



نقش سرمایه اجتماعی در تعهد سازمانی کارکنان بانک سپه در شهرهای ساحلی مازندران

علی ظهیری^۱، علی اصغر عباسی اسفجیر^{۲*}، ابوالقاسم حیدرآبادی^۱

۱. گروه جامعه شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران.

* ایمیل نویسنده مسئول: abbasi@baboliau.ac.ir

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن شامل اعتماد، مشارکت، آگاهی و انسجام اجتماعی بر میزان تعهد سازمانی کارکنان بانک سپه در شهرهای ساحلی استان مازندران بود. این مطالعه از نوع توصیفی-پیمایشی و به صورت مقطعی انجام شد. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان بانک سپه در شهرهای ساحلی استان مازندران (تعداد ۱۴۲۳ نفر) بود. با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم، ۳۲۸ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌های استاندارد سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) و تعهد سازمانی آلن و می‌یر (۱۹۹۰) بودند. برای سنجش پایداری از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که برای سرمایه اجتماعی ۰.۹۲۰ و برای تعهد سازمانی ۰.۶۷۰ به دست آمد. داده‌ها با نرم‌افزارهای SPSS۲۴ و Amos مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و از آزمون‌های همبستگی پیرسون، رگرسیون چندمتغیره و مدل‌سازی معادلات ساختاری برای تحلیل روابط بین متغیرها استفاده شد. نتایج نشان داد که سطح سرمایه اجتماعی در میان کارکنان در حد متوسط تا بالا و سطح تعهد سازمانی در حد متوسط تا پایین بود. ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی برابر با ۰.۴۵۰ و در سطح ۰.۰۰۱ معنی‌دار بود. بین ابعاد چهارگانه سرمایه اجتماعی (اعتماد، مشارکت، آگاهی و انسجام) و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود داشت. در تحلیل رگرسیونی، ضریب تعیین مدل برابر با ۰.۲۷۳ بود که نشان می‌داد ۲۷.۳ درصد از تغییرات تعهد سازمانی توسط ابعاد سرمایه اجتماعی تبیین می‌شود. در میان ابعاد سرمایه اجتماعی، آگاهی اجتماعی ($\beta=0.40$) و اعتماد اجتماعی ($\beta=0.28$) بیشترین اثر را بر تعهد سازمانی داشتند. نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نیز از برازش مناسب مدل با شاخص‌های بالای ۰.۹ حکایت داشت. نتایج نشان داد که افزایش سطح سرمایه اجتماعی در میان کارکنان منجر به ارتقای تعهد سازمانی می‌شود. بنابراین، تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی به‌ویژه اعتماد و آگاهی اجتماعی در محیط‌های کاری می‌تواند زمینه افزایش تعلق، وفاداری و تعهد کارکنان به سازمان را فراهم سازد. مدیران بانک سپه می‌توانند با ارتقای روابط انسانی، توسعه روحیه همکاری و مشارکت و ایجاد فضای اعتماد متقابل، سطح تعهد سازمانی کارکنان را بهبود بخشند.

کلیدواژه‌گان: تعهد سازمانی، سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، شهرهای ساحلی

تاریخ ارسال: ۳ اسفند ۱۴۰۲

تاریخ بازنگری: ۲۸ اردیبهشت ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۶ خرداد ۱۴۰۳

تاریخ چاپ: ۲۹ خرداد ۱۴۰۳



How to cite: Zahiri, A., Abbasi Esfajir, A. A., & Heidarabadi, A. (2024). The Role of Social Capital in Organizational Commitment (Case Study of Sepah Bank Employees in the Coastal Cities of Mazandaran). *Training, Education, and Sustainable Development*, 2(1), 1-16.



© 2024 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

The Role of Social Capital in Organizational Commitment (Case Study of Sepah Bank Employees in the Coastal Cities of Mazandaran)

Ali Zahiri¹, Ali Asghar Abbasi Esfajir^{1*}, Abolghasem Heidarabadi¹

1. Department of Sociology, Bab.C., Islamic Azad University, Babol, Iran.

*Corresponding Author's Email: abbasi@baboliau.ac.ir

Abstract

The study aimed to examine the impact of social capital and its dimensions—trust, participation, awareness, and social cohesion—on the organizational commitment of Sepah Bank employees in the coastal cities of Mazandaran Province. This descriptive–survey study was conducted cross-sectionally. The statistical population included all Sepah Bank employees in the coastal cities of Mazandaran (N=1423). Based on Cochran's formula, 328 individuals were selected using proportionate stratified random sampling. Data were collected using Nahapiet and Ghoshal's (1998) social capital questionnaire and Allen and Meyer's (1990) organizational commitment questionnaire. Cronbach's alpha coefficients were 0.920 for social capital and 0.670 for organizational commitment. Data analysis was performed using SPSS24 and Amos software through Pearson correlation, multiple regression, and structural equation modeling (SEM). The results indicated that the employees' social capital level ranged from medium to high, while organizational commitment was at a medium to low level. Pearson's correlation coefficient between social capital and organizational commitment was $r=0.450$ ($p<0.001$), confirming a positive and significant relationship. Among the four dimensions of social capital, social awareness ($\beta=0.40$) and trust ($\beta=0.28$) showed the strongest effects on organizational commitment. The multiple regression analysis revealed that 27.3% of the variance in organizational commitment was explained by the four dimensions of social capital. SEM results confirmed a good model fit with indices above 0.9. The findings highlight that enhancing social capital contributes to strengthening employees' organizational commitment. Improving trust, awareness, and participation within organizations can foster higher loyalty, cohesion, and motivation among employees. Managers are encouraged to promote social interaction, fairness, and collective identity to improve organizational attachment and commitment levels.

Keywords: *Organizational commitment, Social capital, Social trust, Social participation, Coastal cities*

Submit Date: 22 February 2024

Revise Date: 17 May 2024

Accept Date: 26 May 2024

Publish Date: 18 June 2024

تعهد سازمانی به عنوان یکی از سازه‌های کلیدی رفتار سازمانی، در چند دهه اخیر مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است. این مفهوم نشان‌دهنده میزان وفاداری، تعلق و وابستگی روانی کارکنان به سازمان است و از عناصر حیاتی برای پایداری و موفقیت سازمان‌ها به شمار می‌آید (Yao et al., 2019). کارکنانی که تعهد سازمانی بالاتری دارند، تمایل بیشتری برای ماندن در سازمان، تلاش در جهت اهداف مشترک و همسویی با ارزش‌های سازمانی از خود نشان می‌دهند (Hotama, 2025). در مقابل، کاهش سطح تعهد می‌تواند منجر به افت انگیزش، افزایش غیبت، ترک خدمت و کاهش بهره‌وری گردد. به همین دلیل، شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقای تعهد سازمانی همواره از دغدغه‌های مدیران و محققان علوم سازمانی بوده است (Demir & Ahmadi, 2025).

در میان عوامل گوناگون مؤثر بر تعهد سازمانی، «سرمایه اجتماعی» جایگاهی ویژه دارد. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از روابط، اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی است که موجب تسهیل همکاری و تعامل در میان اعضای یک سازمان می‌شود (Abbasi Esfajir & et al., 2016). وجود سرمایه اجتماعی در سازمان می‌تواند فضای همکاری، همدلی و اعتماد متقابل را گسترش داده و احساس تعلق و وفاداری کارکنان را نسبت به سازمان افزایش دهد. هنگامی که کارکنان در محیطی کار می‌کنند که بر پایه اعتماد و ارتباطات مؤثر بنا شده است، تمایل بیشتری به حفظ عضویت خود در سازمان و مشارکت فعال در فعالیت‌های آن خواهند داشت (Adish & Ramazani Far, 2017).

