

شناسایی مولفه‌های فرهنگ سازمانی موثر بر بعد شناختی سرمایه اجتماعی

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۶/۱۵ - تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۸/۰۱

خلاصه

مقدمه: هدف از تحقیق حاضر، شناسایی مولفه‌های فرهنگ سازمانی موثر بر بعد شناختی سرمایه اجتماعی در وزارت ورزش و جوانان بود.

روش کار: روش تحقیق مورد استفاده، روش کیفی بود و اطلاعات مورد نیاز تحقیق با استفاده از مطالعات اسنادی و مصاحبه با خبرگان به دست آمد. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران وزارت ورزش و جوانان و اساتید دانشگاهی بود. روش نمونه‌گیری به صورت نظری بود و مصاحبه با خبرگان تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت (۱۶ مصاحبه).

نتایج: در مجموع، تعداد ۵ عامل مولفه تأثیرگذار در بعد شناختی سرمایه اجتماعی شناسایی شد، که این عوامل در قالب ۲ عامل کلی؛ تقویت هم‌افزایی، خود شکوفایی کارکنان دسته‌بندی شدند.

نتیجه‌گیری: با توجه به یافته‌های پژوهش، عوامل شناسایی گردید. در نهایت با توجه به نتایج به مدیران وزارت ورزش و جوانان پیشنهاد می‌گردد با برگزاری کلاس‌های آموزشی، توجه بیشتر به کار گروهی و حفظ ارزش‌های بنیادی سازمان به عنوان یکی دیگر از راهکارهای تغییر در فرهنگ سازمانی مورد توجه قرار گیرد.

کلمات کلیدی: فرهنگ، سرمایه اجتماعی، کار تیمی، ارزش‌های سازمان

شهریار خرازیان^۱

فریده اشرف گنجویی*^۲

علی زارعی^۲

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و

علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، ایران

۲- دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و

علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، ایران

Email: Ganjouei92@gmail.com

مقدمه

فرزندپروری حوزه‌ی نسبتاً جدیدی است که توجه پژوهش‌های زیادی را به خود جلب کرده است؛ زیرا فرهنگ حاکم بر سازمان شکل دهنده شخصیت سازمانی است، بدین‌وسیله می‌توان سازمان‌ها را برحسب نوع فرهنگشان شناسایی کرد. بنابراین اگر فرهنگ، منسجم و متناسب با اهداف و مأموریت‌های سازمانی در سازمان حاکم باشد، کارآیی و اثربخشی آن سازمان به طرز مطلوبی افزایش می‌یابد (۱۳). فرهنگ سازمانی نقش موثری در تسریع روند پیشرفت و دگرگون‌سازی سازمان دارد، بنابراین شناسایی فرهنگ به مدیران کمک می‌کند با آگاهی و دید کامل نسبت به فضای حاکم بر سازمان از نقاط قوت آن استفاده نموده و به نقاط ضعف تدابیر و اقدامات لازم را پیش‌بینی نمایند (۲). فرهنگ ۱ به‌عنوان انگیزه‌ها، ارزش‌ها، باورها، هویت‌ها و تفسیرها یا معانی وقایع مهمی است که در نتیجه تجربه معمول اعضای سازمان یا جامعه‌ای حاصل می‌شود (۲۵). فرهنگ سازمانی به‌عنوان مفهوم کلی است که اعتقادات، ایدئولوژی، سنت، هنجار، رسوم، دانش و فناوری را شامل می‌شود و عامل مهمی است که رفتار سازمان و اعضای آن را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد (۲۹). از نظر سنگ ۲ (۲۰۱۰) فرهنگ‌های سازمانی منش و شخصیت سازمان را نشان می‌دهند که این هم روابط کاری روزانه کارکنان را اداره می‌کند و هم آن‌ها را در خصوص چگونگی رفتار و مراوده درون سازمان و تشکیل شدن سلسله مراتب هدایت می‌کند (۳۳). به عبارتی دیگر فرهنگ سازمانی نمایانگر ادراک مشترک اعضای سازمانی است که رفتار آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در هر سازمان ارزش‌ها، نمادها، مراسم و اسطوره‌هایی وجود دارند که دائماً در طول زمان تغییر می‌کنند. این ارزش‌های مشترک معین می‌کنند که کارمندان چگونه جهان خود را درک می‌کنند و به آن پاسخ می‌دهند (۱۰). اگر فرهنگ منسجم و متناسب با اهداف سازمانی در سازمان حاکم باشد، کارایی و اثربخشی افزایش می‌یابد. فرهنگ

سازمانی مجموعه‌ای از فرضیات اساسی است که افراد سازمان در روبه‌رو شدن با مسائل برای انطباق با محیط و دستیابی به وحدت و انسجام داخلی، ایجاد می‌کنند. فرهنگ سازمانی بر ارزش‌ها، عقاید، فرضیه‌ها، هنجارها و اهدافی که به طور وسیع در سازمان‌ها پذیرفته شده‌اند دلالت می‌کند. فرهنگ سازمانی به افراد کمک می‌کند تا فعالیت‌های سازمان را دریابند؛ بنابراین هنجارهای رفتار برای آن‌ها مشخص می‌شود (۲۲).

