

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده مهندسی مدیریت و صنایع

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت صنعتی

**تأثیر رهبری خودفداساز بر هم افزایی فرهنگی بادر نظر گرفتن نقش
واسطه ای سرمایه اجتماعی، سرمایه انگیزشی و گرایش به فاصله قدرت**

نگارنده

آرزو غیاث الدین

استاد راهنما

دکتر محمد فتاحی

استاد مشاور

دکتر سعید آیباهی اصفهانی

خرداد ۱۳۹۹

تقدیم بہ

خدائی کہ آفرید جهان را، انسان را، عقل را، معرفت را، عشق را

و

پدر و مادر عزیز تر از جانم

و

بہ کسانی کہ عشقشان را در وجودم دمید۔

باتشکر از

استاد راهنمای کراتقد، جناب آقای دکتر محمد قاجی و استاد مشاور کراتقد، جناب آقای دکتر آبیانغی اصفهانی
برای راهنمایی های ارزنده و بی دریغ به اینجانب که بدون مساعدت و نظرات یاری دهنده ایشان، این پایان نامه
به نتیجه مطلوب نمی رسید. همچنین از تمامی اساتیدی که در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد افتخار شاگردی در
محضرشان را داشتم تشکر مینمایم.

تعهد نامه

اینجانب آرزو غیاث الدین دانشجوی دوره کارشناسی ارشد (دکتری) رشته مدیریت صنعتی دانشکده مهندسی صنایع و مدیریت دانشگاه صنعتی شاهرود نویسنده پایان نامه تاثیر رهبری خودفداساز بر هم افزایی فرهنگی بادر نظر گرفتن نقش واسطه ای سرمایه اجتماعی، سرمایه انگیزشی و گرایش به فاصله قدرت تحت راهنمایی دکتر محمد فتاحی متعهد می شوم.

- تحقیقات در این پایان نامه توسط اینجانب انجام شده است و از صحت و اصالت برخوردار است.
- در استفاده از نتایج پژوهشهای محققان دیگر به مرجع مورد استفاده استناد شده است.
- مطالب مندرج در پایان نامه تاکنون توسط خود یا فرد دیگری برای دریافت هیچ نوع مدرک یا امتیازی در هیچ جا ارائه نشده است.
- کلیه حقوق معنوی این اثر متعلق به دانشگاه صنعتی شاهرود می باشد و مقالات مستخرج با نام « دانشگاه صنعتی شاهرود » و یا « Shahrood University of Technology » به چاپ خواهد رسید.
- حقوق معنوی تمام افرادی که در به دست آمدن نتایج اصلی پایان نامه تأثیرگذار بوده اند در مقالات مستخرج از پایان نامه رعایت می گردد.
- در کلیه مراحل انجام این پایان نامه ، در مواردی که از موجود زنده (یا بافت های آنها) استفاده شده است ضوابط و اصول اخلاقی رعایت شده است.
- در کلیه مراحل انجام این پایان نامه، در مواردی که به حوزه اطلاعات شخصی افراد دسترسی یافته یا استفاده شده است اصل رازداری ، ضوابط و اصول اخلاق انسانی رعایت شده است.

تاریخ

امضای دانشجو

مالکیت نتایج و حق نشر

کلیه حقوق معنوی این اثر و محصولات آن (مقالات مستخرج ، کتاب ، برنامه های رایانه ای ، نرم افزار ها و تجهیزات ساخته شده است) متعلق به دانشگاه صنعتی شاهرود می باشد. این مطلب باید به نحو مقتضی در تولیدات علمی مربوطه ذکر شود. استفاده از اطلاعات و نتایج موجود در پایان نامه بدون ذکر مرجع مجاز نمی باشد.

چکیده

امروزه با توجه به نقش برجسته رهبران در شکل‌گیری رفتار کارکنان در راستای رسیدن به اهداف سازمان، نیاز به تقویت توانایی‌ها و مهارت‌هایی وجود دارد که رهبران را در رسیدن به این مهم یاری می‌کند.

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر رهبری خود فدا ساز بر هم افزایی فرهنگی با در نظر گرفتن نقش واسطه ای سرمایه اجتماعی، سرمایه انگیزشی و نقش تعدیل گر فاصله قدرت انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از حیث ماهیت و روش توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری، کارکنان پارک علم و فناوری استان سمنان هستند که از این بین ۳۲۴ نفر براساس جدول مورگان به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه است که به منظور سنجش پایایی آن ها از آلفای کرونباخ استفاده شده است. داده های دریافتی با استفاده از مدل معادلات ساختاری و با نرم افزار Amose تجزیه و تحلیل شدند. نتیجه تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که رهبری خود فدا ساز تاثیر قابل توجهی بر هم افزایی فرهنگی دارد و سرمایه اجتماعی و انگیزشی نیز در این ارتباط دارای نقش میانجی و فاصله قدرت نیز نقش تعدیل گر دارد.

واژگان کلیدی:

رهبری خود فدا ساز، هم افزایی فرهنگی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انگیزشی، گرایش به فاصله قدرت

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول : کلیات پژوهش.....	۱
۱-۱ مقدمه.....	۲
۱-۲ بیان مساله.....	۲
۱-۳ ضرورت و اهمیت پژوهش.....	۴
۱-۴ اهداف پروژه.....	۵
۱-۵ سوالات پژوهش.....	۶
۱-۶ فرضیه پژوهش.....	۶
۱-۷ قلمرو پژوهش.....	۷
۱-۷-۱ قلمرو مکانی.....	۷
۱-۷-۲ قلمرو زمانی.....	۷
۱-۷-۳ قلمرو موضوعی.....	۷
۱-۸ تعاریف نظری متغیرهای پژوهش.....	۷
۱-۸-۱ رهبری خود فدا ساز.....	۷
۱-۸-۲ هم افزایی فرهنگی.....	۸
۱-۸-۳ سرمایه اجتماعی سازمانی.....	۹
۱-۸-۴ سرمایه انگیزشی.....	۱۰
۱-۸-۵ فاصله قدرت سازمانی.....	۱۰
۱-۹ تعاریف عملیاتی متغیر پژوهش.....	۱۱
۱-۱۰ مدل فرآیندی پژوهش.....	۱۲

۱-۱۱	ساختار کلی تحقیق.....	۱۳
	فصل دوم: ادبیات و پیشینه پژوهش.....	۱۵
۲-۱	مقدمه.....	۱۶
۲-۲	تعاریف نظری متغیرهای پژوهش.....	۱۶
۲-۲-۱	تعریف رهبری خود فدا ساز.....	۱۶
۲-۲-۱-۱	خود فدا سازی در تقسیم کار.....	۱۷
۲-۲-۱-۲	خود فدا سازی در توزیع پاداش و جبران خدمت.....	۱۷
۲-۲-۱-۳	بکارگیری قدرت.....	۱۸
۲-۲-۱-۴	ابعاد رهبری خود فدا ساز.....	۲۱
۲-۲-۲	تعریف هم افزایی فرهنگی.....	۲۵
۲-۲-۲-۱	ابعاد و مولفه های هم افزایی فرهنگی.....	۲۶
۲-۲-۲-۱-۱	بعد راهبردی.....	۲۷
۲-۲-۳	تعریف سرمایه اجتماعی.....	۳۳
۲-۲-۳-۱	عوامل تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی.....	۴۳
۲-۲-۳-۲	ابعاد سرمایه اجتماعی.....	۴۴
۲-۲-۴	تعریف سرمایه انگیزشی.....	۶۵
۲-۲-۴-۱	روش های انگیزشی کارکنان.....	۴۸
۲-۲-۴-۲	ابعاد سرمایه انگیزشی.....	۵۱
۲-۲-۵	تعریف فاصله قدرت سازمانی و ابعاد آن.....	۵۲
۲-۳	ارتباط متغیر ها.....	۵۷

۲-۴	پیشینه پژوهش.....	۶۱
۲-۴-۱	پیشینه پارک علم و فناوری در جهان.....	۶۱
۲-۴-۲	پیشینه پارک علم و فناوری در ایران.....	۶۱
۲-۴-۳	پیشینه پارک علم و فناوری در شاهرود.....	۶۲
۲-۴-۴	پیشینه خارجی.....	۶۳
۲-۴-۵	پیشینه داخلی.....	۶۸
۲-۵	مدل پژوهشی.....	۷۱
۲-۶	خلاصه فصل.....	۷۲
	فصل سوم: روش شناسی تحقیق.....	۷۳
۳-۱	مقدمه.....	۷۴
۳-۲	روش پژوهش.....	۴۳
۳-۲-۱	نوع پژوهش از نظر هدف.....	۷۵
۳-۲-۲	نوع پژوهش از نظر گردآوری داده.....	۷۵
۳-۲-۳	نوع پژوهش از نظر روش و تکنیک.....	۷۵
۳-۳	جامعه آماری.....	۷۶
۳-۴	حجم نمونه.....	۷۶
۳-۵	روش و ابزار جمع آوری داده.....	۷۷
۳-۵-۱	مطالعات کتابخانه ایی.....	۷۷
۳-۵-۲	مطالعات میدانی.....	۷۷
۳-۶	روایی و پایایی ابزار پژوهش.....	۷۹

۷۹.....	۳-۶-۱ روایی
۸۰.....	۳-۶-۲ پایایی
۸۰.....	۳-۷ روش تجزیه و تحلیل داده ها
۸۱.....	۳-۷-۱ آمار توصیفی
۸۱.....	۳-۷-۲ آمار استنباطی
۸۳.....	۳-۸ تحلیل معادلات ساختاری
۸۳.....	۳-۹ معادلات ساختاری
۸۴.....	۳-۹-۱ تحلیل عاملی
۸۴.....	۳-۹-۲ تحلیل مسیر
۸۵.....	۳-۱۰ گام های انجام پژوهش با تکنیک مدل یابی
۸۶.....	۳-۱۱ خلاصه فصل
۸۷.....	فصل چهارم: تحلیل داده ها
۸۸.....	۴-۱ مقدمه
۸۸.....	۴-۲ پایایی پرسشنامه
۸۹.....	۴-۳ بررسی مشخصات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان
۸۹.....	۴-۳-۱ سن
۹۰.....	۴-۳-۲ جنسیت
۹۱.....	۴-۳-۳ سنوات خدمت
۹۱.....	۴-۳-۴ سطح تحصیلات
۹۲.....	۴-۴ آمار توصیفی

۴-۵	آزمون تعیین نرمال بودن داده ها.....	۹۷
	فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات.....	۱۱۵
۵-۱	مقدمه.....	۱۱۶
۵-۲	مرور کلی بر پژوهش.....	۱۱۶
۵-۳	یافته های پژوهش.....	۱۱۷
۵-۴	پیشنهاد کاربردی برای تحقیقات آتی.....	۱۱۹
۵-۵	محدودیت های پژوهش.....	۱۲۰
	منابع و مآخذ.....	۱۲۲

فهرست جداول

عنوان	صفحه
۱-۱ مقایسه فاصله های قدرت.....	۱۰
۲-۱ ابعاد متغیر پژوهش.....	۳۳
۲-۲ ابعاد متغیر پژوهش.....	۳۲
۲-۳ تعاریف-اهداف-تحلیل و منافع حاصل از سرمایه گذاری.....	۴۲
۲-۴ ابعاد متغیر پژوهش.....	۴۶
۲-۵ ابعاد متغیر پژوهش.....	۵۲
۲-۶ تعاریف تصمیم گیری.....	۵۵
۲-۷ ابعاد متغیر پژوهش.....	۵۷
۲-۸ پیشینه خارجی.....	۶۶
۲-۹ پیشینه داخلی.....	۶۹
۳-۱ طیف پرسشنامه پژوهش.....	۷۸
۴-۱ پایایی سوالات پرسشنامه.....	۸۸
۴-۲ وضعیت سن پاسخ دهندگان.....	۸۹
۴-۳ وضعیت نسبت پاسخ دهندگان.....	۹۰
۴-۴ وضعیت سنوات خدمت دهی پاسخ دهندگان.....	۹۱
۴-۵ وضعیت سطح تحصیلات پاسخ دهندگان.....	۹۲
۴-۶ آمار توصیفی پرسشنامه رهبری خود فدا ساز.....	۹۳
۴-۷ آمار توصیفی پرسشنامه سرمایه اجتماعی.....	۹۴
۴-۸ آمار توصیفی پرسشنامه سرمایه انگیزشی.....	۹۵
۴-۹ آمار توصیفی پرسشنامه فاصله قدرت.....	۹۶

۴-۱۰	آمار توصیفی پرسشنامه هم افزایی فرهنگی.....	۹۶
۴-۱۱	نتایج آزمون.....	۱۰۳
۴-۱۲	نتایج حاصل از بررسی.....	۱۰۴
۴-۱۳	نتایج آزمون فرضیات.....	۱۱۳

فهرست اشکال و نمودار

عنوان	صفحه
۱-۱ مدل فرآیندی پژوهش.....	۱۲
۲-۱ مدل پژوهشی.....	۷۱
۴-۱ وضعیت سن پاسخ دهندگان.....	۸۹
۴-۲ وضعیت جنسیت پاسخ دهندگان.....	۹۰
۴-۳ وضعیت سنوات خدمت پاسخ دهندگان.....	۹۱
۴-۴ وضعیت سطح تحصیلات پاسخ دهندگان.....	۹۲
۴-۵ توصیف ابعاد پرسشنامه رهبری خود فدا ساز.....	۹۴
۴-۶ توصیف ابعاد پرسشنامه سرمایه اجتماعی.....	۹۵
۴-۷ توصیف ابعاد.....	۹۷

فصل اول

کلیات پژوهش

۱-۱ مقدمه

در این فصل کلیات مربوط به موضوع تحقیق ارائه می شود. هدف این فصل بیان چارچوبی برای اهداف و نحوه انجام تحقیق می باشد. در ضمن به گروه های ذینفع از این پژوهش نیز اشاره خواهد شد. در ادامه جهت روشن شدن زوایای مختلف تحقیق به معرفی و تشریح متغیرهای تحقیق که شامل متغیرهای وابسته، مستقل، تعدیل گر و میانجی هستند پرداخته می شود. در یک جمله می توان گفت هدف عمده این فصل احاطه و درگیری با طرح موضوع، بیان مسئله، ارائه سوالات و فرضیات تحقیق و تعاریف نظری و عملیاتی متغیرهای تحقیق می باشد، تا در ابتدا یک دید کلی و جامع از موضوع تحقیق و شرایط و نحوه انجام تحقیق برای محقق و استفاده کنندگان از تحقیق را فراهم آورد.

۱-۲ بیان مسئله

امروزه محیط پیرامون سازمان ها پویاتر از قبل شده و رهبری یک عنصر کلیدی در هدایت و مدیریت این محیط است. نیاز به رهبری در همه زمینه های فعالیت های اجتماعی امری ضروری است. شاید بتوان ادعا کرد که رهبری بیش از هر موضوع دیگری در تاریخ تجربیات انسان باعث بحث و گفت و گو میان مردم بوده است. در دنیای امروز، بسیاری به نقش پررنگ رهبران در شکل گیری رفتار کارکنان در راستای رسیدن به اهداف سازمان، توجه می کنند و سعی در کسب توانایی ها و مهارت هایی دارند که آن ها را هرچه بیشتر در رسیدن به این اهداف یاری رسانند.

با این حال موضوع به اینجا ختم نمی شود. کشف، پرورش و انتخاب سبک رهبری مناسب برای مدیران یک موضوع پراهمیت تلقی می شود، به ویژه برای رهبران سازمان های در حال رشد و محیط های ناپایدار که اهداف آن ها تغییر رفتار کارکنان، کارآفرینی، رضایت شغلی و در نهایت پیشرفت سازمان است. مدیران برای رسیدن به چنین اهدافی، بهتر است تمایلات و توانایی های کارکنان را کشف کنند و در این جهت به پرورش آن ها بپردازند و با مشاهده ی ارتقاء کارکنان در این زمینه، آنها را تشویق به ادامه ی چنین رفتارهایی کنند.

در این صورت مشارکت کارکنان، رضایت شغلی، کارآیی و انگیزه ی آنها در سطح خوبی قرار خواهد گرفت. برای محقق شدن اهداف، سازمان ها باید تمرکزشان بر مدیران باشد. توجه به تاثیر سبک رهبری مدیران بر کارکنان می تواند به راحتی نقش و اهمیت مشارکت و درگیری کارکنان را روشن کند. کارکنان راضی و با انگیزه ی امروز به عنوان سرمایه های یک شرکت تلقی می-شوند و می توانند با کارآفرینی و اشتیاق، سازمان را به جلو ببرند و تأثیر مثبتی در تحقق اهداف سازمان داشته باشند.

رهبری سبک های مختلفی دارد که یکی از آن ها سبک رهبری خودفداساز است. گفته شده است که رهبری خودفداساز انطباق افراد و سازمان با محیط متغیر را تسهیل می-بخشد و همچنین رهبر خودفداساز نزد پیروان دارای کاریزما و مشروعیت بیشتری خواهد بود و افراد تلاش می-کنند تا متقابلاً، فداکاری های رهبر را جبران کنند. طبق هنجار روابط متقابل (گولدر، ۱۹۶۰). افراد از خود رفتارهای خود فداسازانه به نمایش می-گذارند زیرا انتظاراتشان این است که فردی که به او کمک می-کنند در آینده کمک آن ها را جبران کند. رفتار خود فداسازانه از سوی رهبر می-تواند به طرز چشم گیری اثربخشی رهبری را بهبود بخشد و سازمان را در جهت انطباق با محیط آشفته یاری دهد.

رفتارهای خودفداساز رهبران، از جمله رفتارهای دسته جمعی و فردی می تواند هویت رهبری کارکنان را با نقش مبتنی بر رهبری با به کارگیری دو مسئولیت اصلی که از نقش رهبر انتظار می-رود (تمرکز بر وظیفه و تمرکز بر شخص)، ارتقا دهد. علاوه بر این، هنگامی که رهبران رفتارهای خودفداساز را نسبت به پیروان نشان می-دهند، پیروان به احتمال زیاد به واسطه ی برآورده شدن نیازهای روان شناختی، شایستگی و وابستگی را تجربه می-کنند.

رهبری با فداکاری بالا نشان داده که همکاری میان پیروان را هم در محیط آزمایشی کنترل شده (ون کنیپنبرگ و دیکرمر، ۲۰۰۴) و هم در یک زمینه واقعی در زمینه کار (دیکرمر و همکاران، ۲۰۰۹) افزایش می-دهد. مطالعات آزمایشی نیز نشان داد که رهبرانی که رفتار خودفداساز از خود نشان می-دهند، به طور

قابل توجهی باعث افزایش مشارکت اعضای تیم در دستیابی به منافع عمومی (یعنی انتخاب همکاری) در شرایط دشوار اجتماعی می شوند .

در این تحقیق ما می خواهیم تاثیر رهبری خودفداساز بر هم افزایی فرهنگی بادر نظر گرفتن نقش واسطه ای سرمایه اجتماعی، سرمایه انگیزشی و گرایش به فاصله قدرت را بررسی کنیم. مسأله ما این است که آیا رهبری خودفداساز بر هم افزایی فرهنگی با در نظر گرفتن نقش میانجیگری سرمایه اجتماعی، سرمایه انگیزشی و نقش تعدیل گر گرایش به فاصله قدرت تاثیر دارد؟

۳-۱ ضرورت و اهمیت پژوهش

اهمیت این موضوع برای مدیران، این است که رهبری بر عملکرد گروه و سازمان تأثیر دارد و رهبری عامل تعیین کننده در موفقیت سازمان است. رهبران مسئولیت تبیین اهداف، راهبردها و الگوهای رفتاری سازمان را برعهده دارند. رهبران به سخنان کارکنان گوش فرا می دهند و ایده های خود را با آنها به مشارکت می گذارند و پیام های آنان را درک میکنند و به کار می گیرند و در این تعامل تلاش می کنند تا دیدگاه ها و چارچوب های ذهنی کارکنان را در مسیر منافع متقابل سازمان تغییر دهند. آنها در پی ایجاد اعتماد و تعهد بیشتر، روحیه شاداب تر و ایده های ذهنی روشن تر کارکنان هستند. توجه به ماهیت، کیفیت و ویژگی های رهبری به عنوان مهم ترین عنصر نرم افزاری ساختار، عامل پیوستگی و همبستگی در سازمان محسوب می شود.

افراد نقش مهمی در موفقیت، پیشرفت و یا شکست سازمان دارند . بنابراین اگر رهبری و هدایت این افراد در سازمان به درستی صورت گیرد و رهبری سازمان ارتباط درست و منطقی با افراد برقرار کند، می تواند از نیروی انسانی خود در جهت رسیدن به اهداف و مقاصد سازمانی استفاده کند . رهبری یک ارتباط یک طرفه نیست که یک نفر بر دیگران نفوذ داشته باشد بلکه ارتباطی دو طرفه است که از طریق تبادل اطلاعات بین رهبری و افراد در سازمان صورت می گیرد . امروزه محیط سازمان ها نسبت به گذشته پویاتر شده لذا رهبری بی تحرک نمیتواند

مدت زیادی دوام بیاورد. سازمان ها به افرادی در نقش رهبری نیاز دارند که بتوانند با این پویایی و عدم اطمینان مقابله کنند.

با توجه به اینکه در کشور ایران تا به حال توجه بسیار کمی که به بحث رهبری خود فدا ساز با استفاده از سرمایه های اجتماعی و انگیزشی و تاثیر آن بر هم افزایی فرهنگی شده است، و با توجه به نکات فوق و اهمیت قابل ملاحظه ی این موضوع، هدف از این پژوهش از بین بردن شکاف موجود از طریق یک مدل مفهومی می باشد.

۴-۱ اهداف پروژه

- ✓ تعیین یا مشخص کردن چگونگی تاثیر گذاری رهبری خود فدا ساز بر سرمایه اجتماعی سازمانی
- ✓ تعیین یا مشخص کردن چگونگی تاثیر گذاری رهبری خود فدا ساز بر سرمایه انگیزشی
- ✓ تعیین یا مشخص کردن چگونگی تاثیر گذاری سرمایه اجتماعی سازمانی بر هم افزایی فرهنگی
- ✓ تعیین یا مشخص کردن چگونگی تاثیر گذاری سرمایه انگیزشی بر هم افزایی فرهنگی
- ✓ تعیین یا مشخص کردن چگونگی تاثیر گذاری سرمایه اجتماعی سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی
- ✓ تعیین یا مشخص کردن چگونگی تاثیر گذاری سرمایه انگیزشی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی
- ✓ مشخص کردن نقش فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه اجتماعی سازمانی
- ✓ مشخص کردن نقش فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه انگیزشی
- ✓ مشخص کردن نقش سرمایه اجتماعی سازمانی و سرمایه انگیزشی

۵-۱ سوالات پژوهش

- ✓ تاثیر رهبری خودفداساز بر سرمایه اجتماعی سازمانی چگونه است ؟
- ✓ تاثیر رهبری خودفداساز بر سرمایه انگیزشی چگونه است ؟
- ✓ تاثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر هم افزایی فرهنگی چگونه است ؟
- ✓ تاثیر سرمایه انگیزشی بر هم افزایی فرهنگی چگونه است ؟
- ✓ نقش سرمایه اجتماعی سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی چگونه است ؟
- ✓ نقش سرمایه انگیزشی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی چگونه است ؟
- ✓ نقش فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه اجتماعی سازمانی چگونه است ؟
- ✓ نقش فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه انگیزشی چگونه است ؟
- ✓ رابطه سرمایه اجتماعی سازمانی و سرمایه انگیزشی چیست ؟

۶-۱ فرضیه پژوهش

- ✓ رهبری خودفداساز بر سرمایه اجتماعی سازمانی تاثیر مثبت و معنا دار دارند .
- ✓ رهبری خودفداساز بر سرمایه انگیزشی تاثیر مثبت و معنا دار دارند .
- ✓ سرمایه اجتماعی سازمانی بر هم افزایی فرهنگی تاثیر مثبت و معنا دار دارند .
- ✓ سرمایه انگیزشی بر هم افزایی فرهنگی تاثیر مثبت و معنا دار دارند .
- ✓ سرمایه اجتماعی سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی نقش میانجیگری دارد .
- ✓ سرمایه انگیزشی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی نقش میانجیگری دارد .
- ✓ فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه اجتماعی سازمانی نقش تعدیل گری دارد .
- ✓ فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه انگیزشی نقش تعدیل گری دارد .

✓ سرمایه اجتماعی سازمانی و سرمایه انگیزشی رابطه تعاملی مثبت و معنا دار دارند .

۱-۷ قلمروهای پژوهش

۱-۷-۱ قلمرو مکانی

از نظر مکانی نیز قلمروی این تحقیق، پارک علم و فناوری شاهرود است.

۱-۷-۲ قلمرو زمانی

مربوط به زمان اجرای تحقیق است . این قلمرو در برگیرنده سال های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ است.

۱-۷-۳ قلمرو موضوعی

قلمروی این تحقیق به لحاظ موضوعی در حیطه رهبری خودفداساز است .

۱-۸ تعاریف نظری متغیر های پژوهش

۱-۸-۱ رهبری خود فدا ساز

از خود گذشتگی بیانگر تمایل یک فرد برای رنج دیدگی به علت فقدان انواع چیزها برای حفظ اعتقادات و ارزش های فردی می باشد . باید توجه داشت که این خصیصه بسیاری از رهبران بزرگ می باشد . همچنین، مفهوم از خود گذشتگی دارای شباهت هایی با رویکردهای اخیر می باشد که رهبران را به عنوان کسانی در نظر می گیرد که از طریق خدمت به دیگران امر هدایت خود را انجام می دهند. از خود گذشتگی نشان می دهد که یک رهبر تمایل دارد تا ریسکی را از نظر شخصی بپذیرد تا اهداف و رسالت گروه و سازمان محقق گردد (دیکرمر و همکاران ، ۲۰۰۶) . بنابراین گزارش دی کرمر و همکاران (۲۰۰۴) چنین رفتاری از زمره ویژگی های رهبران بزرگ شناخته شده جهان است . رویکرد گرین لیف و اسپیرس (۲۰۰۲) نیز به رهبران و مدیران به عنوان اشخاصی که از طریق تمایل برای خدمت کردن به دیگران برانگیخته می شوند با تعریف یورگس و همکاران (۱۹۹۹)

^۱Yorges , Weiss & Strickland.

(شباهت هایی دارد. به هر حال شواهد پژوهشی حاکی از ارتباط بین رهبری فداکارانه با ملاک های رهبری اثربخش نظیر رفتار شهروندی سازمانی و رفتارهای مطلوب اجتماعی می باشد. در واقع چنین ارتباطی در درجه اول از مفهوم رهبری فداکارانه نیز قابل برداشت است. رهبری فداکارانه به تمایل برای درگیر شدن در رفتارهای مخاطره آمیز شخصی برای خدمت به اهداف و مأموریت های گروه یا سازمان اطلاق می شود (نادی و گل پرور ، ۱۳۸۷). بر طبق عقیده گرون^۱ ، پیامدهای رهبری توزیع شده سه مورد می باشد: اول ، اقدامی هماهنگ یا رهبری توأم با همکاری که در آن کل رهبری توزیعی از مجموع بخش های آن بیشتر است؛ دوم، حدود رهبری وسیع تر شده و اعضای بیشتری از جامعه را به مشارکت در رهبری سازمان هایشان ترغیب می کند و سوم، در مورد مفهوم تخصص در سازمان تجدید نظر می شود و دانش در دسترس برای جامعه را گسترش می دهد (گرینت ، ۲۰۰۶).

۲-۸-۱ هم افزایی فرهنگی

واژه هم افزایی به مفهوم هم نیرو زایی، هم نیرو بخشی، و تجمع پدیده آفرین با اثر مضاعف و خاصیت فزونی تعریف شده است. به عبارتی هم افزایی به معنای آنست که تلاش افراد موجب عملکردی گردد که از مجموع عملکرد اعضا بیشتر است (رابینز، ۱۳۸۴).

بر این اساس، هم افزایی فرهنگی در صورتی حاصل می آید که مدیران همواره ارزش ها و فرهنگ های متفاوت را شناسایی کنند و از تنوع فرهنگی به عنوان عاملی موثر و کارآمد در مدیریت جوامع، سازمان ها و شرکت ها بهره گیرند. این دیدگاه وقتی حاصل می گردد که به جای حاکمیت و احاطه ی یک رویکرد و یک فرهنگ خاص بر کل سازمان، افراد و فرهنگ ها، اهتمام لازم به ترکیب و تلفیق چشم اندازها و رویکردهای فرهنگی متنوع فراهم آید (ادلر و بارتولومو ۱۹۹۲)

بنابراین بر اساس دیدگاه هم افزایی فرهنگی ، بر خلاف فرضیات همگونی، شباهت و یکسان سازی، اعتقاد بر این است که همه با هم یکی نیستند و اغلب افراد با شباهت ها و تفاوت های فرهنگی در مقایسه با دیگران،

^۱Greenleaf & Spears.

زندگی می کنند و راه های فراوانی برای دست یابی به هدف وجود دارد و بهترین راه حاصل ترکیب فرهنگ هاست. رویکرد هم افزایی فرهنگی معتقد است که گروه های گوناگونی هستند که متفاوتند و هر کدام با تفاوت ها و فاصله های فرهنگی زندگی می کنند. هم افزایی فرهنگی فرض می کند که مشابهت ها و تفاوت ها به یک اندازه دارای اهمیت اند و روش های معادل فراوانی برای زیستن و کار کردن و دست یابی به هدف نهایی وجود دارد و روش هیچ فرهنگی، ذاتاً برتر نیست و در نهایت هم افزایی فرهنگی فرض می کند بهترین روش بستگی به فرهنگ اعضاء جامعه دارد. سازمان های هم افزای فرهنگی، بهترین جنبه های فرهنگ همه اعضایشان را در استراتژی ها، ساختارها و فرآیندها، بدون نقض کردن هنجارهای هر فرهنگ فردی، منعکس می کنند. در این سازمان ها مدیران از تنوع به عنوان منبع کلیدی در جهت ایجاد فرصت استفاده می کنند (عسگری و طالقانی، ۱۳۸۹:۶۰)

۳-۸-۱ سرمایه اجتماعی سازمانی

سرمایه اجتماعی به ویژگی هایی از سازمان اجتماعی از جمله اعتماد، هنجارها و شبکه ها اشاره دارد که قادرند کارایی جامعه را با تسهیل کنش های تعاونی بهبود بخشند (عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۰) وی بیان می کند که سرمایه اجتماعی را به سادگی می توان به عنوان وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش های غیررسمی تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان برقرار است؛ در آن سهیم هستند. از دیدگاه فوکویاما هنجارهایی که سرمایه اجتماعی تولید می کنند، اساساً باید شامل سجایایی از قبیل صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دو جانبه باشند (امیری و رحمانی، ۱۳۸۵) و نامبرده معتقد است که اعتماد، انتظاراتی است که بر اساس هنجارهای مشترک و صداقت و رفتارهای همکاری جوینده ایجاد می شود (مک ال روی و همکاران، ۲۰۰۶)

^۱Fukuyama

^۲McElroy & et al

۴-۸-۱ سرمایه انگیزشی

طبق نظر مورهد و گریفین (۱۹۹۸) عملکرد کارکنان اغلب به عنوان یک پیوند مشترک، از توانایی و انگیزه توصیف می شود و یکی از اصلی ترین کارهایی که مدیر با آن مواجه می شود، این است که، برنامه های انگیزش کارکنان را به بهترین نحو اجرا کند. در تعریفی از پیندر (۱۹۹۸) که دوداس در سال ۲۰۱۱ به آن توجه کرد، انگیزش را به عنوان مجموعه ای از نیروهای داخلی و خارجی که رفتار مرتبط با کار را در بر می گیرد، توصیف کرده اند و درواقع انگیزش فرم، جهت، شدت و مدت آن را تعیین می کند. این تعریف، تأثیر هر دو نیروی محیطی را (به عنوان مثال، سیستم پاداش سازمانی، ماهیت کار انجام شده) و نیروهای ذاتی شخص (مثلاً نیازها و انگیزه های فردی) در رفتار مربوط به کار را به رسمیت می شناسد.

۵-۸-۱ فاصله قدرت سازمانی

این بعد با این واقعیت سر و کار دارد که افراد در جوامع برابر نیستند. این بعد نشان می دهد که نگرش فرهنگ در برابر این نابرابری ها چگونه است. فاصله قدرت این طور تعریف می شود که به چه میزان اعضای فرودست در سازمان ها در یک کشور، توزیع نابرابر قدرت را انتظار دارند و می پذیرند. جدول زیر فرهنگ با "فاصله قدرت پایین" را با فرهنگ با "فاصله قدرت بالا" مقایسه می کند.

جدول (۱-۱) مقایسه فاصله های قدرت

فاصله قدرت پایین	فاصله قدرت بالا
توزیع درآمد ، کمتر متفاوت است .	توزیع درآمد ، بسیار متفاوت است .
سلسه مراتب ، تفاوت نقش ها را نشان می دهد .	سلسه مراتب ، به معنای نابرابری ذاتی است .
حکومت های کثرت گراست	حکومت های استبدادی
فساد اداری و سیاسی به ندرت رخ می دهد	فساد و رسوایی اداری و سیاسی اغلب رخ می دهد
با زیر دستان مشورت می شود .	به زیر دستان کارهایشان اعلام و ابلاغ می شود .
آموزش ، « دانش آموز محور » است	آموزش ، « معلم محور » است

۹-۱ تعاریف عملیاتی متغیر های پژوهش

۱- رهبری خود فدا ساز : در عمل جهت ارزیابی رهبری خود فدا ساز از پرسشنامه استاندارد محقق ساخته استفاده می شود که دارای ۲ بعد می باشد و جمع امتیازات به دست آمده از پرسشنامه فوق و تک تک ابعاد آن ملاک انجام آزمون های آماری و نتیجه گیری خواهد بود.

۲- هم افزایی فرهنگی : در عمل جهت ارزیابی هم افزایی فرهنگی استاندارد از پرسشنامه ی محقق ساخته با ۶۹ گویه استفاده می شود که ۱۸ سوال آن مربوط به بعد راهبردی هم افزایی (سوالات ۱ تا ۹ و ۳۸ تا ۴۶) ، ۱۲ سوال آن مربوط به بعد اجتماعی هم افزایی (سوالات ۱۰ تا ۱۷ و ۴۷ تا ۵۱) ، ۱۹ سوال آن مربوط به بعد فرهنگی هم افزایی (سوالات ۱۷ تا ۲۴ و ۵۲ تا ۶۲) ، ۱۸ سوال مربوط به بعد مهارتی هم افزایی (سوالات ۲۵ تا ۳۶ و ۶۳ تا ۶۴) می باشد و جمع امتیازات به دست آمده از پرسشنامه فوق ملاک انجام آزمون های آماری و نتیجه گیری خواهد بود.

۳- سرمایه اجتماعی : در عمل جهت ارزیابی سرمایه اجتماعی از پرسشنامه ی استاندارد ناهپیت و گوشال (۱۹۹۸) با ۲۰ گویه که ۲ سؤال آن مربوط به بعد شناختی سرمایه اجتماعی (سوالات ۶ و ۱۴) ، ۴ سؤال آن مربوط به بعد ساختاری سرمایه اجتماعی (سوالات ۱۷ تا ۲۰) و ۱۳ سؤال مربوط به بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی (سوالات ۱ تا ۱۶) می باشد .

