

رابطه بین سرمایه اجتماعی با هویت سازمانی در بین کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی

فردوس منتظر الظهور^۱، مطهره حیدری^۲، سیروس عبدالهی^۳

^۱ عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی

^۲ دانشجوی مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد

^۳ دانشجوی مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی و تبیین رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی با هویت سازمانی کارکنان انجام شده است و از لحاظ نوع تحقیق کاربردی که با روش توصیفی-پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق کلیه کارکنان دانشگاه آزاد بوده که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای با انتساب متناسب نمونه ای به حجم ۱۵۰ انتخاب گردید. گردآوری داده ها از طریق پرسشنامه های سرمایه اجتماعی (فرجی، ۱۳۸۹) و همچنین برای بررسی و تحلیل هویت سازمانی کارکنان از پرسشنامه استاندارد هویت سازمانی والتون (۱۹۷۳) با کمی تغییرات انجام شده است که روایی محتوایی پرسشنامه از طریق نظر خبرگان بررسی شد. برای بررسی پایایی ابزار از آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار آلفای کرونباخ بدست آمده ۰/۸۷ می باشد که حاکی از پایایی مناسب ابزار تحقیق می باشد. جهت تحلیل داده ها از آزمون های همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده گردید. نتایج آزمون همبستگی پیرسون حاکی از آن بود که بین سرمایه اجتماعی سازمانی و همچنین هویت سازمانی کارکنان دانشگاه رابطه مثبت و معنی داری ۰/۶۸ وجود دارد. بعلاوه نتایج آزمون همبستگی نشان داد که تمامی مؤلفه های سرمایه اجتماعی با هویت سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نیز حاکی از آن بود که از بین مؤلفه های سرمایه اجتماعی، چهار بعد شبکه ها، اعتماد، روابط و فهم متقابل به عنوان متغیرهای پیش بین، معیار ورود به معادله نهایی رگرسیون برای توضیح تغییرات هویت سازمانی (متغیر ملاک) را دارند و مؤلفه های تعهد، ارزشها و همکاری به دلیل نداشتن سهم معنادار در پیش بینی هویت سازمانی از معادله حذف شدند.

واژه های کلیدی: سرمایه اجتماعی، هویت سازمانی، کارکنان.

مقدمه

در جوامع امروزی، علاوه بر سرمایه های فیزیکی، انسانی و اقتصادی، نوع دیگری از سرمایه مورد بحث قرار می گیرد که سرمایه اجتماعی نامیده می شود. میزان و نحوه تعاملات کنشگران اجتماعی که امروزه از آن سرمایه اجتماعی یاد می کنند، از مهمترین موضوعات مورد بررسی پژوهشگران است (پاتنام، ۲۰۰۵). سرمایه اجتماعی، بستر مناسبی برای بهره وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان، قلمداد می شود. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان، سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می سازند. به کارگیری سرمایه اجتماعی در سطح سازمانی، مزایا و ابعاد و مؤلفه هایی دارد که متناسب با فرهنگ جامعه است (رحیمی و آقابابایی، ۱۳۹۲). از طرف دیگر یکی از سازمان های حیاتی و اساسی در سطح جامعه که دارای ارتباطی مستمر و پویا با آن می باشد، دانشگاه می باشند و کارکنان آن ها به ویژه کارکنان، مسئولیت ارائه بخش مهمی از خدمات دانشگاه به کارکنان را برعهده دارند. البته کیفیت و نوع خدمات ارائه شده توسط کارکنان در دانشگاه نیز به شدت تحت تاثیر محیط کاری آن ها و به نوعی هویت سازمانی آن ها بستگی دارد.

بنابراین تحقیق و بررسی کیفیت هویت سازمانی کارکنان در محیط های دانشگاه، ازجمله مسائل اساسی است که از یک سو باعث ارائه بازخورد مطلوب و به موقع برای تجزیه و تحلیل مسائل مربوط به دانشگاه شده و مبنای مناسب برای تصمیم گیری ها و همچنین برنامه های استراتژیک برای مدیران و دست اندکاران دانشگاه فراهم می آورد و از سوی دیگر دانشگاه از هویت سازمانی خود یا به بیان دیگر از کیفیت محیط خود، آگاه شده و می تواند در صورت نیاز به ارتقا و افزایش آن اقدام کند. در این راستا عوامل مهمی وجود دارند که می توانند موجبات ارتقای هویت سازمانی در دانشگاه را فراهم کنند، یکی از این عوامل که به طور مستقیمی باعث ارتقا و افزایش هویت سازمانی در دانشگاه می شود، اهمیت دادن به نقش سرمایه اجتماعی در دانشگاه است که می تواند در بهبود ارائه کیفیت خدمات آن ها موثر باشد. به بیان دیگر بهبود ارتقای کیفیت محیط کار و هویت سازمانی دانشگاه برای کارکنان در سایه توجه و اهمیت دادن به نقش سرمایه اجتماعی سازمانی، موجبات ارائه خدمات مطلوب تر و اثربخش به کارکنان را فراهم می آورد. در همین رابطه تحقیق حاضر با توجه به اهمیت این موضوع و مسئله به بررسی و تحلیل رابطه بین سرمایه اجتماعی و هویت سازمانی کارکنان پرداخته است.

پیشینه تحقیق

همانند تعداد زیادی از مفاهیم جامعه شناسی، سرمایه ی اجتماعی یک مفهوم فرا رشته ای، چند وجهی، مبهم، با تعاریف مختلف و از موضوعات مورد بحث در چند دهه ی اخیر است. تعداد زیادی از محققان، سرمایه ی اجتماعی را به عنوان اعتماد و هنجارهای گروه های شهروندی و بعضی دیگر این مفهوم را به عنوان ارزشهای فرهنگی از قبیل دلسوزی، نودوستی، تعاون و بردباری تعریف می کنند (چو^۱، ۲۰۰۶). از نظر برخی دیگر، سرمایه ی اجتماعی روابط و هنجارهای شکل دادن به کمیت و کیفیت تعامل اجتماعی در یک جامعه است. سرمایه ی اجتماعی، تنها سرجمع نهادهای پایه ریزی شده و نهادینه شده در یک جامعه نیست، بلکه مانند چسبی است که آنها را در کنار یکدیگر نگه می دارد (احمدی، ۱۳۸۳: ۳۲).