بر اساس نظریه‌های نوین مدیریت منابع انسانی، سازمان‌ها با بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی نه تنها می‌توانند بر بهره‌وری و عملکرد خود بیفزایند بلکه می‌توانند از آن به عنوان ابزاری راهبردی برای تثبیت نیروی انسانی متعهد استفاده کنند (Ellinger et al., 2013). از دیدگاه «الینگر» و همکاران، سرمایه‌گذاری سازمانی در تقویت ارتباطات و اعتماد میان کارکنان، موجب رشد تعهد سازمانی و بهبود عملکرد خدماتی می‌شود. در این چارچوب، تعاملات اجتماعی در محیط کار نقش واسطی میان سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی ایفا می‌کند.

مطالعات متعددی در سطح بین‌المللی و ملی به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش‌های داخلی نیز نشان داده است که میان سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های تعهد سازمانی شامل تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (Khoshfar & Jandghi Mirmahaleh, 2018). برای مثال، پژوهش خوشفر و جندقی‌میرمحله بر کارکنان اداره آموزش و پرورش گلستان نشان داد که هرچه میزان اعتماد، مشارکت و آگاهی اجتماعی در محیط کاری افزایش یابد، سطح تعهد سازمانی کارکنان نیز به طور محسوسی بالا می‌رود.

از سوی دیگر، پژوهش ندایی و امامی‌نژاد بر کارکنان اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان بیانگر آن بود که سرمایه اجتماعی می‌تواند با تقویت شبکه‌های ارتباطی و افزایش انسجام، به شکل‌گیری احساس تعهد در میان کارکنان کمک کند (Nedaei & Emami Nejad, 2016). به همین ترتیب، نتایج مطالعه ملکی‌آوارسین و زمانی در مقایسه بانک ملت و پست بانک نشان داد که تفاوت در فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی منجر به تفاوت در سطح تعهد کارکنان می‌شود (Maleki Avarsin & Zamani, 2016). این یافته‌ها همگی مؤید این واقعیت‌اند که سرمایه اجتماعی یکی از زیربناهای اساسی توسعه تعهد سازمانی در سازمان‌های ایرانی است.

از منظر جامعه‌شناختی نیز، تعهد سازمانی محصول تعاملات اجتماعی و سرمایه‌های جمعی است که میان اعضای سازمان شکل می‌گیرد. به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی بستر شکل‌گیری اعتماد، همبستگی و مشارکت را فراهم می‌سازد که در نهایت منجر به افزایش وفاداری و همبستگی با سازمان می‌شود (Ebrahimi, 2015). یافته‌های پژوهش عباسی‌اسفجیر و همکاران نیز نشان داده است که افزایش سرمایه اجتماعی در دانشگاه‌ها موجب ارتقای احساس مسئولیت، تعلق و تعهد در کارکنان شده است (Abbasi Esfajir & et al., 2016).

ابعاد سرمایه اجتماعی در ادبیات پژوهش شامل اعتماد، آگاهی، انسجام و مشارکت اجتماعی است. این ابعاد هر یک از طریق سازوکارهای متفاوتی بر رفتار سازمانی اثر می‌گذارند. اعتماد اجتماعی به عنوان بنیادی‌ترین مؤلفه، سبب کاهش هزینه‌های ارتباطی، افزایش اطمینان و تقویت روابط متقابل میان کارکنان می‌شود (Adish & Ramazani Far, 2017). مشارکت اجتماعی نیز زمینه‌ساز تعامل فعال کارکنان در

تصمیم‌گیری‌های سازمانی است و احساس تعلق آن‌ها را تقویت می‌کند (Hayati, 2017). در همین راستا، آگاهی اجتماعی باعث می‌شود کارکنان نسبت به اهداف و ارزش‌های سازمانی شناخت بیشتری پیدا کرده و خود را با آرمان‌های سازمان همسو کنند (Ghanbari & et al., 2015). در نهایت، انسجام اجتماعی از طریق تقویت روحیه همکاری، اعتماد متقابل و حمایت گروهی، بستر پایداری تعهد سازمانی را فراهم می‌سازد (Mortazavi & Pourazad, 2015).

در پژوهش‌های بین‌المللی نیز یافته‌های مشابهی گزارش شده است. برای نمونه، لی و بروولد در مطالعه‌ای بر کارکنان شرکت‌های آموزشی نشان دادند که سرمایه‌گذاری سازمان‌ها در آموزش و توسعه منابع انسانی نوعی سرمایه اجتماعی درون‌سازمانی ایجاد می‌کند که منجر به افزایش رضایت و تعهد کارکنان می‌شود (Lee & Bruvold, 2017). همچنین یاو و همکاران در صنعت هتلداری گزارش کردند که تعهد سازمانی نقش کلیدی در حفظ کارکنان به عنوان «مشتریان داخلی» ایفا می‌کند و سطوح بالای تعهد، وفاداری نگرشی و رفتاری کارکنان را تقویت می‌کند (Yao et al., 2019). این نتایج نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی از طریق تقویت تعاملات درون‌سازمانی، در شکل‌گیری پایدار تعهد شغلی نقش تعیین‌کننده دارد.

پژوهش الینگر و همکاران (۲۰۱۳) نیز نشان داد که سرمایه‌گذاری در ارتباطات اجتماعی سازمانی به بهبود عملکرد و تعهد خدماتی کارکنان منجر می‌شود (Ellinger et al., 2013). یافته‌های مشابهی توسط زنگ و همکاران در دوران همه‌گیری کووید-۱۹ به‌دست آمد که نشان داد سرمایه روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی از طریق تعهد سازمانی بر رفتارهای شهروندی سازمانی پرستاران تأثیر مثبت دارند (Zeng et al., 2022).

در سال‌های اخیر، توجه به نقش سرمایه روان‌شناختی در کنار سرمایه اجتماعی نیز در تبیین رفتارهای سازمانی افزایش یافته است. پژوهش اوویس در دانشگاه‌های پاکستان نشان داد که سرمایه روان‌شناختی مثبت مانند خودکارآمدی، خوش‌بینی و امیدواری می‌تواند تعهد سازمانی کارکنان را به شکل معناداری ارتقا دهد (Owais, 2023). یافته‌های مشابهی توسط جرفی و حکیم در ایران گزارش شد که سرمایه روان‌شناختی از طریق میانجیگری هیجانات شغلی، بر تعهد و رضایت شغلی کارکنان اثرگذار است (Jorfi & Hakim, 2024). افزون بر این، نتایج پژوهش‌های معاصر حاکی از آن است که مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها نیز به طور مستقیم و غیرمستقیم بر تعهد کارکنان اثرگذار است. به عنوان نمونه، دمیر و احمدی با رویکرد کیفی نشان دادند که اجرای سیاست‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی موجب افزایش تعهد کارکنان و ارتقای عملکرد کلی سازمان می‌شود (Demir & Ahmadi, 2025). این نتیجه با یافته‌های پژوهش پیمنتا و همکاران هم‌سو است که تأکید کردند مدیریت منابع انسانی اجتماعی محور از طریق حمایت سازمانی ادراک‌شده، تعهد عاطفی و درگیری شغلی کارکنان را تقویت می‌کند (Pimenta et al., 2024).

مطالعات داخلی نیز رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی را تأیید کرده‌اند. به عنوان مثال، مرتضوی و پوراآزاد نشان دادند که اهمیت مسئولیت اجتماعی نقش تعدیل‌کننده‌ای بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی دارد (Mortazavi & Pourazad, 2015). همچنین نتایج تحقیق رحیمی و همکاران بیانگر آن است که تعهد سازمانی نقش میانجی در رابطه بین شفافیت سازمانی و اخلاق حرفه‌ای ایفا می‌کند (Rahimi et al., 2024).