فرهنگ سازمانی با سرمایه اجتماعی ۳ و ابعاد آن تعامل جدی داشته و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند. هرچه ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان بالاتر باشد، نیاز به تدوین قوانین و مقررات و ایجاد نهادهای اجرایی نظارتی کاهش می‌یابد. هرچه میزان ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان بیشتر باشد میزان تخلفات، بی‌اعتنایی کارکنان به سازمان، شکست تیم‌ها، تمایل نداشتن کارکنان به یادگیری و تسهیم دانش، افزایش غیبت و مرخصی کمتر خواهد بود (۱۲). سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهم‌تر از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند، در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند و بدون سرمایه اجتماعی پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی دشوار می‌شود (۵). از طریق سرمایه اجتماعی ویژگی‌هایی همچون اعتماد، هنجارها و باورهای مشترک و شبکه‌ها برای بهبود قابلیت‌ها و تسهیل هماهنگی در عمل شکل می‌گیرند و نمی‌توان تصور کرد که سازمانی بدون وجود یکی از این ویژگی‌ها بتواند وظیفه خود را انجام دهد (۳۴). سرمایه اجتماعی بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان قلمداد می‌شود. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان، سرمایه اجتماعی ایجاد کنند راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند. بکارگیری سرمایه اجتماعی در سطح سازمان مزایا و ابعاد و مؤلفه‌هایی دارد که متناسب با فرهنگ جامعه است (۷). سرمایه اجتماعی به طور عمده مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی است و شناسایی آن به عنوان نوعی سرمایه چه در

1. Culture
2. Tseng

میانگین سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دارای فرهنگ ضعیف است. گزارشات علمی در این حوزه حاکی از آن است که تحلیل و افول سرمایه اجتماعی در بسیاری از سازمان‌ها ناشی از نامناسب بودن ساخت فرهنگی سازمان است که اجازه همیاری و همکاری گروهی، اعتماد به یکدیگر و برخورد عقلانی نسبت به مسائل را نمی‌دهد. بنابراین هر سازمانی فرهنگ خاص خود را طلب می‌کند (۴).

سرمایه اجتماعی با گسترش شبکه‌های ارتباطی، گروهی و جمعی و تقویت همبستگی میان افراد سازمان می‌تواند در گسترش و تثبیت فرهنگ سازمانی مطلوب نقش بسیار موثری را ایفا می‌کند (۱۲). سرمایه اجتماعی، برخلاف سرمایه انسانی یا سرمایه فیزیکی، مفهومی است که بسیار فراتر از دارایی‌هایی است که یک فرد در اختیار دارد و دارای روابط و زمینه‌هایی است که در آن تعامل نقش وظایف اصلی را برعهده دارد (۱۹). به بیان دیگر امروزه سرمایه اجتماعی نقشی بسیار مهمتر از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند و شبکه‌های روابط اجتماعی و گروهی، انسجام بخش میان انسان-ها، سازمان‌ها و انسان‌ها و سازمان‌ها با سازمان‌ها می‌باشد. قربانی و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی به مطالعه فرهنگ سازمانی سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران بر اساس مدل دنیسون و مقایسه آن با میانگین‌های جهانی پرداختند. نشان داد که این سازمان در همه ابعاد و شاخص‌های فرهنگ سازمانی در محدوده متوسط قرار دارد. در نهایت نتایج این تحقیق موجب برجسته شدن ضعف‌ها و قوت‌های فرهنگ سازمان تربیت بدنی شده است که می‌تواند مدیران این سازمان را در پیش بینی نظام-مند اولویت‌های تغییر و همچنین تدوین بهتر استراتژی‌ها برای اجرای موفقیت آمیز تکنیک‌ها و فرآیندهای مدیریت یاری رساند (۱۶). یاری و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی نتیجه گرفتند که بین فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبتی وجود دارد و ابعاد فرهنگ سازمانی به ترتیب فرهنگ مشارکتی و انعطاف‌پذیری قادر به پیش‌بینی رفتار شهروندی سازمانی هستند (۲۱). جلالی فراهانی و همکاران (۱۳۹۶) در بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر یادگیری

