

مطالعه تطبیقی سرمایه اجتماعی در بانک‌های دولتی شهر کرمان

صدیقه خورشید*

استادیار مدیریت دانشکده اقتصاد- مدیریت

دانشگاه سمنان

سمانه دربندی

کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

چکیده

این مقاله پیرامون مطالعه تطبیقی سرمایه اجتماعی در چهار بانک دولتی- ملی، ملت، تجارت و رفاه شهر کرمان است که از بین بانک‌های دولتی به‌طور تصادفی انتخاب شدند و از طریق پرسشنامه، داده‌های مورد نیاز جمع‌آوری شد. برای تحلیل داده‌های تحقیق و آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون‌های ANOVA یک راهه، آزمون شفه و نیز آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شد. نتایج اصلی تحقیق نشان می‌دهد فقط بانک رفاه از لحاظ سطح سرمایه اجتماعی و نیز مولفه‌های تشکیل دهنده آن از بانک‌های ملی، ملت و تجارت تفاوت معنی‌داری نشان می‌دهد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد مولفه شناسایی در کل سیستم بانکی، و شناسایی، تقابل و دو سویگی و روایت‌های مشترک در بانک ملت، شناسایی و تقابل و دو سویگی در بانک ملی، و تقابل و دو سویگی و روایت‌های مشترک در بانک تجارت از مقدار آزمون ($\text{Test-T Value} =$) 4 تفاوت معنی‌داری ندارند و در سایر مولفه‌های تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی تفاوت معنی‌داری نشان داده است. از این نتایج چنین استنباط می‌گردد اگرچه بانک‌های دولتی مورد مطالعه تابع سیاست‌های مدون بانک مرکزی هستند، اما شکل‌گیری و توسعه سرمایه اجتماعی می‌تواند بر روی بهره‌وری بانک‌ها از جهت جذب مشتری، میزان سپرده‌گذاری و در نتیجه رقابت جویی تأثیرگذار باشد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، صنعت بانکداری، بانک ملی، ملت، تجارت، رفاه

طبقه بندی JEL: D₂₃, D₈₅, O₁₅, M₁₂

m41847@yahoo.com

* (نویسنده مسئول)

تاریخ پذیرش: ۱۳۸۹/۸/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۸۸/۱۲/۲۴

The Comparative Study of Social Capital in Kerman City Public Banks

Seddigheh Khorshid

Assistant Professor of Management,

Semnan University

Samaneh Darbandi

M.A. in MBA

Abstract:

The present research was carried out on the comparative study of social capital in Kerman city public banks. The Present research method is descriptive and survey, and data collection tool is a questionnaire. Therefore, from among public banks, four banks (Melli, Mellat, Refah and Tejarat) were randomly selected. Three tests of one-way ANOVA, Scheffe, and one –sample T-test was used to analyze research data and test research hypotheses. The result of the study indicate that there is a significant difference between Refah bank and the other studied banks in terms of the level of social capital and its components. Also, the results of the study show that the component of identification in all the studied banks, the components of identification, reciprocity and shared narratives in Mellat Bank, the components of identification and reciprocity in Melli Bank and the component of reciprocity and shared narratives in Tejarat Bank are not significantly different from test value (t-test value: 4), but there is a significant difference in the other components of social capital in the studied banks. Therefore, it is argued that, although the studied public banks follow from the formalized policies of Iran Central Bank, but forming and developing social capital can affect the productivity of banks in terms of customer attraction, retention and their competitiveness.

Keywords: Social capital, Banking industry

JEL: D₂₃, D₈₅, O₁₅, M₁₂

۱- مقدمه

صنعت بانکداری همچون سایر صنایع با عوامل فشارزای محیطی مواجه است. هم‌و چامبی، این فشارها را تحت عنوان سه سی (C): تغییر، مشتریان و رقابت نام برده است (Hamer & Champy, 1993). تغییر به‌طور پیوسته در حال وقوع است. سرعت و آهنگ تغییر و درجه عدم اطمینان در محیط رقابتی امروز، دائماً در حال افزایش است. از سال ۱۹۴۳، صنعت بانکداری دنیا با تغییرات گسترده، بزرگ، مستمر و ثابت؛ بالاخص تغییرات فناوری و نظارتی، صرف نظر از تغییرات ناشی از ماهیت در حال تغییر جامعه، مواجه بوده است. هم اکنون افراد نه فقط به یک

حساب بانکی به عنوان یک حق، نه یک حق انحصاری، می‌نگرند، بلکه آگاه شده‌اند که کسب و کار آنها برای بانک‌ها ارزشمند است، و اگر بانک نیازهای آنها را تامین نکند، آنها می‌توانند به سهولت، کسب و کار خود را به جای دیگری انتقال دهند. نفوذ سریع اینترنت، صنعت بانکداری را، بالاخص مجاری تحویل خدمات، صنعت خدمات مالی را متحول و دگرگون کرده است. فتاوری، یک مولفه مهم صنعت بانکداری امروزه است و همانند موتور کشتی، برای کشتی عمل می‌کند و سبب ایجاد شتاب و سرعت در انجام همه کارها شده است. تمایل مشتریان در صنعت بانکداری برای انجام معاملات بانکی خود با بیشترین سرعت بر شهرت مجاری گوناگون جدید تحویل خدمات با توانش و پتانسیل تحویل سریع تر، راحت تر و درست تر خدمات بانکی به مشتریان دلالت می‌کند: مشتریان از انجام سریع و آسان کارهای بانکی خود خوشحال و خرسند هستند.

با حرکت به سمت اقتصاد جهانی و افزایش فزاینده رقابت جویی، اساس و مبنای رقابت از دارایی‌های ملموس به سمت دارایی‌های ناملموس تغییر کرده است (Eurostal, 2000). توانایی سازمان‌ها برای توسعه و افزایش تاثیر ارزش افزایی دارایی‌های ناملموس، بالاخص سرمایه اجتماعی و ارتباطی به شایستگی بنیادینی تبدیل می‌شود، که به نوبت، منبع برتری پایدار کسب و کار سازمان‌ها، بالاخص سازمان‌های فراهم کننده خدمات مالی و حرفه‌ای را ایجاد می‌کند. در این نوع سازمان‌های دانش محور، داشتن دانش برای موفقیت کسب و کار، مهم و حیاتی است (Pralhad & Hamel, 1990; Drucker, 1993). تولید، تسهیم و پردازش دانش، و نیز استفاده از سایر منابع، مستلزم توسعه و افزایش سرمایه اجتماعی در این سازمان‌هاست.

سرمایه اجتماعی، یک نوع دارایی ناملموس است که به گروه‌ها و دسته‌های انسانی (نه به فرد) تعلق دارد. برخلاف سرمایه اقتصادی، که در حساب‌های بانکی افراد قرار دارد، و سرمایه انسانی، که در کاسه سرانسان‌ها جا دارد، سرمایه اجتماعی از روابط متقابل افراد پدیدار می‌شود. سرمایه اجتماعی منحصر به فرد است، بدین علت که سرمایه اجتماعی بوسیله روابط اجتماعی، و به عنوان نتیجه روابط اجتماعی معنا دار توسعه یافته است، و افراد به اتفاق همدیگر برای ایجاد آن در گذر زمان سرمایه گذاری می‌کنند (Storberg, 2002). سرمایه اجتماعی نتیجه تعاملات روزانه افراد با یکدیگر است، و سطح آن تابع کیفیت روابط، نگرش‌ها و نظام‌های حاکم بر روابط بین افرادی است که یک گروه را شکل می‌دهند. اگر سرمایه اجتماعی کم باشد، بسیج سرمایه اجتماعی به

سختی و دشواری انجام می‌شود (Hargreaves, 2001).

سرمایه اجتماعی از دیدگاه رویکرد منبع مدار به عنوان یک دارایی راهبردی نگریسته می‌شود، که توانش یک منبع برتری رقابتی پایدار برای یک سازمان دارد (Wernerfelt, 1984; Barney, 1986, 1991; Prahalad & Hamel, 1990; Peteraf, 1993; Conner, 1991). ناهایت و خوشحال، رویکرد منبع مدار شرکت را برای توضیح و تشریح نقش سرمایه اجتماعی در بهبود و ارتقای عملکرد سطح سازمان به کار بردند و استدلال نمودند که سازمان‌های دارنده سطوح بالای سرمایه اجتماعی نسبت به رقبای دارنده سطوح نسبتاً پایین سرمایه اجتماعی خود موفق تر هستند (Nahapiet & Ghoshal, 1998). در راستای این رویکرد، آنها معتقدند توسعه سرمایه اجتماعی در درون سازمان، یک منبع برتری رقابتی برای سازمان ایجاد می‌کند. به عبارت دیگر، روابط با کیفیت بالاترین کارکنان (برای مثال، سرمایه اجتماعی) به علت ارزشمند بودن آنها برای سازمان، نه فقط باید شکل بگیرند، بلکه تقلید آن توسط رقبای بالقوه و بالفعل باید دشوار و سخت باشد. چنین روابطی برای سازمان‌ها، یک حاشیه رقابتی پایدار نسبت به رقبای آنها فراهم می‌کند (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

در تحقیقات اخیر، محققان سازمانی طرح نموده‌اند که سرمایه اجتماعی به مزیت و برتری سازمان کمک می‌کند و با برتری رقابتی سازمان‌ها رابطه مثبت دارد (Adler & Kwon, 2002; Leana & Van Buren, 1999; Nahapiet & Ghoshal, 1998; Tsai & Ghoshal, 1998). برای مثال، لینا و وان برن بیان نمودند سرمایه اجتماعی با توانایی یک سازمان برای کسب تعهد کارکنان، انعطاف داشتن، مدیریت اقدام جمعی، و توسعه سطوح بالای سرمایه فکری، رابطه مثبت دارد (Leana & Van Buren, 1999). آدلر و کوون طرح کردند سرمایه اجتماعی سبب ایجاد ارزش‌هایی مانند همبستگی، یکپارچگی، همکاری و مشارکت برای سازمان می‌شود (Adler & Kwon, 2002). به گفته آنها، سرمایه اجتماعی از حوزه شراکتی اطلاعات، نفوذ، کنترل و قدرت، نفع می‌برد (Burt, 1992).

فهم و درک مفهوم سرمایه اجتماعی، سنجش و تحلیل آن در سازمان‌ها به منظور تشریح و تبیین تفاوت‌ها و تمایزات رقابتی، و نیز بهبود موضع رقابتی آنها مهم است و می‌تواند ما را در تحلیل گسترده تر و عمومی تر گزینه‌های خط مشی و موضوعات بوسیله شناسایی عواملی کمک کند که می‌توانند به بهبود رفاه و سعادت افراد، گروه، سازمان‌ها و جوامع کمک نمایند

(Spellerberg, 2001). متغیرهای به کار رفته برای سنجش سرمایه اجتماعی در مطالعات گوناگون، متفاوت و متناقض هستند. این شاخص‌ها اساساً عبارتند از: انسجام اجتماعی، حمایت اجتماعی، تلفیق و یکپارچگی اجتماعی، و جامعه مدنی و شهری. پوت نام، سرمایه اجتماعی را در مناطق ایتالیا با ارجاع به شدت و قوت عضویت شهروندان در سازمان‌های رسمی فعال در این مناطق می‌سنجد (Putnam, 1993). سزرتو و وولکوک، بین سرمایه اجتماعی تعهدی و التزامی، سرمایه اجتماعی پلی، و سرمایه اجتماعی پیوندی تمایز قائل شد (Sztreter & Woolcock, 2004). کریشنا، در حوزه مطالعه اش، یک مقیاس محلی محور برای سنجش سرمایه اجتماعی در راجاس تان توسعه داد، که بر اساس ارزیابی مشارکت در شبکه‌های غیر رسمی قرار دارد. وی در مطالعه اش، شش فعالیت تشکیل دهنده شاخص اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی را شناسایی کرد که عبارتند از (Krishna, 2004): الف- عضویت در گروه‌های تسهیم کار؛ ب- مبارزه با بیماری غلات؛ ج- مبارزه با بیماری‌های طبیعی؛ د- اعتماد؛ ه- یکپارچگی، همبستگی و وحدت؛ ی- تقابل و دو سوگیری. میتچل و بیزرت، مطالعه‌ای به منظور تحلیل چگونگی شکل‌گیری و پیامدهای سرمایه اجتماعی برای زمینه نیکاراگوئه با کاربرد یک ابزار تحقیقی طراحی شده برای مطالعه و بررسی عناصر سرمایه اجتماعی در یک سطح خرد انجام دادند. مطالعه آنها، رابطه بین شدت عضویت، اعتماد اجتماعی و یک مجموعه جامع تر شاخص‌های سرمایه اجتماعی در سطح خانواده، علاوه بر رفتارهای سلامت و مدنی منتخب بررسی نموده است. در وفاق با تعریف سرمایه اجتماعی به شکل آن وجهی از سازمان‌های اجتماعی، که هماهنگی و همکاری را تسهیل می‌کند Mitchell & Bossert, 2007). پوت نام، سه شاخص کلی سرمایه اجتماعی، یعنی شدت مشارکت سیاسی، شدت فعالیت انجمنی داوطلبانه و پیمایش بر روی سطوح اعتماد و عملیات متقابل، افول سرمایه اجتماعی در ایالات آمریکا را در طی دهه‌های گذشته مستند کرد (Putnam, 2000). همچنین، هنوز توافقی درباره فردی یا جمعی بودن شاخص سنجش سرمایه اجتماعی وجود ندارد. پورتس، سرمایه اجتماعی را یک مشخصه و خصیصه فردی توصیف می‌کند (Portes, 1998). در واقع سرمایه اجتماعی، فقط به علت عضویت فرد در یک گروه (Sztreter & Woolcock, 2004)، یک دارایی فردی به شمار می‌آید، اما آن می‌تواند یک منبع سازمانی ملاحظه گردد. بنابراین، این مقاله در نظر دارد سرمایه اجتماعی را در سطح سازمان در صنعت بانکداری مورد مطالعه قرار دهد.