در بعد دیگر، پژوهش‌های جدید به اهمیت ساختارهای یادگیری و حمایت سازمانی در تقویت سرمایه اجتماعی و تعهد کارکنان اشاره کرده‌اند. کیزرک و یلوغلو در مطالعه‌ای در ترکیه نشان دادند که تعهد به یادگیری و حمایت سازمانی، سکوت اجتماعی هدفمند را به کنشی سازنده تبدیل کرده و در نهایت به ارتقای تعهد سازمانی منجر می‌شود (Kızrak & Yeloğlu, 2024). همچنین زامانی طبقدهی و مومنی‌محموی بر اهمیت مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در ایجاد شبکه‌های ارتباطی و انسجام اجتماعی به عنوان زیرساخت تعهد سازمانی تأکید کردند (Zamaani Tabaghdehi & Momenimahmouei, 2023).

پژوهش‌های داخلی در حوزه آموزش و نظام اداری نیز مؤید این ارتباط هستند. سحرورد مافی و رنجبر نوشهری نشان دادند که تعهد سازمانی نقش میانجی بین سرمایه روان‌شناختی و بهزیستی شغلی معلمان را ایفا می‌کند (Sahranavard Mafi & Ranjbar Nowshari, 2023). همچنین امامی و همکاران الگوی ساعات کاری انعطاف‌پذیر را عاملی مؤثر در افزایش بهره‌وری و تعهد شغلی کارکنان سازمان‌های دولتی دانسته‌اند (Emami et al., 2024). یافته‌های مشابهی توسط لیو در چین به‌دست آمده است که نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از طریق تقویت سرمایه روان‌شناختی کارکنان، موجب افزایش تعهد و عملکرد آن‌ها می‌شود (Liu, 2023).

در نهایت، مطالعات متأخر حاکی از آن است که ترکیب هم‌افزایانه بین سرمایه اجتماعی، سرمایه روان‌شناختی و مسئولیت اجتماعی می‌تواند به عنوان مدلی چندبعدی در تبیین تعهد سازمانی کارکنان به‌کار گرفته شود. بررسی‌های انجام‌شده توسط زمان‌محور و گیدنز در نظریه‌های نوین اجتماعی نشان می‌دهد که تعاملات درون‌سازمانی، ارتباطات انسانی و اعتماد متقابل، بنیان‌های شکل‌گیری تعهد و وفاداری در نظام‌های اجتماعی و سازمانی محسوب می‌شوند (Rahimi et al., 2024; Zamaani Tabaghdehi & Momenimahmouei, 2023).

با توجه به مجموعه پژوهش‌های پیشین، می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه اجتماعی از طریق ایجاد بسترهای اعتماد، مشارکت، آگاهی و انسجام اجتماعی، یکی از مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های تعهد سازمانی در میان کارکنان است. با وجود این، در سازمان‌های خدماتی و بانکی ایران، به‌ویژه در مناطق ساحلی و شهرستانی، مطالعات جامع در این زمینه هنوز محدود است. لذا بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان در این حوزه، می‌تواند به غنای ادبیات علمی و ارتقای مدیریت سرمایه انسانی کمک نماید. هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن شامل اعتماد، مشارکت، آگاهی و انسجام اجتماعی بر میزان تعهد سازمانی کارکنان بانک سپه در شهرهای ساحلی استان مازندران است.

روش‌شناسی

روش مورد استفاده در این تحقیق روش پیمایشی از نوع مقطعی است. واحد تحلیل در این تحقیق، «فرد» یا کارکنان بانک سپه در استانهای شمالی کشور است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه (پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال و پرسشنامه تعهد سازمانی می‌یر و آلن و پرسشنامه محقق ساخته) است. جهت جمع‌آوری اطلاعات از روش میدانی استفاده شد. کلیه کارکنان بانک‌های سپه در شهرهای ساحلی مازندران به عنوان جامعه آماری تحقیق انتخاب شد که تعداد آنها ۱۴۲۳ نفر است.

برای محاسبه حجم نمونه آماری لازم از فرمول کوکران استفاده شد. مقدار حجم نمونه ۳۲۸ نفر است که به عنوان حجم نمونه انتخاب شده‌اند. روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم و تصادفی ساده است. در این روش ابتدا یک چهارچوب کامل از شهرهای استان تهیه گردید که شامل ۵۷ شهر می‌باشد. سپس شهرهای ساحلی استان از شرق تا منتهی‌الیه غرب استان مشخص شدند و در مرحله بعدی همه شهرهای ساحلی شماره‌گذاری گردید و سپس از بین آنها پنج شهر ساحلی بابلسر، محمودآباد، نور، نوشهر و رامسر بصورت تصادفی انتخاب شدند. از آمار توصیفی و استنباطی مانند ضریب همبستگی پیرسون^۱، رگرسیون چندمتغیره^۲، تحلیل مسیر و روش مدل سازی معادلات ساختاری^۳ برای تبیین میزان متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها استفاده گردید. همچنین از روش مدل سازی معادلات ساختاری نیز استفاده شده است. داده‌ها توسط نرم‌افزار آماری spss24 و Amos تجزیه و تحلیل شد. برای بررسی روایی پرسشنامه از روش روایی صوری استفاده شد. مقادیر ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای تعهد سازمانی و سرمایه اجتماعی قابل مشاهده است. مقدار آلفای کرونباخ متغیرهای مستقل و وابسته مورد بررسی بین ۰/۹۲۰ و ۰/۶۲۷ می‌باشد و نشان دهنده آن است که همبستگی و همسازی درونی بین گویه‌های مربوط به متغیرها مناسب و قابل قبول می‌باشد.

1- Pearson Correlation

2- Multiple regression

3 - Structural Equation Modeling

نتایج یافته‌های این بخش حاکی از آن است که حدود ۵/۵ درصد از تعهد سازمانی خیلی پایین، حدود ۲۳/۲ درصد از تعهد سازمانی پایین، حدود ۴۲/۷ درصد از تعهد سازمانی متوسط، حدود ۱۷/۷ درصد از تعهد سازمانی بالا و همچنین ۸/۸ درصد از تعهد سازمانی خیلی بالا برخوردار هستند. میانگین تعهد سازمانی برابر با ۳/۰۱ است که در حد متوسطی است. در بین مولفه‌های تعهد سازمانی، وضعیت مولفه تعهد مستمر بهتر از بقیه است. مقدار تعهد عاطفی و تعهد هنجاری کمتر از حد متوسط (عدد ۳) است.

جدول ۱. توزیع پاسخگویان بر حسب میزان تعهد سازمانی و ابعاد آن

میزان تعهد	تعهد مستمر		تعهد عاطفی		تعهد هنجاری		تعهد سازمانی	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
خیلی کم	۱۵	۴.۶	۱۳	۴.۰	۱۳	۴.۰	۱۸	۵.۵
کم	۶۳	۱۹.۲	۹۵	۲۹.۰	۱۱۲	۳۴.۱	۷۶	۲۳.۲
متوسط	۹۰	۲۷.۴	۱۶۹	۵۱.۵	۱۴۲	۴۳.۳	۱۴۰	۴۲.۷
زیاد	۸۲	۲۵.۰	۳۳	۱۰.۱	۳۹	۱۱.۹	۵۸	۱۷.۷
خیلی زیاد	۷۴	۲۲.۶	۱۶	۴.۹	۱۸	۵.۵	۲۹	۸.۸
بی پاسخ	۴	۱.۲	۲	۰.۶	۴	۱.۲	۷	۲.۱
جمع	۳۲۸	۱۰۰	۳۲۸	۱۰۰	۳۲۸	۱۰۰	۳۲۸	۱۰۰
میانگین	۳.۴۲		۲.۸۳		۲.۸۱		۳.۰۱	
انحراف معیار	۱.۱۷		۰.۸۵		۰.۹۰		۱.۰۱	