سطح مدیریت کلان توسعه کشورها و چه در سطح مدیریت سازمان‌ها و بنگاه‌ها می‌تواند شناخت جدی را از سیستم‌های اقتصادی - اجتماعی ایجاد و مدیران را در هدایت سیستم‌ها یاری کند (۲۰). ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) با رویکرد سازمانی سه بعد را برای سرمایه اجتماعی درون سازمانی در نظر می‌گیرند که عبارتند از بعد ساختاری ۲، بعد رابطه‌ای ۳ و بعد شناختی ۴ (۲۸). بعد ساختاری به ویژگی‌های سیستم‌های اجتماعی و شبکه‌های روابط به‌عنوان یک کل مربوط می‌شود؛ به عبارت دیگر، این بعد اشاره به الگوی کلی ارتباطات بین اعضا در سازمان دارد؛ یعنی به چه کسی دسترسی دارید و چگونه به آن‌ها دسترسی دارید، یا آیا افراد در سازمان همدیگر را می‌شناسند. بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بر روابط خاصی که مردم دارند، همچون احترام و دوستی که رفتارشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، تمرکز دارد. بعد شناختی نیز عبارت است از منابعی که فراهم‌کننده مظاهر، تفاسیر و سیستم معانی مشترک در میان اعضا است، همچون کدها و زبان مشترک و حکایات اشاره دارد (۲۷).

فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی هر دو پدیده مدیریت‌پذیری هستند به این معنا که می‌توان آن را براساس سیاست-گذاری‌ها در حوزه مشخص از سازمان بازسازی یا به فرآیند شکل‌گیری آن کمک نمود. این مهم در صورتی محقق می‌گردد که مدیران و سیاست‌گذاران به اهمیت این دو سازه پی برده باشند و از چگونگی رشد و توسعه آن آگاه باشند (۴). رشد و توسعه هر جامعه سازمانی نیازمند مشارکت مطلوب فرد به فرد اعضای آن سازمان است و این امر امکان‌پذیر نمی‌شود مگر در سازمان‌هایی که سرمایه فرهنگی و اجتماعی بالایی دارند. تمام رویکردها و نظریه‌های مرتبط با سرمایه اجتماعی حاکی از آن است که فرهنگ سازمانی می‌تواند از راه‌حل‌های مختلف، سطح سرمایه اجتماعی را کاهش یا افزایش دهد. با توجه به دیدگاه-های نظری موجود می‌توان این فرضیه کلی را طراحی کرد که سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دارای فرهنگ قوی بیشتر از

1. Nahapiet & Ghoshal
2. Structural capital
3. Relational Capital
4. Cognitive Capital

سازمان را در جهت دستیابی به اهداف خود یاری رساند. از طرفی سرمایه اجتماعی به عنوان مفهومی که حاصل کنش‌های متقابل بین افراد در یک شبکه می‌باشد معرفی می‌گردد. سرمایه اجتماعی زمانی شکل می‌گیرد که افراد با یکدیگر به جهت دستیابی به منابع و سرمایه پیوند می‌یابند در چنین حالتی است که فرهنگ می‌تواند به عنوان محرکی برای تکمیل و ایجاد این پیوند بین اعضا سازمان‌ها باشد. اهمیت سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی در سازمان‌ها باعث شده تا توجه به این مفهوم در بین خبرگان و مدیران سازمان‌ها خصوصاً سازمان‌های ورزشی گسترش یابند. لزوم وجود یک فرهنگ حامی و پشتیبان در جهت اجرای اهداف و استراتژی‌ها در سازمان‌های ستادی و برنامه ریز خصوصاً وزارت ورزش و جوانان و اهمیت مبحث سرمایه اجتماعی و همبستگی بین اعضا و کارکنان وزارت ورزش و جوانان و سایر سازمان‌های ورزشی در جهت اجرای اثربخشی برنامه‌های جامع این وزارتخانه یک اصل در اجرای استراتژی و برنامه ریزی جامع در جهت دستیابی به اهداف این وزارتخانه می‌باشد. با توجه به پژوهش‌های داخلی و خارجی در زمینه فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی می‌توان نتیجه گرفت که درباره شناخت مولفه‌های خاص فرهنگ سازمانی در سازمان‌های ورزشی هیچ پژوهش انجام نگرفته است و صرفاً پژوهش‌های انجام شده در سایر سازمان‌ها به تست مدل‌های فرهنگ سازمانی همچون مدل رابینز یا دنیسون پرداخته اند لذا محقق با توجه به مبانی نظری و پیشینه تحقیق درصدد شناخت مولفه‌های فرهنگ سازمانی در وزارت ورزش و جوانان و بررسی اثر هر مولفه بر سرمایه اجتماعی است.