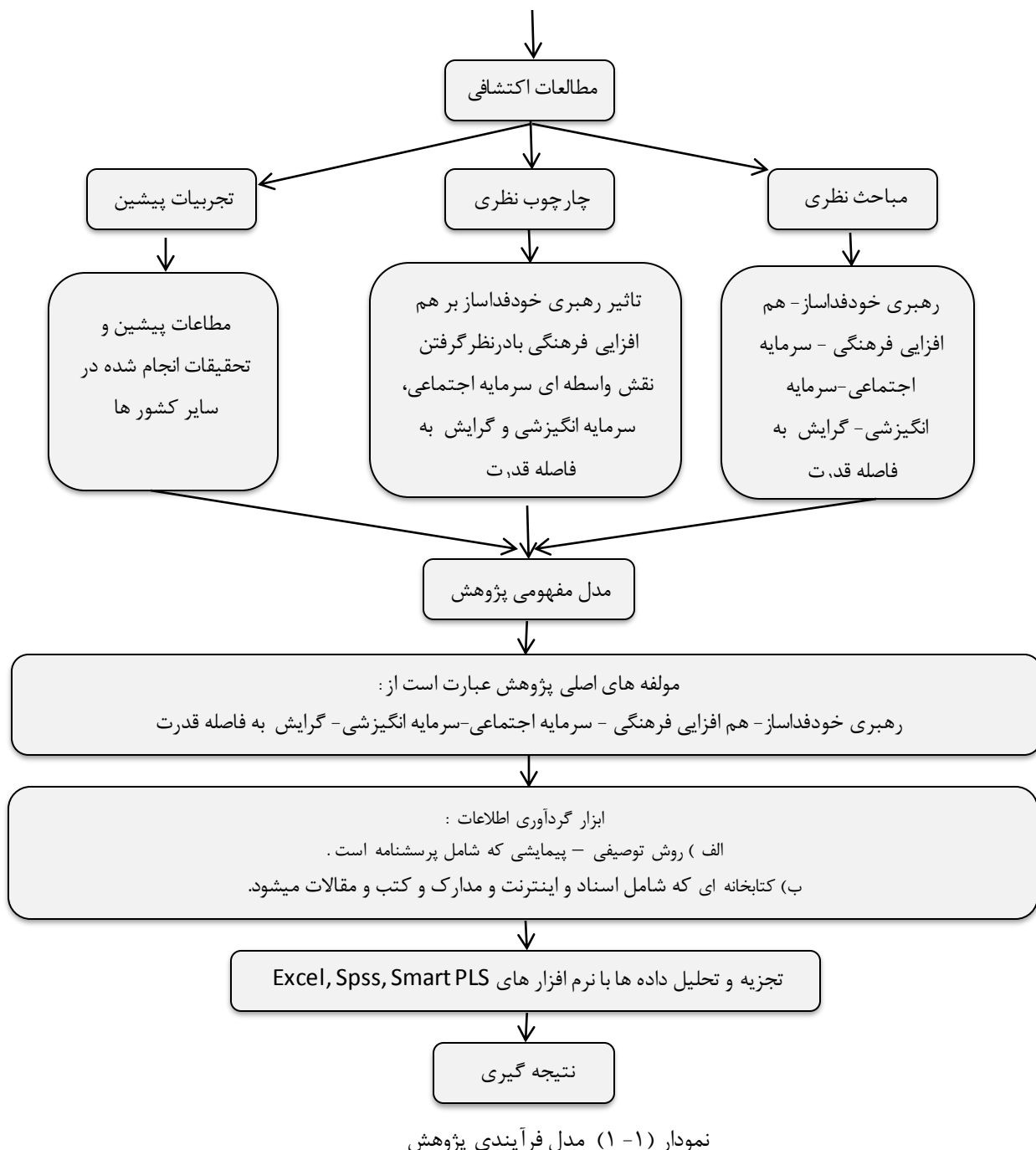
۴- سرمایه انگیزشی : در عمل جهت ارزیابی سرمایه انگیزشی از پرسشنامه استاندارد با ۲ بعد و ۲۸ سوال استفاده می شود که جمع امتیازات به دست آمده از پرسشنامه فوق و تک تک ابعاد آن ملاک انجام آزمون های آماری و نتیجه گیری خواهد بود.

۵- فاصله قدرت سازمانی : در عمل جهت ارزیابی فاصله قدرت سازمانی از پرسشنامه محقق ساخته فاصله قدرت استفاده شد که سوالات آن با استفاده و اقتباس از پرسشنامه فرهنگ هافستد (۱۹۸۰) و با برداشت از مقالات و کتاب های موجود در زمینه قدرت جمع آوری شدند . بدین ترتیب که

پرسشنامه اولیه دارای ۶۵ عبارت بود که ۷ بعد فاصله قدرت را اندازه گیری می کند (علی کاظمی ۱۳۹۰)

۱-۱۰ مدل فرایندی پژوهش

سوالات آغازین: تاثیر رهبری خودفداساز بر هم افزایی فرهنگی بادر نظر گرفتن نقش واسطه ای سرمایه اجتماعی، سرمایه انگیزشی و گرایش به فاصله قدرت؟



نمودار (۱-۱) به طور مختصر فرآیند پژوهش حاضر را به ترتیب مراحل طی شده نشان می‌دهد.

۱-۱۱ ساختار کلی تحقیق

در فصل اول کلیات تحقیق شامل تعریف موضوع و بیان مسئله، اهمیت و ضرورت پژوهش، فرضیه‌ها، اهداف پژوهش، سوالات پژوهش، تعریف مفاهیم و واژگان کلیدی متغیرهای پژوهش ارائه شده است. در فصل دوم، مبانی تحقیق و پیشینه ارائه خواهد شد. این فصل شامل دو بخش خواهد بود. در بخش اول، مفاهیم بسط پیدا کرده‌اند و در بخش دوم، پیشینه تحقیق و نتایج تحقیقات انجام شده در مورد موضوعات مرتبط با این پژوهش بحث خواهد شد. در فصل سوم، روش انجام پژوهش بحث خواهد شد. فرضیه‌های تحقیق و مبانی اندازه‌گیری متغیرها تشریح و سپس جامعه و نمونه آماری، منابع تهیه اطلاعات و روش‌های آماری مورد استفاده جهت تجزیه و تحلیل بیان خواهند شد. فصل چهارم به تجزیه و تحلیل اطلاعات اختصاص خواهد یافت، مدل‌های مختلف رگرسیون مورد آزمون و بررسی قرار گرفته و نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها ارائه خواهد شد. در فصل پنجم، نتایج و یافته‌ها ارائه و ارزیابی خواهد شد. پس از نتیجه‌گیری، محدودیت‌های احتمالی در تعمیم نتایج و پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی مطرح خواهد شد.

فصل دوم

ادبیات و پیشینه پژوهش

۱-۲ مقدمه

در حقیقت این فصل به دسته بندی پایه های تئوریک موضوع و تعریف حواشی آن و همچنین مرور تحقیقات مربوطه می پردازد. هدف عمده ی این فصل احاطه و درگیری با مبانی پایه ای مساله در ادبیات می باشد. هر پژوهشی دارای یک چهار چوب نظری می باشد که بیان کننده مفاهیم و نظریات مورد استفاده در پژوهش است. این فصل به سه بخش عمده تقسیم شده است. در بخش اول به بررسی مبانی نظری پژوهش پرداخته شده است. در بخش دوم این پژوهش، پیشینه پژوهش های داخلی و خارجی مورد بررسی قرار گرفته و از تجربیات گذشته در انجام این پژوهش استفاده شده است. در خاتمه این فصل نیز الگوهای تئوری و الگوی مفهومی پیشنهاد شده مورد بحث قرار گرفته است.

۲-۲ تعاریف نظری متغیر های پژوهش

۱-۲-۲ تعریف رهبری خود فدا ساز

خود فدا سازی ممکن است در محیط های مختلف اجتماعی رخ دهد (میلر، کربس، ۱۹۸۵). تأکید پژوهش حاضر بر وقوع خود فدا سازی در محیط سازمان است. بنابراین لازم است ابتدا منظور خود از «محیط سازمان» و «خود فدا سازی» را به طور دقیق مشخص کنیم. در این جا، محیط سازمان در قالب سه فرآیند سازمانی وابسته به یکدیگر تعریف می گردد: تقسیم کار^۳، توزیع پاداش و جبران خدمت^۴، و به کارگیری قدرت^۵. علت انتخاب این طرح این است که، همانطور که در ادامه به آن خواهیم پرداخت، اکثر موارد وقوع رفتارهای خود فدا سازانه رهبران، به نحوی معطوف و در ارتباط با این سه فرآیند است.

^۵Organizational Setting
^۴Self-Sacrifice
^۳Division of Labor
^۲Distribution of Rewards
^۱Exercise of Power

۱-۲-۲ خودفداسازی در تقسیم کار

بعضاً مشاهده می‌شود که برخی افراد برای انجام فعالیت‌ها، وظایف و یا بخش‌ها و قسمت‌های خطرناک‌تر و یا دشوارتر کار در محیط سازمان داوطلب می‌شوند به عنوان مثال، جوخه‌ای در میدان جنگ را در نظر بگیرید. هیچ‌کس تمایل ندارد اولین کسی باشد که به سوی دشمن شلیک می‌کند. زیرا این قسمت از کار خطرناک‌ترین و ناخوشایندترین قسمت است. حال اگر سربازی برای انجام این کار داوطلب گردد، خود فداسازی به وجود می‌آید. خود فداسازی در تقسیم کار همچنین شامل به عهده گرفتن تقصیر و پذیرش مسئولیت در صورت شکست، بدشانسی، حوادث و سوانح، اشتباهات و غیره نیز می‌شود، حال آن که خود شخص به تنهایی مسئول این عوامل نیست.

۲-۲-۱-۲ خود فداسازی در توزیع پاداش و جبران خدمت

بعضاً مشاهده می‌شود که برخی افراد به طور دائم یا موقت، از دریافت سهم منصفانه و قانونی خود از سیستم جبران خدمت سازمان یعنی دستمزد، مزایا، ترفیعات، مرخصی‌های استحقاقی، تشویق، پاداش‌ها و غیره صرف نظر می‌کنند و یا دریافت آن را به تعویق می‌اندازند. مادامی که اعضای سازمان در تحقق اهداف سازمان مشارکت دارند، سزاوار پاداش‌های متناسب با خدمتشان هستند. با این حال اگر یکی از اعضا به طور داوطلبانه سهم خود را کاهش دهد، دریافت آن را به تعویق بیندازد و یا از دریافت آن صرف نظر کند، خود فداسازی به وجود می‌آید. به عنوان مثالی در طی یک بحران مالی، Vikram Pandit مدیر عامل بانک سرمایه گذاری چند ملیتی Citigroup دریافتی سالانه خود را تا یک دلار کاهش داد تا این شرکت دوباره توانایی سودآوری را به دست آورد. خودفداسازی در به کارگیری قدرت: گاه افراد به طور داوطلبانه از استفاده از جایگاه، قدرت و یا امتیازات خود خودداری می‌کنند و یا حتی از دارایی‌های شخصی خود مانند زمان، پول و دانش به نفع دیگران و جامعه خود استفاده می‌کنند.

۳-۱-۲-۲ بکارگیری قدرت

فرآیند سوم یعنی «به کارگیری قدرت» شامل استفاده از منابعی همچون زمان، دانش و پول نیز می شود. به دلیل این که در مفهوم وسیع، استفاده از منابع می تواند حالت خاصی از به کارگیری قدرت تلقی شود، از اصطلاح «به کارگیری قدرت» استفاده نموده ایم تا هر دو معنی را پوشش دهد. با نگاهی عمیق تر در می یابیم که اگر این سه فرآیند به طور متوالی انجام گیرند، چرخه کار، تقسیم درآمد حاصل میان افراد و مصرف سهمها توسط افراد را تشکیل می دهند. می توان دید که این فرآیندها به تقسیم بندی فعالیت های اقتصادی در مطالعات اقتصادی شباهت دارند: تولید، توزیع، مصرف. علاوه بر این، این سه فرآیند به سه زیرسیستم اصلی سازمانها که در بیشتر کتب مدیریت و رفتار سازمانی به آنها پرداخته شده است، شباهت دارند: وظیفه (مسئولیت)، جبران خدمت و اختیار. بنابراین، بر این باوریم که این طرح قابلیت این را دارد که جنبه های مهمی از سازمان را با وسعتی قابل قبول مورد بررسی قرار دهد.

چندین مفهوم نزدیک و مرتبط با خود فداسازی در ادبیات پژوهش ها معرفی شده و مورد بحث قرار گرفته است که عبارتند از مساوات، رفتار شهروندی سازمانی، رفتارهای فرا اجتماعی و نوع دوستی. این مفاهیم در ادامه با مفهوم خود فداسازی، به گونه ای که در پژوهش حاضر عنوان شده است، مقایسه می شوند.

مساوات: «یک انسان تساوی طلب، شخصی است که برای نفس، برابری ارزشی قائل است» (تمکین، ۱۹۹۳). از مصادیق مساوات در محیط های صنعتی می توان به پوشیدن یونیفرم های یکسان توسط کارکنان، سرو شدن غذا در یک سالن غذاخوری برا همگی کارکنان و لغو حق رزرو پارکینگ اشاره کرد. می بایست در نظر داشت که ایده کلی این مفهوم بدین صورت است که پیامد و نتیجه مساوات طلبی و خود نفس مساوات، برابری خواهد بود. در حالی که خود فداسازی لزوماً به برابر منتج نمی شود. به عنوان مثال، اگر یک فرد ثروتمند نیمی از ثروت خود را برای کمک به فقرا اهدا کند، خود فداسازی کرده است. اما همچنان از اکثر ذینفعان ثروتمندتر خواهد بود و برابری حاصل نخواهد شد. بر خلاف مساوات، خود فداسازی حتی ممکن است منجر به فقیرتر

شدن فرد خود فدا ساز نسبت به بقیه نیز شود. بنابراین هدف و ماهیت خود فدا سازی، نه بر روی برابر شدن با دیگران و شخص خاصی، که بر روی چشم پوشی و صرف نظر از چیزی گران بها متمرکز است.

رفتار شهروندی سازمانی: تجربه نشان داده است که رهبری خود فدا ساز ارتباطی مستقیم با رفتار شهروندی سازمانی دارد (ون کنینبرگ و ون کنینبرگ، ۲۰۰۵)، (ون کنینبرگ و دیکمر، ۲۰۰۴).

رفتارهای شهروندی، فعالیت هایی مشارکتی و اختیاری هستند که مستقیماً توسط سازمان ها به آن ها پاداش تعلق نمی گیرد، اما با این وجود اثربخشی سازمان را تا حد زیادی ارتقاء می دهند (ارگان، ۱۹۸۸؛ گرت و مایر، ۲۰۰۹). محققان عنوان می دارند که رفتارهای شهروندی را می توان به دو دسته تقسیم کرد: رابطه ساز و چالش برانگیز^۱ (وان دین و کومینگ و پارک مک لین؛ ۱۹۹۵). رفتار شهروندی رابطه ساز عبارت است از اقداماتی که در راستای حفظ وضعیت موجود و جو حاکم، از طریق ترویج و حمایت از روابط و فرآیندهای کارکنونی انجام می شود. رفتار شهروندی رابطه ساز شامل کمک کردن به همکاران، تواضع و احترام به دیگران و همچنین اضافه کاری های داوطلبانه می شود (وان دین و همکاران، ۱۹۹۵).

رفتار شهروندی چالش برانگیز عبارت است از اقداماتی که در راستای تغییر وضع موجود از طریق زیر سوال بردن و بهبود دادن روابط و فرآیندهای کاری کنونی انجام می شود (وان دین و همکاران، ۱۹۹۵). رفتار شهروندی چالش برانگیز شامل بیان کردن اشکالات (وان دین و لپین؛ ۱۹۹۸)، متقاعد کردن دیگران در مورد مسائل و مشکلات موجود (آشفورد و روتبار و پیدیرت و داتون؛ ۱۹۹۸)، و پیش قدم شدن در زمینه ایجاد تغییرات سازنده در فرآیندهای کاری (بتنکتور، ۲۰۰۴؛ چوی، ۲۰۰۷؛ فرس و فای، ۲۰۰۱؛ موریسون و فلیس، ۱۹۹۹) می شود.

اگرچه رابطه مثبت میان رهبری خود فدا ساز و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان پیش از این در بسیاری از پژوهش های مورد بحث و بررسی قرار گرفته و به اثبات رسیده است، اما اکثر این پژوهش ها (به عنوان مثال: (ون کنینبرگ و ون کنینبرگ، ۲۰۰۵؛ ون کنینبرگ و دیکمر، ۲۰۰۵؛ شوتن، ون دیجی و دیکمر

۲۰۰۹؛ نلیسن و مالدر؛ ۲۰۱۰) بالاخص بر روی رفتار شهروندی رابطه‌ساز تمرکز داشته‌اند و اطلاعات کمی در مورد تأثیر رهبری خودفداساز بر روی رفتارهای شهروندی چالش برانگیز در اختیار است.

رفتار فرا اجتماعی! بریف و موتویلو (۱۹۸۶) این مفهوم را به طور کلی رفتاری تعبیر می‌کنند که فرد نشان دهنده این رفتار انتظار دارد که رفتار وی به فرد، گروه و یا سازمان مد نظرش نفعی برساند. «این تعریف بر عواقب کار تاکید دارد» (بریف و موتویلو؛ ۱۹۸۶). تفاوت میان رفتار فرا اجتماعی با خود فداسازی در این است که رفتار یک فرد می‌تواند فرا اجتماعی باشد، بدون این که او از چیزی گرانبها چشم پوشی کند و یا فداکاری لازم در مفهوم خود فداسازی را انجام دهد. به عنوان مثال، از خوبی‌های کسی پیش دیگران سخن به میان آوردن یک رفتار فرا اجتماعی است، حال آن که به تعبیر پژوهش حاضر خود فداسازی نیست.

نوع دوستی: کانگر و کانونگو (۱۹۹۰) رفتار انسان دوستانه اعضای سازمان را «هرگونه رفتار مرتبط با کار که بدون توجه به داشتن و یا نداشتن منفعت برای فرد خیرخواه، منفعتی برای دیگران به همراه داشته باشد». بر خلاف نوع دوستی، که همه تعاریف متعدد آن بر روی نتایج حاصله (منفعت دیگران) تمرکز دارند، تمرکز خود فداسازی فقط بر روی متضرر شدن فرد خیرخواه و کمک کننده است.

برای ارائه کامل آن چه رهبری خود فداساز بر آن دلالت ضمنی و توارد ذهنی دارد، می‌توان این مفهوم را از دو منظر صفات شخصیتی^۲ و منظر رفتاری مورد ارزیابی قرار داد. از منظر صفات شخصیتی، رهبری خود فداساز بر تمایل و آمادگی یک رهبر برای پذیرش ریسک و ضرر و زیان ناشی از فداکاری (جورج و همکاران، ۱۹۹۹؛ مالدر و نلیسن، ۲۰۱۰)، و یک احساس مسئولیت قوی نسبت به امور سازمانی، رضایت کارکنان به نیازهای آن‌ها دلالت دارد (دیکمر و همکاران، ۲۰۰۹). از منظر رفتاری، رهبری خود فداساز آن است که رهبر نوعی رفتار خود فداسازانه در مدیریت سازمان را از خود به نمایش می‌گذارد. به عنوان مثال، چوی و مای دالتونلد (۱۹۹۸) معتقدند رهبری خود فداساز به معنی چشم پوشی دائم و یا موقت از منافع، امتیازات و یا رفاه شخصی در جهت منافع سازمان است (هوگروست و همکاران، ۲۰۱۲؛ بوت، ۲۰۱۳). دیکمر و همکاران (۲۰۰۴)

^۱Prosocial Behavior
^۲Traits Perspective
^۳Behavioral Perspective

نیز معتقدند رهبری خود فدا ساز به رهبرانی اشاره دارد که به اهداف و وظایف سازمان متعهدند و به صورت داوطلبانه اقداماتی انجام می‌دهند که می‌تواند منجر به ریسک‌های شخصی در ازای حفظ منافع سازمانی و جمعی باشد.

چوی و مای دالتونلد (۱۹۹۸) رهبری خود فدا ساز را بسته به شرایط و دفعات تکرار به دو نوع رادیکالی و افزایشی دسته‌بندی می‌کنند. خود فدا سازی رادیکالی معرف نوعی از رفتار خود فدا سازانه است که در شرایط خاص و ویژه‌ای (مانند بحران سازمانی) رخ می‌دهد و بسامد آن به نسبت کمتر است، یعنی احتمال وقوع مجدد آن کم است؛ در حالی که خود فدا سازی افزایشی به نوعی از رفتار خود فدا سازانه اشاره دارد که در شرایط عمومی سازمان اتفاق می‌افتد، قابلیت تکرار بالایی دارد و به عنوان یک سبک رفتاری الگوی رفتاری پایدار به نمایش گذاشته می‌شود.

۴-۱-۲ ابعاد رهبری خود فدا ساز

ماتسون و آیرونینگ (۲۰۰۶) با مقایسه ویژگی‌های ذاتی رهبری خدمتگزار و رهبری خود فدا ساز در جهت یافتن ویژگی‌های روان‌شناختی مشترک میان آن‌ها، به این نتیجه‌گیری می‌رسند که ابعاد رهبری خود فدا ساز می‌بایست متشکل از دو بعد نگرشی و رفتاری باشد.

عناصر بنیادین بعد نگرشی رهبری خود فدا ساز شامل: مرکزیت و محوریت دیگران (دگر محوری)، ارج نهی به دیگران، تعهد به رشد و تعالی افراد، آرمان گرایی، اعتماد به نفس، گرایش به همدلی، دیدگاه غیر استبدادی و دور اندیشی است.

عناصر بنیادین بعد رفتاری رهبری خود فدا ساز شامل: نوع دوستی، ابتکار عمل، یکدلی یا همدلی، مدل سازی نقش، عدالت، رهبری، ایجاد آرمان مشترک میان کارکنان، خدمت گذاری به کارکنان و ساخت اجتماع یا جامعه سازی است.

- ✓ **مرکزیت و محوریت دیگران (دگر محوری):** افرادی که رویکرد دگر محوری دارند، خود را به افراد و گروه وابسته می‌دانند به این صورت افراد گاهی اهداف شخصی خود را تابع اهداف دیگران تعریف می‌کنند. (بیرلی تی.آر ۲۰۱۵)
- ✓ **ارج نهی به دیگران:** احساسی مثبت از ارج نهادن و اعتنا به فرد یا شی‌ای است که فرد احترام‌گذارنده آن را سزاوار احترام می‌شمارد.
- ✓ **تعهد به رشد و تعالی افراد:** «تعالی» و «توسعه» تغییرات همه‌جانبه و هماهنگ یک موضوع در جهت خاص است که به افزایش تنوع و گوناگونی ابعاد و اجزای آن و انسجام و یکپارچگی و پیوستگی هر چه بیشتر منجر گردد؛ به گونه‌ای که یک معادله بر تمامی ساختار و تغییرات آن حاکم باشد. (رابرت گرین لیف ۲۰۰۲/۱۹۷۷).
- ✓ **آرمان گرایی:** آرمان‌گرایی یا ایدئالیسم اخلاقی، به معنی ستایش یا دنبال کردن اصول یا اهداف متعالی یا حقیقی و به تعبیر دیگر، پیگیری «آرمان» یا «ایدئال» است. این مفهوم معمولاً در برابر واقع‌گرایی قرار می‌گیرد که به معنی تسلیم شدن در برابر واقعیت‌هاست.
- ✓ **اعتماد به نفس:** اعتماد به نفس یا Self-Confidence به این معناست که یک نفر به توان و توانمندی‌های خودش باور و اعتماد داشته باشد.
- ✓ **گرایش به همدلی:** در رهبری خودفداساز باید تلاش کنید تا قصد و نیت و همچنین زاویه‌ی دید افراد را درک کنید. اگر زاویه‌ی دید خود را موقتاً کنار بگذارید و برای دیدگاه دیگران ارزش قائل شوید می‌توانید با همدلی بیشتر و با دیدی بازتر با مسائل و موقعیت‌های مختلف روبه‌رو شوید. (رابرت گرین لیف ۲۰۰۲).
- ✓ **دیدگاه غیر استبدادی:** استبداد یا دیکتاتوری به عنوان شکلی خودکامه از دولت و نوعی حاکمیت قدرت مداری است که قوانین در آن توسط یک شخص تعریف می‌گردد.
- ✓ **دور اندیشی:** دوراندیشی یک جهت‌گیری شناختی برای آینده، یک نوع عقلانیت عملی و خودکنترلی است که به دستیابی به اهداف بلندمدت فرد کمک می‌کند (سلیگمن و پترسون، ۲۰۰۴).

✓ **نوع دوستی:** به معنای کمک به سایر اعضای سازمان در ارتباط با مشکلات و وظایف سازمانی است. مانند کمک به انجام وظایف همکارانی که حجم کاری بالایی دارند (دعایی و همکاران، ۱۳۸۹).

✓ **ابتکار عمل:** ابتکار نوع خاصی از عمل است و فرد مبتکر بی آن که طبق دستوری رفتار کرده باشد، می تواند کارهای ارزشمندی ارائه دهد. افراد مبتکر و خلاق گویی قبلا به کار دعوت شده اند.

✓ **احساس همدلی:** رهبران خودفداساز می کوشند تا دیگران را درک نموده و با آنان همدل شوند. (رابرت گرین لیف ۲۰۰۲/۱۹۷۷).

✓ **مدل سازی نقش:** خلاصه ای از واقعیت را مدل گویند. به بیان دیگر، نمایش مجرّد یا فیزیکی یک شیء یا سیستم (سامانه) را (از یک دیدگاه و نگاه خاص) مدل می نامند. فرایند ایجاد و انتخاب مدل ها را مدل سازی نامیده اند.

✓ **عدالت:** عدالت را هر چیز در جای خود معنی کرده اند. فرناندس و وامله به نقل از گرین برگ بیان می دارند که عدالت سازمانی به رفتارهای منصفانه و عادلانه سازمان ها با کارکنان شان اشاره دارد (امیرخانی، پور عزت؛ ۱۳۸۷).

✓ **رهبری:** در برخی از متون هدایت؛ یکی از پنج وظیفه اصلی مدیران محسوب می شود (هارلود کونتز و همکاران، ۱۳۸۰). رهبری یعنی هنر نفوذ بر زیردستان به نحوی که آن ها به صورت داوطلبانه و از روی رغبت، فعالیت های از پیش تعیین شده ای را در چارچوب اهداف معینی انجام دهند (سید مهدی الوانی ۱۳۸۲).

✓ **ایجاد آرمان مشترک میان کارکنان:** آرمان مشترک نیز تصویری است که در یک سازمان و نزد گروهی از انسانها وجود دارد.

✓ **خدمت گزاری به کارکنان (رهبری خدمت گزار) :** خدمتگزاری رهبر، بارآوردن کارکنانی خدمتگزار و ارتقاء خدمت رسانی در سطح جامعه است. گرین لیف رهبری خدمتگزار را چنین تعریف می کند: رهبران خدمتگزار روی خدمت رسانی به دیگران تأکید می کنند و منافع شخصی را فدای منافع دیگران می کنند تا افراد از درایت و اختیار و سلامت بیشتری برخوردار شوند و خودشان تبدیل به رهبرانی خدمتگزار شوند". او ادامه می دهد که فرایند رهبری خدمتگزار با یک احساس طبیعی

شروع می شود که در آن فرد می خواهد در ابتدا خدمت رسانی کند سپس با یک انتخاب هوشمندانه، مشتاق می شود که افراد را رهبری کند. همان طور که معلوم شد این شخص با کسی که فقط رهبر است فرق دارد و تفاوت آن از اینجا روشن می شود که رهبر خدمتگزار در ابتدا به رفع احتیاجات اولیه افراد می پردازد. از رهبری خدمتگزار تعریفهای زیادی شده است. لوب (۱۹۹۹) در این زمینه می گوید: “یک مفهوم و تمرینی از رهبری است که رهبر، ارزشها و توسعه و مصلحت افراد را مدنظر می گیرد و رهبر قدرتها را بین افراد تقسیم می کند و سعی می کند انتظار و هدف افراد سازمان را برآورده کند.” وی نیز در مورد رهبران خدمتگزار می گوید: “رهبران خدمتگزار کسانی هستند که نفع شخصی را کنار می گذارند و سعی می کنند نیازهای عاطفی، معنوی و فیزیکی دیگران را برآورده کنند.” همچنین دفت در سال ۱۹۹۹، چهار قاعده اخلاقی مربوط به رهبری خدمتگزار را بیان می کند که عبارتند از: خدمت رسانی به دیگران قبل از خدمت به خود، گوش دادن به خواسته های دیگران و تصدیق گفته های آنان، ایجاد اعتماد در دیگران و رشد دادن افراد از طریق تغذیه روحی و روانی

✓ **ساخت اجتماع:** رهبران با تشکیل اجتماعات در میان کسانی که در یک سازمان معین کار می کنند

در جستجوی دستیابی به شناخت هستند. (اسپیرس ۱۹۹۶)

جدول (۱-۲): ابعاد متغیر پژوهش

متغیر	ابعاد	مولفه
رهبری خود فدا ساز	بعد نگرشی	مرکزیت و محوریت دیگران (دگر محوری)
		ارج نهی به دیگران
		تعهد به رشد و تعالی افراد
		آرمان گرایی
		اعتماد به نفس
		گرایش به همدلی
		دیدگاه غیر استبدادی
		دور اندیشی
	بعد رفتاری	نوع دوستی
		ابتکار عمل
		یکدلی
		مدل سازی نقش
		برقراری عدالت
		ساخت اجتماع
		ارایه رهبری
		ایجاد آرمان مشترک میان کارکنان
		خدمت گذاری به کارکنان

۲-۲-۲ تعریف هم افزایی فرهنگی

واژه هم افزایی به مفهوم هم نیرو زایی، هم نیرو بخشی، و تجمع پدیده آفرین با اثر مضاعف و خاصیت فزونی تعریف شده است. به عبارتی هم افزایی به معنای آنست که تلاش افراد موجب عملکردی گردد که از مجموع عملکرد اعضاء بیشتر است (رایینز، ۱۳۸۴).

بر این اساس، هم افزایی فرهنگی در صورتی حاصل می آید که مدیران همواره ارزش ها و فرهنگ های متفاوت را شناسایی کنند و از تنوع فرهنگی به عنوان عاملی موثر و کارآمد در مدیریت جوامع، سازمان ها و شرکت ها بهره گیرند. این دیدگاه وقتی حاصل می گردد که به جای حاکمیت و احاطه ی یک رویکرد و یک فرهنگ خاص بر کل سازمان، افراد و فرهنگ ها، اهتمام لازم به ترکیب و تلفیق چشم اندازها و رویکردهای فرهنگی متنوع فراهم آید (ادلر و بارتولومو ۱۹۹۲).

بنابراین بر اساس دیدگاه هم افزایی فرهنگی، بر خلاف فرضیات همگونی، مشابهت و یکسان سازی، اعتقاد بر این است که همه با هم یکی نیستند و اغلب افراد با مشابهت ها و تفاوت های فرهنگی در مقایسه با دیگران، زندگی می کنند و راه های فراوانی برای دستیابی به هدف وجود دارد و بهترین راه حاصل ترکیب فرهنگ هاست. رویکرد هم افزایی فرهنگی معتقد است که گروه های گوناگونی هستند که متفاوت اند و هر کدام با تفاوت ها و فاصله های فرهنگی زندگی می کنند. هم افزایی فرهنگی فرض می کند که مشابهت ها و تفاوت ها به یک اندازه دارای اهمیت اند و روش های معادل فراوانی برای زیستن و کار کردن و دستیابی به هدف نهایی وجود دارد و روش هیچ فرهنگی، ذاتاً برتر نیست و در نهایت هم افزایی فرهنگی فرض می کند بهترین روش بستگی به فرهنگ اعضاء جامعه دارد. سازمان های هم افزای فرهنگی، بهترین جنبه های فرهنگ همه اعضایشان را در استراتژی ها، ساختارها و فرآیندها، بدون نقض کردن هنجارهای هر فرهنگ فردی، منعکس می کنند. در این سازمان ها مدیران از تنوع به عنوان منبع کلیدی در جهت ایجاد فرصت استفاده می کنند (عسگری و طالقانی، ۱۳۸۹:۶۰)

ایدهٔ تقارب فرهنگ‌ها که به منظور شناخت و درک بیشتر و متقابل مردم جهان از تنوع فرهنگ‌ها و بر اساس پیشنهاد قزاقستان توسط یونسکو تصویب شد، منجر به نامگذاری شد. بر این اساس، به همکاری ملت‌ها برای «دههٔ تقارب فرهنگ‌ها» دههٔ پیش رو با عنوان دستیابی به صلح پایدار در جهان اولویت داده شد. ایدهٔ هم‌افزایی فرهنگ‌ها در راستای تقارب فرهنگ‌ها، می‌تواند گفتمان جدیدی را بیافریند که در بر دارندهٔ مزیت‌های نسبی مفاهیم مشابه باشد و علاوه بر آن، ارزش افزودن‌های به عرصهٔ تعامل میان فرهنگ‌های متنوع بیفزاید. (فرطوسی، ۱۳۹۲)

در مدیریت تنوع فرهنگی، افرادی که رهیافت‌های هم‌افزا به کار می‌برند، بر این باورند که «راه ما با راه دیگران فرق می‌کند و هیچ‌یک از این دو راه به طور ذاتی بر دیگری ارجحیت و برتری ندارد» و معتقدند که ترکیب خلاقانهٔ راه‌ها، بهترین رهیافت را ارائه می‌دهد. راهبرد هم‌افزایی مبتنی بر تأثیرات ناشی از تنوع فرهنگی است تا خود تنوع فرهنگی. در شیوهٔ هم‌افزایی از طریق مدیریت تأثیرات ناشی از تنوع فرهنگی و نه نادیده گرفتن آن، مزیت بالقوهٔ موجود به حداکثر رسانده می‌شود. تأکید مدیریت هم‌افزایی وجود تفاوت‌های بسیار در بین مردم جهان می‌تواند منجر «فرهنگی بر این است که به تحقق دوجانبهٔ اهداف و رشد دوطرفه شود که نتایج آن به مراتب بیشتر از عملکرد تک‌تک بخش‌ها و فرهنگ‌ها در تعاملات بین فرهنگی است» . (آدلر، ۱۳۷۹)

۱-۲-۲: ابعاد و مؤلفه‌های هم‌افزایی فرهنگی

دستیابی به هم‌افزایی فرهنگی در قالب ابعاد و مؤلفه‌هایی فراهم می‌گردد که مستلزم حرکت و فعالیت در راستای تحقق چهار بعد راهبردی، اجتماعی، فرهنگی و مهارتی در قالب مؤلفه‌هایی است که عبارتند از:

۱) بعد راهبردی (اهداف فرهنگی مشترک و روشن، رهبری اثربخش فرهنگی).

۲) بعد اجتماعی (تعهد به اهداف مشترک فرهنگی، اعتماد اجتماعی).

۳) بعد فرهنگی (ارتباطات میان فرهنگی، گفتگوی بین فرهنگی).

۴) بعد مهارتی (هوش فرهنگی و خلاقیت فرهنگی).

در ادامه به تبیین و توضیح ابعاد و مؤلفه های اثرگذار بر هم افزایی فرهنگی پرداخته خواهد شد و نقش هر کدام از این ابعاد و مؤلفه ها در تحقق هم افزایی فرهنگی مشخص می گردد.

۱-۱-۲-۲-۲ بعد راهبردی

در بعد راهبردی هم افزایی فرهنگی مؤلفه هایی همچون اهداف روشن فرهنگی و رهبری اثر بخش فرهنگی مورد بررسی قرار می گیرد.

اهداف فرهنگی مشترک و روشن: با توجه به نوع جامعه ای که می خواهیم هم افزایی فرهنگی در آن ایجاد نماییم، می توان اهداف را تعیین نمود. در صورتی که جامعه هدف هم افزایی فرهنگی، نهادها و سازمان ها باشد، هدف هم افزایی و هم افزایی فرهنگی در سطح نهادها، سازمان ها و گروه ها افزایش بهره وری از طریق پذیرش تنوع و احترام به تفاوت های فرهنگی اعضاء و استفاده از این تفاوت ها به عنوان فرصتی کلیدی در دستیابی به اهداف سازمانی است.

رهبری اثربخش فرهنگی: در زمینه رهبری تعاریف متعدد و متفاوتی وجود دارد. عدم توافق در ارائه یک تعریف واحد از رهبری نشأت گرفته از این واقعیت است که در برگیرنده تعاملات پیچیده ای است که میان رهبر، پیروان و موقعیت وجود دارد، اما در میان تعاریف گوناگون، یک وجه اشتراک به چشم می خورد و آن عبارتست از : نفوذ اجتماعی. رهبری را می توان بدین صورت تعریف کرد: «فرآیند نفوذ اجتماعی که در آن رهبر به دنبال مشارکت داوطلبانه زیردستان جهت دستیابی به اهداف است» (کریتنر و کینیک، ۱۳۸۶).

اثربخشی عبارتست از میزان موفقیت در رسیدن به هدف (تاروردی زاده، ۱۳۸۷). اثربخشی میزان همخوانی دستاوردها با اهداف و دستاوردهای مورد نظر است. اثربخشی یعنی انجام دادن کارهای درست بگونه ای که تمرکز و تأکید بر دستاوردهاست و زمانی بدست می آید که اهداف تحقق یابند (شریف و همکاران، ۱۳۸۵). رهبری مطلوب باید مسیری را برای هدایت کوشش های افراد در تحقق یافتن اهداف تعیین شده هموار کند

(تاروردی زاده، ۱۳۸۷). رهبری اثر بخش ، عامل اساسی در ایجاد هم فکری و همدلی است و رهبران مؤثر کسانی هستند که بتوانند افراد متفاوت را در زیر چتر فکر و نظر واحد گرد آورند و این درک را ایجاد کنند که اختلافات فردی جزئی و کم اهمیت بوده و روح جمعی است که واجد ارزش و اعتبار است (ساعتچی و عزیز پورشوبی، ۱۳۸۴).