بررسی متغیر مستقل سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که در مجموع در بین حدود ۱۲/۲ درصد کارکنان بانک سپه میزان سرمایه اجتماعی در حد خیلی زیاد می‌باشد. در بین حدود ۲۵/۳ درصد در حد زیاد، حدود ۳۰/۸ درصد در حد متوسط، حدود ۲۱/۳ درصد در حد کم و در بین حدود ۸/۵ درصد کارکنان بانک سپه نیز میزان سرمایه اجتماعی در حد خیلی کم بوده است. میانگین سرمایه اجتماعی بر حسب چهار بعد (اعتماد، انسجام، آگاهی و مشارکت) برابر با ۲/۹۴ است که در حد نسبتاً متوسطی است. در بین ابعاد چهارگانه سرمایه اجتماعی، وضعیت مولفه انسجام اجتماعی (با میانگین ۳/۳۲) بهتر از بقیه است. وضعیت اعتماد اجتماعی مطلوب نبوده و کارکنان به افراد جامعه و همکاران خود اعتماد زیادی ندارند. میانگین اعتماد اجتماعی کمتر از حد متوسط و برابر با ۲/۷۹ است.

جدول ۲. توزیع بر حسب ابعاد چهارگانه سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام، آگاهی و مشارکت)

میزان سرمایه اجتماعی	اعتماد اجتماعی		مشارکت اجتماعی		انسجام اجتماعی		آگاهی		سرمایه اجتماعی	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
خیلی کم	۱۷	۵.۲	۲۸	۸.۵	۱۹	۵.۸	۴۸	۱۴.۶	۳۷	۱۱.۲
کم	۱۱۷	۳۵.۶	۵۹	۱۷.۹	۴۵	۱۳.۷	۴۲	۱۲.۸	۷۶	۲۳.۱
متوسط	۱۱۲	۳۴.۰	۱۲۵	۳۸.۰	۱۱۱	۳۳.۷	۹۱	۲۷.۷	۹۵	۲۸.۹
زیاد	۶۷	۲۰.۴	۸۸	۲۶.۷	۱۰۳	۳۱.۳	۶۳	۱۹.۱	۶۶	۲۰.۱
خیلی زیاد	۹	۲.۷	۲۰	۶.۱	۴۱	۱۲.۵	۷۰	۲۱.۳	۳۳	۱۰.۰
بی پاسخ	۷	۲.۱	۹	۲.۷	۱۰	۳.۰	۱۵	۴.۶	۲۲	۶.۷
جمع	۳۲۸	۱۰۰	۳۲۸	۱۰۰	۳۲۸	۱۰۰	۳۲۸	۱۰۰	۳۲۸	۱۰۰
میانگین	۲.۷۹		۳.۰۴		۳.۳۲		۳.۲۱		۲.۹۴	
انحراف معیار	۰.۹۲		۱.۰۳		۱.۰۶		۱.۳۴		۱.۱۷	

فرضیه اول به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی می‌پردازد. با توجه به سطح سنجش و آزمون نرمال بودن داده‌ها در متغیرهای سرمایه اجتماعی و میزان تعهد سازمانی، برای بررسی رابطه متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. بررسی رابطه متغیرها گویای این است که بین دو متغیر همبستگی معناداری وجود دارد. هر چه میزان سرمایه اجتماعی در بین کارکنان بانک سپه بیشتر شود، میزان تعهد سازمانی در بین آنان بیشتر می‌شود و برعکس هر چه میزان سرمایه اجتماعی در بین کارکنان کمتر شود، میزان تعهد سازمانی در بین آنان کاهش می‌یابد. این همبستگی مستقیم و مثبت با احتمال بیش از ۹۹ درصد معنادار است.

جدول ۳. ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و میزان تعهد سازمانی

ابعاد تعهد سازمانی	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	نتیجه آزمون
تعهد عاطفی	۰/۰۸۳	۰/۱۳۵	عدم وجود همبستگی معنادار
تعهد مستمر	۰/۵۲۸	۰/۰۰۰	همبستگی مستقیم و مثبت معنادار
تعهد هنجاری	۰/۱۸۲	۰/۰۰۰	همبستگی مستقیم و مثبت معنادار
تعهد سازمانی	۰/۴۵۰	۰/۰۰۰	همبستگی مستقیم و مثبت معنادار

ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و میزان تعهد سازمانی برابر با ۰/۴۵۰ و سطح معناداری آن صفر است. نتایج نشان داد که بین بعد عاطفی تعهد سازمانی و سرمایه اجتماعی همبستگی معناداری مشاهده نمی‌شود. هر چند که رابطه بین آنها مثبت و مستقیم بوده اما از لحاظ آماری معنادار نیست. بین دو بعد مستمر و هنجاری تعهد سازمانی و میزان سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. فرضیه دوم این بود که بین ابعاد چهارگانه سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام، آگاهی و مشارکت) و تعهد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج به دست آمده نشان داد که ضریب همبستگی پیرسون بین اعتماد اجتماعی و میزان تعهد سازمانی برابر با ۰/۳۵۲ و سطح معناداری آن صفر است. هر چه میزان اعتماد اجتماعی بالاتر باشد، میزان تعهد سازمانی بیشتر می‌شود و برعکس هر چه میزان اعتماد اجتماعی پایین‌تر باشد، میزان تعهد سازمانی کاهش خواهد یافت. رابطه و همبستگی مستقیم و مثبت بین دو متغیر مشاهده می‌شود. همچنین نتایج آزمون پیرسون نشان می‌دهد که بین ابعاد انسجام، آگاهی و مشارکت با تعهد سازمانی رابطه معناداری از نوع مستقیم و مثبت وجود دارد.

جدول ۴. ضریب همبستگی پیرسون بین ابعاد چهارگانه سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی

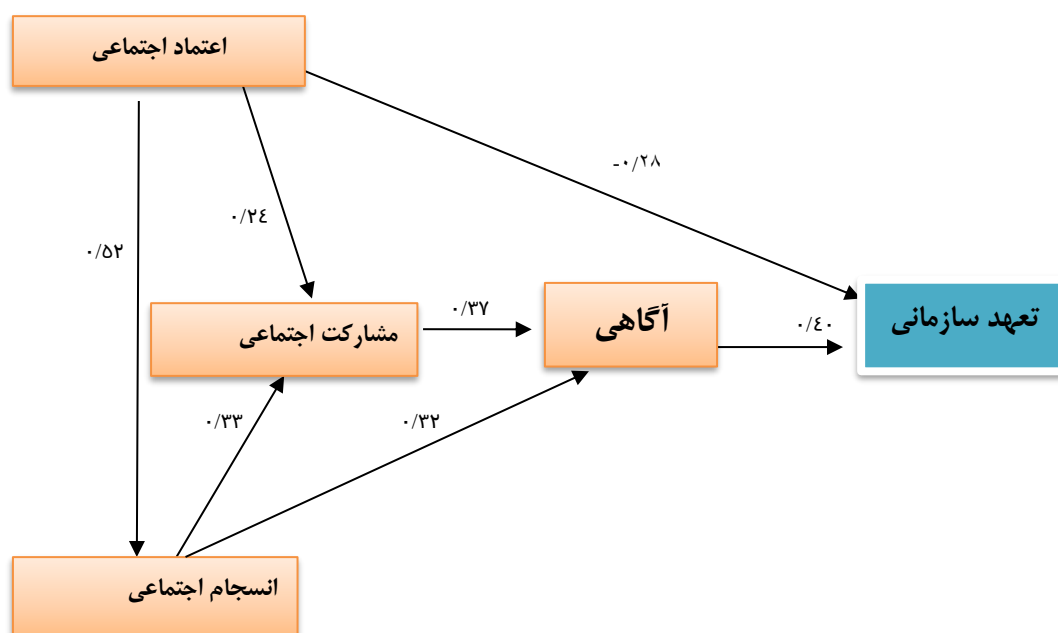
ابعاد سرمایه اجتماعی	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	نتیجه آزمون
اعتماد اجتماعی	۰/۳۵۲	۰/۰۰۰	همبستگی مستقیم و مثبت معنادار
مشارکت اجتماعی	۰/۲۸۴	۰/۰۰۰	همبستگی مستقیم و مثبت معنادار
انسجام اجتماعی	۰/۲۹۰	۰/۰۰۰	همبستگی مستقیم و مثبت معنادار
آگاهی اجتماعی	۰/۴۶۰	۰/۰۰۰	همبستگی مستقیم و مثبت معنادار