روش کار

با توجه به هدف پژوهش، رویکرد کیفی به شناسایی مولفه‌های فرهنگ سازمانی موثر بر سرمایه اجتماعی در وزارت ورزش و جوانان پرداخت. روش تحقیق حاضر کیفی بود؛ بدین صورت که ابتدا مطالعات اسنادی (مطالعه مقالات، کتب، اسناد و وب سایت‌ها) به منظور تهیه فهرستی از عوامل موثر و تقویت کننده سرمایه اجتماعی با تاکید بر فرهنگ سازمان انجام گرفت، سپس برای شناسایی این عوامل، مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان

سازمانی و بهره‌وری کارکنان وزارت ورزش و جوانان دریافتند که بین فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره‌وری نیروی کارکنان اثر مثبتی دارد (۸). رمضان (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان اثر فرهنگ سازمانی بر روی سرمایه اجتماعی در سازمان‌های صنعتی نشان داد که فرهنگ سازمانی اثر مثبت معناداری بر سرمایه اجتماعی داشته و ویژگی‌های فرهنگی با تمرکز داخلی بیشترین اثر را بر روی سرمایه اجتماعی در این سازمان‌ها داشته است (۳۰). فضلی، مصطفوی و چین آوه (۲۰۱۴) رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی با تعالی سازمانی کارکنان بانک‌های ملی شهر شیراز را بررسی کردند. نتایج آن‌ها نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و ابعاد آن (مشارکت در کار، سازگاری، انطباق‌پذیری و رسالت) با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (سرمایه شناختی، رابطه‌ای و ساختاری) ارتباط مثبت معناداری وجود دارد (۲۴). بمبینیک ۱ (۲۰۱۴) در تحقیقی تأکید می‌کند که فرهنگ سازمانی عامل کلیدی توسعه سرمایه اجتماعی در گروه‌های مدیریتی می‌باشد. فرهنگ سازمانی می‌تواند منجر به بهبود کیفیت روابط بین فردی، روابط درون سازمانی، توانایی همکاری کارکنان، جو سازمانی و اعتقاد متقابل بین اعضا شود (۲۲). سانگ ژنگ و ژیانو دی ۲ (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، یادگیری سازمانی و توانایی انسجام در دانش کسب‌وکار پرداختند و نتیجه به دست آمده نشانگر این بود که فرهنگ سازمانی تأثیر مثبتی بر روی سرمایه اجتماعی است (۳۲). ایسیری ۳ (۲۰۱۳) در بررسی رابطه فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، قرارداد روانی، رفتار شهروندی و عملکرد سازمانی نتیجه گرفتند که بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی ارتباط معناداری وجود ندارد و در نهایت نتایج رگرسیون نشان که فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، قرارداد روانی و رفتار شهروندی ۵۱/۶ درصد عملکرد سازمان کمک می‌کند (۲۶).

چنان که از مباحث فوق مشخص است فرهنگ سازمانی اشاره به باورهای مشترک میان افراد در یک سازمان دارد و می‌تواند

1. Bembenek
2. Song-zheng & Xiao-di
3. Hannington & Isabirye

های کیفی تا حد رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. تجزیه و تحلیل داده‌ها در فرایندی شش مرحله‌ای انجام شد: (۱) مرور متن نوشتاری داده‌ها، کسب احساس کلی نسبت به آنها و تعیین چگونگی بخش‌بندی متن نوشتاری؛ (۲) انتخاب بخش‌هایی از متن نوشتاری داده‌ها به صورت مطالعات کدگذاری شده؛ (۳) مرور کدهای تدوین شده و ادغام آنها به صورت دسته‌های عمده‌تر اطلاعات؛ (۴) کاهش دسته‌ها، حذف دسته‌های تکراری و ادغام دسته‌های کوچکتر در دسته‌های عمده‌تر؛ (۵) تبدیل دسته کدها به پنج تا هفت موضوع؛ (۶) انتخاب کدهایی (مقوله‌هایی) به عنوان موضوع بحث و مشخص کردن بقیه مقوله‌ها برای توصیف آنها در گزارش پژوهش (۳). در جدول شماره دو، تحلیل مصاحبه‌ها در گزیده‌ای از ابعاد و ویژگی‌ها خلاصه شد. در ادامه این ابعاد، ۵ عامل یا مقوله فرعی استخراج شدند. در نهایت، از دسته‌های مقوله‌های فرعی دو مقوله اصلی به دست آمدند. این تقویت هم‌افزایی و خود شکوفایی کارکنان هستند.