بعد اجتماعی: بعد اجتماعی هم افزایی فرهنگی دارای دو مؤلفه تعهد به اهداف مشترک فرهنگی و اعتماد اجتماعی است که مورد بررسی قرار می گیرد.

تعهد به اهداف مشترک فرهنگی: هر فردی عضو گروه و جامعه ای است و به خاطر این عضویت، هنجارها و ارزش هایی را می پذیرد و اصولی را رعایت می کند و در جامعه نقش هایی را می پذیرد. بدون شک نظم اجتماعی به معنی هماهنگی اجزای نظام اجتماعی جهت دستیابی به اهداف نظام، یکی از خصوصیات مهم جامعه ایده ال می باشد و این امر هنگامی حاصل می گردد که اعضای آن جامعه به عنوان عناصر تشکیل دهنده اجزای نظام اجتماعی، وظایف خود را شناخته و به آن عمل نمایند (ایمان و مرادی، ۱۳۸۸).

برای دست یابی به هم افزایی، افراد به اهداف مشترک متعهد هستند، می دانند که چه چیزی را باید به انجام برسانند و درک می کنند که چگونه با هم کار کنند تا به این اهداف برسند (رابینز و دی سنزو، ۱۳۸۴).

اعتماد اجتماعی: اعتماد متقابل بعنوان یکی از شروط اساسی دستیابی به هم افزایی و اعتماد اجتماعی بعنوان یکی از ابعاد تحقق هم افزایی فرهنگی می تواند نقش مؤثری در ایجاد و توسعه هم افزایی فرهنگی در جوامعی که تنوع از مشخصه های آنها است، ایفا نماید. اعتماد را می توان شکلی از ایمان و وابستگی مطمئن به یک نفر یا یک اصل دانست و به عنوان اطمینان یا اتکا به ماهیت یا خاصیت شخص یا چیزی یا صحت گفته ای توصیف شده است (وثوقی و آرام، ۱۳۸۸).

اعتماد را می توان وجود این باور در فرد تعریف کرد که در بدترین شرایط، آگاهانه و از روی عمد به او آسیبی نمی رسانند و در بهترین شرایط به نفع او عمل می کنند (زارعی، ۱۳۸۷). اعتماد را باید عنصری در نظر گرفت که از یک سو هزینه های مادی، روانی، عاطفی و اجتماعی تعاملات بین فردی را کاهش می دهد و از سوی دیگر، نوعی اطمینان نسبت به آینده ایجاد می کند (عنایت و همکاران، ۱۳۹۱).

در صورت وجود فرهنگ اعتماد در میان افراد جامعه موانع ارتباطی از بین می رود و از حالت تدافعی در برخورد با اعضای سایر اقوام، فرهنگ ها و خرده فرهنگ ها کاسته می شود. اعتماد اجتماعی در جامعه، گسترش روابط و تعاملات اجتماعی را در پی خواهد داشت که باعث آشنایی بیشتر افراد با فرهنگ، ارزش ها، باورها و اعتقادات دیگران می گردد. احترام به اقوام، مذاهب و فرهنگ های مختلف به فرهنگ اعتماد می انجامد که نتیجه آن نهادینه شدن اعتماد اجتماعی در جامعه است. فرهنگ اعتماد در جامعه باعث می شود که افراد در برقراری ارتباط بدون پیش داوری های منفی قدم بگذارند که پیش شرط برقراری ارتباط مؤثر است. از طرفی یکی از شرایط اساسی دستیابی به هم افزایی اعتماد متقابل است. فضای اعتماد به شدت تحت تأثیر فرهنگ است. جوامع و سازمان هایی که برای صداقت، امانت، فرآیندهای همکاری، شهامت و آزادی عمل ارزش قائلند در واقع فرهنگ اعتماد را خلق می کنند. با وجود اعتماد متقابل افراد به صداقت، شخصیت و توانایی یکدیگر اعتقاد دارند (رابینز و دی سنزو، ۱۳۸۴).

بعد فرهنگی: در بعد فرهنگی هم افزایی فرهنگی مؤلفه های ارتباط بین فرهنگی و گفتگوی بین فرهنگی مورد بررسی قرار می گیرد.

ارتباط بین فرهنگی:

عبارت ارتباط بین فرهنگی مکرراً زمانی که به ارتباط بین مردم با فرهنگ های مختلف اشاره می شود، بکار می رود (سامووار و همکاران، ۱۳۷۹). ارتباطات بین فرهنگی عمدتاً در جامعه ای با تنوع فرهنگی، دینی و قومی معنا پیدا می کند و این مفهوم کمک می کند تا میان تمامی اقلیت های دینی و قومی و فرهنگی رابطه ای ایجاد شود و در سطح کلان نیز بتوان به یک همبستگی ملی رسید. ارتباط بین فرهنگی به طور کل تفاوت

را می پذیرد و آن را قضاوت پذیر نمی شمارد و بر مدیریت کردن تفاوت ها تاکید دارد (عاملی و محمد خانی، ۱۳۸۷). در یک تعریف کلی از ارتباط بین فرهنگی می توان گفت: «ارتباط بین فرهنگی در کلی ترین مفهومی زمانی رخ می دهد که عضوی از یک فرهنگ پیامی را برای دریافت توسط عضوی از فرهنگی دیگر ایجاد می نماید. بطور دقیق تر ارتباط بین فرهنگی، ارتباط بین آن دسته از مردم است که ادراکات فرهنگی و سیستم های نمادینشان به اندازه کافی مجزا هستند تا رویداد ارتباطی را تغییر دهند» (سامووار و همکاران، ۱۳۷۹).

برای دستیابی به هم افزایی، افراد باید در ایجاد ارتباط با دیگران مهارت داشته باشند و بتوانند پیام ها را به شکل صحیح و روشن دریافت نموده و به یکدیگر برسانند (رابینز و دی سنزو، ۱۳۸۴). ارتباط بین فرهنگی یکی از ابعاد مهم هم افزایی فرهنگی است.

گفتگوی بین فرهنگی: گفتگو اصل بنیادین زندگی مسالمت آمیز و پایه و اساس بنای اعتماد متقابل و کلید صلح، همزیستی و اعتماد سازی است (سامعی، ۱۳۸۰). گفتگو مایه ایجاد وفاق و بالندگی در میان مخاطبان است و توقف آن، سبب بروز ستیز می شود. اگر امکان گفتگو نفی شود، خشونت تنها بدیل ممکن خواهد بود و فرد یا جامعه ای که از گفتگو با دیگران خودداری می ورزد، مستعد گرایش به خشونت می باشد. (پایا، ۱۳۸۱).

امروزه ضرورت پرداختن به گفتگوی بین فرهنگ ها و ملت ها در جهت تحقق اهداف جهانی بشریت به طور اعم بیش از هر زمان دیگری نسبت به گذشته احساس می شود؛ زیرا درک اهمیت همکاری های سازنده و گفتگوی واقعی بین فرهنگی در جهان همواره در حال تغییر، بدون پذیرش واقعیت تنوع فرهنگی کار ساده ای نیست. برای ساختن آینده مشترکی که در آن صلح، همبستگی و همزیستی رواج داشته باشد راه دیگری جز هدایت مردم به انجام گفتگو و در عین حال احترام و حفظ تنوع فرهنگی وجود ندارد (کمسیون ملی آیسسکو، ۱۳۸۷). گفتگو در وسیعترین مفهوم آن به معنای چگونگی برخورد با تفاوت هاست و به هنگام گفتگو موجودیت تفاوت ها به رسمیت شناخته می شود (عنایتی، ۱۳۸۲).

گفتگو می تواند به گروه های متفرق انسانی- اعم از گروه های اجتماعی، اقتصادی، قومی، ملی، عقیدتی، فرهنگی و دینی- کمک کند تا نه تنها با یکدیگر پیوند برقرار سازند، بلکه در عین حال بتوانند انرژی پویای حاصل از تکرر و چندگانگی خود را به منظور ساختن یک جامعه و یک شبکه در سطح محلی، ملی و جهانی جمع و ترکیب کنند (پایا، ۱۳۸۱).

بعد مهارتی: مهارت های هوش فرهنگی و خلاقیت فرهنگی دو مهارت مهم جهت تحقق هم افزایی فرهنگی هستند.

هوش فرهنگی: هوش فرهنگی قابلیتی فردی است که سبب می شود افراد در موقعیت های متنوع فرهنگی به نحوی اثربخش عمل نمایند. فردی که از نظر فرهنگی هوشمند تلقی می شود قادر است با کمک تجربه های بسیار خود همان رفتاری را بروز دهد که بطور کامل، متناسب با شرایط موجود باشد (نائیجی و همکاران، ۱۳۸۹). ارلی و آنگ هوش فرهنگی را قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده اند. آن ها معتقد بودند در مواجهه با موقعیت های فرهنگی جدید، به زحمت می توان علائم و نشانه های آشنایی یافت که بتوان از آن ها در برقراری ارتباط سود جست. در این موارد، فرد باید با توجه به اطلاعات موجود یک چارچوب شناختی مشترک تدوین کند، حتی اگر این چارچوب درک کافی از رفتارها و هنجارهای محلی نداشته باشد. تدوین چنین چارچوبی تنها از عهده کسانی بر می آید که از هوش فرهنگی بالایی برخوردار باشند (نائیجی و عباسعلی زاده، ۱۳۸۶).

هوش فرهنگی استعداد شناخت، درک و مدیریت استانداردهای زندگی در جامعه، نهادهای اجتماعی، ارزش زیبایی شناختی در جامعه، زبان رسمی و غیر رسمی، اعتقادات فرهنگی و جهان بینی بیشتر افراد جامعه را در بر می گیرد. به عبارت دیگر این هوش مبین توانایی و استعداد درک مدیریت، ایجاد و تعدیل معانی مشترک در محیط اجتماعی می باشد (اصغری زاده و قاسمی، ۱۳۸۹).

هوش فرهنگی، توانایی افراد برای رشد شخصی از طریق تداوم یادگیری و شناخت بهتر میراث های فرهنگی، آداب و رسوم و ارزش های گوناگون و رفتار مؤثر با افرادی با پیشینه فرهنگی و ادراک متفاوت است. ارلی و آنگ هوش فرهنگی را به عنوان قابلیت فرد برای سازگاری مؤثر با قالب های نوین فرهنگی تعریف می کنند و ساختار هوش فرهنگی را به انواع دیگر هوش از جمله هوش عاطفی و اجتماعی مربوط می دانند (فیاضی و جان نثار احمدی، ۱۳۸۵).

خلاقیت فرهنگی: متداول ترین برداشت از خلاقیت عبارتست از اینکه فرد، فکری نو و متفاوت ارائه دهد و به دستاوردهای تازه و ارزشمند اشاره دارد (شیخ الاسلامی و رضویه، ۱۳۸۴). خلاقیت یعنی توانایی و قدرت ارائه نظر ها و فکرهای جدید و نو (رضائیان، ۱۳۸۰). خلاقیت توانایی افراد در پدید آوردن و پرورش اندیشه های نو بوده و فرآیند ایجاد نظرهای بدیع درباره موقعیت هاست (توحیدی، ۱۳۸۹). خلاقیت توانایی خلق ایده ای جدید و ارتباط بین تصور و اندیشیدن ایده های نو و آرایه محصول، فرآیند و خدمات نوآورانه است (قاسم نژاد مقدم، ۱۳۸۹). برای حل یک مسأله، ابتدا باید آن را شناخت و تعریف صحیحی برای آن ارائه کرد؛ یعنی ابتدا باید تعیین شود که چه وضعیتی بر وجود مسأله دلالت دارد و کدام مسأله باید حل شود. به فعالیت های گسترده ای که به منظور یافتن و اجرای راه حل برای اصلاح یک وضعیت نامطلوب انجام می شوند، فراگرد حل مسأله می گویند. در واقع منظور از حل مسأله، یافتن جواب یا جواب هایی برای یک سوال است (رضائیان، ۱۳۸۰).

خلاقیت باعث می شود افراد اجتماعی بار بیایند تا برای سازگاری برای جوامع فرهنگی و متنوع، خود را مهیا سازند؛ افرادی خلاق و دارای اندیشه نو برای مواجهه خردمندانه با زندگی و حل مسائل دنیای بشری. انسان هایی که از رویارویی با مسائل نهراسند و به راه های متفاوت و تازه برای بررسی موضوع و دستیابی به بهترین راه حل ممکن بیاندیشند (افشارکهن و عصاره، ۱۳۹۰). تنوع فرهنگی از طریق تنوع در چشم اندازها و دیدگاه ها و به دلیل تأکید کمتر بر ضرورت یکسانی و هماهنگی، خلاقیت را تقویت می کند (عسگری و طالقانی، ۱۳۸۹).

جدول (۲-۲): ابعاد متغیر پژوهش

متغیر	ابعاد	مولفه
هم افزایی فرهنگی	بعد راهبردی	اهداف فرهنگی مشترک و روشن
		رهبری اثربخش فرهنگی
	بعد اجتماعی	تعهد به اهداف مشترک فرهنگی
		اعتماد اجتماعی
	بعد فرهنگی	ارتباطات میان فرهنگی
		گفتگوی بین فرهنگی
	بعد مهارتی	هوش فرهنگی
		خلاقیت فرهنگی

۳-۲-۲ تعریف سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی درباره انسجام، اعتماد و تسهیل راه اندازی یک کسب و کار است که این عوامل از روابط اجتماعی در خانواده، دوستان و همکاران و... استخراج می شوند. این روابط باعث دسترسی به منابع ارزشمند مانند اطلاعات، تاثیرگذاری و انسجام و در نتیجه توانمند شدن اقدامات خواهد شد. (برت ۲۰۰۰، آدلرووان ۲۰۰۲، اگوستواکایدو ۲۰۱۴).

سرمایه اجتماعی سازمانی توسط حضور "روابط نزدیک بین فردی" بین افراد درون یک سازمان منعکس می شود (بولینو و همکاران ۲۰۰۲). سرمایه اجتماعی هم مانند سرمایه انسانی و هم فیزیکی به عنوان یک دارایی ارزشمند تلقی می شود.

در تعریف بانک جهانی آمده است که سرمایه اجتماعی به سازمان ها، ارتباطات و هنجارهایی اشاره دارد که کم و کیف کنش های اجتماعی جامعه را سامان می بخشد. بر اساس مجموعه این تعاریف، می توان گفت که سرمایه اجتماعی، ویژگی موجود در ساخت و سازمان و اجتماع است که به واسطه آن کم و کیف کنش های متقابل درون جامعه سامان یافته و صورتبندی می شود (دکر و یوسلانر ۲۰۰۱).

تعاریف دیگر از سرمایه اجتماعی

➤ فرانسیس فوکویاما : فوکویاما نظریه پرداز دیگر این حوزه در تعریف این مفهوم بیشتر بر هنجارها و ارزشهای غیر رسمی تکیه کرده و آن را اینگونه تعریف می کند: سرمایه اجتماعی را به سادگی می توان به عنوان وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزشهای غیر رسمی تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است در آن سهیم هستند. مشارکت در ارزشها و هنجارها به خودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی گردد، چرا که ممکن است ارزش ها منفی باشند. هنجارهایی که تولید سرمایه اجتماعی می کنند اساسا باید شامل سجایایی از قبیل صداقت، ادای تعهد و ارتباطات دو جانبه باشد(ألوانی و شیروانی، ۱۳۸۳). فوکویاما (۱۹۹۹) معتقد است تعاریف سرمایه اجتماعی به نموده های آن اشاره دارد و تعریفی که ایشان ارائه می نمایند چنین است: سرمایه اجتماعی شکل و نمونه ملموسی از یک مجرای غیررسمی است که باعث ترویج همکاری بین دو یا چند نفر می شود. هنجارهای تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی می تواند از هنجار روابط متقابل دو دوست با آموزه های پیچیده را در برگیرد.

با این تعریف، اعتماد، شبکه های جامعه مدنی و ... که با سرمایه اجتماعی مربوط هستند، محصول جانبی این پدیده اند که در نتیجه سرمایه اجتماعی به وجود می آید فوکویاما در توضیح خاستگاه سرمایه اجتماعی می نویسد: فراهم ساختن و تدارک سرمایه اجتماعی با واسطه و میانجیگری مجموعه ای از نهادهایی که تقریباً به وسعت و گستردگی خود جامعه هستند، انجام می پذیرد. خانواده ها، مدارس، کلیساها و انجمن های داوطلبانه، انجمن های تخصصی، فرهنگ عمومی و غیره از آن جمله است. اکثر این نهادها با اقتصاد بازار کاملاً بیگانه هستند. بودجه برخی از این نهادها از قبیل مدارس، را مردم با پرداخت مالیات تامین می کنند. برخی دیگر مانند خانواده ها با انجمن های خیریه از طریق تولیدات فرعی فعالیت های دیگر، سرمایه اجتماعی تولید می کنند، چنانچه جیمز کلن خاطر نشان ساخته است، سرمایه اجتماعی مانند بسیاری از اشکال دیگر سرمایه

انسانی یک منفعت عمومی است و بنابراین، بازارهای رقابتی به طور منظم برای آن سرمایه گذاری می کنند (الوانی و شیروانی ۱۳۸۲)

یکی از تعاریف مطرح این است که سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه های تبادلات و ارتباطات می گردد. براساس این تعریف، مفاهیمی نظیر جامعه مدنی و نهادهای اجتماعی نیز دارای ارتباط مفهومی نزدیک با سرمایه اجتماعی می گردند (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۳).

فوکویاما معتقد است سرمایه اجتماعی متعلق به گروه هاست نه افراد و هنجارهایی که شالوده سرمایه اجتماعی را تشکیل می دهند در صورتی معنی دارد که بیش از یک نفر در آن سهیم باشد. گروهی که دارای سرمایه اجتماعی می باشد، ممکن است به کوچکی دو دوست باشد که با یکدیگر تبادل اطلاعات می کنند یا در پروژه ای مشترک همکاری می کنند یا ممکن است در مقیاس بزرگ تری تمامی یک ملت باشد. فوکویاما برخی از کشورها را که از نظر فرهنگی یکسان هستند بر اساس سرمایه اجتماعی مقایسه می کند و هدف او این است که به این سوال پاسخ دهد: چرا برخی کشورها موفقیت اقتصادی بیشتری نسبت به سایر کشورها دارند. او ادعا می کند در این کشورها سطوح بالای قابلیت اجتماعی (سرمایه اجتماعی) صداقت و اعتماد افراد را به انجام کارهای مشارکتی و تعاونی مشتاق می سازد و زمینه را برای رشد و ترقی فراهم می کند مثلاً در جامعه ژاپن سطوح بالای سرمایه اجتماعی سبب گسترش و توسعه این کشور شده است در حالی که در جامعه چین پیوندهای موجود مانع شکل گیری سرمایه اجتماعی شده و فرصت های نوآوری را محدود ساخته است. فوکویاما معتقد است جوامع مدرن به جای اینکه در صدد باشند که اخلاق اعضایشان را بهبود بخشند در جستجوی تاسیس نهادهایی چون حکومت متکی بر قانون اساسی و مبادله مبتنی بر بازار آزاد هستند تا رفتارهای اعضای خود را نظام مند کنند (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۳).

➤ افه و فوش افه و قوش (۲۰۰۲): علاوه بر عناصری که در تعریف یوردیو، کلمن و پاتنام از سرمایه اجتماعی وجود دارد، به بعد گرایش به آگاهی و توجه اشاره نموده و آن را شامل مجموعه افکار، عقاید

و حساسیت نسبت به زندگی اجتماعی و سیاسی و توجه به هر چیزی که در وسیع ترین معنا به امور عمومی اطلاق می شود که مربوط به شکل بالقوه فردی تمایل ضعیف نسبی در دنبال کردن موضوعات مشترک در رسانه های الکترونیکی و چاپی بوده و پیش شرط شناختی و شکل فعال تر مسئولیت مدنی است که باعث علاقه مندی و دل نگرانی می شود و نقطه مقابل آگاهی و توجه وضعیت شناختی چشم پوشی، بی تفاوتی و شکل گیری نگرش فرصت طلبانه است (ناطق پور و فیروزآبادی، ۱۳۸۵، ص ۱۶۳).

➤ الکسیس دو توکویل : دو توکویل نویسنده فرانسوی، در سال ۱۸۳۱ متأثر از سفر به آمریکا، دریافت که در زندگی جمعی آمریکایی نوعی عرصه یادگیری شهری وجود دارد. دوتوکویل (۱۸۳۲) بیان می کند که در مجامع سیاسی آمریکایی، افراد با داشتن شرایط، تفکرات و سنین مختلف، ذائقه کلی برای تجمع و رشد می باشد که به منظور کاربرد آن هاست در تجمع های بزرگ آنها به گفتگو می پردازند، به یکدیگر گوش فرا می دهند و دو طرفه با انواع مسئولیت های انگیزشی دریافت شده راهی زندگی شهری می شوند و آن ها را به خدمت هزاران اهداف پربار خویش در می آورند. برای دوتوکویل زندگی جمعی پایه و اساس نظم اجتماعی در یک سیستم باز است که یک نوع همکاری شهری سطح بالا و دور از استبداد به مردم باد داده است که چگونه در زندگی شهری به همکاری بپردازند و در واقع زندگی جمعی را به صورت مهد کودکی برای جامعه دموکراسی میداند (فیلد ترجمه از متقی ۱۳۸۵، ص ۴۶).

➤ پیر بوردیو : بوردیو سه نوع سرمایه را شناسایی نمود: این اشکال سرمایه عبارت از شکل اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بودند. شکل اقتصادی سرمایه بلافاصله قابل تبدیل به پول است مانند دارایی های منقول و ثابت یک سازمان سرمایه فرهنگی، نوع دیگر سرمایه است که در یک سازمان وجود دارد مانند تحصیلات عالی اعضای سازمان که این نوع سرمایه نیز در برخی موارد و تحت شرایطی قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است و سرانجام شکل دیگر سرمایه، سرمایه اجتماعی است که به ارتباطات

و مشارکت اعضای یک سازمان توجه دارد و می تواند به عنوان ابزاری برای رسیدن به سرمایه های اقتصادی باشد (الوانی و سید نقوی، ۱۳۸۱). سرمایه اجتماعی از نظر بورديو بر تعهدات و ارتباطات اجتماعی مبتنی است و خود او آن را چنین تعریف می کند سرمایه اجتماعی انباشت منابع بالفعل و بالقوه ای است که مربوط به داشتن شبکه ای نسبت پایدار از روابط کم و بیش نهادی شده از آشنایی و شناخت متقابل است یا به عبارتی دیگر عضویت در یک گروه برای هر یک از اعضایش از طریق حمایت یک سرمایه جمعی صلاحیتی فراهم می کند که آنان را مستحق «اعتبار» به معنی مختلف کلمه می کند (ماکسول و یانگ، ۲۰۱۱).

شاخصی که بورديو برای سرمایه اجتماعی در نظر می گیرد عضویت افراد در کلوپ ها است بنابراین از نظر بورديو ایجاد و اثربخشی سرمایه اجتماعی بستگی به عضویت در یک گروه اجتماعی دارد که اعضای آن، مرزهای گروه را از طریق مبادله اشیا و نهادها بنیان نهاده اند.

این روابط ممکن است از طریق کاربرد یک نام مشترک (خانواده، ملت، انجمن، حزب) و مجموعه ای کامل از کنش ها برای نهادینه کردن، نظیر مبادلات مادی و نمادی تضمین شود. لازم به ذکر است که بورديو سرمایه اجتماعی را ویژگی انحصاری نخبگان می داند که برای تأمین موقعیت نسبی شان طراحی شده است و لذا او بر این باور بود که سرمایه اجتماعی فقط برای افراد مرفه مفید است (ماکسول و یانگ، ۲۰۱۱).

مفهوم سرمایه اجتماعی برای کلمن وسیله ای برای تبیین نحوه همکاری و تعاون افراد با همدیگر بود. او بر این باور بود که سرمایه اجتماعی یکی از وسایلی است که افراد به کمک آن می توانند منافع به دست آورند بنابراین سرمایه اجتماعی از نظر کلمن مفید است و دارای کارکرد می باشد و به همین دلیل سرمایه اجتماعی را با کارکرد آن تعریف می کند. از نظر بورديو مقدار سرمایه اجتماعی در تملک هر عامل اجتماعی به دو امر وابسته است:

۱- اندازه شبکه ارتباطی که عامل اجتماعی به خوبی بتواند آنها را بسیج نماید.

۲- مقدار سرمایه اقتصادی، فرهنگی، نمادی) هر یک از کسانی که عامل اجتماعی با آنها در ارتباط است. به اعتقاد بورديو سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه ای از روابط یک ودیعه طبیعی یا حتی یک ودیعه اجتماعی نیست بلکه چیزی است که در طول زمان و به تلاش بی وقفه به دست می آید. بورديو بر قابلیت تبدیل انواع مختلف سرمایه تأکید داشته و سرمایه اقتصادی را ریشه انواع دیگر سرمایه میداند و به تعبیر این سرمایه اجتماعی از نظر بورديو لباس مبدل برای سرمایه اقتصادی می باشد.

همان گونه که ملاحظه می شود، از دیدگاه بورديو سرمایه اقتصادی شکل غالب سرمایه گذاری است و انواع دیگر سرمایه که شامل فرهنگی و اجتماعی است، به عنوان ابزاری برای حصول سرمایه اقتصادی مقاوم پیدا می کنند. از نظر بورديو، سرمایه اجتماعی در ممالک سرمایه داری به عنوان ابزاری برای تثبیت و تقویت جایگاه اقتصادی افراد به شمار می رود، در این ممالک، سرمایه اقتصادی پایه است و سرمایه اجتماعی و فرهنگی ابزاری برای تحقق آن محسوب می شوند. می توان نتیجه گرفت که دیدگاه بورديو در زمینه سرمایه اجتماعی یک دیدگاه ابزاری صرف است. به عبارتی اگر سرمایه اجتماعی نتواند موجب رشد سرمایه اقتصادی شود، کاربردی نخواهد داشت. علاوه بر این در این نوع تحلیل از سرمایه اجتماعی تأثیرپذیری از تئوری سرمایه مارکس کاملاً مشهود است و به نظر می رسد می توان مباحث بورديو از سرمایه اجتماعی را بیشتر یک رویکرد تضاد گرا تلقی کرد (الوانی و سید نقوی، ۱۳۸۱)

➤ جیمز کلمن: برخلاف بورديو، کلمن از واژگان مختلفی برای تعریف سرمایه اجتماعی کمک گرفت؛ وی مفهوم سرمایه اجتماعی را از ابعاد مختلف بررسی کرد. کلمن برخلاف بورديو معتقد است که سرمایه اجتماعی صرفاً محدود به طبقه مرفه نبوده بلکه می تواند برای طبقات پایین نیز مفید باشد. از نظر کلمن سرمایه اجتماعی نشان دهنده یک منبع است زیرا متضمن شبکه های مبتنی بر ارزش های مشترک و اعتماد می باشد.

مفهوم سرمایه اجتماعی برای کلمن وسیله ای برای تبیین نحوه همکاری و تعاون افراد با همدیگر بود. او بر این باور بود که سرمایه اجتماعی یکی از وسایلی است که افراد به کمک آن می توانند منافعی به دست آورند بنابراین سرمایه اجتماعی از نظر کلمن مفید است و دارای کارکرد می باشد و به همین دلیل سرمایه

اجتماعی را با کارکرد آن تعریف می کند. کلمن برای تعریف سرمایه اجتماعی از نقش و کارکرد آن کمک گرفت و تعریفی کارکردی از سرمایه اجتماعی ارائه داد: سرمایه اجتماعی عبارت از ارزش آن جنبه از ساختار اجتماعی که به عنوان منابعی در اختیار اعضا قرار می گیرد تا بتوانند به اهداف و منافع خود دست پیدا کند (الوانی و ناطق، ۱۳۸۶).

کلمن سرمایه اجتماعی را بخشی از ساختار اجتماعی میدانند که به کنشگر اجازه می دهد تا با استفاده از آن به منافع خود دست یابد و سرمایه اجتماعی را همانند سایر اشکال سرمایه مولد میدانند که دستیابی به هدف های معینی را امکان پذیر می سازد (الوانی و ناطق، ۱۳۸۶) کلمن در حالی که بر استفاده افراد از منابع ساختی اجتماعی در کنش هایشان برای به دست آوردن بهترین نتایج تأکید می ورزد ولی بر طبیعت جمعی سرمایه اجتماعی نیز اصرار دارد. او معتقد است که سرمایه اجتماعی ویژگی های معینی دارد که آن را از کالاهای خصوصی، تقسیم پذیر و انتقال پذیر، متمایز می سازد. سپس ویژگی های این کالای عمومی را چنین برمی شمرد.

به آسانی مبادله نمی شود اگرچه این سرمایه منبعی است که ارزش استفاده دارد. سرمایه اجتماعی دارایی هیچ یک از افرادی که از آن سود می برند نیست و این به واسطه صفت کیفی ساختار اجتماعی است که فرد در آن قرار گرفته است.

نتیجه فرعی فعالیت های دیگر است و معمولاً شخص خاصی آن را به وجود نمی آورد زیرا انگیزه برای سرمایه گذاری در آن وجود ندارد یا ضعیف است، برخلاف سرمایه فیزیکی که به واسطه منافع شخصی اش انگیزه برای سرمایه گذاری کاهش نمی یابد. سرمایه اجتماعی با اینکه منبع مهمی برای افراد است و می تواند بر توانایی انجام کتش و کیفیت زندگی آنها بسیار تأثیرگذار باشد، با وجود این از آنجا که بسیاری از منافع کش هایی که سرمایه اجتماعی را به وجود می آورند، توسط افرادی غیر از فردی که آن را ایجاد کرده کسب می شود، به سود فرد نیست که آن را به وجود آورد. نتیجه این می شود که بیشتر شکل های سرمایه اجتماعی به شکل نتیجه فرعی فعالیت های دیگر ایجاد یا نابود می شود. اگرچه کلمن به عوامل ایجاد، حفظ و نابودی سرمایه

اجتماعی اشاره دارد و معتقد است عواملی نظیر «فرو بستگی شبکه اجتماعی»، «حفظ ثبات ساختار اجتماعی» و «ایدئولوژی» حفظ و نابودی سرمایه اجتماعی در مؤثر هستند. نهایتاً اینکه سرمایه اجتماعی در صورت استفاده بیشتر برخلاف بعضی اشکال دیگر سرمایه نه تنها مستهلک نمی شود بلکه افزایش می یابد.

تعاریف بورديو و کلمن تا حدودی شبیه به هم هستند. هر دو قائل به مشارکت و عضویت فرد در گروه بودند و ماحصل آن را به عنوان سرمایه تلقی می نمودند: بورديو برای این مفهوم از واژه «چسبندگی و کلمن از واژه «ساختار اجتماعی» کمک گرفتند. برخلاف بورديو که سرمایه اقتصادی را به عنوان هدف غایی در نظر می گرفتند، کلمن، سرمایه انسانی را به عنوان هدف غایی مطرح و سرمایه اجتماعی را به عنوان ابزاری برای حصول به سرمایه انسانی بکار می برد. به عبارتی کلمن با استفاده از مفهوم سرمایه اجتماعی سعی در شناخت نقش هنجارها و ارزش ها در داخل خانواده با شبکه های اجتماعی بود تا از این طریق بتواند موجب تقویت سرمایه انسانی شود (الوانی و ناطق، ۱۳۸۶).

➤ رابرت پاتنام: رابرت پاتنام نیز از اندیشمندان و نظریه پردازان مفهوم سرمایه اجتماعی است و نظریه‌ای او در ارتباط با نظریه الکسیس دوتوکویل است دوتوکویل نگران بی نظمی و هرج و مرج قریب الوقوع در اولین دموکراسی شناخته شده دنیا بود و معتقد بود که برابری رسمی در برابر قانون سبب از یکدیگر جدا شدن کردن جامعه و سپس منجر به استبداد می شود اما در پایان سفرهای خود در امریکا به این نتیجه رسید که زندگی انجمنی یکی از شالوده های مهم نظم اجتماعی است و این انجمن ها میزان بالای تعهد مدنی را ایجاد می کنند و این امر از ظهور استبداد جلوگیری می کند و نظریه پاتنام این بود که هشدار میداد سنگ بنای دموکراسی آمریکایی در حال نابودی است و در همین راستا مفهوم سرمایه اجتماعی را به کار برد (پاتنام و هلیول، ۲۰۰۷).

پاتنام سرمایه اجتماعی را اعتماد، هنجارهای همیاری و شبکه هایی می داند که دستیابی به منافع متقابل را تسهیل می کند و هدف سرمایه اجتماعی را تأمین دموکراسی کارآمد و توسعه اقتصادی می داند. بنابراین پاتنام سرمایه اجتماعی را فراتر از سطح فردی به کار می گیرد و به چگونگی کارکرد سرمایه اجتماعی در سطح منطقه ای و ملی و تأثیر آن بر نهادهای دموکراتیک می پردازد. پاتنام (۱۹۹۳ تا ۱۹۹۸) از پژوهشگران اخیر

سرمایه اجتماعی است. تأکید عمده وی به نحوه تأثیر سرمایه اجتماعی بر رژیم های سیاسی و نهادهای دموکراتیک مختلف است.

پاتنام، سرمایه اجتماعی را مجموعه ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه ها می داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تأمین خواهد کرد. از نظر وی اعتماد و ارتباط متقابل اعضا در شبکه، به عنوان منابعی هستند که در کنش های اعضای جامعه موجود است (پاتنام و هلیول ، ۲۰۰۷).

پاتنام معتقد است سرمایه اجتماعی نیز مانند سایر سرمایه ها مواد است و امکان دستیابی به اهداف مشخصی را فراهم می کند برای مثال گروهی که اعضایش به یکدیگر اعتماد زیادی دارند نسبت به گروهی که فاقد این ویژگی- ها هستند موفق ترند و کارایی بیشتری را دارند (پاتنام و هلیول ، ۲۰۰۷).

می توان نظریه های سرمایه اجتماعی را به چهار دیدگاه عمده زیر دسته بندی نمود:

۱- دیدگاه اجتماع گرایی: که سازمان های محلی چون کلوپ ها، مؤسسات و گروه های شهری را بستر ایجاد سرمایه اجتماعی می داند.

۲- دیدگاه شبکه ای: بر اهمیت روابط افقی و عمودی بین مردم و روابط درونی و بیرونی مؤسسات و گروه های اجتماعی تأکید دارد.

۳- دیدگاه نهادی معتقد است سرزندگی شبکه های اجتماعی و جامعه مدنی عمدتاً " نتیجه فضای سیاسی، قانونی و نهادی جامعه است.

۴- دیدگاه های هم افزایی: تلاش می کند که کارهای قوی برآمده از دیدگاه های شبکه ای و نهادی را باهم تلفیق نماید و تعریف بانک جهانی از سرمایه اجتماعی نیز بر همین تلاش استوار است .

سرمایه اجتماعی عبارت است از هنجارها و روابط اجتماعی مستحکم و ریشه دار در ساختارهای اجتماعی جوامع که مردم را در هماهنگی کنش ها برای دستیابی به اهداف مطلوب خود قادر می سازد(مقتدایی، ۲۰۱۷). طبق تعاریف فوق، همه محققان توافق دارند که کنش های اجتماعی افراد هسته مرکزی سرمایه اجتماعی را

تشکیل می دهند و زمانی که کنش ها در سطح فردی رقم می خورند، سرمایه اجتماعی به طور بالقوه " خروجی هایی را تولید می کنند و عضویت در یک گروه منافع و هزینه های پیش بینی نشده ای را دارد.

کنش های جمعی افراد به طور غیرمستقیم برای کسانی که در گروه ها عضویت ندارند نیز منافع و هزینه هایی دارد. همچنین مفاهیم مشارکت در اجتماع محلی ، کنش گرایی در یک موقعیت اجتماعی احساس اعتماد و امنیتی ظرفیت پذیرش تفاوت ها و توانایی همکاری با دیگران به عنوان عناصر سرمایه اجتماعی محسوب می شوند (شریفیان و تانی ، ۱۳۸۰).

