات سازمانی به دست می‌آید (Miller & Stevens, 2012). عملکرد انسان، نتیجه مجموعه‌ای از اعمال است که برای نیل به هدفی بر پایه استانداردی خاص انجام می‌گیرند. اعمال ممکن است شامل رفتار قابل مشاهده یا پردازش ذهنی غیرقابل مشاهده (به عنوان مثال، حل مسئله، تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی یا استدلال) گردد. عملکرد سازمانی، به چگونگی انجام مأموریت‌ها، وظایف و فعالیت‌های سازمانی و نتایج انجام آنها اطلاق می‌شود. در تعریفی دیگر، عملکرد سازمانی عبارت است از دستیابی به اهداف سازمانی و اجتماعی یا فراتر رفتن از آنها و انجام مسئولیت‌هایی که سازمان به عهده دارد (Busi, 2006).

در تعریفی دیگر، عملکرد سازمانی شاخصی است که چگونگی تحقق اهداف سازمان یا مؤسسه را اندازه‌گیری می‌کند (Miller & Stevens, 2012). در عصر کنونی، تحولات شگرف دانش مدیریت، وجود نظام ارزیابی را اجتناب‌ناپذیر کرده است؛ به گونه‌ای که نبودن ارزیابی در ابعاد مختلف سازمان اعم از ارزیابی استفاده از منابع و امکانات، کارکنان، اهداف و استراتژی‌ها، یکی از نشانه‌های بیماری سازمان قلمداد می‌شود. هر سازمان به منظور آگاهی از میزان مطلوبیت و کیفیت فعالیت‌های خود،

به‌ویژه در محیط‌های پیچیده پویا، به نظام ارزیابی نیاز مبرم دارد. از سوی دیگر، نبود نظام ارزیابی و کنترل در هر سامانه به معنای ارتباط برقرار نکردن با محیط درون و برون‌سازمانی تلقی می‌شود که پیامد آن کهولت و در نهایت، مرگ سازمان است (Yauch, 2010).

عملکرد، یکی از مفاهیم بنیادین در مدیریت به‌شمار می‌رود، چراکه بسیاری از وظایف مدیریت بر اساس آن شکل می‌گیرد. به عبارتی، موفقیت سازمان‌ها را می‌توان در آیینۀ عملکردشان مشاهده کرد (ابزری و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۶).

به‌طور کلی، مدل‌های مختلف، به‌منظور سنجش عملکرد و با توجه به نوع وظایف سازمان‌ها، شاخص‌های متفاوتی ارائه کرده‌اند که خلاصه‌ای از آنها در جدول ۱ آمده است. تانجن (۲۰۰۴) بر اساس الگوی عملکرد سینک و تاتل معتقد است برای سنجش عملکرد سازمان، از پنج شاخص ذیل می‌توان استفاده کرد. در این پژوهش بر این ابعاد تأکید می‌شود.

جدول ۱. ابعاد عملکرد سازمانی بر اساس الگوی تانجن (۲۰۰۴)

عوامل	تعاریف	منابع
اثر بخشی	انجام‌دادن کارهای درست در زمان مناسب و با کیفیت مناسب	تانجن، ۲۰۰۴
کارایی	انجام‌دادن درست کارها که با نسبت مصرف موردانتظار منابع بر مصرف واقعی تعریف می‌شود.	تانجن، ۲۰۰۴
بازدهی	طبق تعریف سنتی، نسبت خروجی به ورودی تعریف شده است.	تانجن، ۲۰۰۴
کیفیت	کیفیت یعنی نداشتن عیب و خطا. عیب و خطا موجب ضایعات، تعمیرات، دوباره‌کاری، محصول مرجوع، نارضایتی مشتری، شکایت، جریمه و ازدست‌دادن مشتری می‌شود که همه اینها هزینه‌آور است.	تانجن، ۲۰۰۴
نوآوری	نظام مدیریتی است که بر رسالت سازمان تأکید دارد، به‌دنبال فرصت‌های استثنایی است، معیارهای موفقیت را مشخص می‌کند و به‌دنبال فرصت‌های جدید است.	تانجن، ۲۰۰۴

سرمایه اجتماعی و ابعاد آن

سرمایه اجتماعی مفهوم نسبتاً جدیدی در علوم اجتماعی است که به‌طور کلی عبارت است از منابع در دسترس که به‌خودی‌خود، دارایی‌های شخصی محسوب نمی‌شوند و هیچ فردی نمی‌تواند آنها را به مالکیت خود درآورد. سرمایه اجتماعی، سرمایه و موهبتی نامحسوس شناخته می‌شود که بیش

از آنکه به فرد تعلق داشته باشد، متعلق به جامعه است. سطح آن تابعی است از چگونگی روابط، گرایش‌ها و نظم‌ها میان دسته‌های فردی که گروه را تشکیل می‌دهند. چنانچه سرمایه اجتماعی کم باشد، گستره‌ای که می‌توان در آن به بسیج سرمایه انسانی دست زد، محدود می‌شود. نکته مهم و درخور تأمل این است که سرمایه اجتماعی، هم در افراد و هم در ابزار فیزیکی تولید دیده می‌شود (کلمن، ۱۳۸۴: ۴۶۲).