ادامه مقاله این گونه سازمان یافته است: بخش بعدی، مفهوم سرمایه اجتماعی و ابعادش را

تشریح می‌کند. بخش سوم، روش‌شناسی تحقیق، تحلیل داده‌ها و نتایج را طرح می‌کند. بالاخره بخش پایانی به نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادهایی برای ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی در صنعت بانکداری اختصاص یافته است.

۲- مبانی نظری و فرضیه‌های تحقیق

۲-۱: مفهوم سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه اجتماعی در اوایل قرن بیستم برای نشان دادن حسن نیت، رفاقت و دوستی، و ابراز همدردی و دلسوزی منبعث شده از مبادلات و معاشرت‌های اجتماعی معرفی شد (Hanifan, 1916). از زمان معرفی آن تاکنون، مفاهیم بسیاری برای توصیف آن وضع شده است: برای مثال، ارتباط، همکاری و تعامل با جماعت، گروه، و خانواده (Teachman & Paesch, 1997)، منابع بالقوه تحت تملک شبکه‌ها و روابط، از جمله تقابل و دو سویگی (Portes, 1998)، بده و بستان کمک و سرمایه‌گذاری، صرف زمان و پول (Hofferth et al, 1999)، اعتماد، هنجار تقابل و دو سویگی و شبکه‌های ساختاری (Krishna & Shrader, 1999)، گستره، و قابلیت دسترسی به منابع (Lin et al, 2001)، پیوندها و تماس‌های اجتماعی، معاشرت و همکاری، و منابع شبکه‌ای (Angelusz & Tardos, 2001)، توجه اجتماعی، اعتماد و توانایی برقراری ارتباط، معاشرت و همکاری (Offe & Fuchs, 2002). به‌طور خلاصه، مفاهیم گوناگون به تعاریف متفاوتی از سرمایه اجتماعی منجر شده است. این مقاله با کار بوردیو (Bourdieu, 1986)، پوت‌نام (Putnam, 1993, 1995)، فوکویاما (Fukuyama, 1995, 1996) شروع می‌شود، اما براساس کار ناهاپیت و خوشحال (Nahapiet & Ghoshal, 1998) بنیان گذاشته شده است، بدین علت که مفهوم آنها از سرمایه اجتماعی، نه فقط بسیاری از ابعاد بحث شده در تحقیقات گذشته را پوشش می‌دهد، بلکه مفهوم آنها برای تبیین سرمایه اجتماعی در جایگاه سازمانی، در سطح و درون سازمان‌ها مفید و ایده‌آل می‌باشد، در حالی که سایر مفاهیم وضع شده برای توصیف سرمایه اجتماعی برای مطالعه سرمایه اجتماعی در سطح فردی مناسب هستند.

بوردیو، سرمایه اجتماعی را تجمیع منابع واقعی یا بالقوه‌ای تعریف می‌کند که با تملک

شبکه‌ای از روابط پایدارنهادینه شده شناخت‌های متقابل افراد ارتباط دارد (Bourdieu, 1986). پوت نام بیان می‌کند سرمایه اجتماعی، مشخصات سازمان اجتماعی؛ از جمله شبکه‌ها، هنجارها، و اعتماد اجتماعی را نشان می‌دهد، هماهنگی و همکاری برای نفع متقابل را تسهیل می‌کند و سبب افزایش پتانسیل و توانش مفید جماعت و گروه می‌شود. پوت نام، سرمایه اجتماعی را یک نوع چسب اجتماعی می‌داند که به تسهیل فعالیت‌ها در سطح جماعت و گروه کمک می‌کند، و در نتیجه، انواع فعالیت‌های مدنی شهروندی را میسر می‌سازد (Putnam, 1995, 1998, 2000). فوکویاما با توسعه ایده‌ای بیان می‌کند که گاهی اوقات اعتماد و هنجارهایی در سیستم‌های اجتماعی پدیدار می‌شوند که در نتیجه، فعالیت‌ها و موفقیت‌های اقتصادی را تسهیل می‌کنند. او اصطلاح سرمایه اجتماعی را برای توصیف پیدایش اعتماد و تاثیر مستقیمش بر روی مزیت و برتری رقابتی به کار می‌برد (Fukuyama, 1995, 1996). وی سرمایه اجتماعی را توانایی افراد برای کار با همدیگر به منظور دستیابی به هدف مشترکی در گروه‌ها و سازمان‌ها تعریف می‌کند (Fukuyama, 1995).

ناهاپیت و خوشحال، سرمایه اجتماعی را مجموعه منابع بالقوه و واقعی به کار گذاشته شده در درون شبکه‌ای از روابط یک فرد یا واحد اجتماعی، قابل دسترس از طریق آنها، و نشأت گرفته از آنها تعریف می‌کند (Nahapiet & Ghoshal, 1998). آنها برای سرمایه اجتماعی، سه بعد ساختاری، ارتباطی و شناختی شناسایی نموده‌اند. عمل و اقدام این سه بعد در متون به عنوان دانش در عمل تعریف شده است (Kenmore, 2001; Kilksberg, 2000). این روابط؛ یک ساختار اجتماعی جدید، شبکه جدیدی از روابط جمعی و گروهی، و فرآیندهای تولید دانش جدید در بین عواملان ایجاد می‌کنند. در ادامه، هر کدام از این ابعاد به تفصیل تشریح می‌شوند.

۱-۱-۲: بعد ساختاری سرمایه اجتماعی

بعد ساختاری سرمایه اجتماعی مشتمل بر شبکه‌ای از پیوندها و روابط بین اعضای سازمان است. در حقیقت، افراد می‌توانند خودشان را عضوی از یک شبکه ادراک کنند. این بعد، شکل، آرایش و پیوندهای شبکه‌ای را نمایش می‌دهد، که بورت، از آن تحت عنوان "به چه کسی دسترسی دارید و چگونه به آن دسترسی پیدا می‌کنید" نام می‌برد (Burt, 1992). بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، شدت الگوهای تبادلات اجتماعی را منعکس می‌سازد (Homans, 1961). این پیوندها و ارتباط‌ها، منابع بالقوه‌ای ایجاد می‌کنند، که یک شخص با فراهم کردن و نیز تبادل الطاف و

محبت‌ها کسب می‌کند. بعد ساختاری شبکه‌ها در تعیین کارایی عملیات شبکه، دسترسی به منابع و مشارکت عامل نقش مهمی ایفا می‌کند (Wasserman & Faust, 1994). ناهاپیت و خوشحال، برای بعد ساختاری، سه مولفه تعریف نموده اند: الف- پیوندهای شبکه ای. ب- شکل و آرایش شبکه ها. ج- مفید و مناسب بودن پیوندهای شبکه ای (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

پیوندهای شبکه ای، ارتباط‌ها و پیوندهای بین اعضای یک سازمان را نشان می‌دهند (Bolino et al., 2002)، و در نتیجه تعاملات، کنش و واکنش‌های اجتماعی را ممکن می‌سازند (Inkpen & Tsang, 2005; Tsai & Ghoshal, 1998) و بر روی انتقال اطلاعات (Krackhardt & Hanson, 1993)، یادگیری سازمانی (Fisher & White, 2000)، و انجام فعالیت‌های سازمانی تاثیر می‌گذارند. ناهاپیت و خوشحال استدلال نمودند که پیوندهای شبکه‌ای بر روی دسترسی به شرکای رابطه برای تلفیق و تبادل دانش، و نیز پیش بینی ارزش از طریق چنین تبدلاتی تاثیر می‌گذارند، و فرصتی برای ترکیب و تبادل دانش فراهم می‌کنند (Nahapiet & Ghoshal, 1998). درحالی که ارتباطات بین اعضای سازمان مهم می‌باشد، شکل و آرایش کلی پیوندها در درون سازمان نیز مهم هستند. اگرچه شبکه‌های رسمی و غیر رسمی می‌توانند نقش مهمی در آرایش کلی ارتباط‌ها و پیوندهای متقابل شخصی ایفا کنند (Ibarra, 1992)، اما برای درک و فهم شکل و آرایش شبکه، باید در پیرامون ویژگی‌هایی مانند حفره‌های ساختاری، مرکزیت، و تراکم و فشردگی تامل نمود. این ویژگی‌ها، اغلب عامل تعیین کننده مهم گستره انتقال اطلاعات، دانش، کمک و امداد در درون یک سازمان هستند، که فراتر از ارتباط‌ها و پیوندهای فردی می‌باشند (Krackhart & Hanson, 1993). همچنین مفید و مناسب بودن یک شبکه می‌تواند بر روی جریان اطلاعات، کمک و مساعدت‌های درون شبکه تاثیر بگذارد (Nahapiet & Ghoshal, 1998). مفید و مناسب بودن شبکه با سهولت و راحتی ارتباط دارد، بدین معنا که افراد عضو یک شبکه بتوانند از روابط شبکه‌ای خود برای انجام کارهای دیگر خود در سایر موارد استفاده کنند. از این رو، پیوندها و ارتباط‌های ایجاد شده در بین افراد در زمینه‌های غیررسمی می‌تواند در زمینه‌های رسمی تر مفید و موثر واقع شوند. بنابراین، شبکه‌های شکل گرفته برای تحقق یک هدف و مقصد اغلب برای مقاصد و اهداف دیگر مفید واقع می‌شوند (Fukuyama, 1995; Putnam, 1993).