جدول (۲-۳) تعاریف، اهداف، تحلیل و منافع حاصل از سرمایه اجتماعی

نظریه پرداز	تعریف	اهداف	سطح تحلیل	بازدهی سرمایه
بورديو	منابعی که دسترسی به کالاهای گروهی را فراهم می سازد	تامین سرمایه اقتصادی	افراد در رقابت های طبقاتی	خصوصی (فردی و گروهی)
لین	دسترسی و استفاده از منابع نهفته در شبکه اجتماعی	تامین منابع نهفته در روابط حفظ منابع موجود	افراد در شبکه ها و ساختار های اجتماعی	فردی
کلمن	جنبه های از ساختار اجتماعی که کنش های هدفمند کنشگران را تسهیل می نماید	تامین سرمایه اقتصادی	افراد در زمینه های خانوادگی و اجتماعی	فردی و جمعی
پاتنام و فوکوبوما	هنجار های اعتماد و همیاری و شبکه همکار برای منافع متقابل را تسهیل می نماید	تامین دموکراسی کارآمد و توسعه اقتصادی	مناطق و اجتماعات و گروه ها در زمینه های ملی و بین المللی	جمعی
کاکس	پویش های بین مردم شبکه ها ، هنجار ها و اعتماد اجتماعی را شامل می شوند .	تسهیل و هماهنگی تعاون و تقویت تاهل و تامج	افراد در سازمان های داوطلبانه	جمعی
پاکستون	پیوستگی عینی و ذهنی بین افراد	افزایش ظرفیت و قابلیت کنش	خرد و کلان	فردی، گروهی و جمعی
ترنر	نیروی که توان توسعه اقتصادی را در جامعه از طریق روابط اجتماعی افزایش می دهد .	توسعه اقتصادی بهینه قابلیت جمعی	خرد، میانی و کلان	فردی و جمعی

منبع : غفاری (۱۳۸۶:۱۹۱)

پاتنام، سرمایه اجتماعی را وسیله ای برای رسیدن به توسعه سیاسی و اجتماعی در سیستم های مختلف سیاسی می دانست. تأکید عمده وی بر مفهوم "اعتماد بود و به زعم وی همین عامل بود که می توانست با جلب اعتماد میان مردم و دولت مردان و نخبگان سیاسی موجب توسعه سیاسی شود. بنابراین، اعتماد، منبع با ارزشی از سرمایه محسوب می شود که اگر در حکومتی به میزان زیاد اعتماد وجود داشته باشد به همان اندازه رشد سیاسی و توسعه اجتماعی بیشتر خواهد بود. پاتنام معتقد است که برخلاف سرمایه متعارف که یک کالای خصوصی هستند، سرمایه اجتماعی نوعی کالای عمومی به شمار می آید و افرادی که از آن بهره مند هستند همانند سرمایه متعارف تمایل به افزایش آن دارند (پاتنام و هلیول، ۲۰۰۷). پاتنام برای سرمایه اجتماعی سه تا مؤلفه و شاخص تعریف می کند که عبارت اند از: شبکه ها، اعتماد و هنجارهای هم یاری.

او اعتماد را به دو نوع اجتماعی و شخصی دسته بندی می کند و اعتماد اجتماعی را برای جامعه سودمندتر می داند (پرویز، ۱۳۹۲). تفاوت کار پاتنام با بوردیو و کلمن در مقیاس بکار گیری مفهوم سرمایه اجتماعی است. برخلاف آن دو، پاتنام سرمایه اجتماعی را در مقیاس کلان و در رژیم سیاسی حاکم بر جامعه مورد مطالعه قرار داد و به همین خاطر با مشکلات و پیچیدگی های خاص سیاسی و ملاحظات سیاسی روبرو شد (پرویز، ۱۳۹۲).

۱-۳-۲ عوامل تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی

عوامل ساخت سرمایه اجتماعی را به چهار دسته تقسیم کرده اند ..

۱. عوامل نهادی: نهاد به معنای قانون، رسم، عرف، عادت و یا سازمانی است که در زندگی سیاسی یا اجتماعی مردم، موثر واقع می شود و نظام هدف داری را در جهت رفع نیازهای یک اجتماع سازمان یافته، ایجاد می کند، مانند: دولت که از طریق وضع قوانین و ایجاد نظام هدف دار، موجب تشکیل سرمایه اجتماعی می شود.

۲. عوامل خودجوش: هنجارهایی که به صورت خودجوش، به جای قانون و دیگر نهادهای رسمی، از کنش های متقابل اعضای یک اجتماع به وجود می آیند و ناشی از انتخاب های تعمدی نیستند، در این دسته قرار می گیرند.

۳. عوامل بیرونی: منظور از این دسته عوامل، هنجارهایی هستند که از جایی، غیر از همان اجتماعی که در آن به کار رفته اند، سرچشمه می گیرند، همچون: دین، مذهب، ایدئولوژی و فرهنگ با تجربه مشترک تاریخی

۴. عوامل طبیعی: در این گروه، دو دسته از عوامل روابط خویشاوندی و همبستگی های قومی و نژادی قرار می گیرند (سوری، ۱۳۸۴).

۲-۲-۳-۲ ابعاد سرمایه اجتماعی

ناهایت و گوشال (۱۹۸۸) با اتخاذ رویکردی سازمانی به مفهوم سرمایه اجتماعی، بعد رابطه ای را به ابعاد ساختاری و شناختی افزودند و این ابعاد را این گونه تعریف می کنند:

۱- سرمایه رابطه ای (بعد ارتباطی) : این بعد ماهیت روابط در یک سازمان را دربرمی گیرد. به عبارت دیگر، در حالی که بعد ساختاری بر این امر متمرکز می شود که آیا کارکنان در یک سازمان، باهم در ارتباط اند یا خیر، بعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این ارتباطات متمرکز می شود (تورنلی و بولینو، ۲۰۰۰) این بعد شامل اعتماد، هنجارها، تعهدات و هویت است (نهایت و گوشال، ۱۹۹۸).

بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به دلیل سابقه تعاملاتشان برقرار می کنند. گروه های کاری که یکدیگر را دوست داشته باشند ممکن است انعطاف بیشتری داشته باشند و بهتر قادر به تطبیق با محیط متغیر باشند، و بهتر بتوانند خود را با عملکرد بالاتر تطبیق دهند. نوع روابط شخصی میان افراد را که بر مبنای سابقه با تاریخچه ی تعاملاتشان با یکدیگر برقرار می شود، توصیف می کند.

۲- سرمایه ساختاری (بعد ساختاری): این بعد الگوی کلی روابط درون سازمان ها را در نظر دارد. یعنی میزان ارتباطی را که افراد با یکدیگر در سازمان برقرار می کنند، دربرمی گیرد (تورنلی و بولینو، ۲۰۰۰). بعد ساختاری سرمایه اجتماعی شامل پیوندهای موجود در شبکه، شکل و ترکیب شبکه، و تناسب سازمانی است (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸). بعد ساختاری سرمایه اجتماعی به الگوی کلی تماس های بین افراد اشاره می کند. بدین معنا که فرد به چه کسانی و چگونه دسترسی دارد. در واقع، این بعد الگوی کلی ارتباطاتی است که در همه سازمان ها قابل مشاهده است. در این بعد روابط خیلی مهم اند و به دو طریق می توانند عملکرد افراد و سازمان را بهبود دهند که عبارت اند از (امیر، ۲۰۰۷):

الف) به وسیله تسهیل دستیابی به اطلاعات و منابع

ب) ایجاد هماهنگی در کارهای به هم وابسته.

بعد ساختاری به الگوی ارتباطی میان فعالان که شامل محیط شبکه، ارتباط از نظر اتصال و سلسله مراتب سازمانی است، توجه می کند. این بعد، به سه دسته زیر تقسیم می شود:

۱. پیوندهای موجود در شبکه، شامل: وسعت و شدت ارتباطات موجود در شبکه.
۲. شکل و ترکیب شبکه، شامل: سلسله مراتب شبکه، میزان ارتباط گیری و تراکم شبکه.
۳. تناسب سازمانی، مثلاً تا چه اندازه شبکه ایجاد شده برای یک هدف خاص، ممکن است برای اهداف دیگر نیز استفاده شود (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸).

۳- سرمایه شناختی (بعد شناختی):

این بعد دربرگیرنده میزان اشتراکات کارکنان درون یک شبکه اجتماعی، در یک دیدگاه، یا درک مشترک میان آنان است (تورنلی و بولینو، ۲۰۰۰)، و شامل زبان، کدهای و روایت های مشترک است (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸).

این بعد که محور آن، شناخت (فعالیت های ذهنی، عقلی و اندیشه) است، با به کارگیری زبان مشترک، بینش مشترکی از اهداف و ارزش ها را برای اعضای شبکه فراهم کرده و مقدمه فعالیت بهینه آنان در نظام اجتماعی را فراهم می کند (شکری، ۱۳۸۲، ص ۴۱)

بعد شناختی به منابعی که شامل دیدگاه های مشترک تفاسیر، سیستم مفهومی مثل زبان، کد، حکایت و روایت است، اشاره دارد.

جدول (۴-۲): ابعاد متغیر پژوهش

متغیر	ابعاد
سرمایه اجتماعی	سرمایه رابطه ای (بعد ارتباطی)
	سرمایه ساختاری (بعد ساختاری)
	سرمایه شناختی (بعد شناختی)

۴-۲-۲ تعریف سرمایه انگیزشی

امروزه بزرگترین چالش مدیران، مواجه با نیروهای کم انگیزه است لذا استفاده صحیح و بهینه از کارکنان ضروری می باشد. اگر کارکنان وهم چنین رهبران از انگیزه لازم جهت انجام ماموریت های سازمانی برخوردار نباشند دسترسی به اهداف سازمانی برای سازمان امکان پذیر نخواهد بود لذا حفظ و تقویت انگیزه، نیازمند پژوهش های گسترده ای در رابطه با تعریف انگیزه و تاثیر عوامل انگیزش در سازمان است. انگیزش یکی از پیچیده ترین موضوع های رفتار سازمانی است که نویسندگان مدیریت، تعریف های مختلفی از آن مطرح کرده اند. اتکینسون (۱۹۶۶) انگیزش را تأثیرهای همزمان در هدایت، قوت و تداوم کنش می داند. انگیزش عبارت از مجموعه ای از نیروهایی است که موجب می شود، فرد به روش های خاصی رفتار کند. انگیزش به درجه آمادگی یک ارگانیسم اشاره می کند، و برای تعقیب تعدادی از اهداف طراحی شده است. انگیزش واژه ای فراگیر برای هر بخش از فرایند فرضی روانشناسی است که با احساس کردن نیازها سروکار دارد، و به رفتاری منجر می شود که هدف آن ارضا کردن آنهاست. این تعریف ها سه وجه مشترک دارند (شفیع زاده، ۱۳۸۱):

- آنچه به رفتار شخص نیرو می بخشد

- آنچه چنین رفتاری را هدایت می‌کند یا به آن جهت خاص می‌دهد

- چگونه این رفتار نگهداری با تقویت می‌شود؟

بر اساس تعریف میچل و لارسون " انگیزش فرایندی روانشناختی است، به‌طوری که بر انگیزش، هدایت، تداوم اعمال ارادی فرد را که هدف‌مدار هستند، موجب می‌گردد." میچل و لارسون (۱۹۸۷) انگیزش بنا به تعریف عبارت است از فرایندی که شدت و جهت و ثبات فرد در تلاش برای دستیابی به یک هدف را مشخص می‌کند. سه عنصر کلیدی در تعریف انگیزش شدت، جهت و ثبات است. در واقع شدت، میزان تلاش فرد را نشان می‌دهد و اینکه این میزان تلاش باید در راستای اهداف شغلی باشد تا باعث افزایش کارایی شغلی شود. به عبارت دیگر، علاوه بر شدت تلاش، کیفیت آن را هم باید مد نظر قرارداد و بالاخره اینکه این تلاش باید ثبات داشته باشد (فلسفی‌نژاد، مسعود و مزرعتی، ۱۳۹۵).

انگیزه کارکنان از مهمترین عوامل تاثیر گذار در موفقیت و عقب ماندگی سیستم بوده و در صورت بی توجهی به آن باعث هدر رفتن منابع سازمان می‌شود. انگیزش به عنوان یک نیروی درونی برای کامروا کردن نیازها تعریف می‌شود. در واقع نیروهای روانشناختی که جهت رفتار افراد در سازمان، سطوح تلاش آن‌ها، و پافشاری افراد را در رویارویی با موانع مشخص می‌کنند، انگیزش گفته می‌شود. انگیزش بر سه جنبه از رفتار فرد اثر می‌گذارد، شامل:

➤ جهت: اینکه فرد چه رفتار کاری را انتخاب می‌کند.

➤ شدت: اینکه فرد چه مقدار تلاش برای انجام کارش صرف می‌کند.

➤ ثبات: اینکه فرد طی زمان رفتارش را تغییر می‌دهد یا آن را تا رسیدن به نتیجه و هدف خود این رفتار

را ادامه می‌دهد (احمدی چگنی، نیسی و ارشدی، ۱۳۹۴).

انگیزش در مدیریت ایجاد میل، اشتیاق و علاقه به انجام دادن کار، تشویق و جلب و خشنودی کارکنان از طریق ارضای نیازهای منطقی مادی، اجتماعی و روانی آنهاست (میرکمالی، ۱۳۸۳).

انگیزه مفهومی است که از نظر گلمن به منزله شوری برای انجام دادن کار با دلایلی فراتر از پول یا موقعیت، و رغبتی برای تعقیب اهداف همراه انرژی و پشتکار تعریف شده است. کول انگیزه را اصطلاحی برای توصیف آن فرایندهای غریزی و عقلانی می‌داند که از طریق آن، انسان‌ها به تأمین نیازهای ابتدایی، درک نیازها و اهداف شخصی و انگیزتن رفتار انسانی می‌پردازد (شرمینل، ۲۰۱۳).

در دنیای کنونی بیشتر مدیران خواهان کارکنانی هستند که بیش از وظایف معین شده در شرح شغل‌شان، فعالیت کنند. آن‌ها دنبال کارکنانی هستند که فراتر از انتظارات عمل می‌کنند و به میل و خواست خود دست به رفتارهایی می‌زنند که جزء وظایف رسمی شغلی‌شان نیست اما بر عملکرد سازمان تأثیر مثبت دارد. انگیزه کارکنان می‌تواند از لحاظ تجربی علل بروز این رفتارها را تبیین کند.

درک صحیح انگیزش می‌تواند به عنوان ابزار با ارزشی به منظور شناخت علل رفتار در سازمان‌ها و پیش‌بینی تأثیرات اقدامات مدیریتی به کار آید. همچنین با شناخت انگیزش می‌توان رفتارها را در سازمان‌ها به گونه‌ای هدایت کرد که اهداف فردی و سازمانی تأمین شود. از آنجا که انگیزه کارکنان، رفتار آن‌ها را هدایت می‌کند، این انگیزه‌ها می‌تواند بر رفتارهای اختیاری آن‌ها نیز تأثیرگذار باشد (مرجانی، گیوریان و عاطفی، ۱۳۹۵).

۱-۴-۲-۲ روش‌های انگیزش کارکنان

امروزه روش‌های مختلفی برای انگیزش کارکنان وجود دارد زیرا شرکت‌های فعال بسیاری در محیط کسب و کار جهانی وجود دارد. با این حال، برخی از استراتژی‌ها در همه سازمان‌هایی که تلاش می‌کنند انگیزش کارکنان را تقویت کنند، شایع است. بهترین تلاش‌های انگیزشی کارکنان بر کارایی کارکنان تمرکز می‌کند. ممکن است کارکنانی که در دو واحد مشابه در سازمان هستند انگیزه‌های مختلفی داشته باشند. امروزه بسیاری از سازمان‌ها انعطاف‌پذیری در طراحی شغل و سیستم پاداش را باعث افزایش طول عمر کارکنان

^۱Daniel Golman

گلمن روانشناس آمریکایی است. وی زاده سال ۱۹۴۶ میلادی و از دانش‌آموختگان دانشگاه هاروارد است. دانیل گولمن با نوشتن کتاب هوش عاطفی معروف شد. دانیل گولمن، مسئولیت نگارش بخش مربوط به رفتار و علوم مغزی را در نیویورک تایمز بر عهده دارد و مقاله‌های او در سراسر جهان منتشر می‌شود. او مدتی در دانشگاه هاروارد به تدریس اشتغال داشت و پیشتر، سردبیر مجله روان‌شناسی امروز (مجله) بود

^۲Kris Cole

شرکت، بهبود بهره وری و روحیه بهتر می‌دانند (برودود و همکاران، ۲۰۱۲).

توانمند سازی کارکنان: تواناسازی فرایند قدرت بخشیدن به افراد است. در این فرایند به کارکنان خود کمک می‌کنیم تا حس اعتماد به نفس خویش را بهبود بخشند و بر احساس ناتوانی و درماندگی خود چیره شوند. توانا سازی در این معنی به بسیج انگیزه های درونی افراد می انجامد. توانا سازی همچنین تشویق افراد به مشارکت بیشتر در اتخاذ تصمیم هایی که بر فعالیتهای آنان تاثیر گذار است. از این طریق می توانیم فرصت هایی را برای افراد فراهم آوریم تا نشان دهند که می توانند ایده های خوبی آفریده و به آن جامه عمل بپوشانند. توانا سازی به این معنا است که افراد را به طور ساده تشویق کنیم تا نقش فعال تری در کار خود ایفا کنند و تا آنجا پیش روند که مسئولیت بهبود فعالیتهای خویش را بر عهده بگیرند و در نهایت به حدی از توان برسند که بدون مراجعه به مسئول بالاتر بتوانند تصمیماتی کلیدی اتخاذ نمایند (برودود و همکاران، ۲۰۱۲). توانا سازی فرایندی است شامل دو مرحله:

- ۱- فرآیند تقویت عزت نفس اعضای سازمان، از طریق شناسایی و معرفی شرایط و عواملی که احساس عدم برخورداری از قدرت را در افراد موجب شده.
 - ۲- تلاش در جهت رفع شرایط و عوامل یاد شده با کمک اقدامات رسمی در سازمان.
- عوامل موثر بر توانا سازی کارکنان: عوامل موثر بر توانا سازی کارکنان از دیدگاههای متفاوتی دسته بندی شده اند. یکی از دیدگاه های معروف، دیدگاه اسپریتزر جرجن است. به باور این صاحب نظر عواملی اصلی موثر بر توانا سازی عبارتند از (برودود و همکاران، ۲۰۱۲):

- (۱) عوامل فردی: تحصیلات، سابقه کار، جنسیت، نژاد، کانون کنترل، عزت نفس
- (۲) عوامل گروهی: اثر بخش گروه، اهمیت گروه، اعتماد درون گروهی، ادراک افراد گروه نسبت به تاثیرشان بر مدیران.
- (۳) عوامل سازمانی: ابهام در نقش، دسترسی به منابع، حیطه کنترل، دسترسی به اطلاعات، حمایت

اجتماعی سیاسی، جایگاه فرد در سلسله مراتب سازمانی، جو مشارکتی واحد کار.

مسئولیت بیشتر و مسئولیت تصمیم‌گیری کارکنان، وی را برای انجام بهتر وظایف آماده می‌کند. در نتیجه، احساس ناامیدی ناشی از پذیرفتن مسئولیت در مورد چیزی که منابع لازم برای انجام آن را ندارند، کاهش می‌یابد. انرژی از حفظ خود به بهبود وظیفه منحرف می‌شود.

خلاقیت و نوآوری: در بسیاری از شرکت‌ها، کارکنان ایده‌های خلاقانه خود را به مدیریت نمی‌گویند. چراکه تردید دارند، نادیده و یا تمسخر شوند. تأییدیه مدیران شرکت و حمایت از کارکنان در برخی از محیط‌های کاری فرصت استفاده از ایده‌ها را برای بهبود شرکت فراهم می‌کنند. ایجاد انگیزش کارکنان و داشتن نیروی کار انعطاف پذیرتر، استفاده عاقلانه‌تر از تجربه کارکنان و افزایش تبادل ایده‌ها و اطلاعات در میان کارمندان و ادارات، سازمان را قدرتمندتر می‌سازد. این روند باعث ایجاد فضای باز جهت تغییرات ارزشمندی می‌شود که به توانایی شرکت در پاسخ سریع به تغییرات بازار و حفظ مقام اول در حرکت بازار کمک کند (برودود و همکاران، ۲۰۱۲).

آموزش منابع انسانی: هرچه کارکنان ابزار و فرصت‌های بیشتری برای انجام کار به دست آورند، کارشان را بیشتر به چالش می‌کشند. شرکت‌ها می‌توانند کارکنان را وادار کنند تا با ارتقاء مهارت‌هایشان به‌طور مستمر، به کار خود ادامه دهند. برنامه‌های آموزشی و صدور مدرک برای کارکنان یک روش فزاینده مؤثر برای رشد دانش و انگیزه کارکنان می‌باشد. اغلب این برنامه‌ها نگرش کارکنان نسبت به مشتری و شرکت را بهبود می‌بخشد، حتی اگر این آموزش درباره تقویت اعتماد به نفس باشد. حمایت از این ادعا، تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر انگیزش کارکنان نشان می‌دهد که یادگیری به‌طور مستقیم بر مشارکت بر کار و یا شغلی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، اگر دانش به دست آمده بتواند به کار انجام شده منجر شود، به دست آوردن آن دانش یک رویداد ارزشمند برای کارمند و کارفرما خواهد بود (برودود و همکاران، ۲۰۱۲).

کیفیت زندگی: تعداد ساعات کاری که کارگران آمریکایی هر هفته کار می کنند، در حال افزایش است و در بسیاری از خانواده ها دو بزرگسال کار می کنند که این روند روزانه افزایش می یابد. در این شرایط، بسیاری از کارگران از پاسخگویی به خواسته های زندگی خود خارج از محل کار عقب مانده اند. اغلب استرس های ناشی از کار، کارایی و رفاه کارکنان را کاهش می دهد. شرکت هایی که برای کار کارکنان انعطاف پذیری را ایجاد کرده اند، انگیزه کارکنان را ارتقا داده اند که به این سبب بهره وری آن ها افزایش یافته است. برای مثال، برنامه هایی که از لحاظ زمان انعطاف پذیری بوده بسیار موفق بوده اند (برودود و همکاران، ۲۰۱۲).

انگیزه مالی: برای همه قهرمانان انگیزه های جایگزین وجود دارد، پول هنوز هم در جایگاه اصلی در ترکیب انگیزه ها قرار دارد. به اشتراک گذاری سود شرکت انگیزه ای برای کارکنان در تولید یک محصول باکیفیت، ارائه خدمات باکیفیت و یا بهبود کیفیت یک فرایند درون شرکت است، چرا که کارمند به طور مستقیم از مزایایی شرکت سود می برد. پاداش های پولی و ... به کارمندان برای ایجاد صرفه جویی در هزینه یا ایده های بهبود روند، به افزایش بهره وری و کاهش غیبت می پردازند. پول زمانی مؤثر است که به طور مستقیم با ایده و یا دستاوردهای کارمند بستگی داشته باشد (برودود و همکاران، ۲۰۱۲).

با این وجود، اگر همراه با انگیزه های غیر مولد دیگر نباشد، اثرات انگیزشی آن کوتاه مدت است. علاوه بر این، اثر انگیزه های پولی در صورت عدم اتخاذ آن به همه اعضای سازمان، می تواند منفی باشد.

۲-۴-۲ ابعاد سرمایه انگیزشی

۱- **انگیزه درونی:** انگیزه درونی بر خلاف انگیزه بیرونی، به خاطر رضایت درونی انسان صورت می گیرد. به بیانی دیگر در انگیزه درونی، عامل انگیزش در درون خود انسان است و انسان را به سمت و سوی رفتاری خاص و ویژه سوق می دهد. وجود انگیزه درونی از پاداش و تنبیه اعتبار نمی گیرد، بلکه این خود شما هستید که کاری را صرفاً به دلیل شادمانی و لذت درونی خودتان انجام می دهید و یا از انجام آن اجتناب می کنید.

۲- **انگیزه بیرونی:** انگیزه بیرونی، نیروی محرکه ای است که باعث می شود برای رسیدن به پاداش و یا اجتناب از تنبیه، رفتار خاصی را انجام دهیم. در انگیزه بیرونی، عامل انگیزش در بیرون از وجود انسان نهفته است و باعث خواهد شد ما به انجام کاری تشویق شویم و یا از انجام کاری به دلیل تنبیه نشدن، سر باز بزنیم. پر واضح است که در انگیزه بیرونی، اگر عامل انگیزش حذف شود، تلاش ما متوقف خواهد شد.

جدول (۵-۲): ابعاد متغیر پژوهش

متغیر	ابعاد
سرمایه انگیزشی	انگیزه درونی
	انگیزه بیرونی

۵-۲-۲ تعریف فاصله قدرت سازمانی و ابعاد آن

فرهنگ فاصله قدرت به عنوان یکی از ابعاد فرهنگی در اکثر پژوهش های گذشته عامل مهمی در تعیین و پیش بینی رفتار سازمانی در نظر گرفته شده است. فاصله قدرت را در فراگردهای مدیریت و رهبری سازمان ها نیز می توان مشاهده نمود. در این حالت فاصله قدرت به درجه تمرکز اختیارات، رهبری و تصمیم گیری نسبت داده می شود. در فاصله قدرت بالا به رؤسا اجازه اعمال قدرت داده می شود. هدف رهبری معنوی ایجاد چشم انداز و ارزش های متناسب و شایسته در بین افراد، تیم های قدرت و تمام سطوح سازمانی، و سرانجام پرورش سطوح بالایی از تعهد و بهره وری در سازمان می-باشد.

فاصله قدرت به چگونگی توزیع قدرت و اختیار اشاره دارد. به عبارتی توجه به این نکته که افراد در درون یک ساختار اجتماعی، بر اساس چه مدلی روابط قدرت خود را شکل میدهند، قدرت در درجه اول عمودی است یا افقی؟ سلسله مراتبی است یا برابری؟

یکی از این ابعاد چهارگانه فرهنگ سازمانی هافستد اختلاف قدرت می باشد. در تمامی جوامع نابرابری با درجات مختلف، میان افراد وجود دارد که اختلاف قدرت شاخصی است برای سنجش این نابرابری، در سازمانها وجود این شاخص نشان می دهد که ارزشهای سازمان در ارتباط با حفظ برابری و توزیع مناسب آن در میان اعضا چگونه است (هافستد، ۲۰۰۱).

اینکه قدرت در سازمان چگونه توزیع یافته باشد موضوعی حائز اهمیت است که در هر سازمانی پرداختن به آن می تواند بسیاری از مشکلات انگیزشی کارکنان را رفع کند. وجود عدالت در توزیع قدرت می تواند روی رضایت، انگیزه، رفتار، تعهد و مشارکت شغلی کارکنان، اثربخشی کاری در سازمان و برخوردهای احتمالی که میان کارکنان پیش می آید، تاثیرگذار باشد (لام و شووبروک، ۲۰۰۲) اینکه در سازمان دموکراسی وجود داشته باشد و روح کار محوری بر آن حاکم باشد به جای آنکه به قدرت محوری یا بوروکراسی بها داده شود، سبب خواهد شد تا از نارضایتی کارکنان جلوگیری به عمل آید (کرکمن و چن، ۲۰۰۹).

پژوهش ها نشان داده اند که فرایندهای عدالت محور نقش مهمی در سازمان دارند و نحوه برخورد با کارکنان در سازمان می تواند بر باورها، احساسات، نگرش ها و رفتار آنان تاثیر بگذارد (اورلاندو، ۲۰۰۲). رفتار عادلانه از سوی سازمان عموماً منجر به تعهد بالاتر کارکنان نسبت به سازمان می شود، از سوی دیگر افرادی که احساس بی عدالتی می کنند به احتمال بیشتری سازمان را ترک می کنند یا سطوح پائین تری از تعهد سازمانی را از خود نشان می دهند (تانگ و سارسفیلد، ۱۹۹۶). بنابراین درک اینکه چگونه افراد در مورد وجود عدالت در سازمان قضاوت می کنند و چطور به عدالت یا بی عدالتی درک شده پاسخ می دهند از مباحث اساسی خصوصاً در درک رفتار سازمانی است (صادقی، ۲۰۰۷).

توجه به برابری به علت نتایج مهم مرتبط با کار است که با ادراک کارکنان از انصاف و برابری در محیط کار مرتبط است. بنابراین همانطور که انتظار می رود هرچه فاصله قدرت در میان کارکنان کمتر باشد رضایت شغلی آنها بیشتر می شود و پیامدهای مثبتی نیز برای سازمان به بار خواهد آورد. گرینیرک بیان می کند برای

اینکه مدیران اثربخش باشند باید به شیوه عادلانه عمل کند و مطمئن باشند زیر دستانشان فعالیت های آنها را عادلانه تفسیر می کند (کروپانزانو، ۲۰۱۰).

گرینبرگ بیان کرد که درک نابرابری و اختلاف قدرت در سازمان باعث می شود افراد احساس بی عدالتی کنند و در نتیجه برای سازمان بهره وری کمتری داشته باشند، رضایت آنها کمتر شود و در نهایت تمایل به ترک شغل در آنها پدیدار گردد (گرینبرگ، ۲۰۰۸). تانگ و سارسفیلد - بالدوین (۱۹۹۶) بیان کردند که ادراکات کارکنان از وجود برابری در سازمان و یا وجود فاصله قدرت، با جنبه های مختلف رضایت شغلی و تعهد سازمانی مرتبط است (تانگ و سارسفیلد - بالدوین، ۱۹۹۶).

اینکه کارکنان محیط سازمان را عادلانه و با فاصله قدرت ناچیز تصور نمایند، ارتقا و تشویق افراد را منوط به عملکرد موفقیت آمیز آنها بدانند، از شغل خود رضایت داشته و متعهد به سازمان تحت فعالیت خود باشند، برای سازمان نتایج ارزشمندی به همراه خواهد.

ابعاد فاصله قدرت سازمانی

سلسله مراتب: یک سیستم یا سازمان که هر فرد یا گروه (ها) را بر اساس قدرت و موقعیت شان رتبه بندی می کند، یکی بالاتر از دیگری.

پاداش: عبارت است از مجموعه عواملی که فراوانی مطلوب را افزایش می دهند و یا هر عامل خوشایند و خشنودکننده ای که نرخ پاسخ دهی (انجام رفتار) را در فرد افزایش دهد، پاداش نامیده می شود. پاداش به معنای تقویت نیز به کار می رود، زیرا دو مفهوم پاداش و تقویت در حقیقت فرآیندهایی هستند که مهمترین هدف و مقصد آن ها، افزایش تعداد دفعات تکرار رفتار است. به بیان دیگر، کمال پاداش و تقویت هنگامی تحقق می یابد که به دنبال ارائه تقویت کننده ها، رفتار مورد انتظار نیز افزایش یابد و فراوانی آن نسبت به قبل بیشتر شود.

جو سازمانی : جو سازمانی مجموعه ویژگی‌هایی است که یک سازمان را توصیف می‌کند و آن را از دیگر سازمان‌ها متمایز می‌سازد، تقریباً در طول زمان پایدار است و رفتار افراد در سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. (فورهند، گیلمر ۱۹۶۴). می‌توان جو سازمانی را به بیانی ساده تر بیان کرد: «جو سازمانی درک کارکنان از محیطی است که در آن مشغول به کار هستند.» (بیکر، ۱۹۹۲). با این دید می‌توان جو سازمانی را نتیجه رهبری مدیر دانست. پژوهش‌های چهل ساله هی گروپ نشان می‌دهد جو سازمانی تأثیر بسزایی بر رفتار کارکنان و عملکرد سازمانی دارد. این بررسی‌ها بیانگر آن است جو متعالی سازمان از یک طرف هزینه‌های جابه‌جایی کارکنان و مقاومت آنان در برابر تغییر را کاهش می‌دهد و از سوی دیگر موجب بهبود کیفیت کالا، نوآوری و ریسک‌پذیری می‌شود که نتیجه نهایی این تأثیرات افزایش سودآوری و وفاداری مشتریان است.

تصمیم‌گیری! هر یک از صاحب‌نظران و اندیشمندان مدیریت برای شناساندن تصمیم‌گیری، تعریفی ارائه کرده‌اند که اگر چه در ظاهر با هم متفاوت است، ولی با دقت در هر یک از این تعریف‌ها و مقایسه آن‌ها با یکدیگر، این نتیجه به دست می‌آید که تصمیم‌گیری فرایندی است که طی آن، راه حلی مناسب و معقول از میان راه‌حل‌ها و بدیل‌های متفاوت، انتخاب و گزینش می‌شود. به منظور آشنایی با تعریف‌های صاحب‌نظران و نویسندگان از تصمیم‌گیری برخی از این تعریف‌ها را بیان می‌کنیم:

جدول (۶-۲) تعاریف تصمیم‌گیری

هاینز، وایشرچی	تصمیم‌گیری به معنای برگزیدن یک راه از میان راه‌حل‌هاست
ادوارد، فریمن	تصمیم‌گیری فرایند شناسایی و گزینش یک روند کار برای حل یک مسأله مشخص است
رضائیان، علی، ۱۳۸۳	تصمیم‌گیری فرایندی را تشریح می‌کند که از طریق آن، راه حل مسأله معینی انتخاب می‌گردد
لانگ، ۲۰۰۱	تصمیم‌گیری عبارت است از انتخاب یک راه از میان راه‌های مختلف. کار اصلی تصمیم‌گیرنده دریافت راه‌های ممکن و نتایج ناشی از آن و انتخاب اصلح از میان آنهاست و اگر به توان این انتخاب را به نحوی درست و مطلوب انجام دهد تصمیم‌های او موثر و سازنده خواهد بود.

ارتباط : فرآیندی است که به وسیله آن اطلاعات و احساسات خود را از طریق پیام های کلامی و غیرکلامی با دیگران در میان می گذاریم. این توانایی موجب تقویت رابطه گرم و صمیمی ما با دیگران به ویژه اعضای خانواده می شود و سلامت روانی و اجتماعی ما را بیش از پیش فراهم نموده و به قطع روابط ناسالم ما منجر خواهد شد. که انواع ارتباط شامل :

۱- ارتباط کلامی : تمامی جنبه های گفتار، یعنی زبان و ابزارهای کلامی را شامل می شود که در آن چگونگی صحبت کردن از جمله، سرعت کلام، تن و آهنگ صدا نیز مطرح است.

۲- ارتباط غیرکلامی : به سایر فعالیت های گفته می شود که کارکرد ارتباطی دارند

یادگیری سازمانی : نظریه یادگیری سازمانی از جمله رهیافت های سیستمی و اقتضایی به مدیریت محسوب می گردد و سازمان را به مثابه یک "سیستم باز صاحب اندیشه و زنده" در نظر می گیرد. با تأکید بر این نکته که سازمان ها نیز مانند ذهن انسان ها برای تطبیق با شرایط محیطی متحول، متکی به دریافت بازخورد؛ سازمان ها درست مانند حیوانات باهوش تر و انسان ها از تجربه درس می گیرند و درگیر فراگردهای ذهنی پیچیده ای مانند "پیش بینی، شناسایی، تعریف، طراحی و حل مسئله" می شوند. به هر حال، سازمان ها معمولاً همه استعداد و توان یادگیری خود را به کار نمی گیرند. حاصل یادگیری سازمان، پیش از حاصل یادگیری انفرادی مجموعه اجزای آن است؛ یعنی حاصل یادگیری کل سازمان، از جمع یادگیری های انفرادی و مجزای بخش های تشکیل دهنده آن بیشتر است. یادگیری های منفرد حاصل از آموزش و توسعه مهارت های نیروی انسانی، فراهم آوردن پایگاه های علمی، و آشنایی با نظریه ها و چهره چوب های جدید، فقط هنگامی به یادگیری سازمانی منجر می شود که بر اقدام های مدیریتی، خط مشی ها و راهبردهای طراحی سازمانی اثر بگذارد (رضائیان، ۱۳۸۰).

مدیریت : مدیریت، به کارگیری علم و هنر در هماهنگی و هدایت منابع مالی یا انسانی و یا هر دو، در رسیدن به هدف با حداکثر کارایی است. در تعریف مدیریت فوق از ترکیب علم و هنر استفاده نموده ایم چرا که معتقدم مدیریت ترکیبی از علم و هنر است که بخش علم آن همان فراگیری دانش مدیریت از طریق آموزش

است و بخش هنر آن پیاده سازی این دانش در عمل می باشد. بخش هنر نیز خود نیازمند کسب تجربه عملی و هنری ذاتی است.