سرمایه اجتماعی حاصل انباشت منابع بالقوه یا بالفعلی مانند تخصص‌ها و مهارت‌ها است که به مالکیت شبکه‌ای بادوام از روابط کم‌ویش نهادینه‌شده بین افراد مربوط است که با عضویت در گروه ایجاد می‌شود. سرمایه اجتماعی در روابط میان افراد تجسم می‌یابد و موقعی به وجود می‌آید که روابط میان افراد به شیوه‌ای دگرگون شود که کنش را تسهیل کند. سرمایه اجتماعی، مجموعه‌ی هنجارهای سیستم‌های اجتماعی است که سبب افزایش همکاری اعضای آن جامعه و کاهش هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد (منظور و یادی‌پور، ۱۳۸۷).

از سوی دیگر، سرمایه اجتماعی عملکرد اقتصادی ملت‌ها، جوامع و سازمان‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (smedlund, 2008). لین (۲۰۰۱) معتقد است درحالی‌که تعاریف متعددی برای سرمایه اجتماعی وجود دارد، بیشتر دانشمندان بر این موضوع توافق دارند که سرمایه اجتماعی، هم به خود افراد و هم به مجموعه‌ی افراد سود می‌رساند (Brooks & Nafukho, 2006). در ساده‌ترین تعریف، سرمایه اجتماعی بر این ایده استوار است که روابط اجتماعی ارزش دارند. طبق نظر برت، سرمایه اجتماعی نوعی مهارت است (smedlund, 2008).

گروه «کندی» از دانشگاه هاروارد و فلور، سرمایه اجتماعی را به چند دسته متفاوت طبقه‌بندی کرده‌اند؛ اما پژوهش حاضر، به طبقه‌بندی ناهایت و گوشال توجه کرده است که با رویکردی سازمانی، به طبقه‌بندی سرمایه اجتماعی پرداخته و آن را شامل ابعاد ساختاری، شناختی و رابطه‌ای می‌داند.

بعد ساختاری: بعد ساختاری به پیکربندی غیرشخصی پیوندهای بین افراد یا واحدهای اجتماعی اشاره دارد. وجوه مهم در این بعد، سه بعد پیوند شبکه، ترتیبات شبکه و ثبات شبکه است (Yang Koh et al., 2011). به‌طور کلی، این بعد دربردارنده‌ی این موضوع است که تا چه اندازه

شبکه ایجاد شده برای هدفی خاص، ممکن است برای اهداف دیگر نیز استفاده شود (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۵).

بعد شناختی: به آن دسته از جنبه‌ها توجه دارد که بازنمایی‌ها، تفاسیر و سیستم مفهومی به اشتراک گذاشته شده بین اعضای گروه را فراهم می‌کند و وسعت سهم‌شدن اعضای گروه پروژه در ادراکی مشترک و گسترش یک رویه شناختی مشترک در میان خودشان را منعکس می‌کند (Yang Koh et al., 2011). این بعد به منابعی اشاره دارد که فراهم‌کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم‌های مشترک در میان گروه‌ها است.

بعد رابطه‌ای: روابط شخصی که مردم به واسطه سوابق تقابلات (در شرایط محیطی سازمان کم نیست) میان خودشان پرورش می‌دهند. جنبه مهم بعد رابطه‌ای، اعتمادی است که میان اعضای گروه پرورش می‌یابد و عمیق می‌شود (Yang Koh et al., 2011).

پیشینه تجربی پژوهش و تدوین فرضیه‌ها

هنگامی که کارکنان، جو حمایتی را به‌خوبی درک می‌کنند، تمایل بیشتری برای کار با همدیگر و به اشتراک گذاشتن دانش نشان می‌دهند (Johnson, 2000). همچنین از دید سرمایه اجتماعی، شرکت‌ها می‌توانند جنبه‌های متفاوتی از جو سازمانی مانند جو حمایتی و نوآورانه ایجاد کنند. هنگامی که شرکت‌ها جو نوآورانه مثبتی داشته باشند، کارکنان تمایل بیشتری به برقراری تعامل اجتماعی برای تبادل و به اشتراک‌گذاری دانش برای افکار خلاقانه دارند (Chen & Huang, 2007). به عبارتی، هنگامی که افراد جو حمایتی سازمان را به‌خوبی درک می‌کنند، احتمال بیشتری دارد که با یکدیگر رابطه تعاملی برقرار کنند و هنگامی که شرکت‌ها جو نوآورانه‌ای ارائه می‌دهند، کارکنان برای مبادله، به‌منظور خلق موضوع‌های جدید، تعامل خود را با دیگران افزایش می‌دهند (Chen & Huang, 2007).