۲-۱: بعد ارتباطی^۱ سرمایه اجتماعی

دومین بعد سرمایه اجتماعی با ماهیت و کیفیت پیوندهای ارتباطی مرتبط است (Nahapiet & Ghoshal, 1998). بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی از طریق پیوندهای متقابل شخصی مشارکت کنندگان در یک شبکه ایجاد می‌شود. این بعد با پیوندهای عاطفی در میان کارکنان سازمان ارتباط دارد، بدین معنا که کارکنان همدیگر را دوست دارند، از همدیگر حمایت می‌کنند، به همدیگر اعتماد دارند، با همدیگر به عنوان عضوی از سازمان شناسایی می‌کنند، و متعهد به جبران الطاف و محبت‌های همدیگر می‌شوند. به قول ناهاپیت و خوشحال، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی با سطوح بالای اعتماد، هنجارهای مشترک و تعهدات ادراک شده، و نیز یک حس شناسایی متقابل توصیف می‌شود، و از چهار مولفه دوست داشتن، اعتماد، شناسایی و تقابل و دو سویگی را تشکیل شده است (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

تحقیقات گذشته نشان داده اند جذابیت‌های بین شخصی اغلب با وجوه و ابعاد کارکرد گروهی ارتباط دارد. برای مثال، تحقیق کراک هاردت نشان داده است وقتی اعضای یک گروه همدیگر را دوست داشته باشند، آنها با عدم اطمینان‌ها راحت‌تر برخورد می‌کنند و در برابر تغییر کمتر مقاومت نشان می‌دهند (Krackhart, 1992). جذابیت‌های بین شخصی، یک مولفه مهم انسجام گروهی است، که به بهبود کارکرد گروه، بالاخص گروه‌های کوچک کمک می‌کند. در کل، اعضای گروه‌های کاری که همدیگر را دوست دارند، منعطف‌تر می‌باشند و قادر هستند با یک محیط در حال تغییر بهتر انطباق پیدا کنند و کارکرد بالاتری داشته باشند (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

همچنین سرمایه اجتماعی با ایده روان‌شناسی اعتماد و شبکه‌ها ارتباط دارد. اعتماد، تمایل یک طرف رابطه به پذیرش آسیب‌پذیری اقدامات و اعمال طرف دیگر بر اساس انتظاری تعریف می‌شود، که یک طرف رابطه، اقدام خاصی بدون توجه به توانایی نظارت یا کنترل طرف دیگر انجام می‌دهد (Mayer et al, 1995). متون، اهمیت اساسی اعتماد، رفاقت و دوستی در توسعه پیوندهای شبکه‌ای طرح نموده اند (Granovetter, 1985). برای مثال، ناهاپیت و خوشحال طرح

1- Relational dimension

می‌کنند وقتی اعتماد بین طرفین یک رابطه وجود داشته باشد، آنها تمایل بیشتری برای ترفیق و یکپارچگی مشترک و جمعی خواهند داشت (Nahapiet & Ghoshal, 1998). نوناکا (Nonaka, 1994) نشان داد که اعتماد بین شخصی در گروه‌ها و سازمان‌ها برای ایجاد فضایی به منظور تسهیم دانش مهم است. بلاو بیان کرد اعتماد روابط تبادلی ایجاد و حفظ می‌کند، که در نتیجه به تسهیم دانش با کیفیت خوب منجر می‌گردد (Blau, 1964). سازمان‌های بهره‌مند از سطوح بالای اعتماد در میان اعضاء خود، از روابط گروهی خود خرسندتر هستند، که در نتیجه از لحاظ اجتماعی یکپارچه‌تر و متحدتر می‌باشند. تحقیقات گذشته نشان داده است اعتماد، تبادلات اجتماعی و منابع را آسان می‌سازد، ارتباطات را افزایش می‌دهد، و همکاری بین افراد (Putnam, 1993; Tsai & Ghoshal, 1998)، و تبادل سرمایه‌های فکری را بهبود می‌دهد (Nahapiet & Ghoshal, 1998)، ارزش سازمانی تولید می‌کند (Tsai & Ghoshal, 1998)، نوآوری را افزایش می‌دهد، و کار گروهی و کارکرد سازمانی را بهبود می‌بخشد (Bouty, 2000; Jones & George, 1998).

شناسایی به معنای ادراک یکی بودن یا تعلق داشتن به برخی گروه‌ها و دسته‌های انسانی است (Ashforth & Mael, 1989). ادراک یکی بودن با سازمان به همراه افزایش فهم مشترک سبب می‌شود که اهداف فرد، تحت الشعاع اهداف و منافع سازمان قرار گیرد (Kramer et al., 1996). تاج‌فل (Tajfel, 1978) بیان می‌کند شناسایی، دو مولفه عاطفی و شناختی دارد. او استدلال می‌کند هویت نمایانگر دانش و شناخت فرد از عضویتش به گروه‌های اجتماعی مشخص با مقداری معنی عاطفی و ارزشی است. مولفه شناختی شناسایی، معرف گستره‌ای است که یک فرد خود را به سازمان متعلق می‌داند و خود را عضو نوعی آن ادراک می‌کند. اما مولفه عاطفی، مبین عواطف و تجارب فرد بواسطه عضویت سازمانی آن است. برای مثال، احساس غرور به عضویت در سازمان یا احساس شناخته شدن با آن. شناسایی برای فرد به منظور ایجاد هویت اجتماعی مثبت مهم است (Smidts et al., 2001; Tajfel, 1978). شناسایی عاطفی، وفاداری و رفتارهای شهروندی را در جایگاه گروهی پرورش می‌دهد (Bergami & Bagozzi, 2000; Myer et al., 2002) و در تبیین تمایل افراد برای حفظ روابط تعهد شده در سازمان مفید و سودمند است (Bagozzi & Dholakia, 2002; Dholakia et al., 2004). ناهاپیت و خوشحال استدلال نمودند شناسایی، یک منبع اثرگذار بر روی انگیزش برای ترکیب و تبادل دانش، تسهیل یادگیری، و تولید

دانش است (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

تقابل و دو سویگی، فرآیندهای حاکم بر تعاملات اجتماعی در میان افراد را نشان می‌دهد (Gouldner, 1960). گولدنر نشان داد هنجار تقابل و دو سویگی می‌تواند بوسیله تبیین و تشریح عناصر یا مولفه‌های متفاوت فرآیند آن فهمیده شود. این مولفه‌ها عبارتند از: الف- هم‌ارزشی و هم‌ارزی مورد تبادل، که بر برابری مقدار داده شده با مقدارستانده شده در رابطه تبادلی دلالت می‌کند؛ ب- قربت، که بر دوره زمانی بین دریافت و پرداخت یک تبادل دلالت می‌کند؛ ج- نفع، که بر انگیزه شریک رابطه از انجام تبادل (نفع شخصی، نفع متقابل و نفع دیگری) دلالت می‌کند (Gouldner, 1960). در مجموع، با ترکیب این سه مولفه، مکانیزم‌هایی ایجاد می‌شوند که با آن‌ها، ثبات سیستم‌های اجتماعی حفظ می‌گردد (Homans, 1958; Liden et al, 1997; Simmel, 1950; Thurnwald, 1932). همچنین گولدنر بیان کرد که اصول اساسی تقابل و دو سویگی در تعهدات ایجاد شده بوسیله تبادل منافع یا الطاف در میان افراد قرار دارد. این هنجار به صورت یک کارکرد تثبیت‌کننده، علاوه بر "یک مکانیزم آغازین" عمل می‌کند، بدین معنا که آن به شروع تعامل اجتماعی کمک می‌کند و ساختار اجتماعی را در شکل تکالیف موقعیت اجتماعی ایجاد می‌کند (Gouldner, 1960). به قول بلاو، تقابل و دو سویگی بطور ضمنی بر اعمالی دلالت می‌کند که به واکنش‌های پاداش داده شده توسط دیگران بستگی دارد، و با عدم تحقق واکنش‌های مورد انتظار، متوقف می‌شود. مطالعات متعددی از نقش تقابل و دو سویگی در توسعه و حفظ رابطه حمایت کرده‌اند (Blau, 1964).

۲-۱-۳: بعد شناختی سرمایه اجتماعی

سرمایه شناختی اجتماعی بر معانی مشترکی دلالت دارد که از طریق روایت‌ها و بحث‌های مستمر و پیوسته در درون یک گروه خاص و مشخص تولید می‌شوند. این معانی مشترک خود تقویت‌کننده هستند؛ بدین معنا که مشارکت در سازمان به فهم پیشین اعضای سازمان از زمینه، علاوه بر کمک مستمر به گفتگوهای جاری بستگی دارد (Edelman et al., 2002). در واقع از طرح‌های تعبیری مشترک توسعه یافته توسط گروه‌ها، و زبان مشترک برای بیان و عملیاتی کردن نمایش‌های مشترک، تعبیر و سیستم‌های معنی در میان افراد درگیر در یک رابطه استفاده می‌شود (Nahapiet & Ghoshal, 1998). آن، گستره حمایت طرق مشترک تفکر و تعبیر و تفسیر

رخدادها از تولید سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهد. اعضای شبکه، علائق و منافع مشترک الهام گرفته از اصل اعتماد و اطمینان، و نگرش تسهیم دانش دارند. در واقع دیدگاه و فهم مشترک کارکنان یک سازمان به آنها امکان می‌دهد رفتار سایر اعضای سازمان را پیش بینی کنند، که در نتیجه سبب افزایش کارایی و اثربخشی سازمان می‌شود (Klimoski & Mohammed, 1994). بعد شناختی سرمایه اجتماعی مشتمل بر دو عنصر زبان مشترک، و روایت‌های مشترک است، که مجموعاً سیستم‌های معنی مشترک بوجود می‌آورند (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

زبان مشترک به اعضای سازمان امکان می‌دهد با یکدیگر به طریقه اثربخش تر ارتباط برقرار کنند (Boisot, 1995)، دانش را با سهولت بیشتری تلفیق کنند و از همدیگر بهتر حمایت کنند (Klimoski & Mohammed, 1994; Nahapiet & Ghoshal, 1998). ناهاپیت و خوشحال اظهار نمودند که فهم متقابل در میان کارکنان بوسیله وجود یک زبان مشترک ایجاد می‌شود (Nahapiet & Ghoshal, 1998). زبان مشترک فراتر از زبان کلامی است. آن نمایانگر سرازه‌ها، موشکافی‌ها و مفروضات زیربنایی است، که محصول اصلی تعاملات روزمره است (Lesser & Storck, 2001). رموز و زبان مشترک، فهم مشترک اهداف جمعی و طرق مناسب اقدام را در سازمان تسهیل می‌کنند (Tsai & Ghoshal, 1998). ناهاپیت و خوشحال اظهار نمودند که زبان مشترک بر روی شرایط ترکیب و تبادل سرمایه‌های فکری به طرق ذیل تاثیر می‌گذارد:

الف- زبان مشترک، توانایی افراد را برای دسترسی به دیگران و اطلاعات آنها تسهیل می‌کند؛
ب- زبان مشترک، یک سیستم مفهومی مشترک برای ارزیابی منافع احتمالی تبادل و تلفیق آنها فراهم می‌کند؛ ج- زبان مشترک نیز از مجموعه‌ای از ایده‌ها، ارزش‌های مشخص و اصول متداخل و همپوشا در دانش حمایت می‌کند (Nahapiet & Ghoshal, 1998). بنابراین، آن قابلیت و توانایی افراد درگیر در رابطه را برای تلفیق و ترکیب دانش کسب شده از طریق تبادلات اجتماعی بهبود و ارتقاء می‌بخشد.

روایت‌های مشترک؛ اسطوره‌ها، افسانه‌ها، داستان‌ها و استعاره‌هایی هستند که اعضای سازمان به یکدیگر انتقال می‌دهند (Nahapiet & Ghoshal, 1998). روایت‌های مشترک، نمونه‌ای از تسهیم و به اشتراک گذاشتن یک مساله خاص مورد بحث است؛ به گونه‌ای که زمینه و راه حل‌های نهایی یا نتایج را به منظور ایجاد دیدگاهی ژرف تر برای ذینفعان، مورد مطالعه قرار می‌دهد (Manu & Walker, 2006)، و به اعضای سازمان در تعبیر و تفسیر، و فهم و درک تجارب شان به

طریقه مشترک کمک می کنند. روایت های مشترک، سطح فهم را در میان اعضای سازمان افزایش می دهد، توانایی کارکنان برای پیش بینی و پیش گویی اقدامات سایر همکاران را بهبود می بخشد، و استفاده از ورودی های اعضای گوناگون را تسهیل می کند، فعالیت ها را به طریقه موفقیت آمیزی ترکیب می کند و انطباق با شرایط در حال تغییر را آسان می سازد (Krackhardt, 1992; Klimoski & Mohammed, 1994). با یکپارچه شدن فرآیندها این فهم مشترک؛ کارایی سازمان بوسیله آگاهی متقابل، و نیز کاهش رفتارهای متعدد غیر منتظره اعضای سازمان افزایش می یابد (Weick, 1995).

۲-۲: فرضیه تحقیق

برای انجام مطالعه تطبیقی سرمایه اجتماعی و ابعاد آن در بین بانک های دولتی شهر کرمان، فرضیه های تحقیق به شرح زیر تبیین می گردد:

فرضیه ۱- بین بانک های مورد مطالعه از جهت سرمایه اجتماعی ساختاری (پیوندهای شبکه ای، شکل و آرایش شبکه ها، مفید و مناسب بودن پیوندهای شبکه ای)، سرمایه اجتماعی ارتباطی (دوست داشتن، اعتماد، شناسایی، تقابل و دو سویگی)، و سرمایه اجتماعی شناختی (زبان مشترک، روایت های مشترک) تفاوت معنی داری وجود دارد.

فرضیه ۲- میانگین سرمایه اجتماعی در کل، و سرمایه اجتماعی ساختاری (پیوندهای شبکه ای، شکل و آرایش شبکه ها، مفید و مناسب بودن پیوندهای شبکه ای)، سرمایه اجتماعی ارتباطی (دوست داشتن، اعتماد، شناسایی، تقابل و دو سویگی)، و سرمایه اجتماعی شناختی (زبان مشترک، روایت های مشترک)، بزرگ تر از ۴ است.