جدول ۲ - تحلیل مفاهیم و مقوله‌های تحقیق

کد	کد گذاری باز	کد گذاری محوری	کد گذاری انتخابی
	تمایل به تسهیم اطلاعات		
	توجه به ایجاد تیم‌های کاری		
	تاکید بر نظر اکثریت	مدیریت مشارکتی	
تقویت هم‌افزایی	احترام به هنجارهای گروهی		
	تکریم ارباب رجوع		
	انضباط و قانون مداری	مسئولیت‌پذیری اداری	
	رضایتمندی مراجعین		
	نوآوری		
	خلافت		
	یادگیری و رشد کارکنان	نوآفرینی کارکنان	
خود شکوفایی کارکنان	ارائه پیشنهادهاى جدید		
	استقبال از تغییر		
	تاکید بر خودیابی کارکنان		
	تفویض اختیار	تقویت انگیزش	
	ایجاد رقابت		
	آزادی و استقلال فردی		

صورت پذیرفت. گردآوری داده‌ها از طریق مطالعات اسنادی و مصاحبه صورت گرفت. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران ورزش و جوانان و اساتید دانشگاهی بود. با توجه به ماهیت تحقیق، روش نمونه‌گیری از نوع نظری (هدفمند و غیرتصادفی) بود. براساس مطالعات و بررسی‌ها، نمونه‌گیری از افرادی انجام شد که بیشترین فرصت را برای گردآوری مرتبط‌ترین داده‌ها درباره پدیده تحت مطالعه فراهم می‌کردند. در انتخاب افراد برای انجام مصاحبه، داشتن تجربه و پژوهش در زمینه مدنظر بود. زمانی که موضوع به حد اشباع نظری رسید، فرآیند انجام مصاحبه و جمع‌آوری داده‌ها پایان یافت. در منابع علمی انجام ۱۲ تا ۱۸ مصاحبه را برای رسیدن به اشباع نظری کافی می‌دانند (۳). اطلاعات مورد نیاز تحقیق در زمینه ادبیات موضوع به روش کتابخانه‌ای و با استفاده از کتب و مقالات موجود بدست آمد. جهت شناسایی مولفه‌های فرهنگ سازمانی از روش مصاحبه استفاده می‌شود.

در این تحقیق نیز پس از انجام ۱۶ مصاحبه با ۱۷ نفر محقق به اشباع نظری رسید. مصاحبه شونده‌گان شامل ۵ نفر اساتید مدیریت ورزشی و ۱۱ نفر از مدیران وزارت ورزش و جوانان بودند.

جدول ۱ - گزارش توصیفی نمونه تحقیق

متغیر	ویژگی جمعیت فراوانی درصد	شناختی فراوانی	جنسیت
	۱۲	۷۵٪	مرد
	۴	۲۵٪	زن
تحصیلات			کارشناسی
	۶	۳۷/۵	کارشناسی ارشد
	۱۰	۶۲/۵	دکتری
پست سازمانی			هیات علمی
	۵	۳۱/۲۵	مدیران وزارت
	۱۱	۶۸/۷۵	

نتایج

با توجه به مبانی نظری پژوهش‌های کیفی، همزمان با انجام مصاحبه‌ها، تحلیل و کدگذاری آنها نیز انجام شد؛ به طوریکه تحلیل هر مصاحبه به همراه یافته‌های قبلی، به عنوان راهنمای مصاحبه و معیاری برای انتخاب افراد بعدی بود. انجام مصاحبه-

بحث و نتیجه گیری

هدف پژوهش حاضر، شناسایی مولفه‌های فرهنگ سازمانی موثر بر بعد شناختی سرمایه اجتماعی بود. پس از انجام مصاحبه‌ها و تحلیل آنها، چهار عامل تقویت هم‌افزایی، خود شکوفایی کارکنان، فرهنگ سازمان و استرژری سازمان به دست آمدند که در ادامه بررسی می‌شوند.