اصولاً سرمایه اجتماعی شامل نهادها، روابط، گرایش ها، ارزش ها و هنجارهایی است که بر رفتار و تعاملات بین افراد حاکم است (گروتر و فن بستلر به نقل از زاهدی مازندرانی، ۱۳۸۶). به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی شبکه ای از روابط اجتماعی و هنجارهایی است که مردم را قادر به عمل جمعی می کند (وولکاک و نارایان، به نقل از زاهدی مازندرانی، ۱۳۸۶) و در نتیجه روابط اجتماعی معنی داری گسترش می یابد که افراد با هم و به مرور زمان به منظور خلق آن سرمایه گذاری می کنند (بروکس و نافوخو^۲، ۲۰۰۶) و تنها از طریق این ارتباطات (گروتر^۳ و دیگران، ۲۰۰۳) و عضویت در اجتماع قابل دسترسی

^۱ Chou

^۲ - Brooks & Nafukho

^۳ - Grootaert

است (ماسکل^۱، ۲۰۰۰؛ به نقل از فاریس^۲، ۲۰۰۴)؛ به عبارت دیگر ویژگی ذاتی سرمایه اجتماعی این است که در روابط اجتماعی شکل می گیرد. به تعبیر پورترز (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی در درون ساختار روابط افراد یافت می شود. برای برخورداری از سرمایه اجتماعی، فرد باید با دیگران رابطه داشته باشد و در واقع همین دیگران هستند که منبع واقعی برخورداری فرد از مزایا و امتیازات محسوب می شوند. وکوئنت و بوردیو (۱۹۹۲) سرمایه اجتماعی را منابعی ارزشمند که سازمان می تواند از طریق شبکه ارتباطی خود به آن دست یابد، معرفی می کند. در حالی که هیث و ایرلند (۲۰۰۲) آن را ارتباط میان افراد و سازمان ها که اقدامات را تسهیل و ارزش خلق می کند، تعریف می کنند (امینی، ۱۳۸۶). لینا و ون بورن (۱۹۹۹) آن را منبعی می دانند که خصوصیات تعاملات اجتماعی در سازمان را منعکس می کند و از طریق سطح اعتماد مشترک افراد و همچنین تمایل به اهداف مشترک شناسایی می شود.

با جمع بندی نظرات ابراز شده می توان سرمایه اجتماعی را مجموعه ای از شبکه ها، هنجارها، ارزشها و درکی دانست که همکاری درون گروه ها و بین گروه ها را در جهت کسب منافع متقابل تسهیل می کند و این نوع از سرمایه را معمولاً با نرخ مشارکت افراد در زندگی جمعی و وجود عامل اعتماد در بین آنان بیان می کنند (عزیزیانی فر و قاسمی، ۱۳۸۷). به طور کلی مطالعات انجام شده در ارتباط با سرمایه اجتماعی بر دو دیدگاه متمرکز می باشد. دیدگاه اول بر روی استفاده افراد از سرمایه اجتماعی موجود در سازمان متمرکز می باشد- اینکه چطور افراد به منابع سازمانی موجود در شبکه های اجتماعی برای دستیابی به اهداف شخصی خود استفاده می کنند، از قبیل دستیابی به شان و مقام (برت به نقل از سان و لین، ۲۰۰۸). دیدگاه دیگر بر روی استفاده گروه ها از سرمایه اجتماعی موجود در سازمان تاکید می کند - اینکه چطور مشارکت در گروه ها و انجمن ها دسترسی به اهداف جمعی را افزایش می دهد- از قبیل توسعه اجتماعی و مشارکتی (پاکستون به نقل از سان و لین، ۲۰۰۸)؛ بنابراین همانطور که ملاحظه می کنید سرمایه اجتماعی موجود در سازمان از دارایی های ارزشمندی محسوب می شود که نه تنها باعث به هم پیوستگی گروه ها و انجمن ها می شود در سازمان شده و آنها را در رسیدن به اهداف گروهی یاری می دهد، بلکه به تک تک افراد نیز کمک می کند تا از منابع سازمانی موجود در شبکه های اجتماعی برای دستیابی به اهداف شخصی خود استفاده کنند.

ویلانوا و جوسا (۲۰۰۳) سرمایه اجتماعی را پدیده ای مدیریتی در نظر گرفته که شامل هفت مولفه: اعتماد (هنجارها)، ارزش های مشترک، روابط، همکاری، تعهد متقابل، فهم متقابل و شبکه ها می باشد. سرمایه اجتماعی به این ابعاد متکی می باشد و بدون وجود حتی یکی از این ابعاد نیز قابل تصور نمی باشد.



شکل شماره (۱). ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه ویلانوا و جوسا (۲۰۰۳)

- **شبکه ها:** یکی از جنبه های بسیار مهم سرمایه اجتماعی که در این مقاله مطرح است، عضویت در شبکه هاست. شبکه ها در توسعه هویت و خودباوری فرد بسیار مهم هستند. از طریق شبکه هاست که افراد ارتباطات خود را با دیگران ایجاد می کنند. کهن و پروساک اظهار میکنند که احساس تعلق همراه با شناسایی و تحسین از سوی همکاران یک پاداش سازمانی مهم

^۱- Maskell

^۲- Faris

برای کارکنان است. پیامدهای مهمی در پیوستن به یک شبکه بخصوص برای تازه واردها در سازمان وجود دارد. از طریق عضویت در شبکه های اجتماعی و سازمانی است که کارکنان می توانند احترام همکاران و همقطاران خود را به دست آورند. شبکه ها تعهد و وفاداری بین اعضا و حمایت سازمانی را به وجود می آورند (حسن پور و نیاکان، ۱۳۸۶).

• **اعتماد:** اعتماد انتظار رفتار منظم، صادقانه و همکارانه از دیگر افراد است که در یک اجتماع بر اساس هنجارها نمود پیدا می کند. در یک محیط پویا با اطلاعات ناقص، اعتماد برابر است با زمینه اولیه صداقت، تمایل به ریسک پذیری، همکاری و تلاش در جهت اهداف و تمایلات گروه (ویر^۱، ۲۰۱۷). هولما و نیستد تب (۲۰۰۵) معتقدند هنگامی که روابط شخصی یا نهادی از اعتماد بالایی برخوردار باشد، افراد عموماً تمایل دارند در تبادلات اجتماعی مشارکت و به طور مشخص همکاری کنند، اعتماد با افزایش تعاملات، کاهش هزینه کنترل کاهش فرصت طلبی، عملکرد سازمانی را بهبود می بخشد (پورس^۲، ۲۰۰۷). تمایل به همکاری متقابل، احتمال رفتارهای سودجویانه و انگیزه های منفی در سازمان را کاهش می دهد و هرچه قدر میزان اعتماد افزایش یابد، تمایل به راه حل های همکارانه بیشتر می شود (شریفیان ثانی، ۱۳۸۴: ۱۳۱).

• **ارزش ها:** بر طبق این رویکرد سرمایه اجتماعی یک پدیده ذهنی است که از مجموعه ای از ارزشها و نگرشهای مؤثر یا تعیین کننده افراد در مورد نحوه ی ایجاد ارتباط با همدیگر تشکیل شده است. به این ترتیب، سرمایه اجتماعی بر آن ارزشها و نگرشهای فرهنگی تأکید می کند که افراد را به همکاری، تفاهم و همدلی با یکدیگر متمایل می سازد. همچنین موجب پیوند اعضای سازمان به همدیگر می شود و افراد را از محاسبه گران خود خواه و خود پرست و دارای وجدان اجتماعی و حس تعهد متقابل ضعیف، به اعضای اجتماعی که دارای منافع و تصورات مشترک در باره روابط اجتماعی و حس مشترک اند، تغییر می دهد (نیوتن ترجمه محمدزاده، ۱۳۸۷).