۳- روش شناسی تحقیق

۱-۳: توسعه مقیاس های سنجش سازه های تحقیق

برای سنجش و اندازه گیری سازه سرمایه اجتماعی در کل، و ابعاد تشکیل دهنده آن به طور خاص، پرسشنامه ای مشتمل بر ۸۰ سوال بسته با استفاده از طیف پنج امتیازی لیکرت طراحی و تنظیم شده است که از بسیار موافقم (۵) تا بسیار مخالفم (۱) درجه بندی شده است. برخی اقلام

پرسشنامه از متون اقتباس شده است و اقلام جدید بر اساس تعاریف ارائه شده از ابعاد سرمایه اجتماعی در متون توسعه یافته است. از ۸۰ سوال پرسشنامه، ۲۶ سوال بعد ساختاری سرمایه اجتماعی را می‌سنجد، که ۱۰ سوال، سازه پیوندهای ساختاری؛ ۱۲ سوال، سازه شکل و آرایش پیوندها؛ و ۴ سوال، سازه مناسب و مفید بودن شبکه را می‌سنجد. همه این سوالات به جز سه سوال (که از متون اقتباس شده اند) بر اساس تعاریف ارائه شده از پیوندهای ساختاری، شکل و آرایش پیوندها و مناسب و مفید بودن پیوندهای شبکه‌ای توسط ناهاپیت و خوشحال (۱۹۹۸) توسعه یافته اند. بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بوسیله ۳۷ سوال سنجیده می‌شود، که ۳ سوال، سازه دوست داشتن، ۱۵ سوال، سازه اعتماد، ۹ سوال، سازه شناسایی، و ۹ سوال، سازه تقابل و دو سویگی را می‌سنجد. مقیاس‌های سنجش سازه اعتماد از فوس سل و همکارانش (Fussell et al, 2006)، ماکنایت و همکارانش (Mcknight et al., 2002)، تسای و خوشحال (Tsai & Ghoshal, 1998) اقتباس شده است. این اقلام، باورهای فرد نسبت به رفتار غیر فرصت طلبانه، تعهد داشتن و عمل کردن به وعده‌ها، ثبات رفتاری، صداقت و راستگویی را می‌سنجد. اقلام سنجش شناسایی از دیک و همکارانش (Dick et al, 2008) برای انعکاس احساس تعلق، همبستگی، همدلی و دوستی، و مثبت فرد نسبت به سازمان اقتباس شده است. تقابل و دو سویگی با اقلام توسعه یافته بر اساس متون مربوطه سنجیده می‌شود. این اقلام بر روی انصاف در تبادل منابع تمرکز دارند. بعد شناختی سرمایه اجتماعی با هفده قلم ارزیابی می‌شود که هفت سوال، زبان مشترک و ده سوال، روایت‌های مشترک را می‌سنجد. زبان مشترک با اقلام اقتباس شده از ناهاپیت و خوشحال (۱۹۹۸) و چیو و همکارانش (Chiu et al, 2006)، و نیز اقلام جدید توسعه یافته بر اساس کار ناهاپیت و خوشحال (۱۹۹۸) سنجیده شده است. روایت‌های مشترک با اقلام مبتنی بر کار ناهاپیت و خوشحال (۱۹۹۸)، مورگان و هانت (Morgan & Hunt, 1994) به منظور انعکاس دیدگاه مشترک افراد درباره موضوعات و مسائل سازمانی، تعبیر و فهم مشترک از رخدادهای سازمانی، یادگیری در گستره سازمان سنجیده شده است.

۳-۱-۱: تعیین اعتبار ابزار سنجش سازه‌های تحقیق

برای آزمودن اعتبار ابزار سنجش سازه‌های تحقیق (پرسشنامه)، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. جدول (۱) نتایج تعیین اعتبار ابزار سنجش سازه‌های تحقیق را نشان می‌دهد.

اعتبار کلی مقیاس سنجش سازه سرمایه اجتماعی برابر با $\alpha=0/94$ است. ضرایب اعتبار به دست آمده برای ابعاد سرمایه اجتماعی در طیف $0/80$ تا $0/92$ قرار دارند، که بر طبق متون تحقیق، مقدار آنها قابل قبول می باشد. اعتبار مرکب^۱ سازه‌های تحقیق را با استفاده از تکنیک‌های طرح شده توسط فورنل و لارکر (Fornell & Larcker, 1981) محاسبه شدند. اعتبار مرکب و مختلط سازه‌ها در طیف $0/60$ و $0/92$ قرار دارند که مبین اعتبار خوب سنجه‌های تحقیق است.

۳-۱-۲: تعیین روایی ابزار سنجش سازه‌های تحقیق

برای سنجش و اندازه گیری روایی ابزار سنجش سازه‌های تحقیق، از تحلیل عاملی مولفه‌های اصلی با چرخش واریماکس با بوسیله نرم افزار SPSS استفاده شد. بارهای عاملی بوسیله قرار دادن اجباری اقلام در درون ۹ عامل/پیوندهای شبکه ای، شکل و آرایش شبکه ها، مناسب و مفید بودن شبکه، دوست داشتن، اعتماد، شناسایی، تقابل و دو سویگی، زبان مشترک و روایت‌های مشترک (تعیین شدند. بجز چند قلم از اقلام پرسشنامه (سه قلم با بارعاملی کمتر از $0/5$)، اکثریت اقلام در $0/5$ یا بیشتر با سازه‌های (عامل ها) متناظرشان یار شدند که بر طبق متون تحقیق، بسیار خوب و کافی ملاحظه می شود (Hair et al., 1995). با فرض این که یک منبع اطلاعاتی می تواند روابط کاذب و ساختگی در میان سازه‌ها ایجاد کند، و چون این مطالعه داده هایش را از طریق روش‌های یک منبعی (مقیاس‌های خود گزارش) جمع آوری کرده است، به آزمون واریانس روش مشترک نیاز دارد. این آزمون برحسب آزمون یک عاملی هارمون (O'Cass & Pecotich, 2005) انجام می شود. در این آزمون، همه اقلام، که انواع سازه‌های مختلف را می‌سنجند، به تحلیل یک عاملی مشروط می‌شوند. با کاربرد این رویکرد، نه عامل با ارزش‌های ویژه بیش از ۱ استخراج شدند و واریانس تبیین شده آنها معادل با $70/43$ بود. اولین عامل ۲۲ درصد واریانس، و ۸ عامل باقی مانده مشترکاً ۴۸ درصد واریانس را تبیین نمودند.

ارزیابی روایی همگرایی مهم است. فورنل و لارکر (Fornell & Larcker, 1981) استدلال نمودند که روایی همگرایی حاصل می‌گردد اگر متوسط واریانس تبیین شده (AVE) در اقلام بوسیله

1-composite reliability

سازه‌های مربوطه بیشتر از واریانس تبیین نشده آنها باشد (برای مثال، $AVE=0/50$). بنابراین، به منظور ارزیابی روایی همگرایی سازه‌ها، از مجذور همبستگی‌های چندگانه حاصل از تحلیل عامل برای محاسبه متوسط واریانس تبیین شده استفاده شد. همچنان که نتایج در جدول (۱) نشان می‌دهد، AVEs محاسبه شده برای هر کدام از عوامل بیشتر از $0/50$ بودند. برای مثال، AVE برای پیوندهای شبکه‌ای برابر با $0/54$ ، برای شکل و آرایش پیوندها برابر با $0/58$ ، برای مناسب و مفید بودن شبکه‌ها برابر با $0/74$ ، برای دوست داشتن برابر با $0/51$ ، برای اعتماد برابر با $0/63$ ، برای شناسایی برابر با $0/68$ ، تقابل و دو سویگی برابر با $0/50$ ، برای زبان مشترک برابر با $0/57$ و برای روایت‌های مشترک برابر با $0/54$ است. از این رو، همه عوامل، یک متوسط واریانس تبیین شده (AVE) بیشتر از یا معادل $0/50$ داشتند، بنابراین معیار توصیه شده برای روایی همگرایی را تأمین می‌کنند.

با محاسبه شاخص‌های مرکب و مختلط، یک ارزیابی از روایی واگرایی توصیه شده توسط گاسکی و نوین (۱۹۸۵) و اوکاس (۲۰۰۲) انجام شد. اگر همبستگی بین سازه‌های مرکب بیشتر از برآوردهای اعتبارسازه مربوطه نباشد، پس روایی واگرایی وجود دارد. بنابراین، بررسی ضرایب همبستگی‌های بین سازه‌های تحقیق (جدول ۳) و مقایسه آنها با اعتبار محاسبه شده از طریق آلفای کرونباخ در تحلیل داده اولیه و مقدماتی (جدول ۱) نشان داد که ضرایب همبستگی‌ها در طیف $0/001$ تا $0/76$ و اعتبارها در طیف $0/60$ تا $0/92$ قرار دارند. لذا هیچ کدام از ضرایب همبستگی‌ها بیشتر از اعتبار سازه‌های مربوطه نبودند، که روایی واگرایی را تأیید می‌کند.

میانگین کل سازه‌های تحقیق محاسبه شدند (جدول ۱). میانگین کل سازه پیوندهای شبکه‌ای برابر با $3/44$ ، برای سازه شکل و آرایش پیوندها برابر با $3/06$ ، برای سازه مناسب و مفید بودن شبکه برابر با $2/85$ ، برای سازه دوست داشتن برابر با $3/5$ ، برای سازه اعتماد برابر با $3/37$ ، برای سازه شناسایی برابر با $3/98$ ، برای سازه تقابل و دو سویگی برابر با $3/93$ ، برای سازه زبان مشترک برابر با $3/95$ و برای سازه روایت‌های مشترک برابر با $3/79$ بودند. ولیکن سازه شناسایی، بیشترین میانگین کل، و سازه مناسب و مفید بودن شبکه، کمترین میانگین کل عامل را داشتند.

۲-۳: روش تحقیق

این پژوهش با هدف مطالعه تطبیقی سرمایه اجتماعی در بین بانک‌های دولتی انجام شد. لذا با

توجه به هدف در زمره تحقیقات کاربردی، و از نظر شیوه جمع آوری اطلاعات و آزمون فرضیه‌های تحقیق، در زمره پژوهش‌های توصیفی- پیمایشی قرار دارد.

جدول (۱): نتایج تعیین اعتبار و روایی ابزار سنجش سازه‌های تحقیق

سازه های تحقیق	AVE	آلفای کرونباخ	اعتبار مرکب	میانگین کل عامل
سرمایه ساختاری - پیوندهای شبکه ای - مناسب و مفید بودن شبکه - شکل و آرایش شبکه ها	۰/۶۱	۰/۸۱	-	۳/۱۷
	۰/۵۴	۰/۷۵	۰/۷۳	۳/۴۴
	۰/۵۸	۰/۷۲	۰/۶۹	۳/۰۶
	۰/۷۴	۰/۷۱	۰/۶۰	۲/۸۵
سرمایه ارتباطی - دوست داشتن - اعتماد - شناسایی - تقابل و دوسویگی	۰/۶۵	۰/۹۲	-	۳/۶۸
	۰/۵۱	۰/۷۱	۰/۶۰	۳/۵۰
	۰/۶۳	۰/۹۰	۰/۹۲	۳/۳۷
	۰/۶۸	۰/۸۲	۰/۸۰	۳/۹۸
	۰/۵۰	۰/۷۸	۰/۷۳	۳/۹۳
سرمایه شناختی - زبان مشترک - روایت های مشترک	۰/۶۵	۰/۸۶	-	۳/۶۷
	۰/۵۷	۰/۷۴	۰/۷۶	۳/۹۵
	۰/۵۴	۰/۸۱	۰/۸۱	۳/۷۹
سرمایه اجتماعی	۰/۸۹	۰/۹۴	-	۳/۵۵

منبع: محاسبات محقق

۳-۳= جامعه آماری تحقیق

جامعه آماری این پژوهش را پرسنل بانک‌های دولتی- بانک ملی، بانک ملت، بانک تجارت، بانک رفاه، بانک مسکن، بانک کشاورزی، بانک سپه، بانک صادرات- شهر کرمان تشکیل می‌دهد. برای انتخاب نمونه آماری از روش نمونه برداری احتمالی طبقه‌ای و نمونه برداری احتمالی تصادفی ساده و نظام مند استفاده شده است. ابتدا از میان بانک‌های دولتی با استفاده از روش نمونه برداری تصادفی ساده، چهار بانک ملی، بانک ملت، بانک تجارت، و بانک رفاه به عنوان نمونه آماری در مرحله اول نمونه برداری انتخاب شدند. برای تعیین حجم کل نمونه از جدول کرجسی و مورگان و موهن استفاده شده است (Sekaran, 2003). براساس این جدول با احتساب

حجم جامعه آماری در هر چهار بانک، حجم نمونه آماری در کل $n=500$ محاسبه شد. بعد از تعیین حجم کل نمونه، تعداد نمونه مورد نیاز از هر بانک بر طبق فرمول $n_{hi} = n(N_{hi}/N)$ به شرح زیر تعیین شد: تعداد نمونه برای بانک ملی، ۲۰۰ نفر، برای بانک تجارت، ۱۲۰ نفر، برای بانک ملت ۱۰۰ نفر، برای بانک رفاه، ۸۰ نفر. تعداد نمونه مورد نیاز از هر بانک با استفاده از فرآیند نمونه برداری مبتنی بر کامپیوتر به طور تصادفی انتخاب شد.