بر مبنای مباحث فوق، این پژوهش فرضیه زیر را بررسی می‌کند:

H₁: جو سازمانی بر سرمایه اجتماعی اثر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

میلر (۱۹۹۲) معتقد است تکرار ارتباطات متقابل دوطرفه موفق بین عوامل، باعث افزایش مشارکت می‌شود و در حقیقت، تأثیر سودمندی بر عملکرد سازمانی دارد. اسپارو و همکارانش

(۲۰۰۱) دریافتند که ساختار و مشارکت درون‌سازمانی، پذیرش پاسخ‌گویی دوطرفه را بین کارکنان در ۳۸ گروه کاری در پنج صنعت مختلف تقویت می‌کند و سبب تلاش کاری بیشتر و عملکرد کاری و گروهی بهتر می‌شود. ازسوی دیگر، سرمایه اجتماعی سازمانی، عملکرد را بر اساس ایجاد توانایی کارکنان برای دسترسی به منابعی که در شبکه تعبیه گردیده و انتقال و اشتراک دانش بهبود می‌دهد (Levin & cross, 2006).

بر مبنای مباحث فوق، این پژوهش فرضیه زیر را بررسی می‌کند:

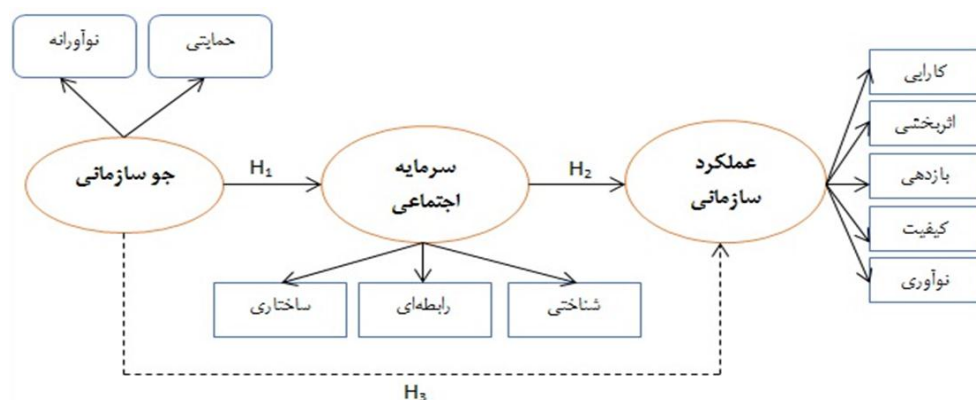
H₂: سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمانی اثر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

پژوهش‌ها حاکی از آن است که سازمان‌هایی که بر جو حمایتی، ارتباطات باز، تشریک مساعی، آزاداندیشی و پاداش دادن به موفقیت‌ها تأکید دارند، از آنهایی که جوی محدود، خشک، سرد و فاقد شور و هیجان دارند، عملکردشان بهتر است (گودرزی و گمینان، ۱۳۸۱). ازطرف دیگر، تحقیقات چهل‌ساله^۱ هی‌گروپ^۱ نشان می‌دهد جو سازمانی تأثیر بسزایی بر رفتار کارکنان و عملکرد سازمانی دارد. این بررسی‌ها بیان‌کننده آن است که جو متعالی سازمان، ازطرفی هزینه‌های جابه‌جایی کارکنان و مقاومت آنان را در برابر تغییر کاهش می‌دهد و ازسوی دیگر، سبب بهبود کیفیت کالا، نوآوری و ریسک‌پذیری می‌شود. نتیجه نهایی این تأثیرات نیز افزایش سودآوری و وفاداری مشتریان است. جو سازمانی مناسب می‌تواند در ایجاد انگیزش، بهبود روحیه کارکنان، مشارکت افراد در تصمیم‌گیری‌ها و افزایش خلاقیت و نوآوری مؤثر باشد. بنابراین، ایجاد تغییر در هر بخش از جو سازمانی، سبب تغییرات عمیقی در نحوه انجام کار و عملکرد کارکنان (حیدری و همکاران، ۱۳۸۹) و در نهایت، بهبود عملکرد سازمانی می‌گردد.

بر مبنای مباحث مذکور، این پژوهش فرضیه زیر را بررسی می‌کند:

H₃: جو سازمانی بر عملکرد سازمانی اثر غیرمستقیم، مثبت و معنادار دارد.