نتایج رگرسیون چندمتغیره بر اساس ابعاد چهارگانه سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام، آگاهی و مشارکت) نشان می‌دهد که مقدار ضریب همبستگی چندگانه برابر با ۰/۵۲۲ بوده که نشان دهنده رابطه در حد متوسط بین متغیرهای مستقل و میزان تعهد سازمانی است. مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۲۷۳ بوده و بیانگر این حقیقت است که ۲۷/۳ درصد از تغییرات میزان تعهد سازمانی به ابعاد چهارگانه سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام، آگاهی و مشارکت) مربوط است. مقادیر ضرایب رگرسیونی نشان می‌دهد که اعتماد اجتماعی و آگاهی در سطح بیش از ۹۹ درصد معنادار هستند. به ازای هر واحد تغییر در اعتماد اجتماعی، حدود ۰/۲۸ واحد در تعهد سازمانی تغییر به وجود می‌آید. این میزان تغییر در متغیر وابسته تعهد سازمانی با احتساب متغیر آگاهی برابر با ۰/۴۰ واحد است. بنابراین دو بعد آگاهی و اعتماد اجتماعی بیشترین رابطه را با تعهد سازمانی دارند.

جدول ۵. ضرایب رگرسیونی ابعاد چهارگانه سرمایه اجتماعی میزان تعهد سازمانی

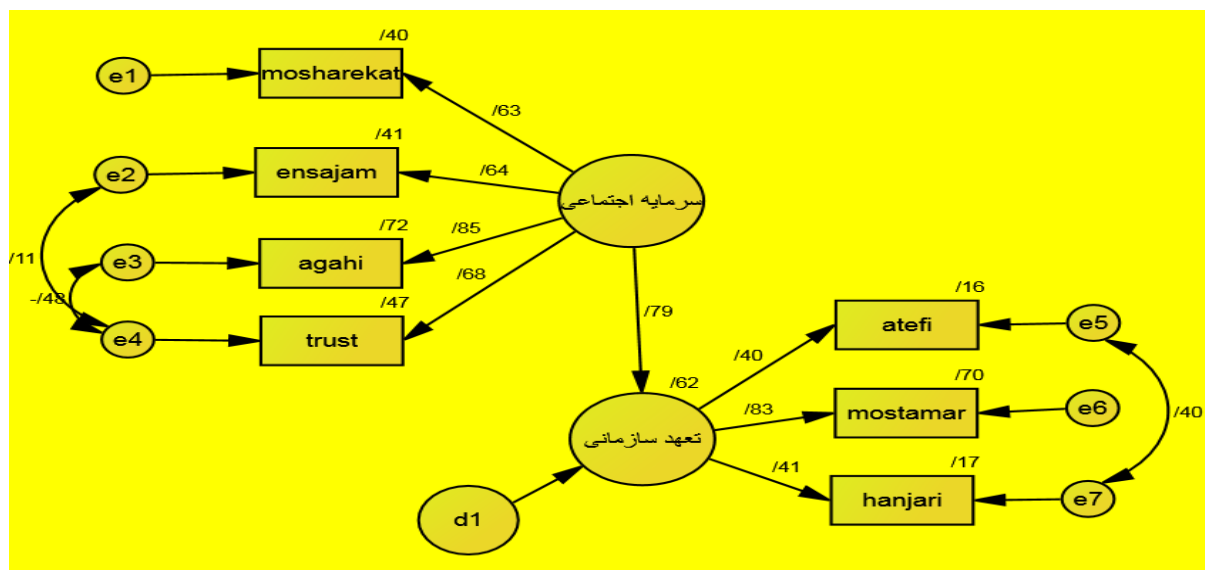
ابعاد سرمایه اجتماعی	ضریب رگرسیون	خطای استاندارد	بتا	آزمون t	سطح معناداری	تولرانس	شاخص VIF
مقدار ثابت	۳۲/۵۷	۲/۱۷	-	۱۴/۹۸	۰/۰۰۰		
اعتماد اجتماعی	۰/۶۹	۰/۱۵	۰/۲۸	۴/۶۳	۰/۰۰۰	۰/۶۷۱	۱/۴۹۰
مشارکت اجتماعی	-۰/۰۷	۰/۱۱	-۰/۰۴	-۰/۶۷	۰/۵۰۰	۰/۶۳۰	۱/۵۸۸
انسجام اجتماعی	-۰/۰۵	۰/۰۹	-۰/۰۳	-۰/۵۳	۰/۵۹۶	۰/۵۹۴	۱/۶۸۳
آگاهی	۰/۲۳	۰/۰۴	۰/۴۰	۶/۴۲	۰/۰۰۰	۰/۶۲۸	۱/۵۹۳
ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین شده	آزمون وائسون	آماره F	سطح معناداری		
چندگانه	۰/۲۷۳	۰/۲۶۳	۱/۶۷	۲۷/۹۶۰	۰۰۰/۰		
۰/۵۲۲							

در تحلیل مسیر بر اساس ضرایب بتا میزان تأثیر مستقیم کل متغیرها بر تعهد سازمانی برابر با ۰/۶۸، تأثیر غیرمستقیم برابر با ۰/۴۷ و مجموع تأثیرات مستقیم و تأثیر غیرمستقیم برابر با ۱/۱۵ می‌باشد. بنابراین اعتماد اجتماعی با مجموع تأثیر ۰/۴۲، آگاهی با تأثیر ۰/۴۰ و متغیر انسجام اجتماعی با مجموع تأثیر ۰/۱۸ بیشترین نقش را در تغییرات تعهد سازمانی دارند. همچنین متغیر مشارکت اجتماعی با مجموع تأثیر ۰/۱۵ کمترین تأثیر را در تبیین تعهد سازمانی داشته است.



شکل ۱. مدل تحلیل مسیر سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام، آگاهی و مشارکت) و تعهد سازمانی

بر اساس شاخص‌های برازش مدل در الگویابی معادلات ساختاری در ابعاد اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، و آگاهی و انسجام اجتماعی با تعهد سازمانی نشان می‌دهد مدل تحقیق از برازش مناسبی برخوردار است و داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسو بودن سوالات با سازه‌های نظری است و مقادیرهای بالای ۰/۹ این شاخص‌ها حاکی از برازش بسیار مناسب مدل است.



شکل ۲. تحلیل عاملی مرتبه اول

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان داد که میان سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی کارکنان بانک سپه در شهرهای ساحلی مازندران رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد. این یافته به روشنی تأیید می‌کند که با افزایش سطح سرمایه اجتماعی در سازمان، میزان وفاداری، احساس تعلق و مسئولیت‌پذیری کارکنان نیز افزایش می‌یابد. یافته حاضر با نتایج مطالعات متعدد داخلی و بین‌المللی هم‌راستا است و نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی به عنوان یک دارایی ناملموس سازمانی، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری و پایداری تعهد سازمانی دارد (Abbasi Esfajir & et al., 2016; Adish & Ramazani Far, 2017; Hayati, 2017; Khoshfar & Jandghi Mirmahaleh, 2018). نتایج تحلیل رگرسیونی این تحقیق، ابعاد آگاهی اجتماعی و اعتماد اجتماعی بیشترین تأثیر را بر تعهد سازمانی داشتند که این یافته از دیدگاه نظری نیز قابل تبیین است.