۳-۴- روش‌های تحلیل و آزمون‌های آماری

برای تحلیل داده‌های تحقیق از آزمون‌های آمار توصیفی (میانگین) و استنباطی، از جمله آزمون ضریب همبستگی، T-test تک نمونه‌ای، ANOVA یک راهه و آزمون شفه استفاده شده است.

۳-۵- یافته‌های پژوهش

میانگین سازه‌های تحقیق برای هر سیستم بانکی به طور مجزا و نیز برای کل سیستم بانکی محاسبه شده است. نتایج در جدول (۲) نشان داده شده است. بانک ملت در سازه‌های "پیوندهای شبکه‌ای"، "اعتماد"، "تقابل و دو سویگی" و روایت‌های مشترک؛ بانک ملی در سازه‌های "شکل و آرایش پیوندها"، دوست داشتن"، "زبان مشترک"؛ بانک تجارت در سازه‌های "مفید و مناسب بودن شبکه"، شناسایی، بیشترین امتیاز میانگین را در بین بانک‌های مورد مطالعه داشتند، ولیکن بانک رفاه در همه مولفه‌های سرمایه اجتماعی، کمترین امتیاز میانگین را ثبت نموده است. نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهند بانک ملت در بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی، بانک ملی در بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، بانک تجارت در بعد شناختی سرمایه اجتماعی در بین بانک‌های مورد مطالعه، بیشترین امتیاز و بالاترین رتبه را به خود اختصاص داده‌اند. در حالی که بانک رفاه در مقایسه با سایر بانک‌ها کمترین امتیاز را در ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی به خود اختصاص داده است. در مجموع، بانک رفاه در میان بانک‌های مورد مطالعه، کمترین امتیاز میانگین را از لحاظ سطح سرمایه اجتماعی برای خود ثبت کرده است.

نتایج آزمون همبستگی پیرسون (جدول ۳) نشان می‌دهد که همبستگی معنی داری بین مولفه‌های سرمایه‌های ساختاری، ارتباطی و شناختی اجتماعی در مجموعه بانک‌های مطالعه شده

جدول (۲): خلاصه آماره توصیفی: میانگین و انحراف معیار ابعاد سرمایه اجتماعی در بانک‌های مورد مطالعه

سازه تحقیق		بانک ملت		بانک ملی		بانک رفاه		بانک تجارت		همه بانک ها	
		ان	مین	ان	مین	ان	مین	ان	مین	ان	مین
سرمایه ساختاری - پیوندهای شبکه ای - مناسب و مفید بودن شبکه - شکل و آرایش شبکه ها		۰/۲۶	۳/۳ ⁺	۰/۴۳	۳/۳ ⁺	۰/۳۷	۳ [°]	۰/۴۳	۳/۲	۰/۴۳	۳/۲
		۰/۳۳	۳/۷ ⁺	۰/۵۱	۳/۵	۰/۴۳	۳/۲ [°]	۰/۶۳	۳/۴	۰/۵۴	۳/۴
		۰/۴۱	۳/۰	۰/۵۲	۳/۲ ⁺	۰/۳۸	۲/۸ [°]	۰/۴۷	۳/۱	۰/۴۷	۳
		۰/۴۹	۲/۹	۰/۷۲	۲/۹	۰/۶۲	۲/۵ [°]	۰/۷۰	۳ ⁺	۰/۶۸	۲/۹
سرمایه ارتباطی - دوست داشتن - اعتماد - شناسایی - تقابل و دوسویگی		۰/۳۳	۳/۸ ⁺	۰/۴۹	۳/۸	۰/۴۶	۳/۴ [°]	۰/۵۲	۳/۷	۰/۴۹	۳/۷
		۰/۵۲	۳/۵	۰/۶۷	۳/۷ ⁺	۰/۵۳	۳/۲ [°]	۰/۸۲	۳/۶	۰/۷۰	۳/۵
		۰/۴۸	۳/۶ ⁺	۰/۶۷	۳/۵	۰/۶۴	۳ [°]	۰/۷۹	۳/۴	۰/۷۰	۳/۴
		۰/۵۰	۴	۰/۵۴	۴	۰/۷۲	۳/۶ [°]	۰/۵۲	۴/۱ ⁺	۰/۶۰	۴
	۰/۳۰	۴ ⁺	۰/۴۷	۳/۹	۰/۳۴	۸/۳ [°]	۰/۴۶	۴	۰/۴۲	۴/۹	
سرمایه شناختی - زبان مشترک - روایت های مشترک		۰/۳۶	۳/۷	۰/۴۸	۳/۷	۰/۵۱	۳/۳ [°]	۰/۴۷	۳/۸	۰/۴۹	۳/۷
		۰/۳۳	۳/۵	۰/۵۰	۳/۶ ⁺	۰/۵۲	۳/۲ [°]	۰/۵۴	۳/۵	۰/۵۳	۳/۵
		۰/۵۱	۴ ⁺	۰/۵۵	۳/۹	۰/۵۶	۳/۵ [°]	۰/۵۳	۴	۰/۵۷	۳/۸
سرمایه اجتماعی	۰/۳۳	۳/۵	۰/۳۹	۳/۵	۰/۳۵	۳/۲ [°]	۰/۳۷	۳/۵	۰/۳۸	۳/۴	

توجه: مین + میانگین، ان = انحراف معیار؛ + بیشترین میانگین و * کمترین میانگین در میان بانک‌ها،

منبع: محاسبات محقق

جدول (۳): همبستگی بین مولفه‌های ابعاد سرمایه اجتماعی در مجموع بانک های مورد مطالعه

سازه های تحقیق	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱. پیوندهای شبکه ای		۰/۳۲ ^{**}	۰/۳۶ ^{**}	۰/۵۷ ^{**}	۰/۳۳ ^{**}	۰/۳۳ ^{**}	۰/۳۶ ^{**}	۰/۵۱ ^{**}	۰/۴۹ ^{**}
۲. مناسب و مفید بودن شبکه	۱		۰/۵۱ ^{**}	۰/۲۹ ^{**}	۰/۱۹ ^{**}	۰/۱۷ ^{**}	۰/۱۹ ^{**}	۰/۳۹ ^{**}	۰/۱۷ ^{**}
۳. شکل و آرایش شبکه ها		۱		۰/۳۹ ^{**}	۰/۳۸ ^{**}	۰/۱۸ ^{**}	۰/۱۸ ^{**}	۰/۴۴ ^{**}	۰/۲۷ ^{**}
۴. دوست داشتن			۱		۰/۷۲ ^{**}	۰/۳۶ ^{**}	۰/۴۰ ^{**}	۰/۴۹ ^{**}	۰/۵۰ ^{**}
۵. اعتماد				۱		۰/۴۸ ^{**}	۰/۴۹ ^{**}	۰/۶۳ ^{**}	۰/۶۲ ^{**}
۶. شناسایی					۱		۰/۵۰ ^{**}	۰/۴۰ ^{**}	۰/۶۰ ^{**}
۷. تقابل و دوسویگی						۱		۰/۴۹ ^{**}	۰/۶۱ ^{**}
۸. زبان مشترک							۱		۰/۶۰ ^{**}
۹. روایت های مشترک								۱	

** همبستگی بین سازه‌ها در سطح ۰/۰۱ (دو دامنه ای) معنی دار هستند.

منبع: محاسبات محقق

در سطح $\alpha=0/01$ دو دامنه ای وجود دارد. همچنین نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان داد بین سرمایه ساختاری و سرمایه شناختی اجتماعی با ضریب $0/505$ ، بین سرمایه شناختی و

سرمایه ارتباطی با ضریب $0/760$ ، بین سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی با ضریب $0/475$ در سطح $\alpha=0/01$ دو دامنه ای همبستگی معنی داری وجود دارد.

همچنین آزمون ANOVA یک راهه برای شناسایی تفاوت‌های معنی دار در امتیاز میانگین سرمایه اجتماعی و مولفه‌های تشکیل دهنده آن در بین بانک‌های مورد مطالعه انجام شد. همچنان که نتایج در جدول (۴) نشان می‌دهد، نتایج آزمون ANOVA یک راهه، تفاوت‌های معنی دار ($P < 0/05$) در همه سازه‌های تحقیق، به جز سازه تقابل و دوسویگی در بین بانک‌های مورد مطالعه نشان داد. نتایج آزمون شفه نشان داد که بانک رفاه از سه بانک ملی، ملت و تجارت

جدول (۴): نتایج تحلیل ANOVA برای مقایسه بانک‌های مورد مطالعه از جهت مولفه‌های سرمایه اجتماعی

معنی داری	F	میانگین مجذور	درجه آزادی	مجموع مجذورات	سازه های تحقیق
0/000	8/32	1/305	3	3/92	سرمایه اجتماعی ساختاری
		0/157	251	39/38	بین بانک ها
			254	23/3	درون بانک ها
					کل
0/000	6/6	1/82	3	5/46	پیوندهای شبکه ای
		0/28	251	69/12	بین بانک ها
			254	74/58	درون بانک ها
					کل
0/000	5/81	1/23	3	3/68	شکل و آرایش پیوندها
		0/21	251	53	بین بانک ها
			254	72/56	درون بانک ها
					کل
0/000	6/81	2/95	3	8/86	مفید و مناسب بودن شبکه
		0/433	251	108/79	بین بانک ها
			254	117/65	درون بانک ها
					کل
0/000	7/98	1/79	3	5/36	سرمایه اجتماعی ارتباطی
		0/224	251	56/201	بین بانک ها
			254	61/57	درون بانک ها
					کل
0/002	6/97	2/36	3	7/07	دوست داشتن
		0/474	251	118/89	بین بانک ها
			254	118/89	درون بانک ها
					کل

* تفاوت میانگین در سطح $0/05$ و $0/01$ معنی دار نیست.

منبع: محاسبات محقق

ادامه جدول (۴): نتایج تحلیل « برای مقایسه بانک‌های مورد مطالعه از جهت مولفه‌های سرمایه اجتماعی

معنی داری	F	میانگین مجذور	درجه آزادی	مجموع مجذورات	سازه های تحقیق
۰/۰۰۰	۶/۲۵	۲/۹۴ ۰/۴۷۱	۳ ۲۵۱ ۲۵۴	۸/۸۲ ۱۱۸/۱۹ ۱۲۷/۰۲	اعتماد بین بانک ها بین بانک ها درون بانک ها کل
۰/۰۰۰	۹/۶۶	۳/۱۱ ۰/۳۲۱	۳ ۲۵۱ ۲۵۴	۹/۳۲ ۸۰/۴۹ ۹۰/۰۱	شناسایی بین بانک ها درون بانک ها کل
۰/۰۷۵ ^۰	۲/۳۳	۰/۴۰۷ ۰/۱۷۵	۳ ۲۵۱ ۲۵۴	۱/۲۲ ۴۳/۸۲ ۴۵/۰۴	تقابل و دوسوییگی بین بانک ها درون بانک ها کل
۰/۰۰۰	۱۰/۵۷	۲/۳ ۰/۳۱۷	۳ ۲۵۱ ۲۵۴	۶/۹ ۵۴/۵۸ ۴۸/۶۱	سرمایه اجتماعی شناختی بین بانک ها درون بانک ها کل
۰/۰۰۰	۴/۸۱	۱/۷۹ ۰/۲۶۲	۳ ۲۵۱ ۲۵۴	۵/۳۷ ۶۵/۸۸ ۲۵/۷۱	زبان مشترک بین بانک ها درون بانک ها کل
۰/۰۰۰	۱۰/۷۱	۳/۰۹ ۰/۲۹	۳ ۲۵۱ ۲۵۴	۹/۲۶ ۷۲/۳۸ ۸۱/۶۴	روایت های مشترک بین بانک ها درون بانک ها کل
۰/۰۰۰	۱۳/۰۴	۰/۶۳ ۰/۱۲۵	۳ ۲۵۱ ۲۵۴	۴/۸۹ ۳۱/۳۶ ۳۶/۲۵	سرمایه اجتماعی بین بانک ها درون بانک ها کل

^۰ تفاوت میانگین در سطح ۰/۰۵ و ۰/۰۱ معنی دار نیست.