براساس نتایج پژوهش حاضر، یکی از مهمترین مولفه‌های فرهنگ سازمانی موثر بر سرمایه اجتماعی در بین کارکنان وزارت ورزش و جوانان تقویت هم‌افزایی کارکنان در این وزارت است. این یافته با نتایج قاسمی و دوستی (۱۳۹۳)، اردلان و اسکندری (۱۳۹۴)، سمن ۱ (۲۰۱۳) و زولتان ۲ (۲۰۱۴) همخوانی دارد (۱۵، ۱، ۳۱، ۳۵). به طور کلی هم‌افزایی پدیده‌ای است که باعث تشدید اثر یا فعالیت می‌شود و در حوزه مطالعات مدیریت برای بیان تاثیر فعالیت‌های گروهی و افزایش بازده تیمی از این واژه استفاده می‌شود. به کارگیری این نگاه در سیستم‌ها بسیار اثربخش است. همکاری نتیجه بهتری می‌دهد. مدیریت مشارکتی، توجه به تیم‌های کاری، تاکید بر نظر اکثریت احترام به هنجارهای گروهی آن نتیجه بهتر همین هم‌افزایی است. می‌توان بیان نمود که مسابقات دوچرخه سواری تیمی که دوچرخه سواران هر تیم پشت سر هم در یک خط راست حرکت می‌کنند و مداوم جای نفر اول تعویض می‌شود تا شکافتن هوا در کل گروه انجام شود و بازده یا عملکرد کل تیم بالا رود. پدیده هم‌افزایی از ویژگی‌های تیم‌های کاری است. در واقع، می‌توان گفت با توجه به نتیجه تحقیق تلاش تیمی کارکنان وزارت ورزش موجب عملکردی می‌شود که از مجموع عملکرد تک تک اعضا بیشتر است. در تیم کاری، تلاش هماهنگ باعث می‌شود هم‌افزایی مثبت ایجاد شود. بنابراین پیشنهاد می‌گردد مدیران با اتخاذ تصمیم‌های درست باعث ایجاد و توسعه هم‌افزایی مثبت بین اعضای تیم‌های کاری شوند.

همچنین بر اساس یافته‌های تحقیق خود شکوفایی کارکنان یکی از عواملی است که سرمایه اجتماعی را بین کارکنان وزارت

ورزش و جوانان افزایش خواهد داد. نتایج با تحقیقات کاظمی و ابراهیم خانی (۱۳۹۴)، پاک نیا، سپهر و داورزنی (۱۳۹۵) و صادقی نایینی، عربشاهی (۱۳۹۸)، همخوانی دارد (۱۷، ۶، ۱۴). شکل‌گیری فرهنگ سازمانی بستگی به دلایل به وجود آمدن سازمان و جایگاه آن در جامعه و عوامل موفقیت آن از قبیل کارایی، کیفیت ارائه خدمات، ابداع و نوآوری، تلاش زیاد و وفاداری نسبت به سازمان دارد. وقتی سازمان متولد می‌شود، تلاش زیادی از طرف کارکنان برای موفقیت سازمان صورت می‌گیرد. در حقیقت فرهنگ نشانگر درجه تلاش و تصویر کارکنان از کار خود و آینده سازمان است. در چنین حالتی فضا برای تعاملات بین افراد در سازمان گسترش می‌یابد. استراتژی‌های سازمان، بصیرت و ارزش‌های مدیریت ارشد و چارچوب خط مشی‌ها و انتظارات بر روحیه نوآوری تاء کید می‌ورزد. می‌توان بیان نمود مدیران وزارت با برقراری نظام پیشنهادات و تلاش در توسعه مبتنی بر اعتماد و اطمینان بین همکاران، همچنین استفاده از اندیشه‌های نو، طرح‌ها و روش‌های خلاقانه هم موجب یادگیری و رشد کارکنان می‌شوند هم عملکردهای نوآورانه نصیبشان خواهد شد. کارکنان خلاق که به نظر می‌رسد بسیار مهم و کلیدی است و در حقیقت سازمان و مدیر خلاق همچون بستری هستند برای خلاقیت و نوآوری کارکنان که منجر به شکوفایی در سازمان می‌گردد. حمایت کارکنان از سیاست‌های خلاق. بهره‌وری از منابع انسانی با کارآمدسازی این افراد معنا می‌یابد. از جهتی دیگر بهره‌وری کارکنان با انگیزش آنان ارتباط کاملاً مستقیمی دارد. به عبارت دیگر، درگیر شدن با کار و چنگ انداختن بر مشکلات، نیازمند یک پشتوانه انگیزشی است و این انتظاری است که مدیران وزارت ورزش باید به درستی به آن پاسخ دهد یعنی کارمند را به کار و تلاش امیدوار و تشویق کند. بروز اندیشه و رفتار ابتکاری در کارکنان با پرورش حس مفید بودن، احترام به شخصیت کاری آنان افزایش می‌یابد. مشارکت در حرکات سازنده سازمانی و تولیدی، احترام به اندیشه و تلاش آنان، قدردانی از اقدامات مثبت و شکوفاسازی استعدادهای آنان همواره از خواسته‌های کارکنان خلاق به شمار می‌رود. در نهایت به مدیران وزارت ورزش جهت ارتقای

1. Sohmen
2. Zoltan

کار گروهی باید از سوی مدیران در سازمان مورد حمایت قرار گیرد به طوری که کارکنان خود را عضوی از تیم بزرگ سازمان بدانند. برگزاری کلاس‌های آموزشی جهت بهبود عملکرد کارکنان می‌تواند به عنوان یکی دیگر از راهکارهای تغییر در فرهنگ سازمانی مورد توجه قرار گیرد.