اعتماد اجتماعی به عنوان رکن اصلی سرمایه اجتماعی، موجب شکل‌گیری ارتباطات مثبت، کاهش تعارضات و افزایش همکاری میان کارکنان می‌شود. زمانی که کارکنان به مدیران و همکاران خود اعتماد دارند، تمایل بیشتری برای مشارکت در فعالیتهای سازمانی نشان می‌دهند و از این طریق احساس وابستگی روانی آنان به سازمان افزایش می‌یابد. یافته‌های مشابه در پژوهش‌های متعددی تأیید شده است. برای مثال، عباسی اسفجیر و همکاران نشان دادند که افزایش سطح اعتماد و تعامل میان کارکنان، تعهد عاطفی آنان را تقویت می‌کند و میزان تمایل به ماندگاری در سازمان را بالا می‌برد (Abbasi Esfajir & et al., 2016). همچنین ادیش و رمضانی‌فر در پژوهش خود بیان کردند که اعتماد و مشارکت دو عامل محوری در تقویت وفاداری و انسجام سازمانی هستند (Adish & Ramazani Far, 2017). یافته حاضر نیز موید دیدگاه آنان است که سرمایه اجتماعی از طریق گسترش روابط مبتنی بر اعتماد، زمینه شکل‌گیری پیوند عاطفی میان کارکنان و سازمان را فراهم می‌سازد. در بعد دیگر، آگاهی اجتماعی بیشترین تأثیر را بر تعهد سازمانی نشان داد. این یافته با نتایج پژوهش‌های فلاح‌نژاد نودهی و همکاران هم‌سو است که تأکید کردند آگاهی نسبت به اهداف و ارزش‌های سازمانی، درک نقش فرد در پیشبرد مأموریت‌های سازمان و آگاهی از اهمیت کار، از عوامل کلیدی در افزایش تعهد کارکنان است (Falahnejad Nodehi et al., 2015). هنگامی که کارکنان از اهداف استراتژیک و مأموریت‌های سازمان مطلع‌اند، هویت سازمانی خود را با ارزش‌های سازمان منطبق کرده و از نظر عاطفی و شناختی درگیر سازمان می‌شوند. این هم‌سویی شناختی و عاطفی، به شکل‌گیری احساس وفاداری پایدار و کاهش تمایل به ترک شغل منجر می‌گردد (Ebrahimi, 2015).

یافته‌ها همچنین نشان داد که مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی نیز رابطه مثبت و معناداری با تعهد سازمانی دارند، هرچند شدت این روابط کمتر از اعتماد و آگاهی بود. این امر حاکی از آن است که هرچند مشارکت و انسجام به‌طور مستقیم در ایجاد تعهد نقش دارند، اما اثر نهایی آنها از مسیر ایجاد احساس اعتماد و آگاهی تقویت می‌شود. به بیان دیگر، کارکنانی که در فرآیند تصمیم‌گیری مشارکت دارند، به دلیل احساس اثرگذاری و تعلق، ارتباط عاطفی عمیق‌تری با سازمان برقرار می‌کنند (Ghanbari & et al., 2015; Hayati, 2017). همچنین وجود انسجام اجتماعی در محیط کار باعث می‌شود تا افراد در تعامل با یکدیگر احساس حمایت و همکاری بیشتری داشته باشند که خود عاملی برای تقویت تعهد مستمر و هنجاری است (Mortazavi & Pourazad, 2015).

مطالعات بین‌المللی نیز یافته‌های پژوهش حاضر را تأیید می‌کنند. لی و بروولد در پژوهش خود بر اهمیت سرمایه‌گذاری سازمان‌ها در آموزش و توسعه انسانی تأکید کردند و نشان دادند که این سرمایه‌گذاری‌ها موجب افزایش تعهد عاطفی و درونی کارکنان می‌شود (Lee & Bruvold, 2017). این موضوع بیانگر آن است که سرمایه اجتماعی، از طریق تقویت آموزش، یادگیری و تعاملات انسانی، احساس ارزشمندی و اعتماد به نفس کارکنان را بالا می‌برد و این احساس به افزایش تعهد آنان منجر می‌شود. همچنین پژوهش یاو و همکاران در صنعت هتلداری نشان داد که تعهد سازمانی ارتباط تنگاتنگی با وفاداری نگرشی و رفتاری کارکنان دارد (Yao et al., 2019). نتایج آن مطالعه نشان داد که سرمایه اجتماعی از طریق ارتقای ارتباطات انسانی و اعتماد درون‌سازمانی، به حفظ کارکنان و کاهش تمایل به ترک شغل منجر می‌شود.

الینگر و همکاران نیز در پژوهش خود بیان کردند که سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی سازمانی و توسعه ارتباطات میان کارکنان، به افزایش تعهد و عملکرد آنان منجر می‌گردد (Ellinger et al., 2013). این یافته‌ها کاملاً با نتایج حاضر همخوانی دارد؛ زیرا بانک سپه به عنوان یک سازمان خدماتی، بر پایه روابط انسانی و تعامل مستقیم با مشتریان عمل می‌کند، و لذا سرمایه اجتماعی در چنین محیطی به‌صورت مستقیم بر رفتار، نگرش و وفاداری کارکنان اثرگذار است. پژوهش زنگ و همکاران نیز در دوران شیوع کووید-۱۹ تأکید کرد که تعهد سازمانی نقش واسطه‌ای میان سرمایه روان‌شناختی و رفتارهای شهروندی سازمانی دارد و افزایش این سرمایه‌ها موجب ارتقای همکاری و مشارکت در میان کارکنان می‌شود (Zeng et al., 2022).

از سوی دیگر، یافته‌های این پژوهش با مطالعاتی هم‌سو است که بر تأثیر مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای بر تعهد سازمانی تأکید دارند. پژوهش دیمیر و احمدی در سال ۲۰۲۵ نشان داد که پیاده‌سازی سیاست‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی نه تنها موجب ارتقای عملکرد، بلکه سبب افزایش احساس تعهد و وابستگی کارکنان به سازمان می‌شود (Demir & Ahmadi, 2025). همچنین نتایج پژوهش پیمنتا و همکاران نشان داد که مدیریت منابع انسانی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی از طریق ایجاد حمایت سازمانی ادراک‌شده، موجب افزایش تعهد عاطفی و درگیری شغلی کارکنان می‌شود (Pimenta et al., 2024). یافته‌های فوق در کنار نتایج پژوهش حاضر، نشان می‌دهد که توجه به ابعاد انسانی و اخلاقی سازمان در کنار تقویت سرمایه اجتماعی می‌تواند منجر به ارتقای همه‌جانبه تعهد سازمانی گردد.

در همین راستا، نتایج پژوهش‌های داخلی نیز نقش مسئولیت اجتماعی در ارتقای تعهد سازمانی را تأیید کرده‌اند. مرتضوی و پورآزاد بیان داشتند که اهمیت مسئولیت اجتماعی رابطه میان مسئولیت‌پذیری و تعهد سازمانی را تعدیل می‌کند (Mortazavi & Pourazad, 2015). همچنین رحیمی و همکاران با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری نشان دادند که تعهد سازمانی حلقه ارتباطی میان شفافیت، مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای است (Rahimi et al., 2024). این نتایج با یافته‌های کنونی هم‌سو است، زیرا در محیط‌های بانکی، اعتماد و شفافیت نقش اساسی در تقویت تعهد کارکنان ایفا می‌کند.