منبع: محاسبات محقق

از جهت سرمایه اجتماعی، و ابعاد ساختاری، ارتباطی و شناختی سرمایه اجتماعی و مولفه های آنها تفاوت معنی داری دارد. نتایج این آزمون در جدول (۵) نشان داده شده است.
جدول (۵): خلاصه نتایج آزمون شفه

معنی داری	خطای استاندارد	تف-مین	نام گروه (ب)	نام گروه (الف)	متغیر وابسته
۰/۰۰۰	۰/۰۸۳	۰/۳۳°	بانک ملت	بانک رفاه	سرمایه ساختاری اجتماعی
۰/۰۰۱	۰/۱۱	۰/۴۶°	بانک ملی	بانک رفاه	پیوندهای شبکه‌ای
۰/۰۰۱	۰/۰۸۶	-۰/۳۵°	بانک ملی	بانک رفاه	شکل و آرایش پیوندها
۰/۰۰۳	۰/۱۲	-۰/۴۸°	بانک ملی	بانک رفاه	مفید و مناسب بودن شبکه
۰/۰۰۱	۰/۱۱	-۰/۴۸°	بانک تجارت	بانک رفاه	سرمایه ارتباطی اجتماعی
۰/۰۰۱	۰/۰۹۹	۰/۴۱°	بانک ملت	بانک رفاه	
۰/۰۰۱	۰/۰۸۹	-۰/۳۶°	بانک ملی	بانک رفاه	
۰/۰۰۱	۰/۰۸۲	-۰/۳۳°	بانک تجارت	بانک رفاه	دوست داشتن
۰/۰۰۵	۰/۱۳	-۰/۴۷°	بانک ملی	بانک رفاه	اعتماد
۰/۰۰۳	۰/۱۴۴	۰/۵۵°	بانک ملت	بانک رفاه	
۰/۰۰۵	۰/۱۳	-۰/۴۷°	بانک ملی	بانک رفاه	شناسایی
۰/۰۰۲	۰/۱۲	۰/۴۷°	بانک ملت	بانک رفاه	
۰/۰۰۲	۰/۱۰۷	-۰/۴۱°	بانک ملی	بانک رفاه	
۰/۰۰۰	۰/۰۹۸	-۰/۵۱°	بانک تجارت	بانک رفاه	
۰/۰۰۱	۰/۰۹۸	۰/۳۹°	بانک ملت	بانک رفاه	سرمایه شناختی اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۰۸۸	-۰/۳۸°	بانک ملی	بانک رفاه	
۰/۰۰۰	۰/۰۸۱	-۰/۴۴°	بانک تجارت	بانک رفاه	
۰/۰۰۱	۰/۰۹۶	-۰/۳۹°	بانک ملی	بانک رفاه	زبان مشترک
۰/۰۰۱	۰/۰۸۹	-۰/۳۶°	بانک تجارت	بانک رفاه	
۰/۰۰۰	۰/۱۱۲	۰/۵۰°	بانک ملت	بانک رفاه	روایت‌های مشترک
۰/۰۰۴	۰/۱۰۱	-۰/۳۷°	بانک ملی	بانک رفاه	
۰/۰۰۰	۰/۰۹۳	-۰/۵۰°	بانک تجارت	بانک رفاه	
۰/۰۰۰	۰/۷۴	۰/۳۴°	بانک ملت	بانک رفاه	سرمایه اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۰۶۶	-۰/۳۶°	بانک ملی	بانک رفاه	
۰/۰۰۰	۰/۰۶	-۰/۳۴°	بانک تجارت	بانک رفاه	

توجه: تف-مین=تفاوت میانگین، * تفاوت میانگین در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

منبع: محاسبات محقق

نتایج آزمون T تک نمونه‌ای (جدول ۶) نشان می‌دهد بین میانگین امتیاز بانک ملت در همه ابعاد سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آنها به جز شناسایی، تقابل و دو سویگی و روایت‌های مشترک؛ و بین میانگین امتیاز بانک ملی در همه ابعاد سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آنها به جز شناسایی و تقابل و دو سویگی؛ بانک رفاه در همه ابعاد سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آنها؛ بین میانگین امتیاز

جدول (۶): نتایج آزمون تک نمونه ای در بانک های مورد مطالعه (Test Value)

مجموع بانک های مورد مطالعه		بانک تهران			بانک رفاه			بانک ملی			بانک ملت			سازمان های تطبیق	
Sig	t	تف-مین	t	تف-مین	Sig	t	تف-مین	Sig	t	تف-مین	Sig	t	تف-مین	تف-مین	
۰/۰۰۰	-۱۷/۷۵	-۰/۸۱	-۱۷/۸۵	-۰/۸۱	۰/۰۰۰	-۴/۳۸	-۱/۸۷	۰/۰۰۰	-۱۲/۴	-۰/۷۴	۰/۰۰۰	-۱/۸۶	-۰/۸۴	سر تایید ساختاری اجتماعی	
۰/۰۰۰	-۹/۴۶	-۰/۸۵	-۹/۵	-۰/۸۵	۰/۰۰۰	-۲/۸	-۰/۷۷	۰/۰۰۰	-۳/۶۹	-۰/۶۹	۰/۰۰۰	-۳/۱۴	-۰/۶۳	پژوهشهای شبکه ای	
۰/۰۰۰	-۱۶/۰/۶	-۱/۸۱	-۱۶/۱۷	-۱/۸۱	۰/۰۰۰	-۲/۱۶	-۱/۱۶	۰/۰۰۰	-۱۲/۴	-۰/۸۰۵	۰/۰۰۰	-۱/۵۵	-۰/۸۸	شکل و آرایش پوزیتم	
۰/۰۰۰	-۱۲/۴۳	-۱/۰۵	-۱۲/۴۳	-۱/۰۵	۰/۰۰۰	-۱۷/۵۱	-۱/۲۳	۰/۰۰۰	-۱۱/۶	-۱/۱۶	۰/۰۰۰	-۱/۴۶	-۱/۱	مقیاس و محاسب یونان شبکه	
۰/۰۰۰	-۵/۴۷	-۰/۷۴	-۵/۴۷	-۰/۷۴	۰/۰۰۰	-۹/۳۰	-۰/۶۰	۰/۰۰۰	-۴/۰۰	-۰/۴۴	۰/۰۰۰	-۳/۷۲	-۰/۱۶	سر تایید اجتماعی اجتماعی	
۰/۰۰۰	-۵/۱۴	-۰/۴۴	-۵/۱	-۰/۴۴	۰/۰۰۰	-۱۱/۰	-۰/۸۲	۰/۰۰۰	-۳/۱۵	-۰/۳۵	۰/۰۰۰	-۵/۸	-۰/۳۸	دوست داشتن	
۰/۰۰۰	-۸/۱۶	-۰/۲۵	-۸/۱۶	-۰/۲۵	۰/۰۰۰	-۱/۷	-۰/۸۶	۰/۰۰۰	-۵/۶۱	-۰/۳۹	۰/۰۰۰	-۵/۵	-۰/۲۱	انتقاد	
۰/۰۲۵	۰/۱۱	۰/۱۱	۰/۸۴	۰/۱۱	۰/۰۰۰	-۲/۶	-۰/۴۰	۰/۸۳	-۰/۴۴	۰/۱۴	۰/۰۰۰	۰/۸۵	۰/۸۷	شناسایی	
۰/۸۹۰	-۰/۶۶۳	-۰/۱۵۳	-۰/۳۳	-۰/۱۵۵	۰/۰۰۰	-۳/۷	-۰/۱۶	۰/۳۰	-۱/۴۹	-۰/۷۵	۰/۰۰۰	-۰/۴	۰/۱	تکلیف و دوسوگی	
۰/۰۰۰	-۳/۶۳	-۰/۲۲	-۳/۶۳	-۰/۲۲	۰/۰۰۰	-۵/۱۸	-۰/۴	۰/۰۰۰	-۴/۴	-۰/۳۳	۰/۰۰۰	-۳/۶۸	-۰/۲۷	سر تایید اجتماعی اجتماعی	
۰/۰۰۰	۵/۳۷	۰/۲۵	۵/۴	۰/۲۵	۰/۰۰۰	۹/۸	۰/۵	۰/۰۰۰	۳/۸۷	۰/۳۳	۰/۰۰۰	۰/۱/۶	۰/۵۴	زبان مشترک	
۰/۲۸۸	-۱/۴۰۴	-۰/۴۱	-۱/۴۰	-۰/۴۱	۰/۰۰۰	-۳/۶	-۰/۵۲	۰/۱۶۷	-۲/۴۷	-۰/۵۴	۰/۰۰۰	-۳/۳۵	-۰/۱۳	روایت های مشترک	
۰/۰۰۰	-۱۲/۵۲	-۰/۵۱	-۱۲/۵۲	-۰/۵۱	۰/۰۰۰	-۱۷/۱۷	-۰/۸۵	۰/۰۰۰	-۲/۰/۶	-۰/۴۸	۰/۰۰۰	-۱/۲۳	-۰/۵۰	سر تایید اجتماعی	

توجه: تک-مین تفاوت میانگین، تفاوت میانگین در سطح ۰/۰۵ معنی دار نیست، متغیر متغیرات مستقل



بانک تجارت در همه ابعاد سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آنها به جز تقابل و دوسویگی و روایت‌های مشترک؛ و همچنین بین میانگین امتیاز مجموع بانک‌های مورد مطالعه در همه ابعاد سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آنها به جز تقابل و دوسویگی و روایت‌های مشترک و مقدار Test Value = 4 تفاوت معنی داری وجود دارد.

۳-۶- آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتایج بدست آمده از آزمون ANOVA یک راهه و آزمون شفه نشان داد که بین بانک رفاه و سایر بانک‌های تجارت، ملی و ملت از لحاظ سرمایه‌های ساختاری، ارتباطی و شناختی و مولفه‌های تشکیل دهنده آنها و نیز از لحاظ سرمایه اجتماعی در سطح $\alpha = 0/001$ تفاوت معنی داری مشاهده شده است. بنابراین فرضیه ۱ برای بانک رفاه پذیرفته می‌شود و برای بانک‌های تجارت، ملت و ملی رد می‌شود. همچنین نتایج بدست آمده از آزمون T تک نمونه‌ای نشان داد که بانک ملت در مولفه‌های شناسایی ($\text{Sig}=0/401$)، تقابل و دوسویگی ($\text{Sig}=0/842$) و روایت‌های مشترک ($\text{Sig}=0/739$)، بانک ملی در مولفه‌های شناسایی ($\text{Sig}=0/84$) و تقابل و دوسویگی ($\text{Sig}=0/202$)، بانک تجارت در مولفه‌های تقابل و دوسویگی ($\text{Sig}=0/740$) و روایت‌های مشترک ($\text{Sig}=0/69$) و نیز همه بانک‌های مورد مطالعه در مولفه‌های تقابل و دوسویگی ($\text{Sig}=0/740$) و روایت‌های مشترک ($\text{Sig}=0/688$) از مقدار مورد انتظار $\text{Test Value}=4$ در سطح $\alpha = 0/05$ تفاوت معنی داری نشان ندادند. بنابراین فرضیه دوم در باره وجود تفاوت معنی دار بانک‌های مورد مطالعه در مولفه‌های فوق‌الذکر از مقدار مورد انتظار آزمون رد می‌شود. در حالیکه همه بانک‌های مورد مطالعه بطور مجزا و نیز کل سیستم بانکی در بقیه مولفه‌های سرمایه‌های شناختی، ارتباطی و ساختاری در سطوح $\alpha = 0/01$ و $\alpha = 0/05$ تفاوت معنی داری نشان دادند، که در نتیجه فرضیه دوم در مورد آنها پذیرفته می‌شود.