بعد از بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش، باید چارچوب مفهومی طراحی شود. بر همین اساس، چارچوب مفهومی با توجه به متون نظری تحقیق و مطالعات صورت گرفته، به شکل زیر ارائه می شود.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش شناسی پژوهش

از آنجا که هدف تحقیق، تعیین روابط علی میان جو سازمانی و عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی سرمایه اجتماعی است، تحقیق ما از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی و از نوع پیمایشی - همبستگی است. جامعه آماری در این پژوهش تمامی کارکنان اداری مناطق پنج گانه شهرداری رشت است. تعداد افراد جامعه آماری، ۲۱۰ نفر است. طبق جدول کرجسی و مورگان، نمونه‌ای با حجم ۱۳۲ نفر انتخاب شدند. در مدل تحلیلی تحقیق، جو سازمانی متغیر مستقل، سرمایه اجتماعی متغیر میانجی و عملکرد سازمانی متغیر وابسته است. ابزار اصلی گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه است. برای سنجش جو سازمانی از پرسش‌نامه چن و هانگ (۲۰۰۷) با پنج گویه، برای سنجش عملکرد سازمانی، از پرسش‌نامه تانجن (۲۰۰۴) با بیست گویه و برای سنجش سرمایه اجتماعی از پرسش‌نامه ناهاپیت و گوشال با دوازده گویه استفاده شده است. مقایسه در نظر گرفته شده، برای تمامی متغیرها، برگرفته از طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت است. به منظور سنجش پایایی، ابتدا نمونه اولیه شامل سی پرسش‌نامه پیش‌آزمون شد و سپس با استفاده

از داده‌های به‌دست‌آمده، ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد. نتایج در جدول زیر آمده است.

جدول ۲. پایایی سؤالات

نام متغیر	تعداد سؤالات	عدد پایایی
جو سازمانی	۵	۰/۸۱۲
سرمایه اجتماعی	۱۲	۰/۷۵۸
عملکرد سازمانی	۲۰	۰/۹۰۴
کل سؤالات	۳۷	۰/۸۲۴

آلفای کرونباخ به‌دست‌آمده برای تمامی متغیرها و کل پرسش‌نامه از ۰/۷۰ بیشتر است؛ بنابراین، پرسش‌نامه پایایی مناسبی دارد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش از طریق بررسی مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای برون‌زا (جو سازمانی) و درون‌زا (سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی) با رویکرد تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم در نرم‌افزار LISREL و بررسی مدل ساختاری پژوهش، اکتساب شده است که در ادامه به تفصیل ارائه می‌شود. قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیه‌ها و مدل‌های مفهومی پژوهش، لازم است از صحت مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای برون‌زا (جو سازمانی) و درون‌زا (سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی) مطمئن شد؛ از این رو، در ادامه، مدل‌های اندازه‌گیری این دو نوع متغیر در جدول واحدی ارائه شده است. این کار به وسیله تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم انجام گرفته است.

جدول ۳. نتایج مدل اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق (تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم)

مدل اندازه‌گیری	شامل متغیرهای	X ²	df	X ² /df	RMSEA
متغیر مستقل	جو سازمانی	۱۵/۹۵	۱۱	۱/۴۵	۰/۰۴۶
متغیر میانجی	سرمایه اجتماعی	۹/۵۲	۴	۲/۳۸	۰/۰۸۱
متغیر وابسته	عملکرد سازمانی	۳۵۰/۷۲	۱۶۶	۲/۱۱	۰/۰۷۳

بررسی تأثیر جو سازمانی بر عملکرد سازمانی کارکنان از طریق سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان...)

نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم متغیرهای برونزا و درونزا نشان داد مدل‌های اندازه‌گیری مناسب و تمامی اعداد و پارامترهای مدل، معنادار است. شاخص‌های تناسب مدل‌های اندازه‌گیری به شرح جدول ۳ است که نشان‌دهنده مناسب بودن این مدل‌ها است.