جدول (۷-۲): ابعاد متغیر پژوهش

متغیر	ابعاد
فاصله قدرت سازمانی	سلسله مراتب
	پاداش
	جو سازمانی
	تصمیم گیری
	ارتباط
	یادگیری سازمانی
	مدیریت

۳-۱۲ ارتباط بین متغیر ها

محبوبه البرزی در سال ۱۳۹۳ در تحقیقی که با عنوان تبیین رابطه انگیزش و خلاقیت با توجه به تفاوت های فرهنگی انجام داده است تحلیل های انجام شده حاکی از آن است که اگر انگیزش بیرونی به جای کنترل و بازدارندگی، جنبه اطلاع دهی داشته باشد، اگر سطح انگیزش درونی اولیه فرد برای شروع چرخه خلاقیت بالا باشد و اگر این مشوق ها و برانگیزاننده ها در انتهای فعالیت خلاقانه ارائه شوند نه تنها جنبه بازدارنده ندارند بلکه موجب تسهیل فرآیند خلاقیت میگردند. در آخر آنکه میتوان گفت خلاقیت گرچه نمیتواند فرمولی جهانی و همگانی داشته باشد اما برای رشد و پرورش آن برای همگان در هر فرهنگی که باشند امکان پذیر است. بر اساس مقالات انجام شده به این نتیجه میرسیم رهبری خود فدا ساز به طور مستقیم بر هم افزایی فرهنگی فرهنگی تاثیر معنا دار دارد.

سکینه جعفری و کاظم میرمقدم در سال ۱۳۹۲ در تحقیقی با عنوان بررسی نقش رهبری خدمتگزار در توسعه سرمایه اجتماعی به این نتیجه رسیدند که رهبری خدمتگزار با پشتوانه غنی نظری و تجربی و قابلیت های عملی

ویژه خود، میتواند چنین امکاناتی را برای اینگونه مؤسسه ها، فراهم آورد. سرمایه اجتماعی در کنار دیگر سرمایه های انسانی و مادی به عنوان یک عامل اثربخشی و کارآیی سازمان های آموزشی شناخته شده است. رهبران آموزشی می توانند سرمایه اجتماعی را به عنوان یک شایستگی مشخص سازمانی در جهت بهره وری مؤسسه های آموزشی، ایجاد کنند. بر اساس مقالات انجام شده به این نتیجه میرسیم رهبری خود فدا ساز به طور مستقیم بر سرمایه اجتماعی سازمانی تاثیر معنا دار دارد.

رضایی منش بهروز و صدیقی رامین در سال ۱۳۹۵ در تحقیقی با عنوان تاثیر رهبری خدمتگزار بر انگیزش و عملکرد کارکنان به این نتیجه رسیده است که همه ابعاد رهبری خدمتگزار بر انگیزش و عملکرد کارکنان تاثیر گزار بوده، لذا رهبران خدمتگزار باید با توجه بیشتر به خدمت رسانی که هسته محوری رهبری خدمتگزار می باشد، تواضع و فروتنی، قابلیت اعتماد که یکی از مهم ترین عوامل نفوذ در روابط رهبر پیرو می باشد و مهرورزی نسبت به کارکنان خود با روش های مختلف از جمله قدردانی و تشویق کارکنان، باعث افزایش انگیزش و عملکرد کارکنان شوند. بر اساس مقالات انجام شده به این نتیجه میرسیم رهبری خود فدا ساز به طور مستقیم بر سرمایه انگیزشی تاثیر معنا دار دارد.

محمدرضا دهشیری در سال ۱۳۹۵ در تحقیقی که با عنوان جایگاه هم افزایی فرهنگی در توسعه اجتماعی کشور انجام داده است دریافته که هم افزایی فرهنگی که از ترکیب و تلفیق رویکردهای فرهنگی متنوع حاصل می گردد، رویکردی مناسب برای توسعه اجتماعی کشور محسوب می گردد از آن لحاظ که بر تعامل رویکردهای فرهنگی کلیه اجزای جامعه در عین حفظ هویت و همبستگی اجتماعی تکیه دارد و به تفاوت ها به اندازه شباهت ها اهمیت می دهد و بازتاب دهندهی برآیند همزیستی فرهنگی همه اعضای جامعه و نقش آن در توسعه اجتماعی کشور است. هم افزایی فرهنگی از رهگذر تقویت ارتباطات میان فرهنگی و تشویق گفتگوی بین فرهنگی موجبات ارتقای سرمایه اجتماعی و انسانی و با لمال توسعه اجتماعی کشور را فراهم می آورد. بر اساس مقالات انجام شده به این نتیجه میرسیم رهبری خود فدا ساز به طور مستقیم بر سرمایه انگیزشی تاثیر معنا دار دارد.

واندا رز و رنه وان دن در تحقیقی که در سال ۲۰۰۸، روابط بین انگیزش کارکنان، رضایت شغلی و فرهنگ سازمانی را بررسی کرده است که این یافته ها تأثیر ناظران را پشتیبانی نمی کند. به ویژه با استفاده از این یافته ها، سازمان های تحقیق و بازاریابی می توانند از نظر نگرش در محیط کار تحت تأثیر مدیریت هدایت شوند. بر اساس مقالات انجام شده به این نتیجه میرسیم سرمایه انگیزشی به طور مستقیم بر هم افزایی فرهنگی تأثیر معنا دار دارد.

قمری محمد در سال ۱۳۹۲ مقاله ای با عنوان رابطه بین سرمایه اجتماعی و انگیزش درونی با پیشرفت تحصیلی دانش آموزان دوره متوسطه شهر کرج انجام داده است که نتیجه تحقیق نشان داد بین سرمایه اجتماعی و پیشرفت تحصیلی دانش آموزان رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. بین انگیزش درونی و پیشرفت تحصیلی دانش آموزان رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان داد که فقط انگیزش درونی قادر به پیش بینی پیشرفت تحصیلی است. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که میزان سرمایه اجتماعی و انگیزش درونی در بین دانش آموزان دختر و پسر متفاوت نیست. اما میزان پیشرفت تحصیلی دختران بیشتر از پسران است. نتایج تحقیق می تواند توسط دست اندرکاران امر آموزش و پرورش جهت ارتقای پیشرفت تحصیلی دانش آموزان مورد استفاده قرار گیرد.

آراستی و همکاران در سال ۱۳۹۰ در تحقیق خود تأکید کرده اند یکی از عوامل تأثیرگذار در کارآفرینی، انگیزه های کارآفرینان است. نتایج تحقیقی کیفی نشان داد انگیزه های کارآفرینان در بخش صنعت عبارت اند از کسب درآمد، ایجاد اشتغال، استفاده از فرصت ها، کمک به جامعه، اثبات شایستگی ها، رضایت درونی، و کسب استقلال. همچنین، نتایج تحقیق کمی وجود تفاوت معنا دار بین زنان و مردان کارآفرین در بخش صنعت در دو انگیزه اثبات شایستگی و کسب درآمد را تأیید کرد. در متون سازمان و مدیریت، منشأ فعالیت های کارکنان به انگیزش آنان نسب داده شده است. انگیزش در مفهومی کلی در دو واژه تمایل و توان کارکنان خلاصه میشود. وقتی نیازهای کارکنان درون سازمان برآورده میشود، از سازمان راضی شده و به تعبیر هربرت سایمون، حروزه پذیرش آنها گسترش می یابد. به عبارتی دیگر، تمایل آن به انجام دادن فعالیت ها و وظایف کاری از جمله کارآفرینی سازمانی ارتقا می یابد. افرادی که سطح بالایی از انگیزه پیشرفت را دارند. برای حل مشکلات

و رسیدن به موفقیت بسیار کوشا هستند. شا کالین در پژوهش خود نشان دادند ویژگی هایی مانند نیاز به پیشرفت، مخاطره پذیری، تحمل ابهام، مرکز کنترل درونی، خودکارآمدی و هدف گزینی جزء مهمتری عوامل برای داشتن انگیزه کارآفرینی هستند (گل شکوه و همکاران، ۱۳۸۸). بر اساس مقالات انجام شده به این نتیجه میرسیم سرمایه اجتماعی به طور مستقیم بر سرمایه انگیزشی کارکنان تاثیر معنا دار دارد.

لیلا صفاری و افسر جعفری حجین در سال ۱۳۹۷ مقاله ای با عنوان مدل رابطه بین منابع قدرت و سوءرفتار مربیان با انگیزش پیشرفت ورزشکاران زن نخبه انجام داده است. که نتایج نشان داد بین منابع قدرت با انگیزش پیشرفت ورزشکاران زن نخبه رابطه چندگانه وجود دارد و منابع قدرت انگیزش پیشرفت را تبیین می کنند. همچنین بین مؤلفه های سوءرفتار با انگیزش پیشرفت ورزشکاران زن نخبه رابطه چندگانه وجود دارد. مؤلفه های سوءرفتار انگیزش پیشرفت را تبیین می کنند و بر اساس این مقاله به این نتیجه میرسیم فاصله قدرت به طور مستقیم بر سرمایه انگیزشی کارکنان تاثیر معنا دار دارد.

یونس مقتدر و محمود کتابی در سال ۱۳۹۷ مقاله ای با عنوان بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و قدرت نرم ایران انجام داده است. که یافته ها نشان داد که سرمایه اجتماعی در ایران به دلایل مختلفی دارای وضعیت مطلوبی نبوده و بر همین اساس امکان بهره گیری از آن در راستای قدرت نرم به خوبی فراهم نشد. در عین حال جمهوری اسلامی ایران از منابع هویتی قدرتمندی همچون مبانی اسلامی، هویت تاریخی ایرانی و نمادهای مدرن همچون بنیان های مردمسالاری (دموکراتیک) برای تقویت سرمایه اجتماعی و به تبع آن قدرت نرم برخوردار است که می تواند از آنها بهره برداری کند. بر اساس این مقاله به این نتیجه میرسیم فاصله قدرت به طور مستقیم بر سرمایه اجتماعی کارکنان تاثیر معنا دار دارد.

۲-۴ پیشینه پژوهش

۲-۴-۱ پیشینه پارک علم و فناوری در جهان

دره سیلیکون (ایالات متحده آمریکا) را می توان نخستین پارک علمی دنیا دانست که منشأ آن به پارک علم دانشگاه استنفورد در اوایل دهه ۱۹۵۰ برمی گردد، پس از آن سوفیا آنتی پلیس (فرانسه) در اروپا در دهه ۱۹۶۰ و شهر علم (Tsukuba ژاپن) در آسیا در اوایل دهه ۱۹۷۰ تأسیس شدند که قدیمی ترین و مشهورترین پارک ها در جهان محسوب می شوند. در زمان حاضر، بیش از ۴۰۰ پارک علم در جهان وجود دارد که البته شمار آنها رو به افزایش است و در صدر آنها آمریکا با بیش از ۱۵۰ پارک علم قرار دارد، ژاپن با ۱۱۱ پارک در رتبه بعدی است و چین که از اوسط دهه ۱۹۸۰ به توسعه پارک های علم خود پرداخته است، اکنون حدود ۱۰۰ پارک علم دارد که ۵۲ پارک توسط دولت مرکزی و بقیه توسط دولت های محلی تأیید شده اند. انجمن بین المللی پارک های علمی (IASP)، شبکه ای جهانی برای پارک های علم و فناوری محسوب می شود و با توجه به گستردگی مناطق جغرافیایی اعضا، ۶ منطقه آفریقا، اروپا، شمال آمریکا، آمریکای لاتین، اقیانوسیه (آسیا پاسیفیک) و غرب آسیا در این انجمن تعریف شده است. این انجمن بین المللی اکنون بیش از ۲۷۰ عضو قطعی از ۷۳ کشور دارد و ۲۱ پارک علم و فناوری ایران نیز عضو این انجمن هستند.

۲-۴-۲ پیشینه پارک علم و فناوری در ایران

ایجاد اولین شهرک علمی و پژوهشی در ایران مربوط به سال ۱۳۷۱ است که پیشنهاد تهیه گزارش بررسی مقدماتی آن را شرکت سهامی ذوب آهن مطرح کرد و پیگیری کلیت کار به معاونت پژوهشی دانشگاه صنعتی اصفهان واگذار شد و در همین سال نیز موضوع توسط شورای پژوهش های علمی کشور تصویب شد. در سال ۱۳۷۲ با تشکیل هیئت امناء، عملیات اجرایی شهرک شروع و در سال ۱۳۷۵، اساسنامه آن توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی تصویب شد. در سال ۱۳۷۸، عملیات اجرایی ساخت مرکز رشد انجام و در سال ۱۳۷۹ مرکز رشد غدیر با استقرار ۱۷ واحد فناوری و پژوهشی راه اندازی شد. در همین سال، مطالعات مکان

یابی پارک فناوری پردیس نیز انجام و در سال ۱۳۸۰ نقطه ای در شهر پردیس برای احداث پارکی وابسته به نهاد ریاست جمهوری انتخاب شد. پارک های علم و فناوری استان های آذربایجان شرقی، سمنان، خراسان، فارس، گیلان، مرکزی و یزد نیز در سال ۱۳۸۱ با انحلال سازمان پژوهش های علمی و صنعتی استان ها و تبدیل آن به پارک ایجاد شدند. آیین نامه تأسیس و راه اندازی پارک های علم و فناوری در سال ۱۳۸۱ در شورای گسترش آموزش عالی به تصویب رسید که در آن مقررات مربوط به تأسیس و اداره پارک ها تشریح شده است. آیین نامه ارزیابی و نظارت بر فعالیت های پارک های علم و فناوری (۱۳۸۸) نیز به استناد بند ۶ ماده (۸) آیین نامه تأسیس و راه اندازی پارک های علم و فناوری و به منظور ارزیابی فعالیت ها و نظارت بر حسن اجرای امور آنان به تصویب شورای گسترش آموزش عالی رسید که این آیین نامه جزئیات و معیارهای مربوط به ارزیابی عملکرد پارک های علمی و فناوری را پوشش می دهد.

در قسمت پیشینه پژوهش سعی بر آن شد که پژوهش ها، مقالات و کارهای پژوهش گران داخلی و خارجی و نتایجی که بدان دست یافته بودند در قالب جدول، جهت فهم بهتر موضوع ارائه گردد.

۳-۲-۳ پیشینه پارک علم و فناوری شاهرود

پارک علم و فناوری استان سمنان در شهریور ماه سال ۱۳۸۱ بر اساس مصوبه شورای گسترش آموزش عالی، همزمان با تبدیل یا ادغام سایر مراکز استانی سازمان پژوهش های علمی و صنعتی ایران فعالیت خود را در استان سمنان (مستقر در شهرستان شاهرود) آغاز نمود. این تغییرات در راستای سیاست های برنامه توسعه سوم و ماموریت های جدید وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به منظور کارآمدتر شدن استان ها در انجام وظایف و ماموریت های خود در حوزه فناوری و نیز تقویت وظایف حمایتی از کارآفرینان، مبتکران، فناوران و استعدادهای درخشان و ایجاد محیط های علمی و پویا برای تعامل فعال بین تحقیقات، صنعت و تجارت انجام گرفته است. در حال حاضر با عنایت به ضرورت همجواری پارک های علم و فناوری با مراکز تحقیقاتی، دانشگاهی، پردیس پارک، در فضایی حدود ۳۷ هکتار در مسیر شاهراه شاهرود-تهران (با توجه به مزیت امکان برقراری ارتباط علمی-تحقیقاتی و تامین نیازهای متقابل بین پارک، صنایع و موسسات آموزشی پژوهشی) و در جوار:

دانشگاه صنعتی شاهرود واقع در شمال شرقی پارک ، شهرک صنعتی شاهرود در قسمت جنوبی پردیس پارک ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود در قسمت جنوب شرقی ، دانشگاه جامع دامغان در ۶۰ کیلومتری، دانشگاه گرگان در ۱۱۰ کیلومتری، دانشگاه سمنان در ۱۷۰ کیلومتری و ناحیه صنعتی میامی و صید آباد تاسیس شده است، که امکان برقراری ارتباط تنگاتنگ با دانشگاه‌های مهم منطقه، استفاده از نیروهای متخصص و امکانات دانشگاهی و دسترسی به واحدهای صنعتی را با سهولت بیشتری فراهم می‌آورد. همچنین سهولت دسترسی به امکانات شهری و کاهش هزینه اجرایی پارک و سهولت امور اجرایی واحدهای فناور مستقر نیز به سادگی در این محل فراهم شده است.

۴-۲-۴ پیشینه خارجی

در ادبیات پژوهش‌های سه دهه اخیر، به رهبری خودفداساز به طور ضمنی اشاراتی شده است.

➤ در ادبیات پژوهش‌ها پیرامون رهبری کاریزماتیک و رهبری تحول‌گرا ، شاهد اشاراتی غیرمستقیم اما اغماض ناپذیر به این مفهوم هستیم. بورن (۱۹۷۸) و باس (۱۹۸۵) عنوان می‌دارند که رهبری تحول‌آفرین در راستای ایجاد تغییرات متعالی در نیازهای کارکنان، می‌تواند شامل رفتارهای خود فداسازانه باشد. تعدادی از نظریه پردازان رهبری کاریزماتیک (به عنوان مثال: کنگر، ۱۹۸۹؛ کنگر و کانونگو، ۱۹۸۷؛ هاوس، ۱۹۷۷؛ هاوس و شامیر، ۱۹۹۳؛ یوکل، ۱۹۹۴) معتقد بوده‌اند که رهبر کاریزماتیک ممکن است رفتارهای خود فداسازانه از خود به نمایش بگذارد؛ تا از این طریق اعتماد پیروان را جلب کند، خود را به عنوان یک الگوی نقش به آن‌ها بقبولاند، وفاداری و تعهد به سازمان را به نمایش بگذارد و غیره. در این نظریه‌ها، خود فداسازی به عنوان یک رفتار الهام‌بخش و سرمشق‌گونه در نظر گرفته شده است که در شرایطی که تعهد پیروان برای حصول عملکرد سازمانی اثربخش الزامیست، حائز اهمیت خواهد بود.

➤ پدیده خود فداسازی و رفتارهای خودفداسازانه رهبران در ادبیات پژوهش‌های پیش از سال ۱۹۸۰ نیز وصف شده است. در نوشته‌های پیش از سال ۱۹۸۰، چندین مفهوم نزدیک به رهبری خود فداساز معرفی

شده بوده است، از جمله رهبری فداکارانه (Tead ۱۹۳۵)، رهبری فروتنانه (کلاپ، ۱۹۶۸)، رهبری خدمتگذار (گرینبرگ، ۱۹۷۷؛ سپس گراهام، ۱۹۹۵) این دیدگاه را گسترش داده و به آن چشم‌اندازی سیستماتیک می‌بخشد، خود فداسازی قهرمانانه (گوده، ۱۹۷۸) و غیره. به طور کلی، این نوشته‌ها شامل مفهوم خود فداسازی بوده‌اند اما در مورد آن نظریه پردازی نکرده‌اند، در نتیجه مفهوم خود فداسازی تا کنون به طور مؤثر مورد بررسی قرار نگرفته است و علت آن این است که این نوشته‌ها بیشتر بر پارادایم‌های رهبری محبوب عصر خود تأکید داشته‌اند.

➤ یان (۱۹۸۲) عنوان می‌دارد که رهبری می‌بایست شامل ارائه نمونه‌هایی از خود فداسازی باشد تا در صورت لزوم، رهبر بتواند در جهت حصول اهداف سازمان گاهی از دیگران نیز تقاضای از خود گذشتگی داشته باشد.

➤ به طور مشابه، نظریه رهبری عملکرد-نگهداشت (میزومی ۱۹۸۵)، معتقد است که در شرایط وقوع تهدیدات خارجی فوق‌العاده، رهبران می‌توانند نیاز به از خود گذشتگی را به پیروانشان مخابره کنند.

➤ همچنین مثال‌های متعددی از رهبری خود فدا ساز در مطبوعات در دسترس است.

➤ به عنوان مثال دیگر، Ross Perot، مدیرعامل شرکت Electronic Data Systems، هیچ‌گاه به مسائلی مانند سالن ناهارخوری اختصاصی، پارکینگ اختصاصی و مزایای این چنینی اعتقادی نداشت. برای او هر کارمند، یک شریک به حساب می‌آمد. از استفاده از مزایایی چشم‌پوشی می‌کرد که بسیاری از رهبران تجاری آن‌ها را حق مسلم خود می‌دانند. علی‌رغم مثال‌های متعدد در زمینه رهبری و سایر زمینه‌ها، وجه خود فدا سازی در رفتار سازمانی و پیامدهای آن در رهبری به میزان کافی مورد توجه قرار نگرفته است.

➤ Conger و Kanungo (۱۹۹۰، ۱۹۹۳) دریافتند که نوع دوستی (پدیده‌ای مشابه) نیز در مطالعات سازمانی مورد بی‌توجهی قرار گرفته است؛ هرچند عنصر نوع دوستی در فعالیت‌هایی مانند مربیگری،

توانمندسازی، تیم‌سازی و غیره مشهود است. با این حال در دو دهه اخیر تلاش‌های پیوسته و فزاینده‌ای در جهت معرفی و پژوهش درباره الگوهای جدید رهبری مانند خادمیت، توانمندسازی، پیروی، رهبری اخلاقی و غیره به عمل آمده است. در تمامی این رویکردها، تصویری که از رهبر به نمایش گذاشته می‌شود بیش از این که نشان دهنده یک حاکم و اقتدارگرا باشد، نشان دهنده یک خدمتگذار است؛ و همچنین تمامی این مفاهیم جدید رهبری، بعدی مشترک به نام خود فداسازی را به عنوان جایگزینی برای منافع شخصی در نظر می‌گیرند. بنابراین پژوهش حاضر با فرض بر این که خود فداسازی عنصری حائز اهمیت در رویکردهای رهبری در تعبیه گردیده است.

➤ در نهایت می‌توان گفت، علاقه و توجه روز افزونی به رهبری به عنوان یک مکانیسم برای ایجاد تغییرات سازمانی و افزایش سازگاری با وجود به وجود آمده است (نادلر و توشمن، ۱۹۹۰).

➤ نظریات و پژوهش‌های متعددی نیز درباره چگونگی تأثیر خود فداسازی بر افزایش سازگاری یک گروه که دارای اعضای خود فداکار است، نسبت به گروهی که اعضای با چنین ویژگی ندارد در ادبیات پژوهش‌های زیست‌شناسی وجود دارد (به عنوان مثال: گریپر و بورک، ۱۹۹۲). علت آن می‌تواند این مسئله باشد که یک تصمیم فردی برای خود فداسازی، به ویژه اگر این فرد رهبر نیز باشد، انطباق و سازگاری سازمان را افزایش می‌دهد. بنابراین شناسایی دقیق و توسعه مفهومی که بر روی این حجم از پژوهش‌ها و مطالعات روز اثرگذار است، کمکی شایان به ادبیات پژوهشی این حوزه خواهد نمود.

➤ در مطالعه (کروپالزال، ۲۰۱۰) تیتز نتایج نشان می‌دهد که ادراک نابرابری و اختلاف قدرت در سازمان و شغل همانند سعی در سازمان عمل می‌کند و جو سازمان را مسموم می‌کند. وقتی افراد سیستم را عادلانه نمی‌بینند به کاهش انرژی و بطالت و وقت‌گذرانی روی آورده تا احساس عدالت به آنها دست دهد.

➤ رامن زامکنیک (۲۰۱۴) به پژوهشی تحت عنوان اندازه‌گیری انگیزش کارکنان با استفاده از تجزیه و تحلیل چندعاملی آماری پرداختند. ابزار اصلی مورد استفاده در این فرآیند، تجزیه و تحلیل خوشه‌ای و استفاده از آن در ایجاد برنامه‌های انگیزشی است. تجزیه و تحلیل عوامل انگیزشی و

رتبه‌بندی آن‌ها بر اساس میزان اهمیتی که آن‌ها برای کارکنان دارند، صورت می‌گیرد، که با روش پرسشنامه سنجیده می‌شود که از ۱۰۰ پاسخ‌دهنده، ۶۶ کارگر طبقه کارخانه در پرسشنامه‌ها پر شده است. از نتایج تجزیه و تحلیل، روشن است که به‌طور شگفت‌انگیز، در میان مهم‌ترین انگیزه در شرکت مورد بررسی - خودکارآمدی (یعنی استقلال) هنگام کار، زمان آزاد، روابط بین فردی در محل کار، درجه مسئولیت شخصی و جو محل کار می‌باشد (زامکنیک، ۲۰۱۴).

➤ میکول برود و همکاران (۲۰۱۴) به پژوهشی تحت عنوان انگیزه‌های فراتر از پول: هویت و سرمایه انگیزشی در سازمان‌های عمومی پرداختند. در این مقاله به بررسی بهینه بودن قراردادهای انگیزه‌ها پرداختند زمانی که مدیر اصلی (سازمان‌های دولتی) می‌تواند هویت سرمایه‌گذاران را در معرض خطر (کارکنان عمومی) قرار دهد. در مدل، کارکنان درون سازمان می‌توانند هویت‌های متفاوت داشته باشند. در این مدل، هویت یک منبع انگیزه است که باعث تخریب عوامل مؤثر می‌شود. ما از هویت اصطلاح برای اشاره به وضعیتی که کارگر اهداف سازمان را به اشتراک می‌گذارد و خود را به‌عنوان بخشی از سازمان می‌نامیم، استفاده کرده‌اند. فرض بر آن است که هویت را می‌توان به دست آورد زمانی که اصلی شامل مأموریت در حال توسعه سرمایه‌گذاری در قرارداد. با مأموریت ما به معنی یک فرهنگ واحد است که توسط همه اعضای یک سازمان مشترک است. ما در مورد شرایطی هستیم که منابع هزینه‌ای را در تغییر هویت کارکنان و سرمایه‌گذاری در این نوع سرمایه انگیزشی برای سازمان‌ها بهینه است. نتایج ما می‌تواند به اطلاع مدیران عمومی در مورد طراحی مطلوب چرخه‌های انگیزشی و سیاست‌ها کمک کند. در حقیقت، سرمایه‌گذاری در کوتاه‌مدت، به‌طور گسترده‌ای مورد توجه قرار می‌گیرد (برود و همکاران، ۲۰۱۴).

➤ همچنین، واتسون و پاپامارکوس (۲۰۰۲) در پژوهشی با عنوان سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی نشان دادند که اعتماد، ارتباطات و تمرکز کارکنان که از ابعاد سرمایه اجتماعی است، ارتباط مستقیمی با هم داشته تأثیر غیر مستقیم متعادلی بر روی تعهد سازمانی دارند. شناخت عوامل اثرگذار بر تعهد سازمانی کارکنان از جمله اقدامات اولیه در به کارگیری اثر بخش سرمایه‌های انسانی سازمان است.

جدول (۸-۲) پیشینه خارجی

نام	عنوان	سال	نتیجه
Wei He, Ru-Yi Zhou, Li-Rong Long,	رهبری خود فدا ساز و رفتار های شهروندی سازمانی چالش بر انگیز پیروان	۲۰۱۷	رهبری خودفدا ساز به طور مثبت با سازه های وابسته به خودپنداره پیروان از شناخت از رهبری و اعتماد به نفس مبتنی بر رهبر وابسته است و در حالی که شناسایی رهبر، مشخص شد که رابطه مثبت بین رهبری خودفدا ساز و رفتار شهروندی سازمانی را تعدیل می کند، عزت

Xu Huang, and Po Hao		نفس مبتنی بر رهبری، روابط مثبت رهبری خودفداساز را با هر دو رفتار شهروندی وابسته و چالش برانگیز تعدیل می کند
Hanbing Zhang, Maolin Ye	۲۰۱۶	مروری بر تاریخچه رهبری خودفداساز
Zámečník	۲۰۱۴	اندازه گیری انگیزش کارکنان با استفاده از تجزیه و تحلیل چندعاملی آماری پرداختند
Mikel Berdud	۲۰۱۴	به بررسی بهینه بودن قراردادهای و انگیزه ها پرداختند زمانی که مدیر اصلی (سازمان های دولتی) می تواند هویت سرمایه گذاران را در معرض خطر (کارکنان عمومی) قرار دهد. در مدل، کارکنان درون سازمان می توانند هویت های متفاوت داشته باشند. در این مدل، هویت یک منبع انگیزه است که باعث تخریب عوامل مؤثر می شود.
Stefano Ruggieri, Costanza Scaffidi Abbate	۲۰۱۳	در شرایط رهبری تعاملی و یا تحول آمیز، سطح رهبری و خودفداسازی مربوط به شناسایی تیم (هویت تیم) و نیز اثر متقابل بین سطح رهبری تعاملی و رهبری خود فداساز است.
Cropalziale	۲۰۱۰	تثیر نتایج نشان می دهد که ادراک نابرابری و اختلاف قدرت در سازمان و شغل همانند سعی در سازمان عمل می کند و جو سازمان را مسموم می کند. وقتی افراد سیستم را عادلانه نمی بینند به کلهش انرژی و بطالت و وقت گذرانی روی آورده تا احساس عدالت به آنها دست دهد .
Manning	۲۰۱۰	سرمایه اجتماعی برای اهداف مدیریت دانش معنادار است و می تواند به عنوان مکمل و موازی با دیگر دارایی های نامحسوس از قبیل سرمایه انسانی و سرمایه فکری درک شود
Watson & Papamarcos	۲۰۰۲	اعتماد، ارتباطات و تمرکز کارکنان که از ابعاد سرمایه اجتماعی است، ارتباط مستقیمی با هم داشته تأثیر غیر مستقیم متعادل بر روی تعهد سازمانی دارند
Ye on Choi	۱۹۹۸	رهبری خودفداساز انطباق افراد و سازمان با محیط متغیر را تسهیل می بخشد و همچنین رهبر خودفداساز نزد پیروان دارای کاریزما و

مشروعیت بیشتری خواهد بود و افراد تلاش می‌کنند تا متقابلاً، فداکاری‌های رهبر را جبران کنند.			
--	--	--	--

۵-۴-۲ پیشینه داخلی

➤ حسین نوروزی و همکاران در سال ۱۳۹۵ به پژوهشی تحت عنوان تأثیر سرمایه اجتماعی بر مرحله آگاهی از نیاز برای تغییر: مطالعه نقش میانجی تسهیم دانش پرداختند که یافته‌های این مطالعه نشان داد سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را بر تسهیم دانش و آگاهی از نیاز برای تغییر در فرایند تحول سازمانی می‌گذارد، تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی به عنوان متغیر میانجی باعث افزایش تأثیر تسهیم دانش بر آگاهی از تغییر می‌شود، ضمن اینکه بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را بر تسهیم دانش و آگاهی از نیاز به تغییر می‌گذارد. همچنین، درباره تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی از طریق تسهیم دانش بر آگاهی از نیاز به تغییر، بعد شناختی تأثیر معناداری ندارد و بین بعد رابطه‌ای و ساختاری، بعد ساختاری بیشترین تأثیر را می‌گذارد.

➤ مهدی خیراندیش و همکاران در سال ۱۳۹۵ به پژوهشی تحت عنوان تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با میانجی‌گری انگیزش شغلی پرداختند. که نتایج تحلیل داده‌ها با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد سرمایه اجتماعی بر انگیزش شغلی و کارآفرینی سازمانی و انگیزش شغلی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارد. با توجه به این نتایج، مدیران جامعه آماری می‌توانند با تقویت روابط مبتنی بر اعتماد و انگیزش کارکنان کارآفرینی سازمانی را ارتقا دهند (خیراندیش و جمشیدی، ۱۳۹۵).

➤ سامره شجاعی، سپیده ادیب، مهدی زنگانه در سال ۱۳۹۳ در مقاله‌ای تحت عنوان کندوکاوی در نقش از خود گذشتگی رهبری در هزاره سوم نتایج به این صورت شد که رهبر به طرفدارانش انگیزه عملکرد متقابل می‌دهد. از خود گذشتگی رهبر با عوامل تأثیر گذار بر رهبری همراه است. در نهایت، کسی که می‌خواهد به ریشه تأثیر گذاری رهبری بپردازد، باید تأثیرات از خود گذشتگی رهبری را بر روی عملکرد کاری طرفدارانش مشاهده نماید.

➤ رضا علیزاده کنگاچر در سال ۱۳۹۳ در پژوهشی با عنوان بررسی نقش میانجی انگیزش کارکنان در تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی پرداخته است. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها با کمک آزمون ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل و تأثیر / رگرسیون و تحلیل مسیر نشان داد که تأثیر مستقیم سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی برابر با ۰/۴۲۲ می‌باشد. هم چنین حدود ۲۵ درصد از تغییرات / غیرمستقیم آن به واسطه ی متغیر انگیزش برابر با ۰/۱۴۱ متغیر وابسته یعنی کارآفرینی توسط متغیرهای سرمایه

اجتماعی و انگیزش تبیین می گردد.

- صفائیان فرد و همکاران در سال ۱۳۹۲ در پژوهشی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تحول سازمانی در شرکت سهامی بیمه البرز را بررسی کردند. نتایج این پژوهش حاکی از تأثیر ابعاد شناختی، ساختاری و رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بر تحول سازمانی (خروج از انجماد، تغییر و انجماد مجدد) بوده است. با توجه به اینکه در مراحل تحول سازمانی، مرحله آگاهی از نیاز برای تغییر (برگرفته از مدل آدکار) مربوط به خروج از انجماد در مدل جام تحول سازمانی است، در این پژوهش نیز ارتباط بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه های آن در مرحله حیاتی و آغازین آگاهی از نیاز برای تغییر بررسی می شود (صفائیان فرد و همکاران، ۱۳۹۲).
- مطالعه دکتر سید جوادین و همکاران در سال ۱۳۸۷ با عنوان بررسی ارتباط میان عدالت سازمانی و رضایت شغلی کارکنان نشان داد که میان عدالت سازمانی و رضایت شغلی همبستگی مثبت معنادار وجود دارد.
- با توجه به تحقیقات انجام شده توسط امیرخانی و پورعزت (۱۳۸۷) با عنوان تأملی بر امکان توسعه سرمایه اجتماعی در پرتو عدالت سازمانی، نتایج نشان می دهد که میان این متغیرها، رابطه مثبت و معنی داری وجود داشته است؛ به طوری که شکل گیری سرمایه اجتماعی به شدت تحت تأثیر ادراک عدالت در سازمان قرار دارد.
- رحمت سرشت و فیاضی در سال ۱۳۸۶ در مقاله ای تحت عنوان "بررسی رابطه بین انگاشت قدرت با تعهد و عملکرد کارکنان با هدف شناخت قدرت سازمانی و بررسی واکنش کارکنان نسبت به آن نشان می دهد انگاشت فاصله قدرت در سازمان رابطه منفی با تعهد سازمانی و عملکرد کارکنان دارد.