۴- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف تحقیق حاضر، مطالعه تطبیقی بانک‌های دولتی شهر کرمان از جهت وضعیت سرمایه اجتماعی و ابعاد سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی، سرمایه شناختی اجتماعی و مولفه‌های تشکیل

دهنده آنها است. نتیجه اصلی تحقیق بر وجود تفاوت معنی دار بین بانک رفاه و سایر بانک‌های مورد مطالعه از جهت سطح سرمایه اجتماعی و ابعاد تشکیل دهنده آن دلالت می‌کند. از این نتیجه، چنین استنباط می‌شود که عوامل سازمانی متعددی از جمله فضا‌های کاری سازمانی، فرهنگ سازمانی، ساختار تصمیم‌گیری و روابط کارکنان با سازمان در بانک رفاه ممکن است در ایجاد این تفاوت معنی دار نقش آفرینی کنند، که در نتیجه می‌تواند بر روی شکل‌گیری، توسعه و یا کاهش سرمایه اجتماعی تاثیر بگذارد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد میانگین امتیاز مولفه شناسایی در مجموعه بانک‌های مورد مطالعه، و میانگین امتیاز شناسایی و تقابل و دو سویگی، و روایت‌های مشترک در بانک ملت، میانگین امتیاز شناسایی، و تقابل و دو سویگی در بانک ملی، و میانگین امتیاز تقابل و دو سویگی و روایت‌های مشترک در بانک تجارت از مقدار آزمون $Value=4$ (Test)، تفاوت معنی داری ندارند و در سایر مولفه‌های تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی تفاوت معنی داری نشان می‌دهند.

بنابراین از نتایج بدست آمده از تحقیق می‌توان استنباط نمود اگرچه همه بانک‌های دولتی و همچنین بانک‌های خصوصی از قوانین و مقررات یکسان تبعیت می‌کنند، و تابع بسته سیاستی و نظارتی تدوین شده توسط بانک مرکزی هستند، اما آنچه می‌تواند به کسب و جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان موجود، و در نتیجه بهبود عملکرد و کارایی هر بانکی کمک کند؛ ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی در هر بانکی است. در واقع، وجود سرمایه اجتماعی در بانک‌ها سبب می‌شود که آنها به نتایج مطلوب‌تر و کم‌هزینه‌تر نائل شوند. از این رو، مدیران بانک‌های مورد مطالعه بطور خاص و نیز مدیران در صنعت بانکداری، باید از این موضوع آگاهی داشته باشند که سطح پایین سرمایه اجتماعی به معنای افزایش هزینه‌های کنترل سازمانی و مدیریتی، و کاربرد مکانیزم‌های کنترلی بیشتر است. در واقع، نبود سرمایه اجتماعی یا عدم توسعه موفقیت‌آمیز سبب بروز تضاد و تناقضات، نارضایتی و رفتارهای کژکارکردی کارکنان از جمله تخلفات، سرقت، اختلاس، رشوه خواری کارکنان می‌شود که به نوبت موجب افزایش هزینه‌های اطلاعاتی، هزینه‌های قانونی، و نیز هزینه‌های معاملات سازمان از طریق طراحی و استفاده از ابزارها و وسایل کنترلی مانند نصب دوربین‌های مدار بسته در محیط کار می‌گردد. همچنان که تحقیقات گذشته نشان داده‌اند در نبود سرمایه اجتماعی، افراد و سازمان‌ها با گرفتاری‌ها، مسائل سخت و غامض‌تری مواجه خواهند شد، فرصت‌های اجتماعی و اقتصادی آنها محدودتر می‌شود، و سازمان‌هایی

ایجاد می‌شوند که با کارایی کمتری کار می‌کنند (Rose-Ackerman, 2001). در این باره، فوکویاما استدلال نموده است که سیستم‌های کم هزینه و ساده تر مبتنی بر اعتماد بتدریج جایگزین قوانین و مقررات رسمی می‌شوند، قوانینی که باید بر روی آنها مذاکره و توافق صورت گیرد، و بر اساس آنها اقامه دعوی انجام شود، و گاهی اوقات با ابزارها و وسائل جبر و زور اجرا گردد (Fukuyama, 1995, 1996). او هزینه‌های معاملات را به عنوان هزینه‌هایی شناسایی می‌کند که به سازمان‌ها یا فرهنگ‌ها در نبود سرمایه اجتماعی تحمیل می‌گردد (Fukuyama, 1995). همچنین، پوت نام اظهار نموده است فقدان پیوند و ارتباط در میان اعضای یک سازمان سبب می‌شود اقدام‌های مشارکتی مولد و بهره‌ور به سختی و دشواری انجام شود (Putnam, 1995, 1998, 2000).

بنابراین مدیران سیستم بانکی باید به اهمیت سرمایه اجتماعی به عنوان عنصر حیاتی و مهمی برای بهبود کارکرد سیستم تحت مدیریت خود، افزایش رضایت مشتریان، و بالاخره کسب و حفظ برتری رقابتی توجه نمایند. از این رو آنها باید اقدام‌هایی برای حمایت از ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی انجام دهند، و به اقدامات خود برای ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی متعهد باشند. براساس نتایج حاصل از تحقیق، پیشنهادهایی به منظور کمک به مدیران در صنعت بانکداری برای ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

الف- ایجاد و توسعه گروه‌های کاری در شکل جوامع کاری و مدیریت استعدادها: یک جامعه کاری، شبکه‌ای از افرادی است که بر اساس ارزش‌ها، هنجارها و قوانین رفتاری مشترکی رفتار می‌کنند. در واقع، افراد گروهی را شکل می‌دهند که در آن، استعدادها توسعه پیدا می‌کنند و سرمایه اجتماعی شکوفا می‌شود، عضویت گروهی و هویت سازمانی شکل می‌گیرد. از این رو، سازمان‌ها می‌توانند به عنوان جوامع کاری ملاحظه شوند، که افراد می‌توانند در آن تعلق داشتن به آن را احساس کنند. وقتی سازمان‌ها استعدادمحور شوند، روابط تبادل‌گرا-فرد-سازمان تغییر می‌کند و شبکه‌های اجتماعی بین افراد اهمیت فزون‌تری پیدا می‌کند. در واقع، سازماندهی استعدادمحور، به شکل مرتبه دوم شبکه‌ها نیاز دارد. پس بانک‌ها می‌توانند از طریق سرمایه‌گذاری استعدادها در شبکه‌ها و کارها، سرمایه اجتماعی را ایجاد و توسعه دهند. لذا استعدادها و سرمایه اجتماعی اساس و مبنای پیونددهی افراد در شبکه‌های گوناگون را فراهم می‌کند، که بایستی در مدل سازماندهی جدید، یعنی جامعه کاری مورد توجه قرار گیرد.

ب- مدیریت ارتباطات در سازمان: هازلتون و کن نان بیان نمودند ارتباطات به صورت یک فعالیت مشهود و آشکار، یک شرط ضروری برای شکل گیری و استفاده از سرمایه اجتماعی است. ارتباطات، مکانیزمی است که به وسیله آن می توان به ذخائر سرمایه اجتماعی دسترسی پیدا کرد و از طریق آن، می توان سرمایه اجتماعی را برای پیشبرد و تحقق اهداف و مقاصد گوناگون سازمان توسعه داد. در واقع، ارتباطات چهار کارکرد دارد، که مکانیزمی برای بهره برداری از ذخائر سرمایه اجتماعی فراهم می کنند: الف- تبادل اطلاعات؛ ب- شناسایی و حل مسائل؛ ج- تنظیم رفتارها؛ د- مدیریت تضاد (Hazleton & Kennan, 2000).

ج- توسعه و تشویق رفتارهای شهروندی سازمانی: بولینو و همکارانش اظهار نموده اند که سازمان ها می توانند با تشویق مشارکت های اجتماعی در میان کارکنان خود، به توسعه سرمایه ساختاری اجتماعی کمک کنند. وفاداری، اطاعت، مشارکت کارکردی و مشارکت اجتماعی، سرمایه ارتباطی اجتماعی سازمان را بهبود می بخشد. بالاخره مشارکت حمایتی و اجتماعی به ایجاد و توسعه سرمایه شناختی اجتماعی کمک می کند (Bolino et al., 2002).

د- اقدامات و اعمال منابع انسانی: بهبود ثبات در استخدام، استفاده از اقدامات جبران و پرداخت مبتنی بر کارهای گروهی، انتخاب و دادن پاداش به افرادی که به کار گروهی ارزش و بها می دهند، و توسعه شرح مشاغل تا حدودی که کارکنان شایسته غیر قابل جایگزین شوند (Leana & Van Buren, 1999)، طراحی و توسعه سیستم های ارزیابی و پاداش به منظور مشمول قرار دادن شاخص های سرمایه اجتماعی، اجرای فرآیند ارزیابی در راستای تقویت ارزش سرمایه اجتماعی، تامین منابع مالی برای کارکنان به منظور توسعه سرمایه اجتماعی، سازمان دهی فعالیت ها، از جمله، فعالیت های گروه سازی و فعالیت پروژه ای برای تسهیل ایجاد و توسعه روابط، پرورش و توسعه فرهنگی برای تشویق کارکنان جهت توسعه سرمایه اجتماعی، تشویق کارکنان برای عضویت در سازمان های مدنی، ایجاد شبکه های همکارانه متنوع، بسط و توسعه تعداد کارکنان و سایر ذینفعان کلیدی سازمان، تسهیل تسهیم اطلاعات در میان کارکنان بر اساس توسعه تماس های بین آنها، کارکردن برای تفوق بر محدودیت های مرتبط با سرمایه اجتماعی (Tymon & Stumpf, 2003).

ذ- توسعه و پرورش مهارت های ارتباطی و تعامل اجتماعی در میان کارکنان (Tymon & Stumpf, 2003).

ر- ایجاد یک فضای کاری اعتماد آمیز و تحقق قراردادهای روانی به ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی کمک می‌کند.

ز- ایجاد و توسعه سازمان‌های یادگیرنده به منظور ایجاد یک آرمان و چشم انداز مشترک از طریق گفتگو، بحث و مناظره در میان کارکنان.

در پایان به منظور برجسته کردن اهمیت سرمایه اجتماعی به عنوان منبع برتری رقابتی پایدار، پیشنهادهایی به شرح ذیل برای تحقیقات آینده ارائه می‌گردد:

الف- مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی و اثربخشی، و در نتیجه قدرت رقابت جویی بانک‌ها در اقتصاد دانشی؛ ب- مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی و توانایی جذب و حفظ مشتریان در صنعت بانکداری؛ ج- مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی بانک‌ها و رفتار شغلی و رفتار شهروندی سازمانی بانک‌ها.

References:

- 1- Adler, P., & Kwon, S.W., (2002)"Social capital: Prospects for a new concept", *Academy of Management Review*,27(1),17-40.
- 2- Angelusz, R., &Tardos, R.,(2001)"Change and stability in social network resource: The case of Hungary under transformation", *In:Lin,N.,Cook,K.,Burt, R.S.,(Eds.),Social capital: Theory and Research. Aldine de Gruyter.New York*.297-323.
- 3- Ashforth, B. E., & Mael, F. M.,(1989)"Social identity theory and the organization", *Academy of Management Review*,14,20-34.
- 4- Bagozzi,R.P.,& Dholakia, U.M.,(2002)"Intentional social actions in virtual communities", *Journal of Interactive Marketing*,16(2),2-21.
- 5- Barney,J.B.,(1986)"Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage?", *Academy of Management Review*,11,656-665.
- 6- Barney, J.B.,(1991)"Firm resources and sustained competitive advantage", *Journal of Management*, 17, 99-120.
- 7- Bergami, M., & Bagozzi, R.P.,(2000)"Self-categorization, affective commitment and group self- esteem as distinct aspects of social identity in the organization", *British Journal of Social Psychological*,39(4),555-577.
- 8- Blau, P.M.,(1964)"Exchange and Power in Social life", *John Wiley and Sons, New York*.
- 9- Boisot,M.H.,(1995)"Information space: A framework for learning in organizations, institutions and culture", *London:Routledge*.
- 10- Bolino,M.C.,Turnley,W.H.,& Bloodgood,J.M.,(2002)"Citizenship behavior and creation of social capital in organizations",*The Academy of Management Review*, 27(4), 505-523.
- 11- Bourdieu,P.,(1986)"The forms of capital",*In Richardson,J.G.(Ed.), Handbook of theory and research or the sociology of Education,Greenwood,New York, NY*.241-258.