• **روابط:** منظور از روابط ارتباطات میان دو شخص یا دو گروه است که می تواند صورت های گوناگونی چون همکاری، مبادله، وصلت و دوستی به خود بگیرد (مورهد و گریفین، ۱۳۸۳: ۲۹۶). وجود روابط عاطفی فراگیر در ساختاردهی سازمان به کارکنان اجازه می دهد به ارزش ها و توانمندی های سازمانی به شیوه های سازمان یافته پاسخ دهند (منوریان و همکاران، ۱۳۸۶). روابط اجتماعی، ایجادکننده کانالهای اطلاعاتی هستند که میزان زمان و سرمایه گذاری مورد نیاز را برای گردآوری اطلاعات کاهش می دهند (دموری و همکاران، ۱۳۸۷).

• **همکاری:** بیانگر یک عمل جمعی است که اعضای سازمان با دیگران در جامعه و یا گروه خود در موارد مشترک اقدام می نمایند (محمدی، ۱۳۸۴: ۱۵۸). بیر و همکاران (۲۰۰۳) تأکید می کنند همکاری پیش شرط هماهنگی است که خود لازمه نوآوری و موفقیت رقابتی است. اسکول (۲۰۰۳) می گوید همکاری منجر به تبادل دانش قوی تر، بازتر و واقعی تر می شود. او شرح می دهد دانش در حضور تناسب کوششی توسعه می یابد، تبادلی که در آن کارایی عملکرد گروهی افزایش می یابد (امینی، ۱۳۸۶).

• **تعهد:** تعهد را می توان اصولاً به پیوند روانی فرد یا گروه به سازمان تعریف کرد که در آن احساس درگیر بودن شغلی، وفاداری و باور به ارزش های سازمان جای دارد (طوسی، ۱۳۷۲). این جنبه از سرمایه اجتماعی شامل تصور برکه های اعتباری می باشد که از انتظارات و تعهدات متقابل ناشی شده است. برای این شکل از سرمایه اجتماعی دو عنصر بسیار حیاتی هستند: سطح اعتماد و محیط اجتماعی که بازپرداخت تعهدات و گسترش میزان واقعی تعهداتی که بر عهده گرفته شده است را تضمین می کند. همچنین تلاقی تعهدات و نتظارات به طور کلی، احساس ارزش های مشترک و احساس هویت مشترک را بازتاب می نماید. گسترش واقعی تعهدات همچنین به وسیله تعدادی عوامل از قبیل نیاز افراد به کمک تحت تاثیر قرار خواهد گرفت؛ بنابراین می توان گفت که سرمایه اجتماعی مکانیسمی را برای بررسی و تایید انتظارات فراهم می کند (اسپلبرگ^۳، ۲۰۰۱).

(۱۱)

^۱ Weber^۲ Pors^۳ Spellerberg

• **فهم متقابل:** همدلی یا فهم متقابل را به عنوان وحدت دلها هم آورده اند، اما بیشتر منظور، پیدا کردن حس مشترک است. فهم متقابل یعنی اینکه فرد بتواند زندگی دیگران را حتی در زمانی که در آن شرایط قرار ندارد، درک کند. فهم متقابل به فرد کمک می کند تا بتواند انسان دیگر را حتی وقتی با آنها متفاوت است، بپذیرد و به آنها احترام بگذارد. فهم متقابل روابط اجتماعی را بهبود می بخشد و به ایجاد رفتارهای حمایت کننده و پذیرنده، نسبت به انسان های دیگر منجر می شود. مهارت های مذکور سبب ایجاد دوستی مقابل بین اعضای سازمان می شود و سبب توسعه و بهبود روابط اجتماعی می گردد، به طوریکه پیوندهای بین اعضا در این شبکه قوی تر می شود (صیادی، ۱۳۸۸).

به طور کلی سرمایه اجتماعی به این ویژگی ها (اعتماد، ارزش، روابط، همکاری، تعهد متقابل، فهم متقابل و شبکه ها) متکی می باشد. سرمایه اجتماعی حتی بدون یکی از این ویژگی ها و مشخصات نمی تواند وجود داشته باشد؛ بنابراین با توجه به ماهیت سرمایه اجتماعی و اینکه تاکید اصلی آن بر روی اعتماد، ارتباطات و شبکه های سازمانی متمرکز است، می تواند در سازمان های آموزشی به ویژه دانشگاه با خلق و ایجاد روابط در بین افراد در سطوح مختلف، موجب افزایش و ارتقای هویت سازمانی در دانشگاه شود؛ به عبارت دیگر با افزایش ارتباطات و پیوندهای اثربخش - سرمایه اجتماعی - در دانشگاه، نوعی تلاقی روابط و همچنین اعتماد همه جانبه بین مدیران و کارکنان به ویژه کارکنان و همچنین بین کارکنان با یکدیگر به وجود می آید که این به نوبه خود منجر به ارتقای هویت سازمانی در بین آن ها می شود.

هویت سازمانی

هویت سازمانی کارکنان، به این معنی است که کارکنان قادر باشند نیازهای ضروری و شخصی خود را از طریق کار کردن در مراکز ارضاء نموده و در نهایت به اهداف سازمانی نائل شوند (چیو و همکاران^۱، ۲۰۰۷). درک و نتیجه ارتقای هویت سازمانی کارکنان عامل مهمی در دستیابی به سطوح بالای کیفیت مراقبت از کارکنان می باشد. هویت سازمانی کارکنان بدین معنی است که آنان بتوانند نیازهای مهم فردی را از طریق تجربه و آزمون خود در سازمان رفع نمایند (دهقان نیری و اسدنوقایی^۲، ۲۰۰۹).

محیط کاری با کیفیت بالا به عنوان شرط و پیش زمینه اساسی توانمندسازی منابع انسانی مورد نیاز مراقبت بهداشتی شناخته شده است. هویت سازمانی در دانشگاه یکی از اهداف مرکزی بسیاری از سازمان ها قرار گرفته است و ارتقای هویت سازمانی کارکنان یکی از عوامل مهم جهت اطمینان از پایداری سیستم آموزشی معرفی شده است (دهقان نیری و همکاران^۳، ۲۰۰۸). به بیان دیگر سازمان های آموزشی بویژه دانشگاه به علت اهمیت وظایفی که در زمینه پیشگیری، آموزش و مراقبت از کارکنانبر عهده دارند، از جایگاه ویژه ای در جامعه برخوردار هستند (ساموئلس و همکاران^۴، ۲۰۰۳)، به عبارتی بهبود هویت سازمانی در هر سازمانی می تواند آرامش روانی و انگیزه های پیشرفت را در بین کارکنان تقویت نماید (هاولو^۵، ۱۹۹۱)؛ بنابراین توجه و اهمیت به هویت سازمانی کارکنان در دانشگاه، امری ضروری و اجتناب ناپذیر بوده و در صورت رعایت و فراهم کردن شرایط آن در سازمان، کیفیت خدمات آموزشی ارتقای قابل توجهی خواهد یافت.