جدول ۴. آمار توصیفی و استنباطی جامعه آماری متغیرهای تحقیق

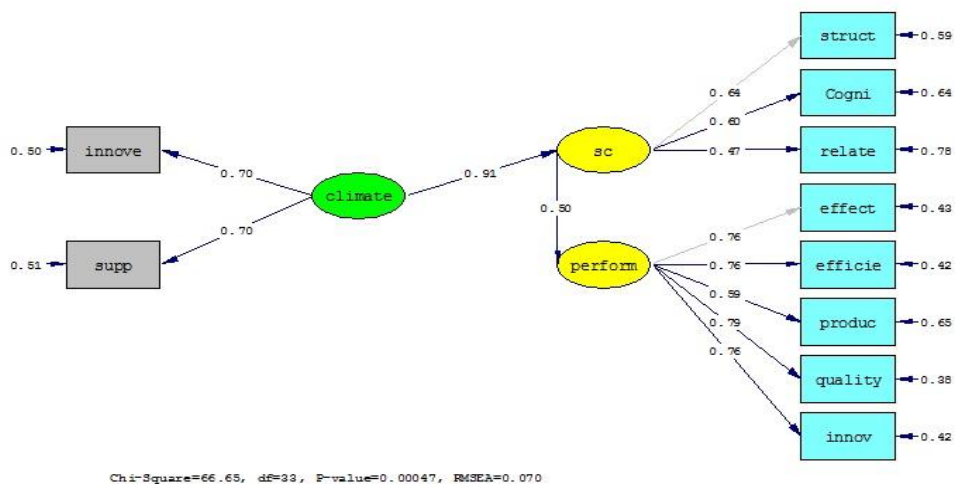
نام متغیرها و مؤلفه‌های آن	میانگین	انحراف معیار	مقدار مشاهده شده	درجه آزادی	وضعیت
جو سازمانی	۲/۹۵	۰/۷۶۹	-۰/۷۷۱	۲۰۹	متوسط
جو نوآورانه	۲/۹۹	۰/۸۷۸	-۰/۱۵۷	۲۰۹	مناسب
جو حمایتی	۲/۹۵	۰/۸۹۶	-۱/۴۲۳	۲۰۹	متوسط
سرمایه اجتماعی	۲/۸۸۴	۰/۷۶۴	-۲/۱۹۶	۲۰۹	متوسط
ساختاری	۲/۹۶۹	۰/۸۷۳	-۰/۵۱۳	۲۰۹	متوسط
رابطه‌ای	۳/۱۷۶	۰/۸۰۸	۳/۱۶۰	۲۰۹	مناسب
شناختی	۲/۹۹۱	۰/۶۰۸	-۰/۱۹۴	۲۰۹	متوسط
عملکرد سازمانی	۳/۳۲۷	۰/۵۸۸	۸/۰۶۸	۲۰۹	مناسب
کارایی	۳/۳۳۸	۰/۷۰۳	۶/۹۶۲	۲۰۹	مناسب
اثربخشی	۳/۳۱۴	۰/۷۲۶	۶/۲۷۱	۲۰۹	مناسب
بازدهی	۳/۴۲۳	۰/۶۸۸	۸/۹۲۲	۲۰۹	مناسب
کیفیت	۳/۳۶۰	۰/۷۴۴	۶/۹۹۰	۲۰۹	مناسب
نوآوری	۳/۲۰۰	۰/۸۴۱	۳/۴۴۴	۲۰۹	مناسب

همان‌طور که از جدول ۴ استنباط می‌شود، تمامی متغیرها از رویه و توزیع مناسبی برخوردارند و پراکندگی تمامی متغیرها حول عدد ۳ است.

جدول ۵. تحلیل هم‌بستگی میان متغیرهای تحقیق

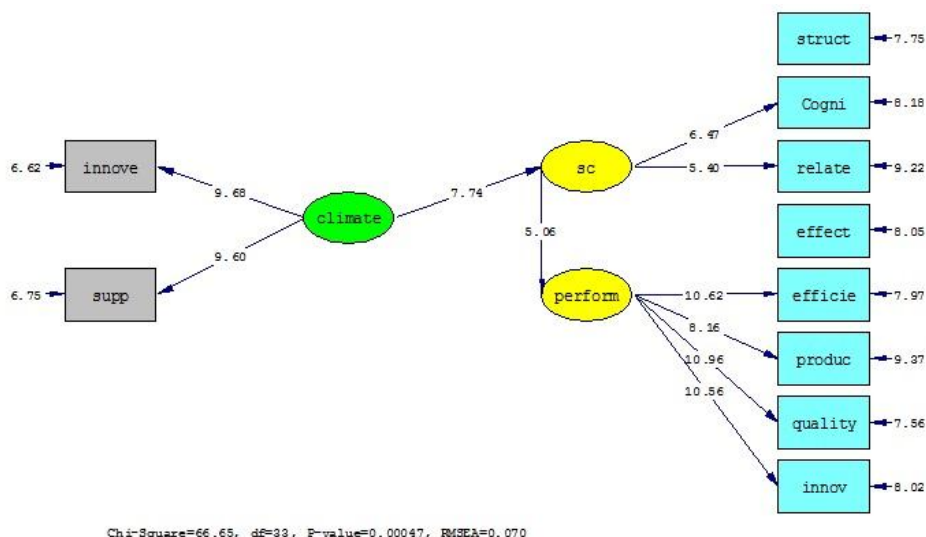
هم‌بستگی میان متغیرهای برونزا و درونزا	جو سازمانی	سرمایه اجتماعی	عملکرد سازمانی
جو سازمانی	۱		
سرمایه اجتماعی	۰/۵۴۷	۱	
عملکرد سازمانی	۰/۳۸۹	۰/۳۲۸	۱

همان‌طور که مشاهده می‌شود، رابطه جو سازمانی (متغیر درون‌زا) و سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی (متغیرهای برون‌زا) در سطح معناداری ۰/۰۱، معنادار است. بیشترین میزان هم‌بستگی معنادار به رابطه جو سازمانی و سرمایه اجتماعی با ۰/۵۴۷ و کمترین میزان هم‌بستگی معنادار به رابطه سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی با ۰/۳۲۸ مشخص می‌شود. از تحلیل هم‌بستگی میان متغیرهای درون‌زا می‌توان نتیجه‌گیری کرد که هرگونه بهبودی در جو سازمانی، سبب بهبود در سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی می‌شود.