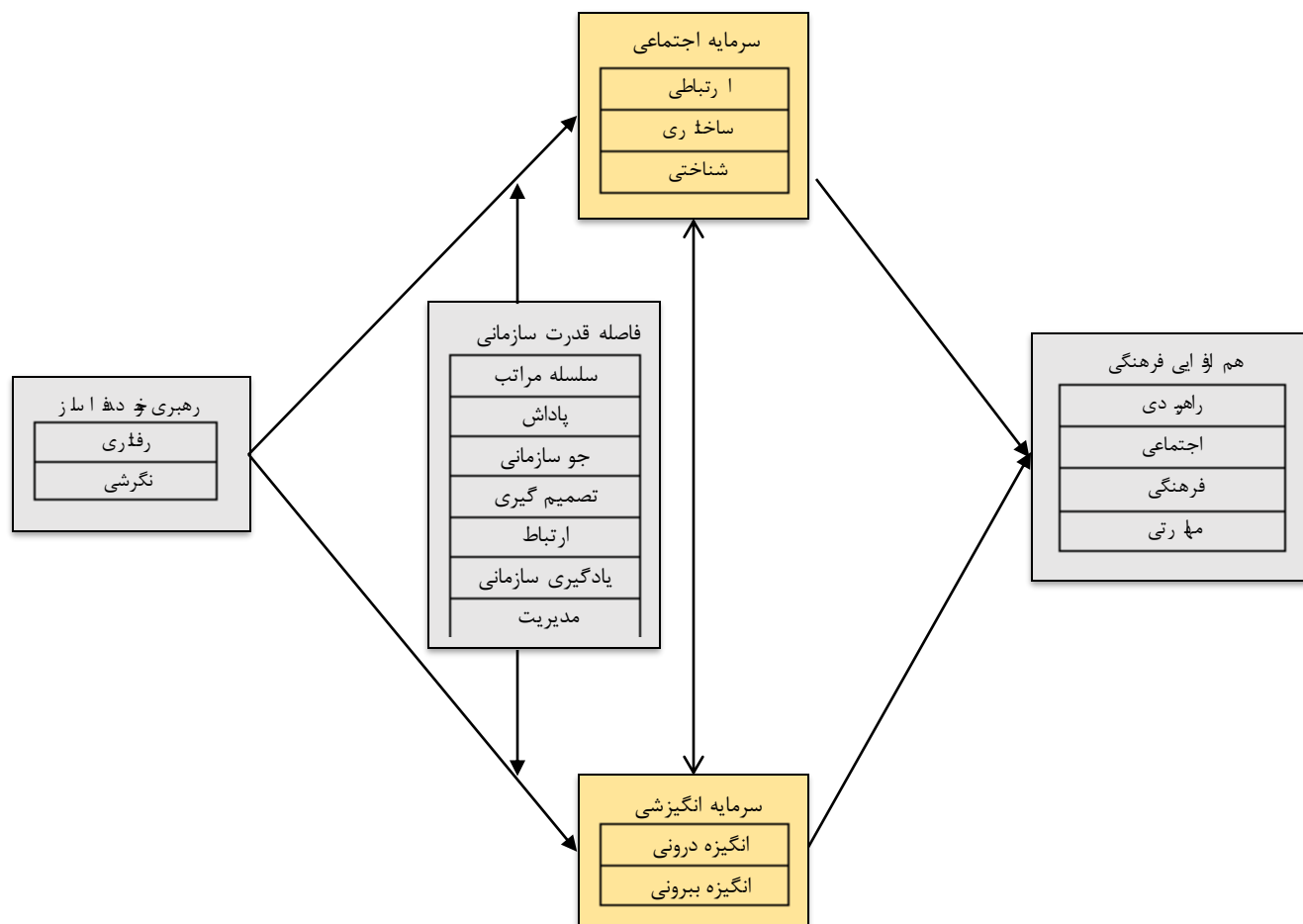
جدول (۹-۲) پیشنهاد داخلی

نام	عنوان	سال	نتیجه
حسین نوروزی و همکاران	تأثیر سرمایه اجتماعی بر مرحله آگاهی از نیاز برای تغییر: مطالعه نقش میانجی تسهیم دانش	۱۳۹۵	یافته های این مطالعه نشان داد سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را بر تسهیم دانش و آگاهی از نیاز برای تغییر در فرایند تحول سازمانی می گذارد، تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی به عنوان متغیر میانجی باعث افزایش تأثیر تسهیم دانش بر آگاهی از تغییر می شود، ضمن اینکه بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را بر تسهیم دانش و آگاهی از نیاز به تغییر می گذارد. همچنین، درباره تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی از طریق تسهیم دانش بر آگاهی از نیاز به تغییر، بعد شناختی تأثیر معناداری ندارد و بین بعد رابطه ای و ساختاری، بعد ساختاری بیشترین تأثیر را می گذارد.
مهدی خیراندیش و همکاراندر	تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی بامیانجی گری انگیزش شغلی	۱۳۹۵	نتایج تحلیل داده ها با روش مدل سازی معادلات ساختاری نشان داد سرمایه اجتماعی بر انگیزش شغلی و کارآفرینی سازمانی و انگیزش شغلی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارد. با توجه به این نتایج، مدیران

جامعه آماری می‌توانند با تقویت روابط مبتنی بر اعتماد و انگیزش کارکنان کارآفرینی سازمانی را ارتقا دهند			
رهبر به طرفدارانش انگیزه عملکرد متقابل می‌دهد. از خود گذشتگی رهبر با عوامل تأثیر گذار بر رهبری همراه است. در نهایت، کسی که می‌خواهد به ریشه تأثیر گذاری رهبری بپردازد، باید تأثیرات از خود گذشتگی رهبری را بر روی عملکرد کاری طرفدارانش مشاهده نماید.	۱۳۹۳	کندوکاوی در نقش از خودگذشتگی رهبری در هزاره سوم	سامره شجاعی، سپیده ادیب، مهدی زنگانه
نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها با کمک آزمون ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل و تأثیر / رگرسیون و تحلیل مسیر نشان داد که تأثیر مستقیم سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی برابر با ۰/۴۲۲ می‌باشد. هم چنین حدود ۲۵ درصد از تغییرات / غیرمستقیم آن به واسطه ی متغیر انگیزش برابر با ۰/۱۴۱ متغیر وابسته یعنی کارآفرینی توسط متغیرهای سرمایه اجتماعی و انگیزش تبیین می‌گردد.	۱۳۹۳	بررسی نقش میانجی انگیزش کارکنان در تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی	رضا علیزاده کنگاچر
تأثیر ابعاد شناختی، ساختاری و رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بر تحول سازمانی (خروج از انجماد، تغییر و انجماد مجدد) بوده است. با توجه به اینکه در مراحل تحول سازمانی، مرحله آگاهی از نیاز برای تغییر (برگرفته از مدل آدکار) مربوط به خروج از انجماد در مدل جام تحول سازمانی است، در این پژوهش نیز ارتباط بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه های آن در مرحله حیاتی و آغازین آگاهی از نیاز برای تغییر بررسی می‌شود.	۱۳۹۲	تأثیر سرمایه اجتماعی بر تحول سازمانی در شرکت سهامی بیمه البرز	صفائیان فرد و همکاران
میان عدالت سازمانی و رضایت شغلی همبستگی مثبت معنادار وجود دارد.	۱۳۸۷	عنوان بررسی ارتباط میان عدالت سازمانی و رضایت شغلی کارکنان	سید جوادین و همکاران
میان این متغیرها، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشته است؛ به طوری که شکل‌گیری سرمایه اجتماعی به شدت تحت تأثیر ادراک عدالت در سازمان قرار دارد.	۱۳۸۷	تأملی بر امکان توسعه سرمایه اجتماعی در پرتو عدالت سازمانی	امیرخانی و پورعزت
انگاشت فاصله قدرت در سازمان رابطه منفی با تعهد سازمانی و عملکرد کارکنان دارد.	۱۳۸۶	بررسی رابطه بین انگاشت قدرت با تعهد و عملکرد کارکنان با هدف شناخت قدرت سازمانی و بررسی واکنش کارکنان نسبت به آن	رحمت سرشت و فیاضی

۵-۲ مدل پژوهش

پس از بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش، باید چارچوب مفهومی طراحی شود. بر همین اساس، چارچوب مفهومی با توجه به متون نظری تحقیق و مطالعات انجام گرفته، در قالب شکل (۲-۲) ترسیم شده است با توجه به متغیرهای مورد بررسی در پژوهش حاضر، شکل (۲-۲) بیانگر ارتباط بین این متغیرها می باشد و در قالب مدل پژوهش طراحی شده است. بر اساس این مدل، رهبری خود فدا ساز متغیر مستقل، هم افزایی فرهنگی به عنوان متغیر وابسته، سرمایه اجتماعی و سرمایه انگیزشی به عنوان متغیر میانجی و فاصله قدری سازمانی به عنوان تعدیل گر در نظر گرفته شده است.



شکل (۲-۱): مدل پژوهش

۶-۲ خلاصه فصل

همانطور که مشاهده شد در این فصل از تحقیق حاضر، هر یک از متغیرهای مدل پژوهش به صورت مجزا و با تمام جزئیات، از جمله تاریخچه پیدایش، مفاهیم، تعاریف، و ابعاد، مورد بررسی قرار گرفته اند و اهمیت و ضرورت وجود هریک از آنها بیان شده است. علاوه براین، با توجه به موضوع پژوهش، ارتباط بین هر کدام از متغیرها به صورت دو به دو مورد بازبینی قرار گرفته و توضیحات لازم در این خصوص ارائه شده است. سپس به بیان پیشینه تحقیق و مبانی نظری پرداخته شده است. مبانی نظری مذکور به صورت دو بخش مجزا از پیشینه تحقیقات بین المللی و پیشینه تحقیقات داخلی تشکیل شده که از مطالعات کتابخانه ای گردآوری شده اند. در انتهای این فصل، مدلی برای تحقیق ارائه شده است که در فصول بعد به بررسی اهداف، سؤالات و فرضیات در مورد این مدل پرداخته خواهد شد.

فصل ۳

روش شناسی تحقیق

۳-۱ مقدمه

امروزه یکی از راه‌های متداول برای پاسخگویی به مشکلات موجود در جامعه بشری، تحقیق و پژوهش می‌باشد. به‌طور قطع برای اینکه پژوهشی بتواند در راستای یک مسئله خاص، به نتایج معتبر و پذیرفتنی دست یابد، نیازمند یک روش و ساختار تعریف شده می‌باشد. درواقع دستیابی به هدف‌های علمی یا شناخت علمی میسر نخواهد بود، مگر زمانی که با روش‌شناسی درست صورت پذیرد. به عبارت دیگر، پژوهش از حیث روش است که اعتبار می‌یابد نه موضوع پژوهش (خاکی، ۱۳۹۰).

روش پژوهش مجموعه‌ای از قواعد، ابزار و راه‌های معتبر (قابل اطمینان) و نظام‌یافته برای بررسی واقعیات، کشف مجهولات و دستیابی به راه‌حل مشکلات است (عزتی، ۱۳۹۵). این پژوهش هم به‌مانند سایر پژوهش‌ها، از یک چهارچوب و روش نظام‌مندی پیروی می‌کند.

در انجام هر پژوهش، توجه به روش پژوهش بسیار مهم است و این هدف پژوهش است که تعیین‌کننده روش مورد استفاده می‌باشد. با توجه به هدف این پژوهش، با استفاده از روش معادلات ساختاری، داده‌های کمی جمع‌آوری گردیده و سپس به تحلیل یافته‌های کمی پرداخته شده است.

لذا در این فصل پژوهشگر با ذکر جامعه آماری پژوهش، به معرفی روش نمونه‌گیری، حجم نمونه، ابزار گردآوری اطلاعات، طراحی و اجرای فرآیند پرداخته است. در مرحله بعد به تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از نرم افزار آموس (AMOS) پرداخته است.

۳-۲ روش پژوهش

با انتخاب روش پژوهش مناسب مشخص می‌شود برای یک موضوع خاص چه روشی لازم است تا محقق هرچه سریع‌تر و صحیح‌تر به اهدافی که از انجام پژوهش دارد، برسد.

۱-۲-۳ نوع پژوهش از نظر هدف:

از آنجا که این پژوهش به قصد کاربرد نتایج یافته‌هایش انجام می‌شود، از نظر هدف، کاربردی است. هدف این پژوهش، تأثیر رهبری خودفداساز بر هم‌افزایی فرهنگی بادر نظر گرفتن نقش واسطه‌ای سرمایه اجتماعی، سرمایه انگیزشی و گرایش به فاصله قدرت. عناصر کلیدی بر اساس مطالعه اکتشافی و مروری گسترده و عمدتاً توصیفی برآورد شده است و با یک روش پژوهش کیفی و پرسشنامه و با بررسی ادبیات پیشین انجام خواهد شد.

۲-۲-۳ نوع پژوهش از نظر گردآوری داده

در این پژوهش از نظر گردآوری داده در پژوهش، توصیفی _ همبستگی است. توصیفی است از این جهت که تصویری از وضعیت موجود ارائه می‌دهد و همبستگی است به این دلیل که به بررسی رابطه بین متغیرها در مدل مورد نظر می‌پردازد. پژوهش توصیفی خود به انواعی تقسیم می‌شود که از جمله آنها روش همبستگی است. پژوهش توصیفی از نوع همبستگی به مطالعه رابطه موجود بین متغیرها توجه دارد. در این نوع پژوهش ها اگر هدف پیش‌بینی متغیرهای وابسته بر اساس متغیرهای مستقل باشد، به متغیر وابسته، متغیر ملاک و به متغیر مستقل، متغیر پیش‌بین می‌گویند (سرمد و همکاران ۱۳۸۵)

۳-۲-۳ نوع پژوهش از نظر روش و تکنیک

پژوهش حاضر از آن جهت که تأثیر متغیر وابسته بر متغیر مستقل را با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای (میانجیگری) سرمایه اجتماعی و تعدیل‌گری فاصله قدرت بررسی می‌کند، از نوع همبستگی می‌باشد و مبتنی بر معادلات ساختاری است و بر حسب نحوه اجرا از نوع پیمایشی و از بعد ماهیت توصیفی-همبستگی می‌باشد. در نتیجه در پژوهش حاضر به کمک بعضی روش‌های آماری، رفتار متغیر وابسته را با آگاهی از مشخصات متغیر مستقل پیش‌بینی می‌کنیم.

۳-۳ جامعه آماری

مشخص کردن جامعه آماری یکی از ضروریات و اصول هر پژوهش به شمار می آید. کلیه افراد و اشیائی که دارای حداقل یک صفت مشترک باشند، تشکیل جامعه آماری را می دهند (دانایی، فرد، حسن،، الوانی، مهدی، و آذر، عادل، ۱۳۸۶).

اولین گام برای جمع آوری داده ها و اطلاعات پژوهش شناخت و تعیین کردن جامعه آماری می باشد. مجموعه واحدهایی که حداقل در یک صفت مشترک باشند یک جامعه آماری را مشخص می سازند و معمولاً آن را با N نمایش می دهند (خاکی، ۱۳۹۰). جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان پارک علم و فناوری شهرستان شاهرود می باشد.

۴-۳ حجم نمونه

نمونه گیری، فرایند انتخاب نمونه های از یک جامعه به منظور استفاده از اطلاعات آن نمونه، برای برآورد کمیت مشخصی از جامعه می باشد؛ به طوری که با مطالعه گروه نمونه و فهمیدن خصوصیات و ویژگی های آن، خواهیم توانست این خصوصیات و ویژگی ها را به جامعه آماری نیز تعمیم دهیم (سکاران، صائبی و شیرازی، ۱۳۸۶).

حجم نمونه باید به اندازه ای باشد که نتایج حاصل مطالعه در جامعه ای که نمونه از آن انتخاب شده است برابر باشد. برای اینکه بتوان نتایج به دست آمده از نمونه را به جامعه تعمیم داد، باید دو شرط زیر وجود داشته باشد:

اول. اندازه و حجم نمونه بر اساس منطق و فرمول های آماری به دست آید.

دوم. روش انتخاب افراد نمونه از بین افراد جامعه، با رعایت موازین علمی باشد.

لذا در این پژوهش از روش نمونه گیری خوشه ای استفاده شده است. در صورتی که فهرست کامل افراد جامعه مورد مطالعه در دسترس نباشد می توان افراد جامعه را در دسته هایی خوشه بندی کرد. سپس از میان خوشه ها به تصادف نمونه گیری به عمل آورده و تمام حجم خوشه را سرشماری می کنیم. برای این منظور فهرستی از این خوشه ها تهیه می شود و از آن به عنوان چارچوب نمونه گیری استفاده می شود.

برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان بر پایه اندازه جامعه استفاده شد بر اساس جدول مورگان از جامعه آماری با ۸۷۵ عضو، حداکثر حجم نمونه شامل ۳۲۴ عضو خواهد شد.

۵-۳ روش و ابزار جمع آوری داده ها

پرسشنامه و مقیاس های بررسی، احتمالاً پرکاربردترین ابزارهای پژوهش در علوم اجتماعی هستند. هزینه پایین، عدم نیاز به منابع زیاد و قابلیت های بالقوه زیاد برای جمع آوری نمونه، آن را به عنوان یک ابزار پژوهشی مؤثر و جذاب برای محققان و متخصصان تبدیل کرده است (صالحی صدقیانی، جمشید، و ابراهیمی، ایرج، ۱۳۷۸).

۱-۵-۳ مطالعات کتابخانه ای

جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات پژوهش موضوع، از منابع کتابخانه ای، مقالات، کتابهای مورد نیاز و نیز از شبکه جهانی اطلاعات استفاده شده است.

۲-۵-۳ مطالعات میدانی

به منظور جمع آوری داده ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه این پژوهش دارای دو بخش بوده که بخش اول مربوط به سؤالات عمومی و جمعیت شناختی بوده که درباره وضعیت جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه خدمت پاسخ دهندگان می باشد. و بخش دوم سؤالات در این پژوهش جهت جمع آوری اطلاعات از پنج پرسشنامه به شرح ذیل است:

پرسشنامه سرمایه اجتماعی: برای سنجش سرمایه اجتماعی از پرسشنامه ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) استفاده می شود که دارای سه بعد و بیست و هشت سؤال می باشد.

پرسشنامه سرمایه انگیزشی: برای سنجش این متغیر پرسشنامه استاندارد موجود نبود و پرسشنامه جدیدی توسط اساتید طراحی شد که دارای ۲ بعد انگیزه های درونی و انگیزه های بیرونی و دارای ۲۸ سوال

می باشد. روایی پرسشنامه با استفاده از توزیع دو پرسشنامه تحت دو عنوان در بین ۳۰ نفر پاسخگویی شد. و برای پایایی آن از آلفای کرونباخ استفاده شده است.

پرسشنامه فاصله قدرت : پرسشنامه فاصله قدرت از پرسشنامه محقق ساخته فاصله قدرت استفاده شد که سوالات آن با استفاده و اقتباس از پرسشنامه فرهنگ هافستد (۱۹۸۰) و با برداشت از مقالات و کتاب های موجود در زمینه قدرت جمع آوری شدند از ۲۷ سوال و ۷ بعد سلسله مراتب، پاداش ، جوسازمانی ، تصمیم گیری ، ارتباط ، یادگیری سازمانی و مدیریت تشکیل شده است که به منظور اندازه گیری و تعیین نمره فاصله قدرت مدیران بکار می رود (علی کاظمی ۱۳۹۰).

پرسشنامه رهبری خود فدا ساز : برای سنجش این متغیر پرسشنامه استاندارد موجود نبود و پرسشنامه جدیدی توسط اساتید طراحی شد که دارای ۲ بعد نگرشی و بعد رفتاری می باشد. روایی پرسشنامه با استفاده از توزیع دو پرسشنامه تحت دو عنوان در بین ۳۰ نفر پاسخگویی شد. و برای پایایی آن از آلفای کرونباخ استفاده شده است.

پرسشنامه هم افزایی فرهنگی : برای سنجش این متغیر از پرسشنامه محقق ساخته در قالب هشت مؤلفه در چهار بُعد اساسی طراحی شده است. ابعاد و مؤلفه های ارائه شده در مدل هم افزایی فرهنگی در ایران به صورت اکتشافی و براساس مطالعات انجام شده، ارائه گردیده است. (مرادی و همکاران، ۱۳۹۴) الگوی پاسخ دهی به پرسش ها از نوع مقیاس پنج درجهای لیکرت است. اگر آزمودنی گزینه کاملاً مخالفم را انتخاب کند، نمره ۱ به وی تعلق میگیرد، با گزینه مخالفم، نمره ۲ با گزینه بدون نظر، نمره ۳ و با گزینه موافقم، نمره ۴ و با گزینه کاملاً موافقم نمره ۵ به وی داده میشود که جدول زیر این طیف را نشان می دهد :

جدول (۱-۳) : طیف پرسشنامه پژوهش

گزینه ها	کاملاً مخالفم	مخالفم	بی نظر	موافقم	کاملاً موافقم
امتیاز	۵	۴	۳	۲	۱

۳-۶ روایی و پایایی ابزار پژوهش

نظر به اینکه داده های پژوهش مستقیماً با استفاده از ابزار گردآوری داده ها از منابع دست اول توسط پژوهشگر استخراج شده و مکرر با منابع اصلی مقایسه شده و خطاهای تحریری آنها برطرف گردیده است، بنابراین داده ها و ابزارهای گردآوری آن از دقت، اعتبار و پایایی مناسبی برخوردار است. اما جهت اطمینان به بررسی مجدد روایی و پایایی ابزار پژوهش می پردازیم.

۱-۳-۶ روایی^۱

روایی بیانگر این موضوع است که آیا ابزار پژوهش قادر به سنجش و اندازه گیری متغیر یا سازه ای که برای آن ساخته شده است، می باشد یا خیر؟ در واقع روایی با این مسئله سرو کار دارد که یک ابزار اندازه گیری تا چه حد چیزی را اندازه می گیرد که ما فکر میکنیم. بنابراین روایی یا اعتبار، میزان انطباق بین تعریف مفهومی متغیر با تعریف عملیاتی آن است (حبیب پور و صفری، ۱۳۸۸) روایی محتوایی به این مطلب اشاره دارد که سوالات مورد استفاده در یک آزمون تا چه حد معرف کل سوالات ممکن هستند، که میتوان از محتوا یا موضوع مورد نظر تهیه کرد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۲). در واقع روایی محتوایی بدین معنی است که مولفه های ابزار، محتوای مورد سنجش را بسنجد (کرسول، ۱۳۹۱). در واقع پرسشنامه این پژوهش از پنج پرسشنامه استاندارد تهیه شده است که در پژوهش های پیشین مورد بررسی قرار گرفته است. اما جهت اطمینان پرسشنامه مذکور به رویت اساتید محترم راهنما و مشاور رسیده که ایشان روایی پرسشنامه را تایید نمودند. همچنین پرسشنامه ها به ۳۰ نفر از آزمودنی ها که به طور تصادفی از بین نمونه مورد پژوهش مورد مطالعه انتخاب شده بودند جهت نظر سنجی داده شد و آنان نیز سوالات را مناسب ارزیابی نمودند (سعی بر این بوده تا پاسخ ها با دقت فراوان و در مدت زمان کافی به سوالات پرسشنامه داده شود).

۲-۶-۳ پایایی

مقصود از پایایی آن است که اگر ابزار اندازه گیری را در یک فاصله زمانی کوتاه چندین بار و به گروه واحدی افراد بدهیم نتایج حاصل نزدیک به هم باشد. برای اندازه گیری پایایی از شاخصی به نام «ضریب پایایی» استفاده می شود و اندازه آن معمولاً بین صفر تا یک تعیین می شود. یک آزمون باید پایا باشد تا بتواند روا باشد و رابطه معکوس بین این دو ضروری نیست (خاکی، ۱۳۷۸). ضریب آلفای کرونباخ نوعی ضریب پایایی است که نشان می دهد چگونه آیتم ها در یک مجموعه، به نحو مناسب به یکدیگر گره خورده اند. آلفای کرونباخ برای سنجش میزان سازگاری درونی گویه های یک شاخص بکار می رود (حبیب پور و صفری، ۱۳۸۸). ضریب آلفای کرونباخ در قالب میانگین همبستگی های درونی میان آیتم های اندازه گیری کننده مفهوم، محاسبه می شود. پایایی کمتر از $0/6$ نوعاً ضعیف تلقی می شوند، و پایایی های $0/7$ قابل قبول و بالاتر از $0/8$ خوب قلمداد می شوند. اگر آلفای کرونباخ به 1 نزدیکتر باشد، پایایی سازگاری درونی بیشتر است (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۶). به این منظور تعداد ۳۰ عدد پرسشنامه در جامعه آماری توزیع و میزان پایایی پرسشنامه این پژوهش به وسیله نرم افزار Spss و از روش آلفای کرونباخ محاسبه شد. در این روش با توجه به فرمول زیر پایایی پرسشنامه محاسبه می گردد. در این فرمول α برآورد اعتبار آزمون، J تعداد سوال های آزمون، S_j^2 واریانس زیر مجموعه j ام و S^2 واریانس است. بدیهی است هر قدر شاخص آلفای کرونباخ به 1 نزدیکتر باشد، همبستگی درونی بین سؤالات بیشتر و در نتیجه پرسش ها همگن تر خواهند بود. با توجه به ضرایب آلفای کرونباخ به دست آمده برای پرسشنامه های پژوهش میتوان پذیرفت که پایایی آنها در حد مطلوبی قرار دارد.

۷-۳ روش تجزیه و تحلیل داده ها

روشهای آماری مورد استفاده در این پژوهش را میتوان به دو دسته روشهای آماری استنباطی و روش های

آمار توصیفی تقسیم کرد :

۱-۷-۳ آمار توصیفی

جهت توصیف ویژگی های عمومی پاسخ دهندگان از شاخص های آمار توصیفی استفاده میشود . در پژوهش حاضر فراوانی پاسخ دهندگان براساس جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه کاری مورد بررسی قرار گرفته میگردد و نمودارهای مربوط ترسیم شده می شود. همچنین تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش براساس پارامترهای مرکزی (میانگین، میانه، مد) و پارامترهای پراکندگی (انحراف معیار، واریانس و دامنه تغییرات) برای عامل های اصلی ارائه شده می شود.

۲-۷-۳: آمار استنباطی (معادلات ساختاری)

در مطالعات حوزه علوم انسانی و اجتماعی، تجزیه و تحلیل داده های پژوهش طبق فرایندی با قالب کلی مشخص و یکسان صورت می پذیرد که مرتبط با آن روش های تحلیل آماری متعددی تابه حال معرفی شده است. در این میان، مدل سازی معادلات ساختاری که در اواخر دهه شصت میلادی معرفی شد، ابزاری در دست محققین جهت بررسی ارتباطات میان چندین متغیر در یک مدل فراهم می ساخت. قدرت این تکنیک در توسعه نظریه ها باعث کاربرد وسیع آن در علوم مختلف از قبیل بازاریابی، مدیریت منابع انسانی، مدیریت استراتژیک و سیستم های اطلاعاتی شده است. یکی از مهم ترین دلایل استفاده زیاد پژوهشگران از SEM، قابلیت آزمودن تئوری ها در قالب معادلات میان متغیرهاست. دلیل دیگر لحاظ نمودن خطای اندازه گیری توسط این روش است که به محقق اجازه می دهد تا تجزیه و تحلیل داده های خود را با احتساب خطای اندازه گیری گزارش دهد. مدل های مرسوم در مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) در واقع متشکل از دو بخش هستند.

مدل اندازه گیری که چگونگی توضیح و تبیین متغیرهای پنهان توسط متغیرهای آشکار (سؤالات) مربوطه را بررسی می نماید و مدل ساختاری که نشان می دهد چگونه متغیرهای پنهان در پیوند با یکدیگر قرار گرفته اند. استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری مزایای زیادی دارد که پنج عدد از مهم ترین آن ها عبارتند از:

الف) تخمین روابط چندگانه

ب) قابلیت سنجش متغیرهای پنهان (مفاهیم مشاهده نشده)

ج) محاسبه خطای اندازه‌گیری

د) قابلیت بررسی تأثیر هم خطی

ه) آزمون روابط جعلی و غیرواقعی (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

تجزیه و تحلیل داده‌ها فرایند چند مرحله‌ای است که طی آن داده‌هایی که از طریق به‌کارگیری ابزارهای جمع‌آوری، در نمونه آماری فراهم آمده‌اند، خلاصه، کد بندی، دسته‌بندی و در نهایت پردازش می‌شوند تا زمینه برقراری انواع تحلیل‌ها و ارتباط‌ها بین این داده‌ها، به‌منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش فراهم آید. در این فرایند داده‌ها هم از لحاظ مفهومی و هم از جنبه تجربی پالایش می‌شوند و تکنیک‌های گوناگون آماری نقش بسزایی در استنتاج‌ها و تعمیم‌ها به عهده دارند (خاکی، ۱۳۹۰). سپس برای آزمون فرضیه‌ها و بررسی روابط علی متغیرهای موجود در پژوهش، از روش تحلیل مسیر و تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود.

مدل یابی معادلات ساختاری یک تکنیک تحلیل چند متغیری بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چند متغیری می‌باشد. به بیان دقیق‌تر بسط مدل خطی کلی است که به پژوهش‌گر اجازه می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به صورت هم‌زمان مورد آزمون قرار دهند. مدل یابی معادلات ساختاری یک رویکرد جامع برای آزمون فرضیه‌هایی درباره روابط متغیرهای مشاهده‌شده و مکنون است که گاه تحلیل ساختاری کوواریانس نامیده می‌شود. اما اصطلاح غالب در این روزها، مدل یابی معادلات ساختاری یا به گونه خلاصه SEM است (هومن، ۱۳۹۵).

مدل معادلات ساختاری یک ساختار علی خاص بین مجموعه‌ای از سازه‌های غیرقابل مشاهده است. یک مدل معادلات ساختاری از دو مؤلفه تشکیل شده است: یک مدل ساختاری که ساختار علی بین متغیرهای پنهان را مشخص می‌کند و یک مدل اندازه‌گیری که روابطی بین متغیرهای پنهان و متغیرهای مشاهده‌شده را تعریف

4 Causal relationships

5 Regression

6 Covariance

می‌کند.

۳-۸ تحلیل معادلات ساختاری

مدل سازی معادله ساختاری را می‌توان به عنوان روشی کمی تلقی کرد که به محقق یاری می‌رساند تا پژوهش خود را از مطالعات نظری و تدوین آن‌ها گرفته تا تحلیل داده‌های تجربی، در قالبی چند متغیره سامان بخشد. این روش محقق را به پیچیدگی‌های زندگی اجتماعی (تأثیرگذاری مجموعه‌ای از متغیرها بر یکدیگر به‌طور یک‌سویه و دوسویه، مستقیم و غیرمستقیم) و همچنین پیچیدگی‌های موجود در اندازه‌گیری سازه‌های پنهان فرهنگی و اجتماعی نزدیک کرده و بنابراین تحلیل کمی از پدیده‌های کیفی را به لحاظ روش‌شناختی، دقیق‌تر و به لحاظ کاربردی واقع بینانه‌تر می‌سازد.

۳-۹ معادلات ساختاری

برای تحلیل فرضیه‌ها به‌طور مشخص از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده خواهد شد. مدل معادلات ساختاری یک تکنیک تحلیل چند متغیری توانمند از خانواده رگرسیون چند متغیری است که به پژوهشگر امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به گونه‌ای همزمان مورد آزمون قرار دهد. تکنیک معادلات ساختاری آمیزه دو تحلیل است:

➤ تحلیل عاملی تأییدی

➤ تحلیل مسیر _ تعمیم تحلیل رگرسیون

منظور از اندازه‌گیری، سنجش روابط بین متغیرهای مشاهده شده (گویه‌های پرسشنامه) و متغیرهای مکنون (شاخص‌های اصلی) توسط سازه‌های متغیرهای مکنون (عوامل استخراج شده) است. به بیان دیگر این مدل

مشخص میکند که متغیرهای مکنون چگونه با متغیرهای قابل مشاهده مرتبطانند و از طریق آنها سنجیده می شوند و هریک از شاخصها تا چه حد متضمن مفهوم ابعاد متغیر مکنون هستند.

۱-۹-۳ تحلیل عاملی

تحلیل عامل تأییدی صورت خواهد گرفت تا مشخص شود که آیا داده ها با یک ساختار عاملی معین (که در فرضیه آمده) هماهنگ هستند یا خیر.

تحلیل عاملی تأییدی ارتباط گویه ها (سوالات پرسشنامه) را با سازه ها مورد بررسی قرار می دهد. در واقع تا ثابت نشود سوالات پرسشنامه، متغیرهای پنهان را به خوبی اندازه گیری کرده اند، نمی توان فرضیه های پژوهش را مبتنی بر داده های پرسشنامه مورد استفاده قرار داد. بنابراین جهت اثبات اینکه داده ها درست اندازه گیری شده اند از تحلیل عاملی تأییدی استفاده می شود. قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده به وسیله بار باشد رابطه ضعیف / عاملی نشان داده میشود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از $0/2$ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می شود. بار عاملی بین $0/2$ تا $0/6$ قابل قبول است و اگر بزرگتر از $0/6$ باشد خیلی مطلوب است. حداقل بار عاملی قابل قبول در برخی منابع و مراجع $0/2$ نیز ذکر شده است اما معیار اصلی برای قضاوت آمار t میباشد. چنانچه آماره آزمون یعنی آماره t بزرگتر از مقدار بحرانی t یعنی $1/96$ باشد در اینصورت بار عاملی مشاهده شده معنادار است. (برای نمونه رجوع کنید به آمار کاربردی مدیریت، عادل آذر و منصور مومنی، جلد دوم.)

۲-۹-۳ تحلیل مسیر

تحلیل مسیر یا روش آماری کاربرد ضرایب بتای استاندارد رگرسیون چند متغیری در مدل های ساختاری است. هدف تحلیل مسیر به دست آوردن برآوردهای کمی روابط علی (همکنشی یک جانبه یا کواریتیه) بین مجموعه ای از متغیرهاست. ساختن یک مدل علی لزوماً به معنای وجود روابط علی در بین متغیرهای مدل نیست بلکه این علیت بر اساس مفروضات همبستگی و نظر و پیشینه پژوهش استوار است.

تحلیل مسیر بیان می کند که کدام مسیر مهم تر و یا معنادارتر است. ضرایب مسیر براساس ضریب استاندارد شده رگرسیون محاسبه می شوند. یک متغیر به صورت تابعی از دیگر متغیرها فرض می شود و مدل رگرسیونی آن ترسیم می گردد. برای به دست آوردن برآوردهای ضرایب اصلی مسیر کافی است هر متغیر وابسته (درونا) به متغیرهایی که مستقیماً تحت تأثیر آن است بازگشت داده شود. به بیان دیگر برای برآوردهای هر یک از مسیرهای مشخص شده، ضرایب استاندارد شده رگرسیون (یا ضرایب مسیر) محاسبه می شود. این ضرایب از طریق برقراری معادله های ساختاری یعنی معادله هایی که ساختار روابط مفروض در یک مدل را مشخص می سازد به دست می آیند.

تحلیل مسیر صرفاً بر روی متغیرهای مشاهده شده^۱ قابل انجام است. در صورت نیاز با فرض وجود متغیرهای مکنون میتوان از طریق دستور^۲ متغیرهای مشاهده شده را میانگین گرفت و در قالب یک متغیر مشاهده شده بیان کرد.

۱۰-۳ گام های انجام پژوهش با تکنیک مدل یابی معادلات ساختاری

۱. شناسایی متغیرهای اصلی پژوهش
۲. تهیه پرسشنامه برای سنجش متغیرها: تعیین گویه های سنجش هر متغیر اصلی
۳. تدوین فرضیه های پژوهش: تعیین روابط میان متغیرهای اصلی مدل
۴. طراحی مدل مفهومی بر اساس فرضیه های پژوهش
۵. توزیع پرسشنامه ها و گردآوری داده ها
۶. طراحی مدل ساختاری و اجرای مدل

^۱variable observed
^۲latent variable
^۳compute

۳-۱۱ خلاصه فصل

در این تحقیق برای دستیابی به پاسخ پرسش اصلی و بر مبنای اطلاعات در دسترس و به منظور تجزیه و تحلیل این اطلاعات به سراغ تکنیک آماری رفته و به بررسی موضوع پرداخته و روشی معرفی شد که تحت آن گام در راه تجزیه و تحلیل مطالب قرار خواهد گرفت. در این فصل از گزارش تحقیق به بررسی ویژگی های روش شناختی تحقیق پرداخته شد و اطلاعاتی را در زمینه روش انجام تحقیق، جامعه آماری، حجم نمونه، شیوه نمونه گیری، ابزار گردآوری اطلاعات، تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق، اعتبار و قابلیت اعتماد سؤالات و همچنین روش های آماری تجزیه و تحلیل اطلاعات بیان شد. در همین راستا در فصل آینده به تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده پرداخته خواهد شد و با استفاده از تکنیک های آماری توصیفی و استنباطی نتایج مورد ارزیابی قرار می گیرد. سپس با استفاده از نرم افزار مناسب آزمون فرضیه های تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار میگیرد. پس از آن روابط میان متغیرها و فرضیه های تحقیق نیز با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری بررسی خواهد شد.

فصل چهارم

تحلیل داده‌ها

۴-۱ مقدمه:

تجزیه و تحلیل داده ها فرایندی چند مرحله ای است که طی آن داده هایی که به طرق مختلف جمع آوری شده اند، خلاصه، دسته بندی و در نهایت پردازش می شوند تا زمینه برقراری انواع تحلیل و ارتباط بین داده ها به منظور آزمون فرضیه ها فراهم آید. در این فرآیند داده ها هم از لحاظ مفهومی و هم از جنبه تجربی پالایش می شوند و تکنیکهای گوناگونی آماری نقش بسزایی در استنتاج و تعمیم به عهده دارند. بنابر این بر اساس مطالب بیان شده در فصول قبل و همچنین فرضیه های مطرح شده، در این فصل در این فصل با توجه به فرضیه های ارائه شده و روش آماری به کار گرفته شده، یافته های تحقیق در قالب جداول ارائه می شود.

۴-۱ پایایی پرسشنامه

در این قسمت پایایی پرسشنامه ها مورد بررسی قرار گرفته است. جدول ۴-۱ پایایی پرسشنامه ها را نشان می دهد.