هویت سازمانی توسط پژوهشگران به روش های مختلفی تعریف شده است که مترادف مواردی همچون کیفیت کار، عملکرد مفاد کار، خوب بودن کارمند، محیط کار و تعادل بین نیازهای شغل و استقلال تصمیم گیری یا تعادل بین کنترل نیاز و کنترل ظرفیت در نظر گرفته شده است. همچنین در تعریف این اصطلاح آمده است هویت سازمانی درجه ی رضایت کارکنان از میزان برآورده شدن نیازهای مهم فردی و خواسته های سازمانی از طریق تجربیات شان در سازمان کاری شان حین دستیابی به اهداف سازمان می باشد. به بیان دیگر هویت سازمانی یک مفهوم پیچیده، چندبعدی و عام و یک مجموعه ی تحلیل کننده از

¹ Chiu et al

² Dehghan Nayeri & Asadinoghaby

³ Dehghan Nayeri et al

⁴ Samuels et al

⁵ Havlo

چگونگی تجربه ی افراد از کار و سازمان می باشد (دهقان نیری، ۲۰۱۱). به نظر می رسد هویت سازمانینگرش ها و احساسات کارکنان نسبت به شغل شان می باشد (همان). همچنین هویت سازمانی به عنوان ادراک کارکنان از بهداشت فیزیکی و روانی خود در کار مطرح می شود (کاسیو^۱، ۱۹۹۲) یا به میزان توانایی کارکنان در ارضای نیازهای شخصی مهم خود با استفاده از تجربیاتی که در سازمان کسب کرده اند؛ اشاره دارد (الوانی و معمارزاده^۲، ۲۰۰۱). در واقع هدف بسیاری از تعاریف در این زمینه، دستیابی به یک محیط کاری کارآمد است که بتواند نیازهای فردی و سازمانی را برآورده سازد و ارزشهایی را که باعث بهبود بهداشت، رفاه، امنیت شغلی، رضایت شغلی، توسعه مهارت ها و توازن بین زندگی کاری و غیر کاری میشود را ارتقاء بخشد (ریتنام و اسماعیل^۳، ۲۰۰۸).

نگرش جاری به هویت سازمانی کلیه جنبه های مربوط به کارکنان، منافع سازمان و جامعه را هم زمان مدنظر قرار می دهد و محدود به تغییر محتوای کار، یکنواخت کردن قوانین و استانداردهای کار، بهبود سازمانی و غنی سازی شغل نیست. بلکه ضمن توجه به کلیه عوامل مذکور، به انسانی کردن کار و محیط کار به منظور ایجاد علاقه و انگیزه در کارکنان از طریق پاسخگویی به نیازهای آنان، زمینه های پیشرفت و بهبود شایستگی های آنان احترام به شخصیت آنان، جلب مشارکت و همکاری و توجه به عوامل فیزیکی و روانی محیط کار نیز می پردازد. در واقع هویت سازمانی نوعی احساس مسئولیت اجتماعی در مدیران ایجاد می کند که به منافع کارکنان نیز بیانیدشد تا در مقابل کارکنان نیز منافع سازمان را تضمین نمایند (شریف زاده و همکاران، ۱۳۹۰).

به طور کلی محققان و صاحب نظران مختلف با توجه به دیدگاه های خود ابعاد و شاخص های مختلفی را برای هویت سازمانی در نظر گرفته اند. از میان دیدگاه های مطرح شده نسبت به ابعاد و مولفه های هویت سازمانی، دیدگاه والتون (۱۹۷۳: ۱۱-۱۲) یکی از جامع ترین دیدگاه ها در زمینه ابعاد و مولفه های هویت سازمانی می باشد. والتون (۱۹۷۳: ۱۱-۱۲) در ارائه چارچوبی برای تجزیه و تحلیل هویت سازمانی آن را به هشت عامل تقسیم نمود:

پرداخت منصفانه و کافی: منظور پرداخت مساوی برای کار مساوی و نیز تناسب پرداختها با معیارهای اجتماعی و معیارهای کارکنان و تناسب آن با دیگر انواع کار می باشد. پاداش های تعلق گرفته به کارکنان در کار نیز بایستی بالاتر از حداقل استاندارد زندگی باشد.

محیط کاری ایمن و بهداشتی: منظور، ایجاد شرایط کاری ایمن از نظر فیزیکی و نیز تعیین ساعات کار منطقی است. همچنین محیط کاری بایستی اثرات آلودگی را که میتواند تأثیر معکوسی بر وضعیت فیزیکی و ذهنی کارکنان در محیط کار بر جای گذارد، کاهش دهد.

تأمین فرصت رشد و امنیت و مداوم: به معنای فراهم نمودن زمینه بهبود توانایی های فردی، فرصت های پیشرفت و فرصت های به کارگیری مهارت های کسب شده و تأمین امنیت درآمد و اشتغال می باشد. کارکنان نبایست تحت شرایط ثبات کاری و درآمدی در آینده کار کنند.

قانون گرایی در سازمان کار: منظور، فراهم نمودن زمینه آزادی سخن کارکنان بدون ترس از انتقام مقام بالاتر و نافذ بودن سلطه قانون نسبت به سلطه انسانی میباشد. لذا بایستی رویه های خاصی که ناظر بر تضمین حقوق کارکنان میباشد، در محیط کاری وجود داشته باشد.

^۱ Cascio

^۲ Alvani & Memarzade

^۳ Rethinam G, Ismail

وابستگی اجتماعی زندگی اجتماعی: به چگونگی برداشت (ادراک) کارکنان در مورد مسئولیت اجتماعی سازمان اشاره دارد. این مؤلفه اقداماتی که در جهت افزایش درک کارکنان نسبت به مقاصد و اهداف سازمان و اهمیت مشارکت آن در تحقق آن اهداف انجام میگیرد را نیز شامل می شود.

فضای کلی زندگی: این مؤلفه به برقراری توازن و تعادل بین زندگی کاری و دیگر بخش های زندگی کارکنان که شامل اوقات فراغت، تحصیالت و زندگی خانوادگی می شود، مربوط می باشد. این عامل توجه به فعالیت های کاری بر روی زندگی خصوصی کارکنان را نیز شامل می شود.