شکل ۲. مدل تخمین استاندارد

مقدار شاخص‌های تناسب، حاکی از برازش مناسب مدل است و مقدار نسبت کای دو برابر درجه آزادی و برابر ۲/۰۱ و کوچک‌تر از مقدار مجاز ۳، مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۷۰ و کوچک‌تر از ۰/۰۸ است. در مدل بالا، جو سازمانی تأثیر مثبت و معنادار بر سرمایه اجتماعی به مقدار ۰/۹۱ درصد و سرمایه اجتماعی هم تأثیر مثبت و معنادار به مقدار ۰/۵۰ درصد بر عملکرد سازمانی می‌گذارد.



شکل ۳. مدل اعداد معنادار

همان‌طور که از مدل مذکور استنباط می‌شود، با توجه به اینکه مقدار اعداد معنادار، بیشتر از ۱/۹۶ است، جو سازمانی بر سرمایه اجتماعی و سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمانی اثر مثبت و - گذاشته است؛ یعنی فرضیه اول و دوم تأیید می‌شوند.

جدول ۶. خلاصه نتایج مدل ساختاری پژوهش

روابط	ضریب مسیر		مقدار t		نتیجه	
	تأثیر مستقیم	تأثیر غیرمستقیم	تأثیر مستقیم	تأثیر غیرمستقیم	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم
جو سازمانی - سرمایه اجتماعی	۰/۹۱	-	۷/۷۴	-	دارد	-
سرمایه اجتماعی - عملکرد سازمانی	۰/۵۰	-	۵/۰۶	-	دارد	-
جو سازمانی - عملکرد سازمانی	-	۰/۴۸	-	۵/۰۲	-	دارد

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

سازمان‌ها برای بقا به محیط‌های سازمانی انعطاف‌پذیر نیاز دارند که خلاقیت و مسئولیت شخصی را تشویق کنند و به افراد اجازه دهند تا مسئول کارهایشان باشند. در این راستا، بهبود جو سازمانی یکی از نیازهای آشکار سازمان است و پژوهش‌ها حاکی از آن است که رضایت اعضای سازمان از جو حاکم خود، ارزشی اساسی محسوب می‌شود. به عبارتی، می‌توان گفت جو سازمانی در میان سایر متغیرهای مربوط به سازمان، از عوامل نادری است که می‌توان با دستکاری آن، به تحقق اهداف سازمان کمک کرد (Johnson, 2004).

پژوهش حاضر، با هدف بررسی و تبیین تأثیر جو سازمانی بر عملکرد سازمانی از طریق سرمایه اجتماعی، در شهرداری مناطق پنج‌گانه شهر رشت صورت گرفته است. نتایج این پژوهش نیز نشان داد بین جو سازمانی و سرمایه اجتماعی تأثیر مستقیم وجود دارد. این نتیجه با یافته‌های چن و هانگ (۲۰۰۷) هم‌راستا است. بنابراین، فضای کار مناسب، بهادادن به ایده‌ها و نظریه‌های اعضای سازمان و بهره‌بردن از آنها برای دست‌یافتن به راه‌حل‌های اساسی و راهبردهای نوین در سازمان‌ها (دو بعد جو سازمانی، یعنی جو حمایتی و نوآورانه) سبب بهبود سرمایه اجتماعی در سازمان خواهد شد.

هم‌راستاکردن روابط غیررسمی با روابط رسمی و اهداف سازمان و وجود روابط غیررسمی در سازمان، نه تنها سبب کاهش تعامل اجتماعی نمی‌شود، بلکه با اندکی هدایت و هم‌راستاکردن این روابط با اهداف سازمانی، سبب بروز تعاملات اجتماعی و سینرژی (هم‌افزایی) عملکرد سازمانی نیز خواهد شد.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد. این نتیجه با یافته‌های پژوهش مقیمی و همکاران (۱۳۹۰) و ترابی و همکاران (۱۳۸۹) هم‌راستا است و آنها را تأیید می‌کند. پس برای افزایش سرمایه اجتماعی، هر مدیری باید به اهمیت سرمایه اجتماعی پی ببرد و بداند که کارها و وظایف سازمان زمانی خوب انجام خواهد شد که افراد همدیگر را شناخته و به یکدیگر اعتماد کنند. در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها

اثربخشی خود را از دست می‌دهند و بدون سرمایه اجتماعی، پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار و دشوار می‌شود.