پژوهش حاضر همچنین به‌طور غیرمستقیم با مطالعاتی مرتبط است که نقش سرمایه روان‌شناختی را در پیوند با تعهد سازمانی بررسی کرده‌اند. یافته‌های اوویس نشان داد که سرمایه روان‌شناختی شامل خوش‌بینی، امیدواری و تاب‌آوری، رابطه مثبتی با تعهد کارکنان در دانشگاه‌های دولتی دارد (Owais, 2023). این نتیجه با پژوهش جرفی و حکیم نیز هم‌خوان است که نشان داد سرمایه روان‌شناختی از طریق هیجانات شغلی می‌تواند تعهد سازمانی و رضایت شغلی را ارتقا دهد (Jorfi & Hakim, 2024). از دیدگاه نظری، این یافته‌ها بیانگر آن‌اند که در

محیط‌هایی که سرمایه اجتماعی بالا است، احتمال پرورش سرمایه روان‌شناختی نیز بیشتر می‌شود، زیرا اعتماد و حمایت اجتماعی باعث تقویت انگیزش درونی و خودکارآمدی کارکنان می‌گردد.

در همین زمینه، پژوهش کیزرک و یلوغلو نشان داد که تعهد به یادگیری و حمایت سازمانی موجب کاهش رفتارهای منفی در محیط کار و افزایش احساس تعلق سازمانی می‌شود (Kızrak & Yeloğlu, 2024). این یافته با پژوهش زامانی طبقدهی و مومنی‌محموی نیز هم‌راستا است که بر اهمیت یادگیری سازمانی و مدیریت دانش به عنوان بنیان سرمایه اجتماعی تأکید کردند (Zamaani Tabaghdehi & Momenimahmouei, 2023). در نتیجه، می‌توان گفت سازمان‌هایی که محیطی یادگیرنده، شفاف و مشارکتی ایجاد می‌کنند، زمینه افزایش سرمایه اجتماعی و در پی آن ارتقای تعهد سازمانی را فراهم می‌سازند.

به‌طور کلی، نتایج تحقیق حاضر همسو با الگوهای نظری و تجربی جهانی است که سرمایه اجتماعی را به عنوان پیش‌شرط اصلی تعهد سازمانی معرفی می‌کنند. این الگوها، سرمایه اجتماعی را نه تنها عامل افزایش تعلق عاطفی بلکه محرک وفاداری شناختی و رفتاری می‌دانند (Liu, 2023; Owais, 2023; Pimenta et al., 2024). به بیان دیگر، در محیط‌هایی که روابط مبتنی بر اعتماد و همکاری وجود دارد، کارکنان احساس امنیت روانی بیشتری کرده و تمایل بالاتری برای مشارکت در اهداف جمعی از خود نشان می‌دهند. چنین فضایی موجب می‌شود که تعهد سازمانی به عنوان یک پدیده چندوجهی در سطوح عاطفی، هنجاری و مستمر تقویت گردد.

از دیدگاه مدیریتی، یافته‌های این پژوهش تأکید می‌کند که سرمایه اجتماعی به‌ویژه در سازمان‌های خدمات‌محور مانند بانک‌ها، نقشی حیاتی در پایداری نیروی انسانی دارد. بانک‌ها به عنوان نهادهای اقتصادی با مأموریت اعتمادسازی در جامعه، نیازمند کارکنانی هستند که خود در محیطی مبتنی بر اعتماد، همکاری و انسجام فعالیت کنند. بنابراین، توسعه روابط اجتماعی سالم، افزایش شفافیت سازمانی و تقویت آگاهی جمعی از مأموریت‌های بانک می‌تواند ضامن پایداری تعهد سازمانی در میان کارکنان باشد (Ghanbari & et al., 2015; Hayati, 2017). پژوهش حاضر همانند هر مطالعه میدانی دیگر با محدودیت‌هایی روبه‌رو بوده است. نخست، داده‌ها بر اساس پرسشنامه‌های خودگزارشی جمع‌آوری شد که ممکن است تحت تأثیر سوگیری‌های پاسخ‌دهی یا تمایل به پاسخ‌های اجتماعی مطلوب قرار گرفته باشد. دوم، قلمرو تحقیق به کارکنان بانک سپه در شهرهای ساحلی مازندران محدود شد و تعمیم نتایج به سایر استان‌ها یا بانک‌ها باید با احتیاط صورت گیرد. سوم، ماهیت مقطعی پژوهش مانع از استنباط روابط علی قطعی میان متغیرها می‌شود. همچنین، عوامل بیرونی مانند شرایط اقتصادی و فرهنگی محیط کار ممکن است بر سطوح تعهد و سرمایه اجتماعی تأثیر گذاشته باشند که در این پژوهش به طور مستقیم کنترل نشده‌اند.

برای مطالعات آینده، پیشنهاد می‌شود تحقیقات مشابه در سایر بانک‌ها و سازمان‌های خدماتی کشور انجام گیرد تا امکان مقایسه و تعمیم نتایج فراهم شود. همچنین انجام مطالعات طولی برای بررسی تغییرات سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی در طول زمان می‌تواند درک دقیق‌تری از پویایی این دو سازه ارائه دهد. به کارگیری روش‌های ترکیبی (کمی-کیفی) نیز به پژوهشگران کمک می‌کند تا ابعاد عمیق‌تری از تجربه کارکنان نسبت به اعتماد و مشارکت سازمانی را کشف کنند. علاوه بر این، بررسی نقش متغیرهای میانجی همچون رضایت شغلی، سرمایه روان‌شناختی و حمایت سازمانی می‌تواند تصویر جامع‌تری از سازوکارهای تأثیر سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی فراهم سازد.

مدیران سازمان‌ها، به‌ویژه در بخش بانکی، باید با تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی از جمله اعتماد متقابل، مشارکت در تصمیم‌گیری و انسجام گروهی، زمینه افزایش تعهد کارکنان را فراهم آورند. ایجاد فرهنگ ارتباطی باز، آموزش مهارت‌های همکاری و توسعه برنامه‌های کارگروهی می‌تواند حس تعلق و مسئولیت‌پذیری کارکنان را افزایش دهد. همچنین طراحی نظام‌های پاداش‌دهی مبتنی بر رفتارهای مشارکتی و اخلاقی، به ارتقای روحیه جمعی و کاهش تعارضات کمک می‌کند. در نهایت، رهبران سازمانی باید با تأکید بر شفافیت، عدالت و یادگیری مداوم، محیطی بسازند که سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی در آن به صورت متقابل تقویت شوند.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

Extended Abstract

Introduction

Organizational commitment represents a multidimensional psychological attachment that connects employees to their organizations through emotional, normative, and continuance components (Yao et al., 2019). In contemporary organizations, the degree of employees' organizational commitment is considered one of the strongest predictors of job performance, turnover intention, and organizational sustainability (Hotama, 2025). Increasing competition and structural complexities have highlighted the importance of understanding the antecedents of commitment that go beyond economic incentives. Among these antecedents, social capital—a set of relational resources rooted in trust, cooperation, awareness, and social cohesion—has emerged as a critical determinant of employees' affective and behavioral engagement (Abbasi Esfajir & et al., 2016; Adish & Ramazani Far, 2017).

Social capital is regarded as a facilitating asset that enhances organizational collaboration, information exchange, and collective trust. Employees embedded in high-social-capital environments tend to feel valued, supported, and integrated, which strengthens their emotional and moral attachment to the organization (Ellinger et al., 2013). According to organizational behavior theorists, social capital acts as a bridge between structural systems and human interactions, enabling individuals to identify with organizational goals and norms (Khoshfar & Jandghi Mirmahaleh, 2018). The concept thus contributes not only to interpersonal relationships but also to the organizational identity that fosters employee loyalty and long-term retention (Lee & Bruvold, 2017).