یکپارچگی و انسجام اجتماعی در سازمان: ایجاد یک فضا وجود کاری که احساس تعلق کارکنان به سازمان و اینکه آنان مورد نیاز سازمان می باشند را تقویت نماید. در این راستا هرچیزی که بالقوه می تواند منجر به عدم شناسایی افراد با گروههایی که بدان تعلق دارند، بایستی از صحنه کار حذف و ارزش، حفظ اصالت، منافع افراد در سازمان و تشویق به شکل گیری تیم ها و گروه های اجتماعی منجر شود.

توسعه قابلیت های انسانی: به فراهم بودن فرصت هایی چون استفاده از استقلال و خود کنترلی در کار، بهره مند شدن از مهارت های گوناگون، دسترسی به اطلاعات متناسب با کار و برنامه ریزی کار برای کارکنان اشاره دارد. در این راستا مشاغل بایستی به گونه ای طراحی شوند که قابلیت برآورده نمودن نیاز سازمان به تولید و نیازهای افراد به کار جالب، پرمعنا و چالشی را داشته باشد (والتون، ۱۹۷۳: ۱۱-۱۲).

علاوه بر مطالعات نظری که بیانگر رابطه بین سرمایه اجتماعی و هویت سازمانی می باشند، مطالعات و پژوهش های عملی نیز این مدعا را ثابت کرده اند و نشان داده اند که هرچه سرمایه های اجتماعی موجود در سازمان افزایش یابد به همان میزان بر هویت سازمانی کارکنان نیز افزوده خواهد شد و با سرمایه اجتماعی بالا، محیط سازمان آرام بخش تر خواهد بود.

سیاهکل محله و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود تحت عنوان "بررسی نقش عدالت سازمانی، تعهد سازمانی و رضایت از شغل بر هویت سازمانی کارکنان دانشگاه دولتی پورسینای شهر رشت" دریافتند که در میان عوامل جمعیت شناختی تنها متغیر سابقه شغلی رابطه منفی معنی داری با هویت سازمانی داشت. کلیه ابعاد رضایت شغلی، تعهد سازمانی (به جز تعهد مستمر) و عدالت سازمانی رابطه مثبت و معناداری با هویت سازمانی نشان دادند.

فیضی و محمد (۱۳۸۸) در پژوهشی تحت عنوان "بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و هویت سازمانی میان کارکنان کارکنان و مدیریت توسعه منابع انسانی شرکت ملی نفت ایران" به بررسی و تحلیل رابطه بین سرمایه اجتماعی و هویت سازمانی پرداختند. نتایج تحلیلها نشان داد که مولفه های نداشتن استرس و روابط با همکاران نمیتوانند هویت سازمانی کارکنان را در جامعه مورد بررسی که حدوداً ۱۰۰ نفر را تشکیل می دادند اندازه گیری کنند در نتیجه از مدل پژوهش حذف شدند. تحلیل نهایی مدل نشان داد رابطه بین سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی کاری، ۹۸ درصد است که نشان دهنده رابطه بسیار قوی است بطوریکه با همسانی (یعنی ۱) تنها ۰/۰۲ درصد فاصله دارد. بعبارت دیگر با یک واحد تغییر در سرمایه اجتماعی، کیفیت زندگی کاری ۰/۹۸ تغییر می کند.

زارعی متین (۱۳۸۸) در تحقیقی به شناسایی مؤلفه های نشاط در محیط کار و سنجش وضعیت این مؤلفه ها در سازمان های اجرایی استان قم پرداخت. نتایج نشان داد که در سازمان های منتخب استان قم، مؤلفه های یادگیری سازمانی، خودگشودگی، مشارکت، عدالت، مثبت اندیشی و ساختار منعطف، در وضعیت نامناسب و مؤلفه های معنادار بودن کار، علاقه به کار، امنیت در محیط کار و تعامل با همکاران، در وضعیت متوسط می باشند.

ادوارد سون (۲۰۰۳) در تحقیقی نشان داد که کیفیت محیط کار، دارای ویژگی هایی مثل توانایی کنترل موقعیت کار، مشارکت در فرایندهای تصمیم گیری، محیط کار فیزیکی ایمن و توانایی توسعه روابط اجتماعی از طریق کار می باشد

رکونا (۲۰۰۲) توانست اثبات کند که رابطه قوی بین سرمایه اجتماعی و هویت سازمانی وجود دارد. بدین معنی که وجود و اشاعه سرمایه اجتماعی در سازمان منجر به ارتقا و افزایش هویت سازمانی کارکنان و همچنین باعث ایجاد محیطی آرام برای آن ها می شود.

بندیرا و بارانکی (۲۰۰۷) درباره نقش سرمایه اجتماعی در محیط کار، عواقب و شکل گیری آن، به دستاوردهای ارزشمندی دست یافتند. به بیان دیگر شکل گیری و گسترش سرمایه اجتماعی در محیط کار، منجر به انسجام و یکپارچگی بیشتر و همچنین توسعه قابلیت های فردی در قالب شبکه های اجتماعی می شود.

سوالات تحقیق:

- آیا بین سرمایه اجتماعی سازمانی و هویت سازمانی کارکنان دانشگاه رابطه معناداری وجود دارد؟
- آیا بین ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی و هویت سازمانی کارکنان دانشگاه رابطه معناداری وجود دارد؟
- آیا ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی توانایی پیش بینی متغیر هویت سازمانی کارکنان دانشگاه را دارند؟

روش شناسی تحقیق:

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق کلیه کارکنان دانشگاه آزاد شهرکرد بوده که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای با انتساب متناسب نمونه ای به حجم ۱۵۰ نفر انتخاب شد. گردآوری داده ها از طریق پرسشنامه های سرمایه اجتماعی (فرجی، ۱۳۸۹) که روایی آن توسط استادان و صاحب نظران مجرب در این زمینه تأیید شد. علاوه بر این به منظور تعیین پایایی ابزار از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است که آلفای کرونباخ به دست آمده برای هر یک از مؤلفه های پرسشنامه یعنی شبکه ها، اعتماد، همکاری، روابط، ارزشها، فهم متقابل و تعهد به ترتیب برابر با ۰/۸۸، ۰/۸۵، ۰/۸۰، ۰/۸۳، ۰/۸۶، ۰/۸۵ و ۰/۸۰ بوده و آلفای کلی پرسشنامه نیز ۰/۸۲ است که همگی حاکی از پایایی مناسب ابزار تدوین شده می باشد و همچنین پرسشنامه استاندارد هویت سازمانی والتون (۱۹۷۳) با کمی تغییرات انجام شده است که روایی محتوایی پرسشنامه از طریق نظر خبرگان بررسی شد. همچنین برای بررسی پایایی ابزار از آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار آلفای کرونباخ برای هر یک از مؤلفه های پرسشنامه هویت سازمانی برابر با پرداخت منصفانه و کافی ۰/۸۶، محیط کار ایمن و بهداشتی، ۰/۷۲، تأمین فرصت رشد و امنیت مداوم، ۰/۷۴، قانون گرایی در سازمان، ۰/۸۲، وابستگی اجتماعی زندگی کاری، ۰/۷۷، فضای کلی زندگی، ۰/۸۳، یکپارچگی و انسجام اجتماعی، ۰/۸۳ و توسعه قابلیت های انسانی ۰/۶۱ و آلفای کلی پرسشنامه ۰/۷۸ بدست آمد.