درباره رابطه جو سازمانی و عملکرد سازمانی، تحقیقات بسیار کمی صورت گرفته است. در این پژوهش، ما به دنبال بررسی تأثیر غیرمستقیم جو سازمانی بر عملکرد سازمانی بودیم و همان‌گونه که در تحقیق آمده است، ارتباط غیرمستقیم آنها تأیید شد. این نتیجه با تحقیق هاسلید (۱۹۹۵) هم‌راستا است.

درباره این رابطه می‌توان استنباط کرد که ایجاد جو حمایتی و نوآورانه کارکنان، سبب افزایش عملکرد آنها خواهد شد. در جو باز و مطلوب، کارکنان ویژگی‌های زیر را دارند: رضایت شغلی چشمگیر، انگیزه کافی برای غلبه بر مشکلات، نیروی محرکه لازم برای پیشبرد کارها و حفظ تحرک سازمان. به علاوه، کارکنان به همکاری با سازمان خود افتخار می‌کنند، به‌خوبی با یکدیگر همکاری می‌کنند و امور سازمان را تمام و کمال انجام می‌دهند (حیدری و همکاران، ۱۳۸۹). برای ساختن جو حمایتی به‌منظور افزایش عملکرد کارکنان، پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان از ایده‌های جدید و نوآورانه آنها حمایت کنند و آنان را به ارائه نظرهای جدید و همکاری در امور ترغیب کنند. برای دستیابی به این مهم، می‌توان از رویکردهای نظام پیشنهادها، گروه‌های کاری، کمیته‌ها و گروه‌های ضربت و حلقه‌های کیفیت بهره برد.

با توجه به اهمیتی که برای هریک از پارامترهای جو سازمانی و عملکرد سازمانی کارکنان شهرداری گفته شد و عنایت به نتایج این تحقیق، پیشنهاد می‌شود شهرداری‌ها انرژی خود را در بهبود آن دسته از مؤلفه‌های جو سازمانی صرف کنند که با کارایی کارکنان ارتباط دارند و اطمینان داشته باشند پاسخ خود را با افزایش کارایی خواهند گرفت. مؤلفه‌هایی که برای افزایش کارایی و اثربخشی فعالیت کارکنان پیشنهاد می‌کنیم، به شرح زیر است:

داشتن احساس درونی مثبت به شغل، بهبود تعهد به سازمان و اهداف آن، داشتن روحیه همکاری، برقراری روابط مناسب بین همکاران و مدیران، افزایش تمایل به حل مسائل شهرداری و افزایش میزان مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها.

منابع و مأخذ

۱. ابزری، مهدی و رنجبریان، بهرام و فتحی، سعید و قربانی، حسن (۱۳۸۸). تأثیر بازاریابی داخلی بر بازاریابی و عملکرد سازمانی در صنعت هتلداری. چشم انداز مدیریت، ش ۳۱-۵۷: صفحه ۴۲.
۲. الوانی، مهدی، شیروانی، علیرضا (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی، مفاهیم، نظریه‌های و کاربردها، اصفهان: نشر مانی.
۳. ترابی، پردیس و حیدری، علیقلی و قلی‌نیا، جواد محمد (۱۳۸۹). بررسی میزان تأثیر مولفه‌های سرمایه اجتماعی در عملکرد شرکت‌های تعاونی (مطالعه موردی: تعاونی‌های دام و طیور در شهرستان مشهد)، تعاون، سال بیست و یکم، دور جدید، شماره ۲ صفحات اول و آخر.
۴. حیدری، زهرا و عسکریان، مصطفی و دوایی، مهدی (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین جو سازمانی و مدیریت تعارض از دیدگاه دبیران، فصلنامه تازه‌های روانشناسی صنعتی/سازمانی، سال اول، شماره سوم.
۵. سویزی، محسن، محمدی، فریرز (۱۳۹۰). نقش سرمایه اجتماعی در تامین امنیت سرمایه گذاری. فصلنامه ره نامه سیاستگذاری، ۲(۳)، صفحات ۱۱۹-۱۴۶.
۶. صفرزاده، حسین، احمدی شریف، محمود، ذاکری، علیرضا (۱۳۸۹). تأثیر آموزش مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر فعالیت‌های شغلی اعضای هیات علمی، نشریه علمی پژوهشی فن‌آوری آموزش، سال پنجم، جلد ۵، شماره ۲، صفحه ۱.
۷. فیضی، کامران و رونقی، محمدحسین (۱۳۹۰). ارزیابی سرمایه‌های فکری و اجتماعی شرکت‌های رتبه‌بندی شده توسط شورای عالی انفورماتیک ایران. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهشگاه علوم و فن آوری اطلاعات، ایران، دوره ۱ (۲)، صفحه ۱۸۹.
۸. کلمن، جیمز (۱۳۸۴). بنیادهای نظریه اجتماعی، مترجم: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
۹. گودرزوند چگینی، مهرداد و رضایی دیزگاه، مراد و اسدی، محمد (۱۳۹۰). تأثیر عدالت سازمانی بر سرمایه اجتماعی در صنعت بیمه ایران، ۲: صفحات ۱-۱۲.
۱۰. عباس‌زادگان، سیدمحمد (۱۳۸۴). مدیریت بهداشت روانی، مجله مدیریت، شماره ۱۰۳ و ۱۰۴، صفحات ۲۸-۳۱.