جدول ۴-۱: پایایی سوالات پرسشنامه

هم افزایی فرهنگی	فاصله قدرت	سرمایه انگیزشی	سرمایه اجتماعی	رهبری خودفداساز	
۰,۷۱	۰,۷۸	۰,۷۲	۰,۷۴	۰,۷۱	آلفای کرونباخ
۶۹	۲۷	۲۸	۲۰	۴۱	تعداد سوالات

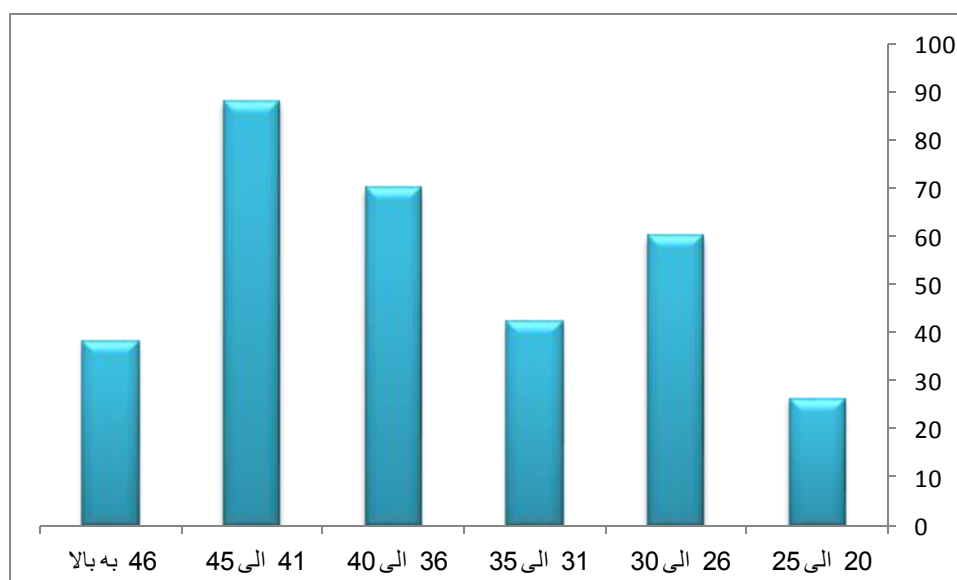
۳-۴ بررسی مشخصات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

۱-۳-۴ سن

در جدول ۲-۴ وضعیت سنی پاسخ دهندگان به پرسشنامه نشان داده شده است. مشاهده می گردد که گروه سنی ۴۱ الی ۴۵ سال بیشترین فراوانی (۲۷٪) و گروه سنی ۲۰ الی ۲۵ سال کمترین فراوانی (۸٪) را دارد.

جدول ۲-۴ وضعیت سن پاسخ دهندگان

گروه سنی	۲۰ الی ۲۵	۲۶ الی ۳۰	۳۱ الی ۳۵	۳۶ الی ۴۰	۴۱ الی ۴۵	۴۶ به بالا	جمع کل
فراوانی	۲۶	۶۰	۴۲	۷۰	۸۸	۳۸	۳۲۴
درصد فراوانی	۸٪	۱۹٪	۱۳٪	۲۲٪	۲۷٪	۱۲٪	۱۰۰٪



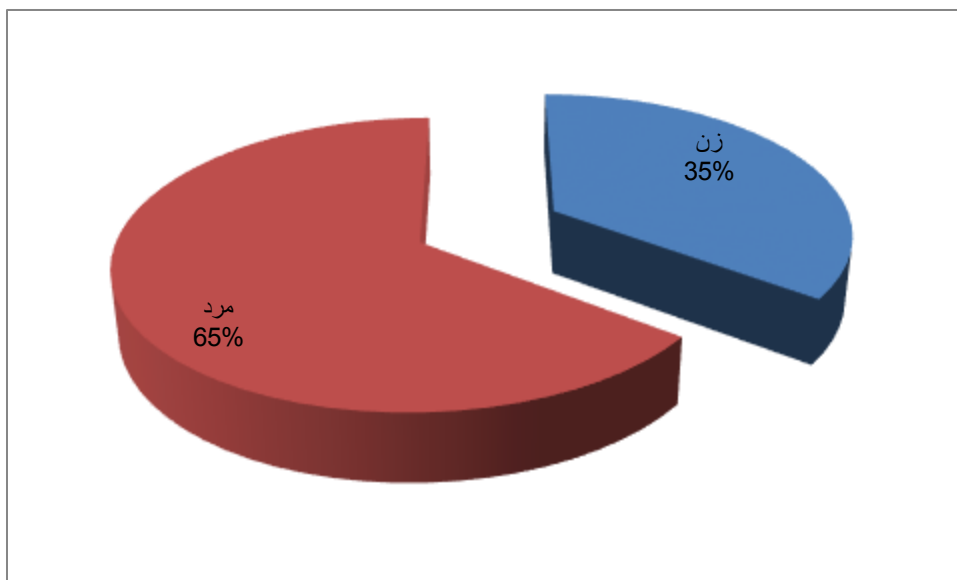
نمودار ۱-۴ وضعیت سن پاسخ دهندگان

۲-۳-۴ جنسیت

در جدول ۴-۳، وضعیت جنسیت پاسخ دهندگان آورده شده است.

جدول ۴-۳ وضعیت جنسیت پاسخ دهندگان

جنسیت	زن	مرد
فراوانی	۱۱۴	۲۱۰
درصد فراوانی	۳۵٪	۶۵٪



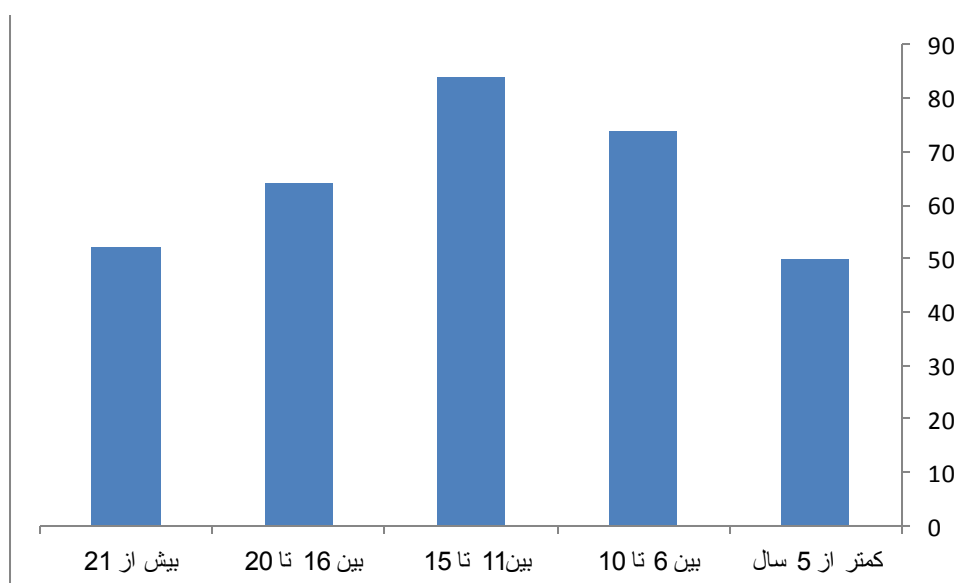
نمودار ۴-۲. وضعیت جنسیت پاسخ دهندگان

۴-۲-۳. سنوات خدمت

در جدول و نمودار ۴-۴، سنوات خدمت پاسخ دهندگان آورده شده است.

جدول ۴-۴. وضعیت سنوات خدمتی پاسخ دهندگان

سنوات خدمت	کمتر از ۵ سال	بین ۶ تا ۱۰	بین ۱۱ تا ۱۵	بین ۱۶ تا ۲۰	بیش از ۲۱
فراوانی	۵۰	۷۴	۸۴	۶۴	۵۲
درصد فراوانی	۱۵٪	۲۳٪	۲۶٪	۲۰٪	۱۶٪



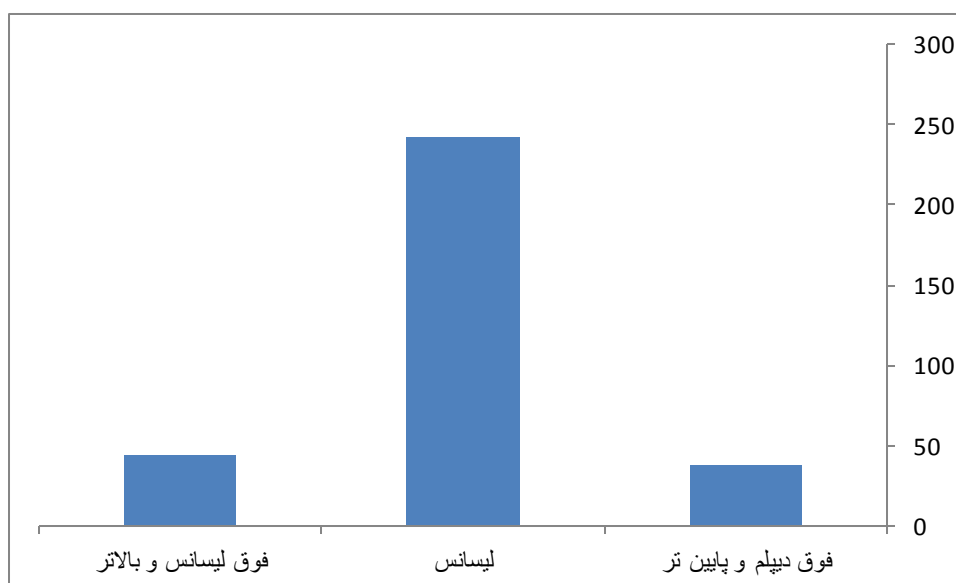
نمودار (۴-۳) وضعیت سنوات خدمت پاسخ دهندگان

۴-۳-۴ سطح تحصیلات

در جدول (۴-۵) وضعیت سطح تحصیلی پاسخ دهندگان آورده شده است.

جدول (۴-۵) وضعیت سطح تحصیلات پاسخ دهندگان

سطح تحصیلات	فوق دیپلم و پایین تر	لیسانس	فوق لیسانس و بالاتر
مقدار فراوانی	۳۸	۲۴۲	۴۴
درصد فراوانی	۱۲٪	۷۵٪	۱۴٪



نمودار (۴-۴) وضعیت سطح تحصیلات پاسخ دهندگان

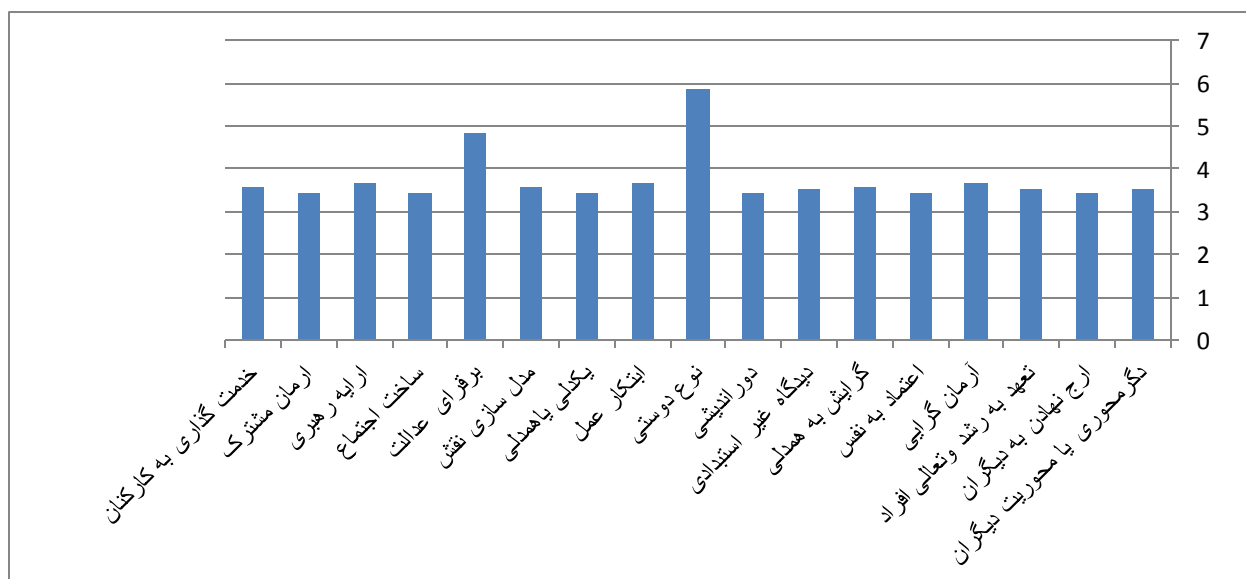
۴-۴ آمار توصیفی

پرسشنامه رهبری خود فدا ساز

در جدول ۴-۶ میانگین، واریانس و انحراف معیار ابعاد پرسشنامه رهبری خود فدا ساز آمده است.

جدول (۴-۶) آمار توصیفی پرسشنامه رهبری خود فدا ساز

تعداد نمونه	واریانس	انحراف معیار	میانگین		
۳۲۴	۰.۶۴	۰.۸۰	۳.۵۴	دگرمحوری یا محوریت دیگران	نگرش
۳۲۴	۰.۸۲	۰.۹۱	۳.۴۵	ارج نهادن به دیگران	
۳۲۴	۰.۷۴	۰.۸۶	۳.۵۵	تعهد به رشد و تعالی افراد	
۳۲۴	۰.۸۳	۰.۹۱	۳.۶۸	آرمان گرایی	
۳۲۴	۰.۷۲	۰.۸۵	۳.۴۶	اعتماد به نفس	
۳۲۴	۰.۶۳	۰.۷۹	۳.۵۶	گرایش به همدلی	
۳۲۴	۰.۶۴	۰.۸۰	۳.۵۴	دیدگاه غیر استبدادی	
۳۲۴	۰.۸۲	۰.۹۱	۳.۴۵	دوراندیشی	
۳۲۴	۰.۷۴	۰.۸۶	۵.۸۷	نوع دوستی	رفتاری
۳۲۴	۰.۸۳	۰.۹۱	۳.۶۸	ابتکار عمل	
۳۲۴	۰.۷۲	۰.۸۵	۳.۴۶	یکدلی یا همدلی	
۳۲۴	۰.۶۳	۰.۷۹	۳.۵۶	مدل سازی نقش	
۳۲۴	۰.۶۴	۰.۸۰	۴.۸۶	برقرای عدالت	
۳۲۴	۰.۸۲	۰.۹۱	۳.۴۵	ساخت اجتماع	
۳۲۴	۰.۸۳	۰.۹۱	۳.۶۸	ارایه رهبری	
۳۲۴	۰.۷۲	۰.۸۵	۳.۴۶	ارمان مشترک	
۳۲۴	۰.۶۳	۰.۷۹	۳.۵۶	خدمت گذاری به کارکنان	



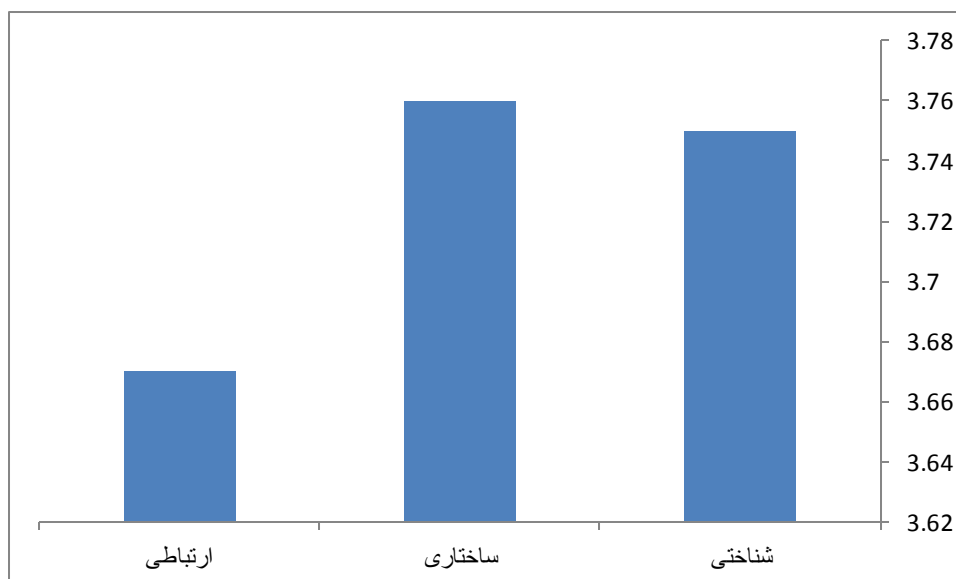
نمودار (۴-۵) توصیف ابعاد پرسشنامه رهبری خودفداساز

پرسشنامه سرمایه اجتماعی

در جدول ۴-۷ میانگین، واریانس و انحراف معیار ابعاد پرسشنامه سرمایه اجتماعی آمده است.

جدول (۴-۷) آمار توصیفی پرسشنامه سرمایه اجتماعی

میانگین	انحراف معیار	واریانس	تعداد نمونه
۳.۷۵	۰.۷۹	۰.۶۲	۳۲۴
۳.۷۶	۰.۹۱	۰.۸۳	۳۲۴
۳.۶۷	۰.۸۳	۰.۶۸	۳۲۴



نمودار (۴-۶) توصیف ابعاد پرسشنامه سرمایه اجتماعی

پرسشنامه سرمایه انگیزشی

در جدول ۴-۸ میانگین، واریانس و انحراف معیار ابعاد پرسشنامه سرمایه انگیزشی آمده است.

جدول (۴-۸) آمار توصیفی پرسشنامه سرمایه انگیزشی

ابعاد	میانگین	انحراف معیار	واریانس	تعداد نمونه
درونی	۳.۵۴۰۱	۰.۷۹۸۲۹	۰.۶۳۷	۳۲۴
بیرونی	۳.۵۳	۰.۷۸۶۵	۰.۶۲۶	۳۲۴

فاصله قدرت

در جدول ۴-۹ میانگین، واریانس و انحراف معیار ابعاد پرسشنامه قدرت آمده است.

جدول (۹-۴) آمار توصیفی پرسشنامه فاصله قدرت

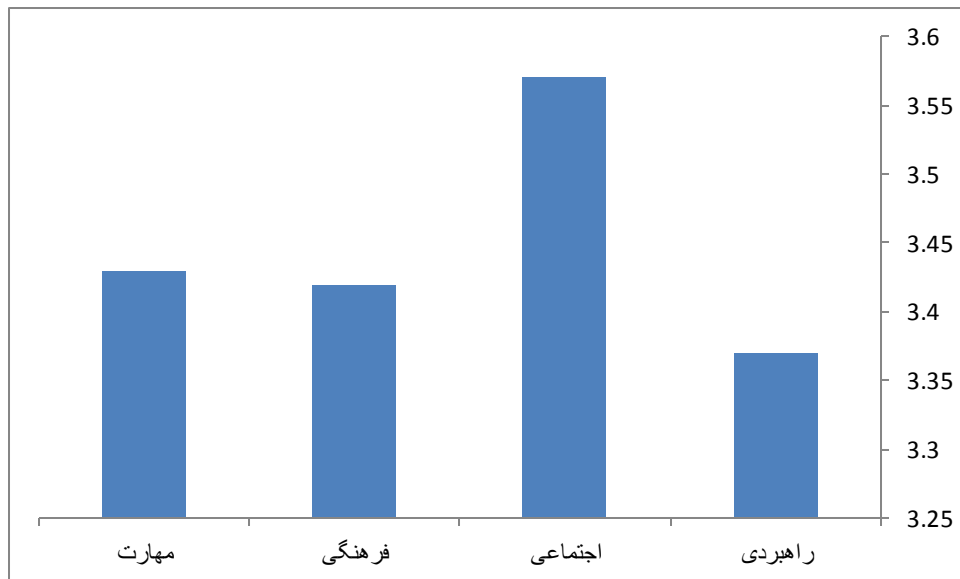
تعداد نمونه	واریانس	انحراف معیار	میانگین	
۳۲۴	۰.۵۳	۰.۷۳	۳.۷۶	سلسله مراتب
۳۲۴	۰.۹۸	۰.۹۹	۳.۹۲	پاداش
۳۲۴	۰.۷۴	۰.۸۶	۳.۵۴	جو سازمانی
۳۲۴	۰.۹۴	۰.۹۷	۴.۱۵	تصمیم گیری
۳۲۴	۰.۷۰	۰.۸۳	۳.۹۴	ارتباط
۳۲۴	۰.۵۶	۰.۷۵	۳.۶۵	یادگیری سازمانی
۳۲۴	۰.۵۳	۰.۷۳	۳.۶۴	مدیریت

هم افزایی فرهنگی

در جدول ۱۰-۴ میانگین، واریانس و انحراف معیار ابعاد پرسشنامه سرمایه هم افزایی فرهنگی آمده است.

جدول (۱۰-۴) آمار توصیفی پرسشنامه هم افزایی فرهنگی

تعداد نمونه	واریانس	انحراف معیار	میانگین	
۳۲۴	0.53	0.73	۳.۳۷	راهبردی
۳۲۴	0.98	0.99	۳.۵۷	اجتماعی
۳۲۴	0.74	0.86	۳.۴۲	فرهنگی
۳۲۴	0.94	0.97	۳.۴۳	مهارتی



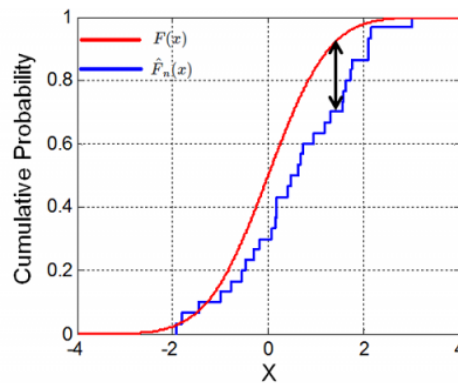
نمودار (۷-۴) توصیف ابعاد

۵-۴ آزمون تعیین نرمال بودن داده ها

از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف جهت تعیین نرمال (یا غیرنرمال بودن) داده های مدل استفاده می شود. آماره کولموگروف-اسمیرنوف به صورت زیر تعریف می شود.

$$D_n = \sup_x |F_n(x) - F(x)| \quad D_n = \sup_x |F^n(x) - F(x)|$$

منظور از $\sup_x$ پیدا کردن کوچکترین کران بالا برای فاصله بین دو توزیع تجربی و توزیع واقعی روی همه مقادیرها است. می توان نشان داد که اگر مشاهدات از توزیع $F(x)$ باشند، مقدار D_n با افزایش مقدار n به سمت صفر میل می کند.



در آزمون کولموگروف-اسمیرنف فرض صفر و فرض مقابل به صورت زیر نوشته می شود:

H_0 : توزیع تجربی با توزیع اصلی یکسان است

H_1 : توزیع تجربی با توزیع اصلی یکسان نیست

به این ترتیب برای تعیین ناحیه بحرانی از چندک α ام بالایی توزیع کولموگروف ($K\alpha$) استفاده کرده و اگر آماره آزمون یعنی $\sqrt{n}D_n$ بزرگتر $K\alpha$ باشد، فرض صفر (یعنی یکسان بودن توزیع تجربی با توزیع واقعی) را رد می کنیم.

$$\sqrt{n}D_n > K\alpha, \text{Reject } H_0, \Pr(K \leq K\alpha) = 1 - \alpha \quad \sqrt{n}D_n > K\alpha, \text{Reject } H_0, \Pr(K \leq K\alpha) = 1 - \alpha$$

نتایج این آزمون در جدول ۴-۱۰ آمده است. همانطور که مشاهده می شود مقدار sig در تمام مؤلفه های تحقیق بیشتر از ۵ درصد است، در نتیجه فرضیه H_1 پذیرفته می شود و فرض نرمال نبودن بودن توزیع رد می شود و در ادامه از آزمونهای پارامتریک استفاده می شود.

فرض صفر: توزیع داده ها نرمال می باشد.

فرض یک: توزیع داده ها نرمال نمی باشد.

با توجه به اینکه در هر پنج متغیر ناحیه معنی داری بیش از ۵٪ می باشد فرض صفر رد نمی گردد یعنی توزیع داده ها نرمال می باشد.

جدول (۱۱-۴) نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

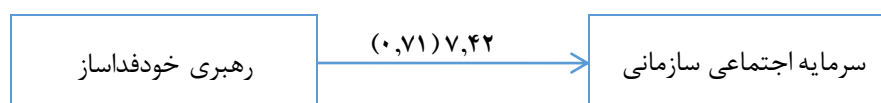
هم افزایی فرهنگی	فاصله قدرت	سرمایه انگیزشی	سرمایه اجتماعی	رهبری خودفداس از
۳.۳۷	۳.۴۶	۴.۰۲	۳.۷۰	۳.۷۴
انحراف معیار	۰.۴۶۸	۰.۴۵۶	۰.۴۴۷	۰.۴۲۹
آماره آزمون	۱۵۲	۰.۱۳۴	۰.۱۱۷	۰.۰۹۷
سطح معنی داری (p-Value)	۰.۸۹	۰.۹۷	۰.۶۶	۰.۲۰۰

فرضیه پژوهش

رهبری خودفداساز بر سرمایه اجتماعی سازمانی تاثیر مثبت و معنا دار دارند .

قدرت رابطه میان متغیر رهبری خودفداساز و سرمایه اجتماعی سازمانی برابر ۰/۷۱ محاسبه شده است که مقدار قابل توجهی محسوب می شود. آماره آزمون نیز ۷/۴۲ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنا دار است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ رهبری خودفداساز بر سرمایه اجتماعی سازمانی تاثیر مثبت و معنا دار دارد

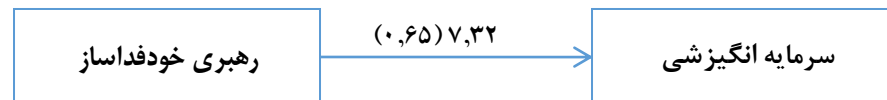
شکل - بارعاملی و آماره t.value تاثیر رهبری خودفداساز بر سرمایه اجتماعی سازمانی



رهبری خودفداساز بر سرمایه انگیزشی تاثیر مثبت و معنا دار دارد .

قدرت رابطه میان متغیر رهبری خودفداساز و سرمایه انگیزشی برابر $0/65$ محاسبه شده است که مقدار قابل توجهی محسوب می شود. آماره آزمون نیز $7/32$ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای 5% یعنی $1/96$ بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنا دار است. بنابراین با اطمینان 95% رهبری خودفداساز بر سرمایه انگیزشی تاثیر مثبت و معنا دار دارد .

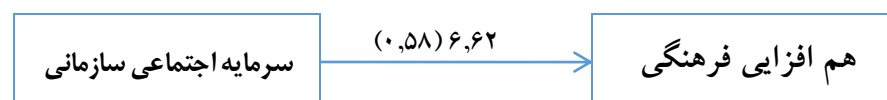
شکل – بارعاملی و آماره t .value تاثیر رهبری خودفداساز بر سرمایه انگیزشی



سرمایه اجتماعی سازمانی بر هم افزایی فرهنگی تاثیر مثبت و معنا دار دارند .

قدرت رابطه میان متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر هم افزایی فرهنگی برابر $0/58$ محاسبه شده است که مقدار قابل توجهی محسوب می شود. آماره آزمون نیز $6/62$ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای 5% یعنی $1/96$ بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنا دار است. بنابراین با اطمینان 95% سرمایه اجتماعی سازمانی بر هم افزایی فرهنگی تاثیر مثبت و معنا دار دارند

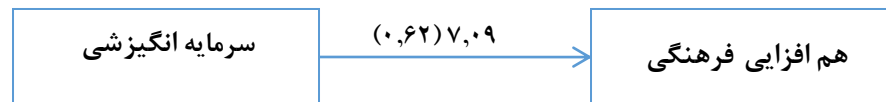
شکل – بارعاملی و آماره t .value تاثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر هم افزایی فرهنگی



سرمایه انگیزشی بر هم افزایی فرهنگی تاثیر مثبت و معنا دار دارد .

قدرت رابطه میان متغیر سرمایه انگیزشی بر هم افزایی فرهنگی برابر ۰/۶۲ محاسبه شده است که مقدار قابل توجهی محسوب می شود. آماره آزمون نیز ۷/۰۹ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنا دار است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ سرمایه انگیزشی بر هم افزایی فرهنگی تاثیر مثبت و معنا دار دارد .

شکل – بارعاملی و آماره t.value سرمایه انگیزشی بر هم افزایی فرهنگی



سرمایه اجتماعی سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی نقش میانجیگری دارد .

برای اثبات نقش میانجی سرمایه اجتماعی سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی از آزمون سوپل استفاده گردیده است. بطور کلی در آزمون سوپل می توان از تخمین نرمال برای بررسی معنی داری رابطه استفاده کرد. با داشتن برآورد خطای استاندارد اثر غیرمستقیم می توان فرضیه صفر را در مقابل فرض مخالف آزمون کرد. آماره Z برابر است با نسبت ab به خطای استاندارد آن. به عبارت دیگر مقدار Z-Value را از رابطه زیر بدست می آوریم:

$$Z - \text{Value} = \frac{a * b}{\sqrt{(b^2 * s_a^2) + (a^2 * s_b^2) + (s_a^2 * s_b^2)}}$$

در این رابطه:

- a ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی
- b ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته
- Sa خطای استاندارد مسیر متغیر مستقل و میانجی
- Sb خطای استاندارد مسیر متغیر میانجی و وابسته

که در صورت بیشتر بودن این مقدار از ۱,۹۶ می توان در سطح اطمینان ۹۵٪ و با ۵٪ خطا معنا دار بودن تاثیر متغیر میانجی را تایید نمود.

پارامتر	مفهوم پارامتر	مقادیر
A	ضریب مسیر میان متغیر رهبری خود فدا ساز و سرمایه اجتماعی سازمانی	۰,۳۲
B	ضریب مسیر میان متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی و هم افزایی فرهنگی	۰,۴۵
Sa	خطای استاندارد مسیر متغیر رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی	۰,۰۷۲
Sb	خطای استاندارد مسیر متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی و هم افزایی فرهنگی	۰,۰۶۱

با جایگذاری مقادیر بدست آمده در فرمول سو بل مقدار مقدار Z-Value آماره آزمون سو بل برابر ۳,۸ بدست می آید که سطح معنی داری برابر ۰,۰۰۰ می باشد و بدلیل اینکه این آماره از ۱,۹۶ بیشتر است نقش میانجی سرمایه اجتماعی سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی تایید می گردد.

سرمایه انگیزشی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی نقش میانجیگری دارد.

برای اثبات نقش میانجی سرمایه اجتماعی سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی از آزمون سوبل استفاده گردیده است.

پارامتر	مفهوم پارامتر	مقادیر
A	ضریب مسیر میان متغیر رهبری خود فدا ساز و سرمایه انگیزشی	۰,۴۱
B	ضریب مسیر میان متغیر سرمایه انگیزشی و هم افزایی فرهنگی	۰,۴۹
Sa	خطای استاندارد مسیر متغیر رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی	۰,۰۷۲
Sb	خطای استاندارد مسیر متغیر سرمایه انگیزشی و هم افزایی فرهنگی	۰,۰۷۱

با جایگذاری مقادیر بدست آمده در فرمول سوبل مقدار مقدار Z-Value آماره آزمون سوبل برابر ۴,۴۵ بدست می آید که سطح معنی داری برابر ۰,۰۰۰ می باشد و بدلیل اینکه این آماره از ۱,۹۶ بیشتر است سرمایه انگیزشی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی نقش میانجیگری دارد.

فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه اجتماعی سازمانی نقش تعدیل گری دارد .

شاخص های مدل ساختاری برازش مقادیر مطلوبی را نشان می دهند. مقدار خی-دو بهنجار نیز ۱/۵۵۹ بدست آمده است که در بازه مورد قبول ۱ تا ۵ قرار دارد. بنابراین مدل ساختاری از برازش مطلوبی برخوردار است.

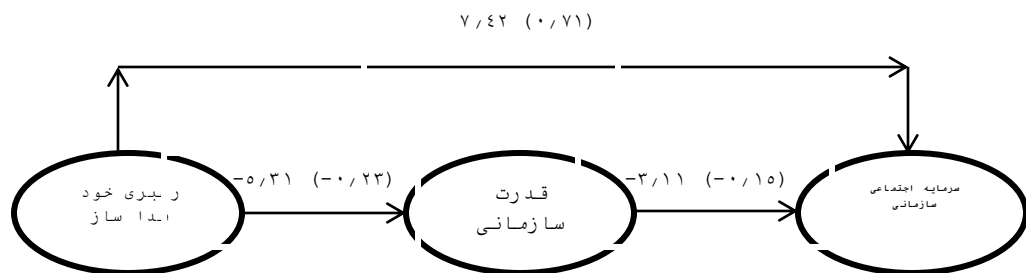
$$\frac{\chi^2}{df} = \frac{1336.68}{857} = 1.559$$

همچنین از آنجا که شاخص برازش RMSEA برابر ۰/۰۷۵ بدست آمده است که از مقدار ۰/۱ کوچکتر است، مدل از برازندگی خوبی برخوردار است. سایر شاخص‌های نیکویی برازش نیز در بازه مورد قبول قرار گرفته‌اند.

نتایج حاصل از بررسی نیکویی برازش مدل ساختاری تحقیق

IFI	NNFI	NFI	AGFI	GFI	RMSEA	SRMR	شاخص برازندگی
۰-۱	>۰.۹	>۰.۹	>۰.۹	>۰.۹	<۰.۱	<۰.۰۵	مقادیر قابل قبول
۰.۹۸	۰.۹۵	۰.۹۴	۰.۹۲	۰.۹۶	۰.۰۷۵	۰.۰۳۸	مقادیر محاسبه شده

نتایج نشان می‌دهد رهبری خود فدا ساز دارای رابطه منفی با قدرت سازمانی است بار عاملی برابر ۰,۲۳- و T.VALUE در مدل برابر ۵,۳۱- می باشد. همچنین قدرت سازمانی رابطه منفی با سرمایه اجتماعی سازمان دارد بار عاملی برابر ۰,۱۵- و T.VALUE در مدل برابر ۳,۱۱- می باشد و رهبری خود فدا ساز رابطه مثبت و معنی داری با سرمایه اجتماعی سازمانی دارد بنابر این فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه اجتماعی سازمانی نقش تعدیل گری دارد.



فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه انگیزشی نقش تعدیل گری دارد

شاخص‌های مدل ساختاری برازش مقادیر مطلوبی را نشان می‌دهند. مقدار خی-دو بهنجار نیز ۱/۵۵۹ بدست آمده است که در بازه مورد قبول ۱ تا ۵ قرار دارد. بنابراین مدل ساختاری از برازش مطلوبی برخوردار است.

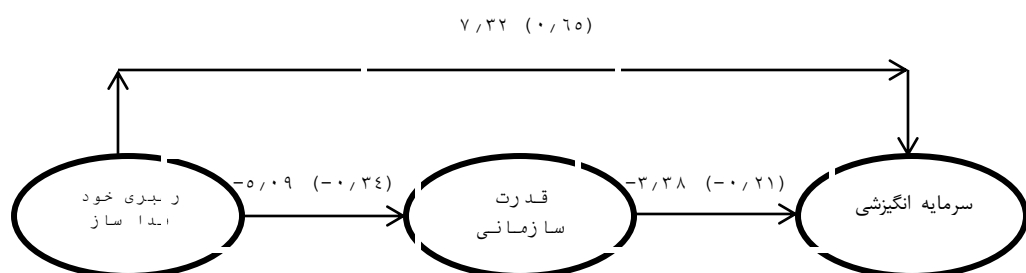
$$\frac{\chi^2}{df} = \frac{1336.68}{857} = 1.559$$

همچنین از آنجا که شاخص برازش RMSEA برابر ۰/۰۴۴ بدست آمده است که از مقدار ۰/۱ کوچکتر است، مدل از برازندگی خوبی برخوردار است. سایر شاخص های نیکویی برازش نیز در بازه مورد قبول قرار گرفته اند.

نتایج حاصل از بررسی نیکویی برازش مدل ساختاری تحقیق

IFI	NNFI	NFI	AGFI	GFI	RMSEA	SRMR	شاخص برازندگی
۰-۱	>۰.۹	>۰.۹	>۰.۹	>۰.۹	<۰.۱	<۰.۰۵	مقادیر قابل قبول
۰.۹۸	۰.۹۵	۰.۹۴	۰.۹۲	۰.۹۶	۰.۰۴۴	۰.۰۳۸	مقادیر محاسبه شده

نتایج نشان میدهد رهبری خود فدا ساز دارای رابطه منفی با قدرت سازمانی است بار عاملی برابر ۰,۳۴- و T.VALUE در مدل برابر ۵,۰۹- می باشد. همچنین قدرت سازمانی رابطه منفی با سرمایه انگیزشی سازمان دارد بار عاملی برابر ۰,۲۱- و T.VALUE در مدل برابر ۳,۳۸- می باشد و رهبری خود فدا ساز رابطه مثبت و معنی داری با سرمایه انگیزشی سازمانی دارد بنابر این فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه انگیزشی سازمانی نقش تعدیل گری دارد.