روش تجزیه تحلیل داده ها:

به منظور تجزیه تحلیل داده های پژوهش از روشهای آمار توصیفی و همچنین از روشهای آمار استنباطی مانند ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده شده است؛ بنابراین جهت بررسی رابطه ها از ضریب همبستگی پیرسون و جهت نشان دادن احتمال پیش بینی کنندگی متغیر هویت سازمانی توسط مؤلفه های سرمایه اجتماعی از رگرسیون چندگانه گام به گام استفاده شده است.

یافته های پژوهش؛

یافته های توصیفی:

براساس شاخص های توصیفی ۶۳ نفر از نمونه ی پژوهش را زنان و ۸۷ نفر را مردان تشکیل می دادند. در رابطه با سابقه کار افراد نمونه نیز، افراد با سابقه زیر پنج سال (۲۱/۱)، بین ۵ تا ده سال (۲۴/۹)، بین ۱۰ تا ۱۵ سال (۲۵/۴) و بالای پانزده سال (۲۸/۶) درصد بودند.

یافته های استنباطی:

در این قسمت براساس اطلاعات فراهم آمده، به بررسی و تحلیل سؤالات پژوهشی مطرح شده پرداخته می شود. باتوجه به اینکه نرمال بودن توزیع نمونه ها با استفاده از K-S مورد تأیید قرار گرفته است. در این بخش از آزمون های آماری همبستگی، آزمون رگرسیون گام به گام از نوع پارامتریک، استفاده شده است.

در پاسخ به سوال اول پژوهش که آیا بین سرمایه اجتماعی با هویت سازمانی کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: همبستگی بین سرمایه اجتماعی سازمانی با هویت سازمانی کارکنان

متغیرها	نوع همبستگی	میزان همبستگی	$(R)^2$	جهت همبستگی	سطح معنی داری
سرمایه اجتماعی سازمانی و هویت سازمانی	پیرسون	۰/۶۸۴	۰/۴۶۸	مثبت	۰/۰۱

بین دو متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی و هویت سازمانی رابطه مستقیم و مثبتی ($r = 0/684$) وجود دارد که این رابطه در سطح ۰/۰۱ معنی دار است؛ به عبارت دیگر وجود سرمایه اجتماعی در بین کارکنان منجر به افزایش و ارتقای هویت سازمانی آن ها می شود و تمایل به ایجاد محیط کاری توأم با آرامش در دانشگاه افزایش می یابد. همچنین ضریب تعیین محاسبه شده نشان می دهد که متغیر سرمایه اجتماعی ۰/۴۶ درصد از واریانس متغیر هویت سازمانی را تبیین می کند.

در پاسخ به سوال دوم پژوهش که آیا بین ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی با هویت سازمانی رابطه معناداری وجود دارد، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲: همبستگی بین ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی با هویت سازمانی کارکنان

متغیر	اعتماد	شبکه ها	فهم متقابل	تعهد	همکاری	ارزش ها	روابط	سطح معنی داری
هویت سازمانی	۰/۵۰	۰/۶۲	۰/۴۳	۰/۴۳	۰/۳۱	۰/۲۱	۰/۳۵	۰/۰۰۰

باتوجه به جدول ۲ می توان گفت که تمامی ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی (اعتماد، شبکه ها، فهم متقابل، تعهد، همکاری، روابط، ارزشها) رابطه مثبت و معناداری با هویت سازمانی کارکنان دارند. میزان همبستگی هر یک از متغیرها به ترتیب برابر ۰/۵۰، ۰/۶۲، ۰/۴۳، ۰/۳۱، ۰/۳۵ و ۰/۲۱ درصد است که در سطح آلفای ۰/۰۱ معنی داری است؛ به عبارت دیگر می توان گفت که وجود هرکدام از ابعاد سرمایه اجتماعی در دانشگاه و در بین کارکنان منجر به افزایش و ارتقای هویت سازمانی آن ها می شود و تمایل به ایجاد محیط کاری توأم با آرامش در دانشگاه افزایش می یابد.

در پاسخ به سؤال سوم پژوهش به منظور بررسی تأثیری که هر یک از مؤلفه های سرمایه اجتماعی سازمانی بر هویت سازمانی کارکنان دارد، از تحلیل رگرسیون چند متغیری گام به گام استفاده شده که نتایج آن در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: نتایج حاصل از رگرسیون گام به گام برای بررسی مؤلفه های پیش بین هویت سازمانی

گامها	متغیرهای پیشین	R	R ²	B	Beta	T	P
گام اول	شبکه ها	۰/۶۲	۰/۳۸	۰/۱۸	۰/۶۲	۹/۲۸	۰/۰۰۰
گام دوم	شبکه ها	۰/۴۵۰/۶۷		۰/۱۶	۰/۵۳	۸/۱۳	۰/۰۰۰
	فهم متقابل			۰/۱۵	۰/۲۷	۴/۱۱	۰/۰۰۰
گام سوم	شبکه ها	۰/۴۹۰/۷۰		۰/۱۲	۰/۴۲	۵/۹۰	۰/۰۰۰
	فهم متقابل			۰/۱۵	۰/۲۶	۴/۱۰	۰/۰۰۰
	اعتماد			۰/۰۹	۰/۲۴	۳/۵۵	۰/۰۰۱
گام چهارم	شبکه ها	۰/۵۲۰/۷۲		۰/۱۲	۰/۴۰	۵/۷۳	۰/۰۰۰
	فهم متقابل			۰/۱۲	۰/۲۲	۳/۴۱	۰/۰۰۱
	اعتماد			۰/۰۹	۰/۲۳	۳/۴۵	۰/۰۰۱
	روابط			۰/۱۰	۰/۱۶	۲/۶۲	۰/۰۱۰

جهت

بررسی اینکه آیا مؤلفه های سرمایه اجتماعی سازمانی پیش بینی کننده هویت سازمانی کارکنان دانشگاه هستند، از تحلیل رگرسیون استفاده شد. نتایج به دست آمده از جدول ۳ حاکی از آن است که از میان ابعاد هفت گانه سرمایه اجتماعی سازمانی، تنها ابعاد شبکه ها با ضریب بتای ۰/۴۰، بعد اعتماد با ضریب بتای ۰/۲۳ و بعد فهم متقابل با ضریب بتای ۰/۲۲ و در نهایت روابط با ضریب بتای ۰/۱۶ به عنوان متغیرهای پیش بین وارد معادله نهایی رگرسیون برای توضیح تغییرات هویت سازمانی کارکنان در دانشگاه هستند؛ اما دیگر ابعاد سهم معنی داری در پیش بینی هویت سازمانی نداشته اند؛ به عبارت دیگر در پیش بینی هویت سازمانی، سهم ابعاد (ارزشها، تعهد، همکاری) بسیار ناچیز بوده است. همچنین همانطور که در جدول ۳ مشاهده می کنید، چهار مؤلفه شبکه ها، اعتماد، روابط و فهم متقابل توانسته اند جمعاً با هم ۰/۵۲ درصد از واریانس هویت سازمانی کارکنان را تبیین کنند.