۱۱. مقیمی، سیدمحمد و امامی، فرزانه و کاظمی، معصومه (۱۳۹۰). *ارزیابی و اولویت‌بندی شاخصه‌های سرمایه اجتماعی و تأثیر آن بر عملکرد سازمانی در نظام دانشگاهی*، نشریه علمی پژوهشی مدیریت فرهنگ سازمانی، ۹(۲)، صفحات ۲۹-۶۰.
۱۲. منظور، داود و یادی‌پور، مهدی (۱۳۸۷). *سرمایه اجتماعی عامل ایجاد توسعه اجتماعی و اقتصادی*، مجله راهبرد یاس، ۱۵: صفحات ۱۴۰-۱۶۲.
۱۳. یزدانی، حمیدرضا و حمیدی زاده، علی و کاملی، علیرضا (۱۳۹۴). *بررسی تأثیر سبک رهبری و جو سازمانی بر مدیریت دانش با توجه به نقش میانجی ساختار سازمانی و تعامل اجتماعی (پیمایشی پیرامون بخش ستادی بانک ملت)*، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، دوره هفتم، شماره یکم: صفحات ۱۹۹-۲۱۶.
14. Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). *Assessing the work environment for creativity*. *Academy of Management Journal*, 39(5), pp. 1154-1184.
15. Busi, M (2006) *Collaborative performance management: present gaps and future research*, *International Journal of Procutivity and Performance Management*, Vol 55. No. 10.
16. Chen, C. J. & Huang, J. W. (2007). *How organizational climate and structure affect knowledge management- social interaction perspective*. *International journal of information management*, 27 (2): pp. 104-118.
17. Dackert, I., Loov, L.A., & Martensson, M. (2004). *Leadership and climate for innovation in teams*. *Economic and Industrial Democracy*, 25(2), pp. 301-318.
18. Ekvall, G. (1996). *Organizational climate for creativity and innovation*. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5(1), pp. 105-123.
19. Ellis JR, Hartley CL. (2000). *Managing and coordinating nursing care*. 3rd ed. Philadelphia: Lippincott.
20. Huselid, M.A. (1995). *The impact of human resource practices on turnover, productivity, and corporate financial performance*. *Academy of Management journal*. 38(3): pp. 635-672.
21. Johnson, J.J. (2004), *Differences in supervisor and non-supervisor perceptions of quality culture and organizational climate*, *Public Personnel Management*, (29) 1, pp. 28-119.
22. Kit Brooks, Fredrick Muyia Nafukho, (2006). *Human resource development, social capital, emotional intelligence: Any link to productivity?*, *Journal of European Industrial Training*, Vol. 30 Iss: 2, pp. 117-128.

23. Levin, D. Z., Whitener, E. M., & Cross, R. (2006). *Perceived trustworthiness of knowledge sources: The moderating impact of relationship length*. Journal of Applied Psychology, 91(5), pp. 1163-1171.
24. Millar, P; Stevens, J. (2012), *Managemtn training and national sport organization managers: Examining the impact of training on individual and organizational performances*, sport management, vol. 15, No.3, pp. 288-303.
25. Smedlund (2008). *The knowledge system of a firm: social capital for explicit, tacit and potential knowledge*; journal of knowledge management, vol 12, no 1, pp. 63-77.
26. Soonhee, K. (2009). *Managerial leadership, the Climate for Creativity and innovation, and a culture of innovation and Performance-Driven in local Government*. Paper Prepared for the PMRA conference.
27. Tangen, S. (2004), *Professional practice performance Measurement: from philosophy to practice*, International Journal of Productivity and performance Management, Vol.53, No.8, pp. 726-37.
28. Yauch, Ch. (2010), *Measuring agility as a performance outcome*, Journal of Manufacturing Technology Management, vol. 22, NO.3, pp. 384-404.
29. Yang Koh ,T., Rowlinson, S.(2011). *Relational approach in managing construction project safety*. Journal of A social capital perspective, Accident Analysis and Prevention.
30. West, M. A., & Farr, J. L. (1989). *Innovation at work: psychological perspectives*. Social behaviour, 4 (11), pp. 15-30.