سرمایه اجتماعی کارکنان با فراهم کردن زمینه خلاقیت و نوآوری و قدردانی از کارکنان خلاق بیش از پیش عنایت نماید. در نهایت با توجه به نتایج به مدیران وزارت ورزش و جوانان پیشنهاد می‌گردد به پیشنهاد و انتقاداتی که مراجعان و کارکنان ارائه می‌دهند به طوری که نظرات آن‌ها منجر به ایجاد تغییر رویه‌ها و روش‌ها در سازمان شود، توجه بیشتری داشته باشند.

References

1. Ardalan, M., Eskandari, A. The Effect Components of Action-Centered Team Leadership on Team Synergy Development with Mediator Role of Individual learning and Team Skills. *Organizational Culture Management*, 2016; 13(4): 1019-1040.
2. Esmaeili H. The Relationship between Organizational Culture and Organizational Silence Factors in Khorasan Razavi Regional Water Company [dissertation]. Khorasan Razavi Iran: Univ. Islamic Azad University 1392. (Persian)
3. Bazargan A. Introduction to Qualitative and Mixed Research Methods; Common Approaches in Behavioral Sciences. Tehran: Nahre Didar; 1389. (Persian)
4. Bakhshandefar S. Investigating the Relationship between Organizational Culture and Social Capital [dissertation]. Khorasan Razavi Iran: Univ. Islamic Azad University 1391.5-9. (Persian)
5. Beyker V. Management and Social Capital. Translation, Alvani S, Rabie Mondajin. Tehran: Industrial Management Organization Publications 1382.15-20. (Persian)
6. Pakniya M, Sepehr S, Davarzani M. The Impact of Organizational Culture on the Social Capital of Employees of Small and Medium Businesses Active in the Information Technology Industry. International Elite Management Conference. Tehran: Shahid Beheshti University 1395. (Persian)
7. Pier B. Foundations of Social Capital. Translation, Asadpour M. Tehran: Andishe Publications 2007.10-11. (Persian)
8. Jalali Farahani M, Fereidouni M, Zafari R. Presenting a Model Explaining the Impact of Organizational Culture on Organizational Learning and Human Productivity. *Motaleate Modiriyyate Raftare Sazmani Dar Varzesh* 1396; 4(13):41-48. (Persian)
9. Danaei Fard H, Mohamadi Khorzoghi M. Understanding the Formation of Competition Between Strategies in Government Organizations. *Modiriyyate Farda* 1393; 41: 49-60. (Persian)
10. Rabins A. Organizational Behavior: Concepts, Theories, and Applications. Translation, Parsaeiyan A, Arabi S. Office of Cultural Research 1394. 203-211. (Persian)
11. Ramezani Y, Rahimniya F, Mortazavi S, Malekzadeh G. Understanding the components of organizational culture in public organizations of Iran through ethnography. *Modiriyyat Omoumi* 1394; 8(29):5-25. (Persian)
12. Sargazi H, Khoshfar G, Karimi M. The Impact of Social Capital on Organizational Culture in Iranian Governmental and Non-Governmental Higher Education Centers (Case of Golestan Province). *Jame Pajiheshi Farhangi* 1390;2(1): 51-78. (Persian)
13. Shojae M, Gholamalizadeh R, Zivyar F, Ismaeili Bidhendi H. Investigating and Explaining the Organizational Culture of Faculty Members of College of Engineering and University of Tehran. *Modiriyyat Farhang Sazmani* 1384; 11: 5-18. (Persian)
14. Sadeghi Naeini H, Arabshahi M. Occupational Health promotion throughout the synergy between ergonomics and sustainable development aspects. *JHSW*. 2019; 9 (2) :113-120
15. Ghasemi siyani, M., Doosti, M. The Relationship Between Organizational Culture With Social Capital Of The Disabled Sport Federation Staffs. *Scientific Journal Of Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 2014; 1(4): 35-44.
16. Ghorbani M, Asadi H, Godarzi M, Shafie M. A Study of the Organizational Culture of the Physical Education Organization of the Islamic Republic of Iran Based on Denison Model and Comparison with the World averages. *Quarterly Harakat*. 2012; 7: 33-48.
17. Kazemi M, Ebrahimkhani H. Structural Model of Relationship between Social Capital and Organizational Culture Based on Nurses' Viewpoints. *Amozesh Parastari* 1394; 4(4): 40-51. (Persian)
18. Nezhad Sajadi A., Hamidi M., Sajjadi N. *, Goodarzi M. Developing A Strategy Implementation Pattern And Designing A Strategy Map For Sport Organization Of Tehran Municipality By Balanced Scorecard. *Quarterly Sport Physiology & Management Investigations* 2012; 8:7-21
19. Nilche Farahani H, Nazari G. The role of social capital in labor productivity. *Tadbir* 1388;19(202): 43-48.
20. Veli K, Kmings T. Evolution and development of the organization. Translation, Bararpour K. Iran Khodro Spare Parts Manufacturing and Distribution Company, Farazandish Sabz Institute 1394; 50-90. (Persian)
21. Yari Khiyavi, S., Alidoust Gahfarrokhi, E., Jalali Farahani, M. A Study of the Relationship between Organizational Culture and Organizational Citizenship Behavior in Ministry of Sport and Youth. *Journal of Sport Management*, 2016; 8(2): 299-313.
22. Bembenek, B. (2014). The Importance of Organizational Culture in Cluster Management, *Modern Management Review*, 19(21 (4)), 9-24.
23. Beugelsdijk, S., Koen, C., & Noorderhaven, N. (2009). "A dyadic approach to the impact of differences in organizational culture on relationship performance". *Industrial marketing management*, 38(3), 312-323.