نتیجه گیری:

کارکنان بزرگ ترین گروه های ارائه دهنده خدمت در سیستم آموزشی بوده و دارای نیروی بالقوه قابل توجهی هستند که می تواند بر کیفیت آموزش در حال ارائه تأثیر بگذارند و کیفیت معلمی مستقیماً روی بازده سیستم آموزش موثر می باشد؛ بنابراین طبیعی است شرایط محیط کاری آن ها باید عاری از انواع متغیرهای مزاحم و سرشار از عوامل آرامش بخش باشد تا بتوانند به نحو اثربخش به ارائه خدمات مورد نیاز در دانشگاه بپردازند. به بیان دیگر هویت سازمانی کارکنان در دانشگاه باید به نحو مطلوبی بالا باشد. در همین رابطه باید عواملی که به طور مستقیم بر هویت سازمانی کارکنان و ارائه خدمات توسط آن ها در دانشگاه اثر می گذارد، در نظر گرفته شده و مورد توجه جدی قرار گیرد. یکی از مهمترین این عوامل که به طور مستقیم بر هویت سازمانی کارکنان در دانشگاه و همچنین کیفیت ارائه خدمات توسط آن ها اثر می گذارد، سرمایه اجتماعی سازمانی است. در پژوهش حاضر این رابطه (سرمایه اجتماعی سازمانی و هویت سازمانی کارکنان) به طور دقیقی مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفت که در ادامه به نتایج دست یافته در این پژوهش می پردازیم.

نتایج به دست آمده از رابطه بین متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی با هویت سازمانی در ۰/۰۱ نشان داد که رابطه ای مثبت و معنادار بین دو متغیر فوق در دانشگاه وجود دارد؛ به عبارت دیگر، با افزایش سرمایه اجتماعی سازمانی، هویت سازمانی کارکنان ارتقا یافته می یابد. در واقع می توان گفت که هر چقدر سطح سرمایه اجتماعی سازمانی بالاتر رود، شرایط و محیط کاری کارکنان در دانشگاه آرامش بخش تر خواهد شد و به نوعی باعث توسعه قابلیت های آن ها شده و باعث رشد و تداوم امنیت کارکنان در محیط دانشگاه می شود. این نتیجه با یافته های رضایی (۱۳۸۷)، رکونا (۲۰۰۳) و بندیرا و بارانکی (۲۰۰۷)

همخوانی دارد؛ بنابراین همانگونه که ملاحظه می کنید محققان زیادی بر اهمیت تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر هویت سازمانی تأکید می کنند

دیگر نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که بین ابعاد سرمایه اجتماعی (اعتماد، شبکه‌ها، فهم متقابل، تعهد، همکاری و روابط) با متغیر هویت سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد که با یافته های سیاهکل محله و همکاران (۱۳۹۳)، زارعی متین (۱۳۸۸) و ادوارد سون (۲۰۰۳) همخوانی دارد. ابعاد سرمایه اجتماعی به ویژه اعتماد، شبکه ها، روابط و همکاری با افزایش محیط کاری ایمن و سالم، وابستگی اجتماعی محیط کاری، وابستگی و انسجام در محیط کار و همچنین توسعه قابلیت های انسانی در محیط کار باعث افزایش و ارتقای هویت سازمانی افراد شده و به نوعی باعث ایجاد محیط و شرایط مطلوبی برای زندگی آن ها شده و به طور دائم در صدد ارتقای این شرایط می باشد. به بیان دیگر افزایش و گسترش سرمایه اجتماعی سازمانی در محیط های کاری باعث، بر قراری تعادل بدین زندگی کاری و دیگر بخش های کارکنان که شامل اوقات فراغت تحصیلات و زندگی خانوادگی، فراهم نمودن فرصت هایی چون استفاده از استقلال و خودکنترلی در کار با کمک و همکاری دیگران، دسترسی به اطلاعات متناسب با کار و غیره شده و باعث ارتقا و افزایش هویت سازمانی در محیط سازمان می شود.

یافته ها همچنین نشان داد که از هفت بعد سرمایه اجتماعی سازمانی، چهار بعد آن یعنی شبکه ها، اعتماد، فهم متقابل و روابط هر یک به ترتیب ۰/۴۰، ۰/۲۳، ۰/۲۲ و ۰/۱۶ درصد از تغییرات هویت سازمانی کارکنان را تبیین و پیش بینی می کنند. همچنین یافته ها نشان داد که ابعاد همکاری، تعهد و ارزش ها، پیش بینی کننده مناسبی برای هویت سازمانی در بین کارکنان در دانشگاه نمی باشند.

بنابراین می توان عنوان کرد در حال حاضر مدیران دانشگاه باید با ایجاد شرایطی باعث به وجود آمدن شبکه های کاری بین کارکنان و همچنین با گسترش روابط و ارتقای اعتماد در بین آن ها، شرایط و وضعیت مساعد از لحاظ هویت سازمانی برای آن ها در محیط دانشگاه فراهم کنند. تنها در این صورت است که می توانند از کیفیت مطلوب خدمات ارائه شده توسط کارکنان به کارکنان، امیدوار بوده و خوشبین باشند.