- 12- Bouty, I., (2000) "**Interpersonal and interaction influences on informal resource exchanges between R&D researchers across organizational boundaries**", *Academy of Management Journal*, 43(1), 50-66.
- 13- Burt, R.S., (1992) "**Structural holes: The social structure of competition**", *Harvard University Press, Cambridge, MA*.
- 14- Chiu, C.-M., Hsu, M.-H., & Wang, E.T.G., (2006) "**Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories**". *Decision Support Systems*, 42, 1872-1888.
- 15- Conner, K.L., (1991) "**A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: Do we have a new theory of the firm?**", *Journal of Management*, 17(1), 121-154.
- 16- Dick, R.V., Knippenberg, D.V., Kerschreiter, R., Hertel, G., & Wieseke, J. (2008) "**Interactive effects of work group and organizational identification on job satisfaction and extra-role behavior**", *Journal of Vocational Behavior*, 72, 388-399.
- 17- Dholakia, U.M., Bagozzi, R.P., & Pearo, L.K., (2004) "**A social influence model of consumer participation in network and small-group-based virtual communities**", *International Journal of Research in Marketing*, 21(3), 241-263.
- 18- Drucker, P.F. (1993) "**Post-capital society**", Harper and Collins, New York.
- 19- Edelman, L.F., Bresnen, M., Newell, S., Scarbrough, H., & Swan, J., (2002) "**The darker side of social capital**", *Paper presented at the 3rd European Conference on organizational knowledge, learning and capabilities, Athens Laboratory of Business Administration*.
- 20- Eurostat, (2000) "**EPROS-The European Plan for Research in Official Statistics**", *EU, Brussels*.
- 21- Fisher, S.R., & White, M.A., (2000) "**Downsizing in a learning organization: are there hidden costs?**", *Academy of Management Review*, 25, 244-251.
- 22- Fornell, C., Larcker, D.F., (1981) "**Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error**", *Journal Marketing Research*, 18(01), 39-50.
- 23- Fukuyama, F., (1995) "**Trust: The social virtues and the creation of prosperity**", *The Free Press, New York, NY*.
- 24- Fukuyama, F., (1996) "**The great disruption: Human nature and the reconstitution of human nature**", *The Free Press, New York, NY*.
- 25- Fussell, H., Harrison-Rexrode, J., Kennan, W.R., & Hazleton, V., (2006) "**The relationship between social capital, transaction costs, and organizational outcomes: A case study**", *Corporate Communications: An international Journal*, 11(2), 148-161.
- 26- Gaski, J.F., & Nevin, J., (1985) "**The differential effects of exercised and unexercised power sources in a marketing channel**", *Journal Marketing Research*, 22, 130-142.
- 27- Gouldner, A.W., (1960) "**The norm of reciprocity: A preliminary statement**", *American Sociological Review*, 25, 161-177.
- 28- Granovetter, M.S., (1985) "**Economic action and social structure: the problem of embeddedness**", *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- 29- Hair, J.F.Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C., (1995) "**Multivariate Data Analysis**", *Fourth ed, Macmillan, New York*.
- 30- Hamer, M., & Champy, J., (1993) "**Reengineering the Corporation**", *New York*:

Harper Business.

- 31- Hanifan, L.J.(1916)"**The rural school community center**", *Annals of American Academy of Political and Social Science*,67,130-138.
- 32- Hargreaves, D.H.(2001)"**A capital theory of school effectiveness and improvement**". *British Educational Research Journal*, 27(4), 487-503.
- 33- Hazleton, V., Kennan, W(2000)"**Social capital: re-conceptualizing the bottom line**", *Corporate communications: An International Journal volume 5, n.2*, pp.81-86.
- 34- Hofferth, S.L., Boisjoly, J., Duncan, G. J.,(1999)"**The development of social capital**", *Rationality & Society*,11(1),79-110.
- 35- Homans, G.C., (1958)"**Social behavior as exchange**", *American Journal of Sociology*, 63,597-606.
- 36- Homans, G.C.(1961)"**Social behavior, Harcourt**", *Brace and World, New York, Ny.*
- 37- Ibarra, H.,(1992)"**Structural alignments, individual strategies, and managerial action: Elements toward a network theory of getting things done**". In N.Nohria & R.G. Eccles(Eds). *Networks and organizational: structure, form, and action: 165-188. Boston: Harvard Business School Press.*
- 38- Inkpen, A.C. & Tsang, E.W.K.,(2005)"**social capital, networks and knowledge transfer**", *Academy of Management Review*,30(1),146-165.
- 39- Jones G.R., & George, J.M., (1998)"**The experience and evolution of trust: implications for cooperation and teamwork**", *Academy of Management Review*,23, 531-546.
- 40- Kenmore, R., (2001)"**Just thinking about... human networks, social capital and innovation**", *Cap Gemini, New York, NY, January, 1-5.*
- 41- Kliksberg, B.,(2000)"**Capital social y Culture claves olvidadas del desarrollo**", *Doc.7, June, Instituto Interamericano Para el Desarrollo Social, 1-37.*
- 42- Klimoski, R., & Mohammed, S.,(1994)"**Team mental models: Construct or metaphor?**", *Journal of Management*, 20,403-437.
- 43- Krackhart, D.,(1992)"**The strength of strong ties: the importance of silos in organizations**", In N.Nohria & R.G.Eccles(Eds). *Networks and organizations: structure, form, and action: 216-239. Boston: Harvard Business School Press.*
- 44- Krackhardt, D., & Hanson, J.R.,(1993)"**Informal networks: the company behind the chart**", *Harvard Business Review*,71(14), 104-111.
- 45- Kramer, R.M., Brewer, M.B., & Hanna, B.A., (1996)"**Collective trust and collective action: The decision to trust as a social decision**", In R. M. Kramer & T.R. Tyler(ED.). *Trust in organizations: Frontiers of theory and research: 357-389, Thousand Oaks, CA:Sage.*
- 46- Krishna, A., Shrader, E.,(1999)"**Social capital assessment tool**". In: *Paper for the Conference on Social Capital and Poverty Reduction.*
- 47- Krishna, A.,(2004)"**Understanding, measuring and utilizing social capital: Clarifying concepts and presenting a filed application from India**", *Agricultural Systems*,82,291-305.
- 48- Leana, C.R., & Van Buren, H.J., (1999)"**Organizational social and employment practices**", *Academy of Management Review*,24, 538-555.
- 49- Lesser, E.L., & Strock, J.,(2001)"**Communities of practice and organizational Performance**", *IBM Systems Journal*,40(4),831-841.
- 50- Liden, R.C., Sparrowe, R.T., & Wayne, S.J., (1997)"**Leader-member exchange**

- theory: The past and potential for the future", In G.R. Ferris & K.M. Rowland(Eds.). Research in personnel and human resources management: 15, 47-119, Greenwich, CT: JAI Press.**
- 51- Lin, N., Fu, Y-C., Hsung, R-M.,(2001)"**The position generator: Measurement techniques for investigations of social capital**", In: Nan, L., Cook,K., Burt, R.S.(Eds.), *Social Capital: Theory and Research*. Aldine de Gruyter, New York, 57-81.
 - 52- Manu, C., & Walker, D.H.T.,(2006)"**Making sense of knowledge transfer and social capital generation for a Pacific Island aid infrastructure project**", *The learning Organization*,13(5), 475-494.
 - 52- Mayer, R.C., Davis, J.H., & Schoorman,F.D.,(1995)"**An integrative model of organizational trust**", *Academy of Management Review*, 20(3),709-734.
 - 53- McKnight, D.H., Choudhury,V., & Kacmar, C.,(2002)"**The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: A trust building model**", *Journal of Strategic Information Systems*, 11,297-323.
 - 54- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L., & Topolnytsky,L., (2002)"**Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences**", *Journal of Vocational Behavior*,61(1),20-52.
 - 55- Mitchell, A.D. & Bossert, T.J., (2007)"**Measuring dimensions of social capital: Evidence from surveys in poor communities in Nicaragua**", *Social science & Medicine*, 64, 50-63.
 - 56- Morgan, R.M., & Hunt, S.D.,(1994)"**The commitment-trust theory of relationship marketing**", *Journal of Marketing*,58(3),20-38.
 - 57- Nahapiet, J., & Ghoshal,S.,(1998)"**Social capital, intellectual capital and the organizational advantage**", *Academy of Management Review*,23, 242-266.
 - 58- Nonaka, I.,(1994)"**A dynamic theory of organizational knowledge creation**", *Organization Science*,5(1),14-37.
 - 59- O'Cass, A., & Pecotich, A.,(2005)"**Exploring the dynamics of voter behavior and influence processes in electoral markets: A consumer behavior perspective**". *Journal Business Research*,58(4),406-413.
 - 60- O'Cass,A.,(2002)"**Political advertising believability and information source value during elections**", *Journal Advertising*, XXX1(1), 63-74.
 - 61- Offe, C., Fuchs,S., (2002)"**A decline of social capital? The German case**",In: Putnam, R.,(Ed.), *Democracies in Flux: the Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. Oxford University Press, New York, 188-243.
 - 62- Peteraf, M.A.,(1993)"**The cornerstone of competitive advantage: A resources-based View**", *Strategic Management Journal*,14(3),179-191.
 - 63- Portes, A.,(1998)"**Social capital: Its origins and applications in modern sociology**". *Annual Review of Sociology*,24, 1-24.
 - 64- Prahalad, C.K., & Hamel, G.,(1990)"**The core competitive of the corporation**", *Harvard Business Review*,68(3),79-91.
 - 65- Putnam,R.,(1993)"**Making Democracy Work: Civic institutions in modern Italy**", *Princeton University Press, Princeton, NJ*.
 - 66- Putnam,R.D., Leonard,R., & Nanetti, R.Y.,(1993)"**Making Democracy work: Civic traditions in modern Italy**", *Princeton University Press, Princeton, NJ,USA*.
 - 67- Putnam, R.D.,(1995)"**Bowling alone**", *America's declining social capital*, *Journal of*

- Democracy*, 6(1), 65-78.
- 68- Putnam, R.D., (1998) "**Foreword**", *Housing Policy Debate*, 9(1), V-VIII.
- 69- Putnam, R., (2000) "**Bowling alone**", *Simon and Schuster*, New York, NY.
- 70- Rose-Ackerman, S., (2001) "**Trust and honesty in post-socialist societies**", *Kyklos*, 54 (2/3), 415-444.
- 71- Sekaran, U. (2003) "**Research methods for business**", *Translated by Mohammad Saebi and Mahmood Shirazi*, *Research and Training Institute for Management and Development Planning*, Tehran, Second Edition (in Persian)
- 72- Simmel, G., (1950) "**The sociology of George Simmel**", *New York*, Free Press.
- 73- Smidts, A., Pruyn, A., & Riel, C.B.M. (2001) "**The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification**", *Academy of Management Journal*, 49, 1051-1062.
- 74- Spellerberg, A., (2001) "**Framework for the measurement of social capital in New Zealand**", *Statistics New Zealand*, Wellington, NZ.
- 75- Storberg, J., (2002) "**The evaluation of capital theory: A critique of theory of social capital and implications for HRD**", *Human Resource Development Review*, 1(4), 468-499.
- 76- Szreter, S., & Woolcock, M., (2004) "**Health by association? Social capital, social theory, and the political economy of public health**", *International Journal of Epidemiology*, 33(4), 650-667.
- 77- Tajfel, H., (1978) "**Social categorization, social identity and social comparison**", In H. Tajfel (Ed.), *Differentiation between social groups* (pp. 61-76). *New York: Academic Press*.
- 78- Teachman, Jay D., Paesch, K., (1997) "**Social capital and the generation of human capital**", *Social Forces*, 75(4), 1343-1359.
- 79- Thurnwald, R., (1932) "**Economics in primitive communities**", *London: Oxford University Press*.
- 80- Tsai, W., & Ghoshal, S., (1998) "**Social capital and value creation: The role of intra-firm networks**", *Academy of Management Journal*, 41(4), 464-476.
- 81- Tymon, W.G., & Stumpf, S.A., (2003) "**Social capital in the success of knowledge workers**", *Career development International*, 8(1), 12-20.
- 82- Wasserman, S., & Faust, K., (1994) "**Social network analysis: Methods and Applications**", *Cambridge: Cambridge University Press*.
- 83- Weick, K.E., (1995) "**Sense making in organization**", *Sage*, Thousand Oaks, CA.
- 84- Wernerfelt, B., (1984) "**A resource-based view of the firm**", *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.

Received: Mar 13 2010

Accepted: Nov 11 2010