24. Fazli, S., Mostafavi, F., & Chinaveh, M. (2014). Evaluation of Relationship between Social Capital and Organizational Culture with Organizational Excellence among Employees of National Banks of Shiraz, *International Journal of Current Life Sciences*, 4(5): 2160-2168.
25. House, R., Javidan, M., Hanges, P., & Dorfman, P. (2002). "Understanding cultures and implicit leadership theories across the globe: an introduction to project GLOBE". *Journal of world business*, 37(1), 3-10.
26. Isabirye, H. (2013). Organizational culture, organizational social capital, organizational psychological contract, organizational citizenship behavior and organizational performance: the case of World Vision, Uganda, Dissertation Doctoral, University of Makerere.
27. Lazarova, M., & Taylor, S. (2009). "Boundary less careers, social capital, and knowledge management: Implications for organizational performance". *Journal of Organizational Behavior*, 30(1), 119-139.
28. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage". *Academy of management review*, 23(2), 242-266.
29. Philip, G., & McKeown, I. (2004). "Business transformation and organizational culture:: The role of competency, IS and TQM". *European Management Journal*, 22(6), 624-636.
30. Ramezan, M. (2016). Examining the impact of organizational culture on social capital in a research based organizations, *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 46(3): 411-426.
31. Sohmen, S. V. (2013). "Leadership and Teamwork: Two Sides of the Same Coin". *Journal of IT and Economic Development*, 4(2), 1-18.
32. Song-zheng, Z., & Xiao-di, Z. (2014). An Empirical Study on Organizational Culture, Social Capital, Organizational Learning and Enterprise Knowledge Integration Capability, In *Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering*, 2008. ICIII'08. International Conference on (Vol. 3, pp. 3-7). IEEE.
33. Tseng, S. M. (2010). "The correlation between organizational culture and knowledge conversion on corporate performance". *Journal of knowledge management*, 14(2), 269-284.
34. Vilanova, E.p & Josa, R.T, (2003), "social capital as a managerial phenomenon" working paper, Department of industrial Engineering and Management, Tampere university of Technology.p.26. pp.231-232.
35. Zoltan, R. C. (2014). "Synergy effects in work teams". *Network Intelligence Studies*, 1(3), 122 – 128.

Original Article

Identifying the components of organizational culture affecting the cognitive dimension of social capital

Received: 06/09/2019 - Accepted: 23/10/2019

Shahryar Kharazian¹
Farideh Ashraf Ganjouie^{2*}
Ali zareyei²

¹PhD student in Sport Management,
Faculty of Physical Education and
Sport Sciences, Islamic Azad
University, Central Tehran Branch,
Tehran, Iran.

²Associate Professor of Sport
Management, Faculty of Physical
Education and Sport Sciences, Islamic
Azad University, Central Tehran
Branch, Tehran, Iran.

Email: Ganjouei92@gmail.com

Abstract

Introduction: The purpose of this study was to identify the components of organizational culture affecting social capital Cognitive dimension in the Ministry of Sports and Youth.

Methods: The research method used was qualitative and the required information was obtained using documentary studies and interviews with experts. The statistical population of the study consisted of managers of the Ministry of Sports and Youth and academic professors. The sampling method was theoretical and interviews with the experts continued to reach the theoretical saturation (16 interviews).

Results: In total, 5 factors influencing the social component were identified, which were identified as two general factors: synergy enhancement and self Staff flourishes. According to the findings, the factors were identified.

Conclusion: Finally, according to the results, it is suggested that the managers of the Ministry of Sports and Youth should focus on group work and preserve the fundamental values of Sarman as one of the other strategies for changing organizational culture.

Key words: Culture, Social Capital, Teamwork, Organization Values