منابع

۱. احمدی، لیلی (۱۳۸۳). سرمایه اجتماعی و شاخصهای ارزیابی آن. پایان نامه کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه تهران
۲. آقا بابایی، راضیه و رحیمی، حمی (۱۳۹۲). رابطه سرمایه اجتماعی با بهبود کیفیت محیط کار از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه کاشان. فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، سال چهاردهم، شماره ۵
۳. حسن پور، اکبر و نیاکان، نازیلا (۱۳۸۶). سرمایه اجتماعی و جنسیت در محیط کار. ماهنامه تدبیر. شماره ۱۸۳
۴. خاقانی زاده، مرتضی؛ عبادی، عباس؛ سیرتی نیر، مسعود و رحمانی، منظر (۱۳۸۷). بررسی رابطه استرس شغلی و کیفیت زندگی کاری کارکنان شاغل در بیمارستان های منتخب نیروهای مسلح. فصلنامه طب نظامی. شماره ۱۰
۵. رضایی، سید عابد (۱۳۸۷). نقش سرمایه اجتماعی در مسیر شغلی. فصلنامه عصر مدیریت، شماره ۸.
۶. زارعی متین، حسن. (۱۳۸۸). شناسایی مؤلفه های نشاط در محیط کار و سنجش وضعیت این مؤلفه ها در سازمانهای اجرایی استان قم. مجله مدیریت دولتی، ۳
۷. سیاهکل محله، علیرضا؛ رضایی، سجاد؛ کوچکی نژاد، لیلا و یوسف زاده، شاهرخ (۱۳۹۳). بررسی نقش عدالت سازمانی، تعهد سازمانی و رضایت شغلی بر هویت سازمانی مطالعه موردی کارکنان دانشگاه دولتی پورسینای شهر رشت. فصلنامه دانشگاه. سال سیزدهم. شماره ۴
۸. شریف زاده، فتاح؛ جزینی، علیرضا و محمدی مقدم، یوسف (۱۳۹۰). تبیین ابعاد و مؤلفه های هویت سازمانی کارکنان پلیس پیشگیری ناجا

۹. شریفیان ثانی، مریم (۱۳۸۰). سرمایه اجتماعی: مفاهیم اصلی و چارچوب نظری. فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۲، صص ۵-۸.
۱۰. صیادی، غلامعلی (۱۳۸۸). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و یادگیری سازمانی (مطالعه موردی کارشناسان دانشگاه تهران) دانشگاه تهران. پایان نامه. دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی
۱۱. عزیزبانی فر، جمال و قاسمی، زینب (۱۳۸۷). بررسی تئوریک سرمایه اجتماعی و تبیین مؤلفه های کارکردی آن. مجله زریبار. شماره ۶۵ و ۶۶
۱۲. فیضی، طاهره و محمد، الهام (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی اجتماعی و هویت سازمانی میان کارکنان کارکنان و مدیریت توسعه منابع انسانی شرکت ملی نفت ایران. مجله مدیریت فرهنگی. سال سوم. شماره ۵
۱۳. محمدی، محمدعلی (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی و سنجش آن. تهران: انتشارات دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی
۱۴. منوریان، عباس؛ عسگری، ناصر و آشنا، مصطفی (۱۳۸۶). ابعاد ساختاری و محتوایی سازمان های دانش محور. اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش. تهران: تهران موسسه اطلاع رسانی نفت، گاز و پتروشیمی ۳ موسسه تحقیقات و - آموزش مدیریت
۱۵. نیوتن، کنت (۱۳۸۷). سرمایه اجتماعی و دموکراسی. ترجمه محمدزاده. مجله زریبار. شماره ۶۵ و ۶۶
16. Adler, P.S., & Kwon, S.W. (2002). Social capital: Prospects for a new Concept. *Academy of Management Review*. 27(1), pp.17-40.
17. Alvani SM, Memarzade GH. In Translation: Organizational Behavior. Griffin R, Murhed G (Authors). 1st ed. Tehran: Morvarid Publication; 2001. [in Persian]
18. Brooks, K., & Nafukho, F.M. (2006). Human resource development, social capital, emotional intelligence: Any link to productivity? *Journal of European Industrial Training*. 30(2), pp.117-128.
19. Cascio W. Managing human resource. 4th ed. McGraw-Hill; 1992.
20. Chiu M-C, Wang M-JJ, Lu C-W, Pan S-M, Kumashiro M, Ilmarinen J. Evaluating work ability and quality of life for clinical nurses in Taiwan. *Nurs Outlook*. 2007; 55(6): 318-26.
21. Chua, A., & Lam, W. (2005). Why knowledge management Projects Fail: a Multi-case Analysis. *Journal of Knowledge Management*. 9(3), pp.6-17.
22. Dehghan Nayeri N, Salehi T, Asadi Nogha-bi A. Quality of work life and roductivity among Iranian nurses. *Contemporary Nurs*. 2011; 39(1): 106-18.
23. Dehghan Nayeri N, Salehi T, Asadinoghaby AA. [Quality of work life an productivity of clinical nurses and their relationship with each other]. *Nurse Res*. 2009; (8): -37-7. Persian.
24. Dehghannyieri N, Salehi T, Asadinoghabi A. Assessing the quality of work life, productivity of nurses and their relationship. *IJNR*. 2008; 3 (9): 27-37 [Persian].
25. Edvardsson, B. (2003). Quality in the work environment: a prerequisite for success in new ervice development. *Journal of Managing Service Quality*, 13, 2, 148-163.
26. Havlo DE. An experiential approach to organizational development. Third edition, Prentice-Hall international Editions. 1991.
27. Ma CC_ Samuels ME_ Alexander JW. Factors that influence nurses job satisfaction. *J Nurs Adm*. 2003; 33(5): 293-9.
28. Putnam, R.D. (2005). Diversity and community in the twenty-first century. *Nordic Political Science Association*
29. Rethinam G, Ismail M. Constructs of quality of work life: A perspective of information and technology professionals. *Eur J Soc Sci* 2008; 7(1): 58-70.
30. Walton, Richard (1973), Quality of Work Life: what is it?, *Sloan Management Review*, Fall, pp.11.

The Relationship between Social Capital with Organizational Identity among Employees at Islamic Azad University

Ferdows Montazer Al-Zohour¹, Motahare Heidari², Sirous Abdollahi³

1- Faculty Member of Islamic Azad University

2- Student of Educational Management, Islamic Azad University, Shahrekord Branch

3- Student of Educational Management, Islamic Azad University, Shahrekord Branch

Abstract

This research aimed to investigate relationship between organizational social capital and employee organizational identity. This is an applied research with a descriptive-survey method in terms of research type. The statistical population included of all employees at Islamic Azad University and a sample of 150 persons was selected among them using stratified random sampling method. Social Capital Questionnaire (Faraji, 2010) was used to collect data and the Walton Enterprise Identity Questionnaire (1973) with a few changes was used to examine and analyze the organizational identity of employees. Content validity of the questionnaire was evaluated through expert opinion. Cronbach's alpha was used to examine the reliability of the collecting tool. The value of Cronbach's alpha is 0.87, which indicates the reliability of the research tool. Pearson correlation and stepwise regression were used to analyze data. The results of Pearson correlation test indicated that there was a positive and significant (0.68) relationship between organizational social capital and organizational identity of employee at Islamic Azad University. In addition, the results of the correlation test showed that there was a positive and significant between all components of social capital with organizational identity. The results of regression analysis also indicated that among the components of social capital, four dimensions of networks, trust, relationships and mutual understanding as prerequisite variables are the criteria for entering the final regression equation to explain organizational identity changes (criterion variables). And the components of commitment, values, and collaboration were eliminated from the equation because they did not have a significant contribution in predicting organizational identity.

Keywords: Social Capital, Organizational Identity, Employees.