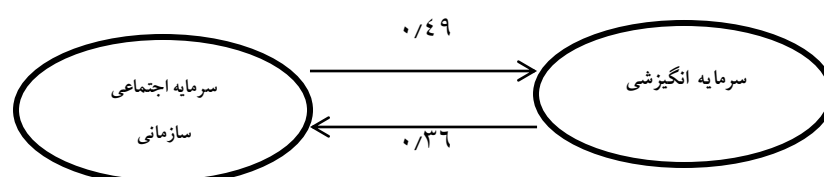
سرمایه اجتماعی سازمانی و سرمایه انگیزشی رابطه تعاملی مثبت و معنا دار دارند .

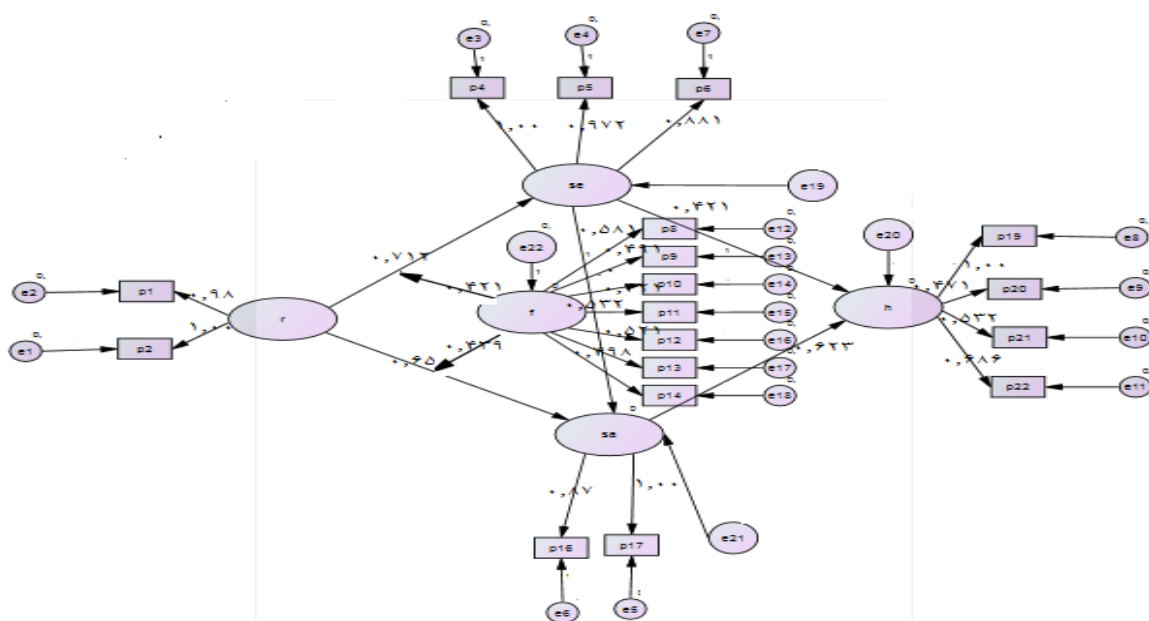
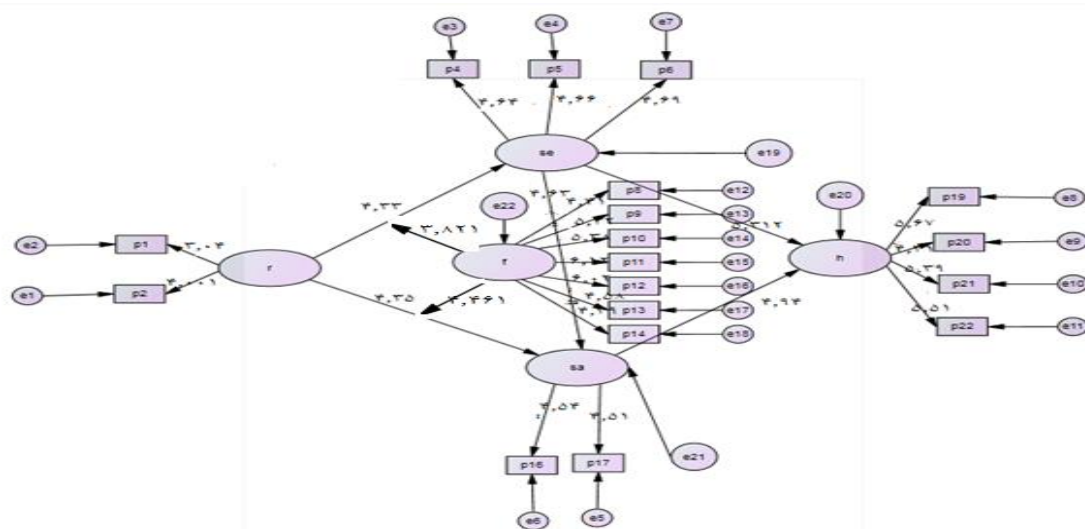
شاخص های مدل ساختاری برازش مقادیر مطلوبی را نشان می دهند. مقدار خی-دو بهنجار نیز ۱/۳۲۱ بدست آمده است که در بازه مورد قبول ۱ تا ۵ قرار دارد. بنابراین مدل ساختاری از برازش مطلوبی برخوردار است. همچنین از آنجا که شاخص برازش RMSEA برابر ۰/۰۳۷ بدست آمده است که از مقدار ۰/۱ کوچکتر است، مدل از برازندگی خوبی برخوردار است. سایر شاخص های نیکویی برازش نیز در بازه مورد قبول قرار گرفته اند.

نتایج حاصل از بررسی نیکویی برازش مدل ساختاری تحقیق

شاخص برازندگی	SRMR	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	NNFI	IFI
مقادیر قابل قبول	<۰.۰۵	<۰.۱	>۰.۹	>۰.۹	>۰.۹	>۰.۹	۱ - ۰
مقادیر محاسبه شده	۰.۰۳۸	۰.۰۳۷	۰.۹۵	۰.۹۲	۰.۹۴	۰.۹۴	۰.۹۷

نتایج نشان می دهد سرمایه اجتماعی سازمانی و سرمایه انگیزشی رابطه تعاملی مثبت و معنا دار دارند مسیر اثر از سمت سرمایه اجتماعی به سمت سرمایه انگیزشی برابر ۰,۴۹ با T.VALUE برابر ۲,۹۷ و همچنین مسیر برگشت از سرمایه انگیزشی بر سرمایه اجتماعی برابر ۰,۳۶ با T.VALUE برابر ۲,۲۳ بنابراین سرمایه اجتماعی سازمانی و سرمایه انگیزشی رابطه تعاملی مثبت و معنا دار دارند .





Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 189
 Number of distinct parameters to be estimated: 58
 Degrees of freedom (189 - 58): 131

Result (Default model)

Minimum was achieved

Chi-square = 970.280

Degrees of freedom = 131

Probability level = .000

Estimates (Group number 1 - Default model)**Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)****Maximum Likelihood Estimates****Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
F2 <--- F1	.71	.053	7.569	***	par_8
F3 <--- F1	.65	.052	7.324	***	par_10
F3 <--- F2	.58	.098	6.624	***	par_12
F4 <--- F2	.041	.188	4.159	.874	par_9
F4 <--- F3	0.623	.261	7.093	***	par_11
p2 <--- F1	1.000				
p1 <--- F1	.986	.059	4.131	.895	par_1
p4 <--- F2	1.000				
p5 <--- F2	.970	.119	8.147	***	par_2
p17 <--- F3	1.000				
p16 <--- F3	.868	.129	6.744	***	par_3
p6 <--- F2	.886	.106	8.322	***	par_4
p19 <--- F4	1.000				
p20 <--- F4	.479	.081	4.698	***	par_5
p21 <--- F4	.536	.091	5.883	***	par_6
p22 <--- F4	.686	.092	7.461	***	par_7
p8 <--- F5	1.000				
p9 <--- F5	.411	1.459	4.653	***	par_13
p10 <--- F5	.420	1.314	4.690	***	par_14
p11 <--- F5	.978	.819	4.195	***	par_15
p12 <--- F5	.490	.552	4.344	***	par_16
p13 <--- F5	.463	2.621	4.702	***	par_17
p14 <--- F5	.491	2.061	4.694	***	par_18

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
F2 <--- F1	4.326
F3 <--- F1	4.356
F3 <--- F2	4.638
F4 <--- F2	5031
F4 <--- F3	4.946
p2 <--- F1	3.043
p1 <--- F1	4.007
p4 <--- F2	4.607
p5 <--- F2	4.661
p17 <--- F3	4.544
p16 <--- F3	4.515
p6 <--- F2	4.699
p19 <--- F4	5.679
p20 <--- F4	4.307
p21 <--- F4	5.391
p22 <--- F4	5.512
p8 <--- F5	4.141
p9 <--- F5	5.323
p10 <--- F5	5.384
p11 <--- F5	6.124
p12 <--- F5	6.027
p13 <--- F5	4.586
p14 <--- F5	4.394

Intercepts: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
p2	2.046	.053	38.358	***	par_19
p1	3.130	.061	51.099	***	par_20
p4	2.593	.068	38.115	***	par_21
p5	3.244	.061	53.571	***	par_22
p17	2.744	.063	43.537	***	par_23
p16	2.034	.058	35.242	***	par_24
p6	1.809	.052	34.591	***	par_25
p19	2.299	.059	38.678	***	par_26
p20	4.336	.050	86.947	***	par_27
p21	2.858	.055	51.569	***	par_28
p22	2.361	.054	43.614	***	par_29
p8	1.880	.055	33.975	***	par_30
p9	2.608	.058	44.765	***	par_31
p10	2.343	.045	51.929	***	par_32
p11	2.762	.061	44.980	***	par_33
p12	3.426	.054	63.230	***	par_34

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
p13	3.210	.059	54.003	***	par_35
p14	2.664	.069	38.522	***	par_36

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
F1	1.000				
e19	.492	.097	5.067	***	par_37
e21	.121	.045	2.674	.007	par_38
e20	.032	.062	5.523	.601	par_39
e22	.020	.022	3.901	.368	par_40
e1	-.081	.072	-13.116	.264	par_41
e2	1.212	.095	12.708	***	par_42
e3	.944	.093	10.105	***	par_43
e4	.667	.073	9.195	***	par_44
e5	.904	.083	10.930	***	par_45
e6	.790	.071	11.205	***	par_46
e7	.451	.054	8.384	***	par_47
e8	.615	.072	8.540	***	par_48
e9	.728	.059	12.302	***	par_49
e10	.841	.070	11.990	***	par_50
e11	.699	.062	11.229	***	par_51
e12	.969	.078	12.456	***	par_52
e13	.982	.088	11.179	***	par_53
e14	.560	.054	10.353	***	par_54
e15	1.199	.096	12.513	***	par_55
e16	.948	.075	12.699	***	par_56
e17	.749	.126	5.944	***	par_57
e18	1.304	.128	10.186	***	par_58

Matrices (Group number 1 - Default model)

Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)

	p1 4	p1 3	p1 2	p1 1	p1 0	p9	p8	p2 2	p2 1	p2 0	p1 9	p6	p1 6	p1 7	p5	p4	p1	p2
F 1	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.01 3	.00 8	.00 7	.02 1	.00 3	.01 4	.01 4	.00 2	.00 1	.0 01	1.1 14
F 2	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.04 8	.03 1	.02 5	.07 9	.27 2	.04 8	.04 8	.20 2	.14 7	.0 00	.01 6
F 3	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.08 7	.05 7	.04 6	.14 5	.08 6	.09 4	.09 5	.06 4	.04 6	.0 00	.15 4
F 5	.0 26	.0 58	.0 02	.0 08	.0 38	.0 24	.0 10	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.0 00	.00 0
F 4	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.11 9	.07 8	.06 3	.19 8	.09 5	.09 8	.09 8	.07 0	.05 1	.0 00	.15 8

Model Fit Summary

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	58	970.280	131	.000	7.407
Saturated model	189	.000	0		
Independence model	36	1588.584	153	.000	10.383

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.942	.287	.424	.317	.415
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.856	.333	.356
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	839.280	744.024	942.004
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1435.584	1311.330	1567.257

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	3.004	2.598	2.303	2.916
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	4.918	4.445	4.060	4.852

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.075	.133	.149	.000
Independence model	.170	.163	.178	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	1086.280	1093.530		
Saturated model	378.000	401.625		
Independence model	1660.584	1665.084		

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	3.363	3.068	3.681	3.386
Saturated model	1.170	1.170	1.170	1.243
Independence model	5.141	4.756	5.549	5.155

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	53	58
Independence model	38	40

Minimization: .142

Miscellaneous: 1.969

Bootstrap: .000

Total: 2.111

جدول (۱۲-۴) نتایج آزمون فرضیات

نتایج آزمون فرضیات			
فرضیات	عدد معناداری	ضرایب مسیر	نتیجه
تاثیر رهبری خودفداساز بر سرمایه اجتماعی	۴,۳۳	۰,۷۱	مثبت و معنادار
تاثیر رهبری خودفداساز بر سرمایه انگیزشی	۴,۳۵	۰,۶۵	مثبت و معنادار
تاثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر هم افزایی فرهنگی	۵,۳۱	۰,۴۲	مثبت و معنادار
تاثیر سرمایه انگیزشی بر هم افزایی فرهنگی	۴,۹۴	۰,۶۲	مثبت و معنادار
تاثیر سرمایه اجتماعی سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی	۴,۲۳	۰,۴۵	نقش میانجیگری
تاثیر سرمایه انگیزشی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی	۴,۶۱	۰,۴۹	نقش میانجیگری
تاثیر فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه اجتماعی سازمانی	۳,۸۲	۰,۴۲	تعدیل گری
تاثیر فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه انگیزشی	۴,۴۶	۰,۴۳	تعدیل گری
تاثیر سرمایه اجتماعی سازمانی و سرمایه انگیزشی	۴,۶۳	۰,۵۸	مثبت و معنادار

فصل پنجم

نتیجه گیری

و

پیشنهادهات

۱-۵ مقدمه

هدف از انجام هر پژوهشی، ارائه جواب به سؤالات پژوهش و نتیجه گیری در خصوص فرضیه ها می باشد تا بتوان در نهایت در خصوص موضوع پژوهش و مسأله پژوهشی به نتیجه گیری پرداخت. اصولاً تمامی مراحل پژوهش در جهت رسیدن به آگاهی برای نتیجه گیری صورت می پذیرد. هدف این پژوهش بررسی تأثیر رهبری خودفداساز بر هم افزایی فرهنگی بادر نظر گرفتن نقش واسطه ای سرمایه اجتماعی، سرمایه انگیزشی و گرایش به فاصله قدرت است.

در فصل اول کلیات پژوهش بیان شد، در فصل دوم نیز در دو بخش به بررسی ادبیات پژوهش هر یک از متغیر های وابسته و میانجی پرداختیم. فصل سوم به ارائه روش شناسی پژوهش و فصل چهارم به تجزیه و تحلیل داده های کیفی و کمی اختصاص یافت. فصل حاضر به جمع بندی فصول قبل و نتیجه گیری مباحث مطرح شده اختصاص دارد.

این فصل از پژوهش به تحلیل و نتیجه گیری فرضیات پژوهش اختصاص دارد که سعی می شود بعد از ارائه تحلیلی مختصر، به مطالعاتی که همسو با نتایج به دست آمده بوده اند اشاره شود و بعد از آن نیز پیشنهادات و محدودیت های پژوهش بیان شده است.

۲-۵ مرور کلی بر پژوهش

با توجه به اینکه هدف سنجش تأثیر رهبری خودفداساز بر هم افزایی فرهنگی بادر نظر گرفتن نقش واسطه ای سرمایه اجتماعی، سرمایه انگیزشی و گرایش به فاصله قدرت می باشد، در این پژوهش به سنجش متغیر های پژوهش در پارک علم و فناوری شهرستان شاهرود پرداخته شد. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش توصیفی و از نظر گردآوری داده از نوع همبستگی است. و از نظر هدف در زمره تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری این تحقیق ۳۲۴ نفر از کارکنان پارک علم و فناوری شهرستان شاهرود می باشد که بر

اساس متغیر های پژوهش با استفاده از پرسشنامه های استاندارد تدوین شده و در بین کارکنان توزیع گردیده است و یافته های حاصل از پرسشنامه ها در فصل ۴ با استفاده از نرم افزار های amos مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و ارتباط و تاثیر گذاری بین متغیر های رهبری فدا ساز بر هم افزایی فرهنگی و نقش واسطه ای سرمایه اجتماعی، سرمایه انگیزشی و گرایش به فاصله قدرت را در پارک علم و فناوری شهرستان شاهرود اولین بار با روش AMOS در این پژوهش مورد ارزیابی قرار گرفت .

۳-۵ یافته های پژوهش

با توجه به یافته های تحقیق حاضر ، تاثیر رهبری خودفداساز بر هم افزایی فرهنگی با در نظر گرفتن نقش واسطه ای سرمایه اجتماعی، سرمایه انگیزشی و گرایش به فاصله قدرت سنجیده شد . نتایج به دست آمده از داده های گرد آوری شده نشان دهنده ی تایید فرضیات پژوهش می باشد . همچنین فرضیه های پژوهش با استفاده از نرم افزار های SPSS و Smart PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که در زیر به نتایج این فرضیات اشاره می کنیم :

فرضیه ۱ : پژوهش حاکی از رابطه ابعاد قدرت رابطه بین رهبری خود فداساز بر سرمایه اجتماعی سازمانی برابر ۰,۷۱ و و آماره آزمون نیز ۷,۴۲ بدست آمده که تأثیری مثبت و معنادار دارند که با پیش اطمینان ۹۵٪ این فرضیه تأیید می شود.

فرضیه ۲: پژوهش حاکی از این است که ابعاد قدرت رابطه بین رهبری خودفداساز بر سرمایه انگیزشی برابر ۰,۶۵ و و آماره آزمون نیز ۷,۳۲ بدست آمده که تأثیری مثبت و معنادار دارند که با پیش اطمینان ۹۵٪ این فرضیه تأیید می شود.

فرضیه ۳ : پژوهش حاکی از رابطه ابعاد قدرت رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی بر هم افزایی فرهنگی برابر ۰,۵۸ و و آماره آزمون نیز ۶,۶۲ بدست آمده که تأثیری مثبت و معنادار دارند که با پیش اطمینان ۹۵٪ این فرضیه تأیید می شود.

فرضیه ۴: پژوهش حاکی از این است که ابعاد قدرت رابطه بین سرمایه انگیزشی بر هم افزایی فرهنگی برابر ۰,۶۲ و آماره آزمون نیز ۷,۰۹ بدست آمده که تأثیری مثبت و معنادار دارند که با پیش اطمینان ۹۵٪ این فرضیه تأیید می شود.

فرضیه ۵: پژوهش حاکی از رابطه سرمایه اجتماعی سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی نشان می دهد که برای اثبات نقش میانجی سرمایه اجتماعی سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی از آزمون سوبل استفاده گردیده است. مقدار Z-Value آماره آزمون سوبل برابر ۳,۸ بدست می آید که سطح معنی داری برابر ۰,۰۰۰ می باشد و بدلیل اینکه این آماره از ۱,۹۶ بیشتر است نقش میانجی سرمایه اجتماعی سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی تأیید می گردد.

فرضیه ۶: پژوهش حاکی از رابطه سرمایه انگیزشی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی فرهنگی نشان می دهد که مقدار Z-Value آماره آزمون سوبل برابر ۴,۴۵ بدست می آید که سطح معنی داری برابر ۰,۰۰۰ می باشد و بدلیل اینکه این آماره از ۱,۹۶ بیشتر است نقش میانجی سرمایه انگیزشی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و هم افزایی تأیید می گردد.

فرضیه ۷: پژوهش حاکی از رابطه فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه اجتماعی سازمانی نشان می دهد رهبری خود فدا ساز دارای رابطه منفی با قدرت سازمانی است بار عاملی برابر ۰,۲۳- و T.VALUE در مدل برابر ۵,۳۱- می باشد همچنین قدرت سازمانی رابطه منفی با سرمایه اجتماعی سازمان دارد بار عاملی برابر ۰,۱۵- و T.VALUE در مدل برابر ۳,۱۱- می باشد و رهبری خود فدا ساز رابطه مثبت و معنی داری با سرمایه اجتماعی سازمانی دارد بنابر این فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه اجتماعی سازمانی نقش تعدیل گری دارد

فرضیه ۸: پژوهش حاکی از رابطه فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه انگیزشی نشان می دهد رهبری خود فدا ساز دارای رابطه منفی با قدرت سازمانی است بار عاملی برابر ۰,۳۴- و

T.VALUE در مدل برابر ۵,۰۹- می باشد. همچنین قدرت سازمانی رابطه منفی با سرمایه انگیزشی سازمان دارد. بار عاملی برابر ۰,۲۱- و T.VALUE در مدل برابر ۳,۳۸- می باشد و رهبری خودفداساز رابطه مثبت و معنی داری با سرمایه انگیزشی سازمانی دارد بنابراین فاصله قدرت سازمانی در رابطه با رهبری خود فدا ساز و سرمایه انگیزشی سازمانی نقش تعدیل گری دارد.

فرضیه ۹: پژوهش حاکی از رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و سرمایه انگیزشی نشان می دهد سرمایه اجتماعی سازمانی و سرمایه انگیزشی رابطه تعاملی مثبت و معنا دار دارند مسیر اثر از سمت سرمایه اجتماعی به سمت سرمایه انگیزشی برابر ۰,۴۹ با T.VALUE برابر ۲,۹۷ و همچنین مسیر برگشت از سرمایه انگیزشی بر سرمایه اجتماعی برابر ۰,۳۶ با T.VALUE برابر ۲,۲۳ بنابراین سرمایه اجتماعی سازمانی و سرمایه انگیزشی رابطه تعاملی مثبت و معنا دار دارند.

با این حال تکیه صرف به نتایج این تحقیق و بی توجه به تحقیقات مشابه دیگر در خصوص موضوع مورد بررسی نمی تواند کاری خردمندانه باشد چرا که این تحقیق به مانند همه تحقیقات صورت گرفته با کم و کاستی ها، موانع و مشکلات خاص خویش همراه بوده و توصیه می شود استفاده کنندگان از یافته های این پژوهش که در کنار توجه و تاکید به یافته های این پژوهش از یافته های دیگر پژوهش ها که در سال های مختلف و با انجام روش و رویکردها و استفاده از الگوهای دیگر انجام شده نیز استفاده کرده و از نتایج آن ها نیز بهره ببرند.

۴-۵ پیشنهادهای کاربردی برای تحقیقات آتی

- در مواردی که حجم داده ها افزایش یابد می توان از سایر روش های آماری استفاده کرد.
- مفهوم رهبری خود فدا ساز به مدیران سازمان آموزش داده شود
- جامعه آماری این تحقیق، پارک علم و فناوری شهرستان شاهرود می باشد. پیشنهاد می شود این الگو برای دیگر مراکز و سازمان ها نیز مورد بررسی و آزمون قرار گیرد.
- ارزیابی هر کدام از مؤلفه های مورد مطالعه در تحقیق حاضر در جوامع مختلف و بررسی وضعیت آنها.

- بررسی این تحقیق با کنار گذاشتن نقش میانجیگری سرمایه اجتماعی و سرمایه انگیزشی و مقایسه نتایج با نتایج تحقیق حاضر.
- بررسی این تحقیق با کنار گذاشتن نقش تعدیلگری فاصله قدرت سازمانی و مقایسه نتایج با نتایج تحقیق حاضر.
- بررسی این تحقیق با حضور دیگر متغیرها به عنوان نقش میانجیگری و تعدیلگری.

۵-۵ محدودیت های پژوهش

از محدودیت های این مطالعه می توان به عدم همکاری پاسخ دهندگان با پرسشگران در برخی موارد خاص، اشاره کرد. همچنین محدودیت های زمانی و نبود مرکز آماری مشخص در این زمینه از دیگر محدودیت های این پژوهش بوده است. همچنین در این پژوهش بسیاری از متغیرهای مورد بررسی ملموس و قابل اندازه گیری نیستند و هر کسی برآورد خود از آنها را دارد و بر تجزیه و تحلیل های ناشی از آن تاثیر می گذارند.

از عمده ترین ارکان تحقیق و پژوهش دسترسی به آمار و اطلاعات است. با مروری بر مطالعات پیشین کمبود و یا فقدان منابع علمی قابل دسترس و استفاده را نشان می دهد. منابع علمی بسیار کم و محدودی (حداقل به صورت فارسی) در این زمینه موجود است که به طور مستقیم به موضوع مورد مطالعه و تحقیق مربوط می باشد. به همین دلیل از منابع لاتین باید استفاده کرد که خود مشکلات دیگری همچون محدود بودن زمان، برگردان درست متون لاتین به فارسی و یکدست کردن آنها را به همراه دارد.

شایان توجه است که بر سر راه این پژوهش محدودیت هایی وجود داشت که ممکن است در رقم خوردن نتایج تأثیرگذار باشد این تحقیق می توانست با استراتژی های بیشتری مورد تحلیل قرار گیرد، اما با توجه به این که مدیران غالباً تفکر سنتی داشته و اطلاعات را محرمانه و جزء اسرار شرکت می دانستند، اخذ اطلاعات از آن ها تا حدی دشوار بود و لذا با استراتژی های تولیدی که در پژوهش های قبل آورده شده است، اطلاعات را مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهد.

دیگر محدودیت در این پژوهش نبود کار مشابه در این زمین است که با وجود تلاش بسیار موفق به پیدا کردن پژوهشی که به طور مستقیم به این موضوع پرداخته باشد، نشده است .

منابع داخلی

- [۱] نادى ,محمد على ;گلپرو ر , محسن (۱۳۸۷) رابطه رهبرى فداکارانه و خودکامه با عدالت توزيعی و تعهد عاطفی در بين معلمان .فصلنامه بصيرت، سال پانزدهم، شمار ۴۱۰ ، زمستان ۳۸۷ ، صفحه هاى ۷ تا ۲۴ .
- [۲] کاظمی ، على . (۱۳۹۰) . نقش فاصله قدرت در پيش بينى سبك رهبرى معنوى مديران : مطالعه موردی دانشگاه فردوسی مشهد . پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت آموزشی.
- [۳] دعايی، حبيب اله؛ مرتضوى، سعيد؛ نوری، على (۱۳۸۹) . مدل يابی تأثير درک حمايت سازمانی بر رفتار شهروندی؛ مورد مطالعه: هتل پنج ستاره ی پارس. پژوهشنامه ی مدیریت . اجرايی، سال دهم، شماره ۱ .
- [۴] سيد مهدی الوانى(۱۳۸۲) ، مدیریت عمومی، نشر نی، شابک ۹۶۴-۳۱۲-۰۴۲-۲ .
- [۵] رضائیان ، على، مدیریت رفتار سازمانی(ترجمه) ، تهران ، انتشارات سمت ، چاپ سوم ، ۱۳۸۰ .
- [۶] دانایی فرد، حسن؛ الوانى، مهدی و آذر، عادل.(۱۳۸۶). روش شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی
- [۷] فلسفی نژاد، محمد.، شفیعه , مسعود و مزرعتی، على رضا. (۱۳۹۵). مبانی رفتار سازمانی: بر اساس تالیف: استیفن پی. رابینز .ناشر خردمندان .
- [۸] احمدی چگنی، سحر.، نیسی، عبدالکاظم و ارشدی، نسرين. (۱۳۹۴). رابطه متغیرهای شخصیتی و سازمانی با انگیزش شغلی. علوم رفتاری، دوره نهم - شماره ۲ علمی-پژوهشی صفحه از (۱۴۷ تا ۱۵۸).
- [۹] میرکمالی، سيد محمد(۱۳۸۳). رفتار و روابط در سازمان و مدیریت. تهران: نشر یسپرون.
- [۱۰] مرجانی، امیر بابک.، گیوریان، حسین و عاطفی، لیلا. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بين انگیزش شغلی و نوآوری کارکنان بانک صادرات. غیر دولتی - دانشگاه آزاد اسلامی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- [۱۱] خیراندیش، مهدی.، و جمشیدی، حمزه. (۱۳۹۵). تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با میانجی گری انگیزش شغلی. مدیریت سرمایه اجتماعی، سال سوم، ۴۳-۶۸ .

- [۱۲] خاکی، غلامرضا. (۱۳۹۰). روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه‌نویسی: بازتاب.
- [۱۳] عزتی، مرتضی. (۱۳۹۵). روش پژوهش در علوم اجتماعی: کاربرد در زمینه مسایل اقتصادی: پژوهش‌های ما.
- [۱۴] سرمد، زهره، بازرگان‌هرندی، عباس، و حجازی، الهه. (۱۳۹۰). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. انتشارات آگه.
- [۱۵] سکاران، اوما ترجمه از صائبی، محمد، و شیرازی، محمود. (۱۳۸۶). روش‌های تحقیق در مدیریت: موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- [۱۶] صالحی صدقیانی، جمشید؛ نیکوکار، مسعود؛ ابراهیمی، ایرج. (۱۳۷۸). آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲): گسترش علوم پایه.
- [۱۷] مرادی، علیرضا؛ ماوسی، اسماعیل؛ قیومی، عباسعلی (۱۳۹۴). طراحی الگوی هم‌افزایی فرهنگی در ایران، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، سال ششم.
- [۱۸] حبیب‌پور، کرم؛ صفری، رضا. (۱۳۸۸). راهنمای جامع SPSS در تحقیقات پیمایشی (تحلیل داده‌های کمی)، تهران، انتشارات متفکران.
- [۱۹] دانایی فرد، حسن. (۱۳۹۲ الف). روایی و پایایی در پژوهش‌های کیفی مطالعات سازمان و مدیریت. (فصل هشتم از کتاب روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع). انتشارات صفار. چاپ دوم. ۲۷۶ صفحه.
- [۲۰] کرسول، جان. (۱۳۹۱). پویش کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد (روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده بنیاد، قوم‌نگاری، مطالعه موردی). ترجمه حسن دانایی فرد، حسین کاظمی. انتشارات صفار. ویرایش دوم. تهران. ۳۲۰ صفحه.
- [۲۱] هومن، ح. (۱۳۹۵). مدلیابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل (با اصلاحات): سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

منابع خارجی

- [1] van Knippenberg, B., & van Knippenberg, D. 2005. Leader self-sacrifice and leadership effectiveness: The moderating role of leader prototypicality. *Journal of Applied Psychology*.
- [2] De Cremer, David;. (2006). Affective and motivational consequences of leader self-sacrifice: The moderating effect of autocratic leadership. *The Leadership Quarterly* 17 , pp. 79– 93
- [3] De Cremer, D., & van Knippenberg, D. 2005. Cooperation as a function of leader self-sacrifice, trust, and identification. *Leadership and Organization Development Journal*, 26(5): 355–369
- [4] Grint, Keith. (2009). The Sacred in Leadership: Separation, Sacrifice and Silence. *Organization Studies*, pp. 89–107
- [5] Hofstede, g. (1980), (2001). *Culture's Consequences : Comparing Values, Behaviors, Organizations Across Nations*. thousand Oaks ,CA: Sage Publications.
- [6] Temkin, L. S. (1993). *Inequality*. New York: Oxford University Press.
- [7] van Knippenberg, D., & van Schie, E. C. M. (2000). Foci and correlates of organizational identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 137-147. <http://doi.org/dv5dbq>.
- [8] Van Dyne, L., Cummings, L. L., & McLean Parks, J. 1995. Extra-role behaviors: In pursuit.
- [9] Van Dyne, L., & LePine, J. A. 1998. Helping and voice extra-role behaviors: Evidence of construct and predictive validity. *Academy of Management Journal*, 41(1): 108–119.
- [10] Van Dyne, L., & Pierce, J. L. 2004. Psychological ownership and feelings of possession: Three.
- [11] De Cremer, D., Mayer, D. M., van Dijke, M., & Schouten, B. C. 2009. When does self-sacrificial leadership motivate prosocial behavior? It depends on followers prevention focus. *Journal of Applied Psychology*, 94(4): 887–899.

[12] De Cremer, David; van Dijke, Marius; Bos, Arjan;. (2004). Distributive justice moderating the effects of self-sacrificial leadership. *The Leadership & Organization Development Journal*, pp. 466-475.

[13] Hofstede, G (2001). *Culture's Consequences*. Sage publications.

[14] Lam, S. S. K. Schaubroeck, J and Aryee, S (2002). Relationship between organizational justice and employee work outcomes: A cross national study, *journal of organizational behavior*, 23(1): 1-18.

[15] Kirkman, B. Chen, G, et al (2009). Individual power distance orientation and follower reactions to transformational leaders: a cross level, cross cultural examination, *journal of academy management*, 52(4): 744-64.

[16] Orlando, R (2002). Procedural voice and distributive justice, *journal of business research*, 55(9).

[17] 1. Tang, T.L. Sarsfield-Baldwin, L.J (1996). Distributive and procedural justice as related to satisfaction and commitment, *SAM advanced management journal*, 61 (3): 25-31

[18] 1. Cropanzano, R. Howes, J. C, et al (2010). The relationship of organizational politics and support to work behaviors, attitudes and stress, *journal of organizational behavior*, 18(2): 159-180

[19] 1. Greenberg, J (1990). Organizational justice: yesterday, today and tomorrow, *journal of manage*, 16:399-432

[20] 1. Ferragina, E. & Arrigoni, A. (2016). The Rise and Fall of Social Capital: Requiem for a Theory? *Political Studies Review*, 1-13. DOI: 10.1177/1478929915623968.

[21] Baker, W. E. & Faulkner, R. R. (2004). Social networks and loss of capital. *Social Networks*, 26, pp. 91-111.

[22] Griffin, R., & Moorhead, G. (2011). *Organizational behavior*: Nelson Education.

[23] Griffin, R., & Moorhead, G. (2011). *Organizational behavior*: Nelson Education.

[24] Zámečník, R. (2014). The measurement of employee motivation by using multi-factor statistical analysis. *Procedia Social and Behavioral Sciences*.

[25] 1. Cremer, D., & van Knippenberg, D. (2004). Leader self-sacrifice and leadership effectiveness: The moderating role of leader self-confidence. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 95, 140-155. <http://doi.org/bv2hzc>

[26] Acquah, M. (2007). Managerial Social Capital, Strategic Orientation, and Organizational Performance in an Emerging Economy. *Strategic Management Journal*, 28, pp. 1235-1255.

- [27] Berdud, M., Cabasés Hita, J. M., & Nieto Vázquez, J. (2012). Incentives beyond the money: identity and motivational capital in public organizations.
- [28] De Cremer, D., & van Knippenberg, D. 2004. Leader self-sacrifice and leadership effectiveness: The moderating role of leader self-confidence. *Organizational Behavior and Human Decision*.
- [29] Krebs, D. L., & Miller, D. T. (1985). Altruism and aggression. In G. Lindzey, & E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology*. 3rd Edition (Vol. 2, pp. 1-71). New York: Random House.
- [30] Rahmat Seresht, H and Fayazi, M (2006). Relationship between power perception, commitment and employee performance, *journal of Humanity and*
- [31] Sadeghi, M.T (2007). Equity: a basic need for organizations, *journal of Modiran*, research center of Human Sciences and Cultural Studies, 63-70

Abstract

In this day and age, due to the prominent role that leaders hold in shaping employees' behaviour to achieve the organization goals, the consolidation of the abilities and skills that aid leaders in actualizing this need deem imperative.

The present study aimed to investigate the effect of self-sacrificing leadership on cultural synergy by considering the mediating role of social capital, motivational capital and the moderating role of power distance. This study is applied research with a descriptive correlational design. The statistical population is Semnan Science and Technology Park staff, from which 324 people were selected as a sample based on the Morgan table. The data is collected by a questionnaire, and Cronbach's alpha is applied to measure the reliability.

The data are analyzed using structural equation modelling with Amos software. The results of data analysis demonstrate that self-sacrificing leadership has a significant effect on cultural synergy, and social and motivational capital have a mediating role, and power distance also performs as a moderator.

Keywords: Self-sacrificing leadership, cultural synergy, social capital, motivational capital, distance power orientation



**Shahrood University of
Technology**

Faculty of Industry and Management

Master's thesis

The effect of self-sacrificing leadership on cultural synergy
considering the mediating role of social capital, motivational capital
and the tendency to distance power

BY Arezo Ghiasodin

Supervisor:

Dr Mohamad fatahi

Advisor:

Dr. Saeed Aybaghi

June 2021