A wide range of empirical evidence has confirmed that the relationship between social capital and organizational commitment is both direct and positive. For instance, Hayati's research on administrative employees at Shahid Beheshti University found that trust and social awareness were significant predictors of affective and normative commitment (Hayati, 2017). Similarly, Ebrahimi revealed that dimensions of social

capital—particularly trust and cooperation—enhance organizational commitment by promoting moral responsibility and collective efficacy (Ebrahimi, 2015). The findings of Ghanbari et al. also indicate that social capital indirectly influences commitment through the mediation of social responsibility and ethical engagement (Ghanbari & et al., 2015).

Moreover, Falahnejad Nodehi et al. emphasized that employees' understanding of the organizational mission and social responsibility enhances both commitment and performance (Falahnejad Nodehi et al., 2015). This aligns with Abbasi Esfajir's conclusion that organizations rich in trust and social interaction show higher levels of cohesion and loyalty (Abbasi Esfajir & et al., 2016). Consistently, Maleki Avarsin and Zamani found significant differences in commitment levels between organizations with strong versus weak social cultures, highlighting that social capital directly influences the organizational climate (Maleki Avarsin & Zamani, 2016).

Recent international studies have also expanded the theoretical framework connecting social and psychological capital to organizational outcomes. Yao et al. showed that organizational commitment strongly predicts both attitudinal and behavioral loyalty among employees, framing employees as “internal customers” whose satisfaction ensures organizational success (Yao et al., 2019). Similarly, Liu established that corporate social responsibility and psychological capital are positively related to organizational commitment in Chinese manufacturing firms (Liu, 2023). In the same line, Owais demonstrated that positive psychological capital—comprising self-efficacy, optimism, and hope—significantly predicts employees' commitment in public universities (Owais, 2023).

At the intersection of social responsibility and commitment, Demir and Ahmadi confirmed that corporate social responsibility (CSR) policies not only elevate organizational performance but also strengthen employees' identification with the organization (Demir & Ahmadi, 2025). Pimenta et al. reinforced this notion by showing that socially responsible human resource management practices enhance affective commitment through perceived organizational support (Pimenta et al., 2024). Similarly, Rahimi et al. revealed that professional ethics and social responsibility together foster stronger commitment and transparency in organizational contexts (Rahimi et al., 2024).

Parallel studies in Iran support these findings. Mortazavi and Pourazad identified the moderating role of the importance of social responsibility in the relationship between CSR and commitment (Mortazavi & Pourazad, 2015). Hayati and Abbasi Esfajir also concluded that awareness of organizational objectives and fairness in decision-making strengthen both moral and emotional dimensions of commitment (Abbasi Esfajir & et al., 2016; Hayati, 2017). Meanwhile, Kızrak and Yeloğlu highlighted the importance of organizational learning and support in promoting commitment, showing that commitment to learning can transform even prosocial silence into constructive organizational behavior (Kızrak & Yeloğlu, 2024).

Further, Zeng and colleagues emphasized the mediating effect of organizational commitment between psychological capital and citizenship behavior among nurses during crises such as COVID-19 (Zeng et al., 2022). In the same vein, Jorfi and Hakim demonstrated that psychological capital indirectly improves commitment and job satisfaction through positive job emotions (Jorfi & Hakim, 2024). Zamaani Tabaghdehi and Momenimahmouei suggested that establishing a knowledge management model enhances social interactions, communication efficiency, and ultimately organizational cohesion (Zamaani Tabaghdehi & Momenimahmouei, 2023). Similarly, Sahranavard Mafi and Ranjbar Nowshari showed that organizational commitment mediates the relationship between teachers' psychological capital and occupational well-being (Sahranavard Mafi & Ranjbar Nowshari, 2023).

Emami, Ahmadi, and Ghaffari added that flexibility in working conditions can significantly improve productivity and commitment among public sector employees (Emami et al., 2024). Despite growing literature, few empirical studies in Iran's financial and banking sectors have examined the interplay between

social capital and organizational commitment. Banks, as trust-based institutions, rely heavily on interpersonal relationships, ethical practices, and collective culture. In this context, understanding how social capital fosters organizational commitment can contribute significantly to human resource strategies and organizational effectiveness.

Hence, the present study aims to investigate the impact of social capital and its four dimensions—trust, awareness, participation, and social cohesion—on the organizational commitment of Sepah Bank employees in the coastal cities of Mazandaran Province.

Methods and Materials

This research adopted a descriptive–survey design using a cross-sectional approach. The statistical population consisted of all employees of Sepah Bank in the coastal cities of Mazandaran Province, totaling 1,423 individuals. Using Cochran's formula, a sample of 328 respondents was selected through proportionate stratified random sampling. Data were collected via three questionnaires: the Nahapiet and Ghoshal (1998) Social Capital Scale, the Allen and Meyer (1990) Organizational Commitment Scale, and a researcher-made demographic form. Validity was confirmed through face validation by subject matter experts, and reliability coefficients (Cronbach's alpha) were 0.920 for social capital and 0.670 for organizational commitment, indicating acceptable internal consistency.

Statistical analysis was conducted using SPSS version 24 and AMOS software. Both descriptive and inferential statistics were applied, including Pearson correlation, multiple regression analysis, and structural equation modeling (SEM). These tests examined the relationships between the four dimensions of social capital (trust, awareness, participation, cohesion) and organizational commitment, along with direct and indirect effects of independent variables on the dependent variable.

Findings

The descriptive analysis revealed that the overall level of social capital among employees was moderate to high, while organizational commitment was moderate to low. Specifically, 42.7% of employees displayed medium levels of commitment, while 23.2% and 17.7% showed low and high levels, respectively. Among commitment dimensions, continuance commitment scored higher than affective and normative commitment. Regarding social capital, 30.8% of employees reported moderate levels, 25.3% high levels, and 12.2% very high levels of social capital. The mean score for total social capital was 2.94, reflecting an overall moderate level. Among its dimensions, social cohesion had the highest mean (3.32), followed by social awareness (3.21), participation (3.04), and trust (2.79).

The results of the Pearson correlation test demonstrated a significant positive relationship between social capital and organizational commitment ($r = 0.450$, $p < 0.001$). Further analysis indicated that trust ($r = 0.352$), participation ($r = 0.284$), cohesion ($r = 0.290$), and awareness ($r = 0.460$) all correlated positively and significantly with commitment. Multiple regression analysis revealed that 27.3% of the variance in organizational commitment was explained by the four dimensions of social capital ($R^2 = 0.273$).

Standardized regression coefficients showed that social awareness ($\beta = 0.40$) and social trust ($\beta = 0.28$) were the most influential predictors of commitment, while participation ($\beta = -0.04$) and cohesion ($\beta = -0.03$) had weaker effects. The structural equation model indicated good model fit, with indices exceeding 0.90, supporting the theoretical framework linking social capital to commitment.

Discussion and Conclusion

The study's findings confirm that social capital plays a fundamental role in strengthening employees' organizational commitment within financial institutions. The positive correlation between these two constructs demonstrates that employees working in environments characterized by trust, transparency, and social interaction tend to show higher levels of loyalty and alignment with organizational goals. The results highlight

that social awareness and trust are the most powerful drivers of commitment, underscoring the need for organizations to cultivate informed, cooperative, and ethically engaged workforces.

The results also align with global empirical evidence that identifies social and psychological capital as complementary forces promoting engagement, morale, and retention. In organizations like banks—where interpersonal trust and social networks are integral to daily operations—social capital functions as both an operational and strategic resource. By building cohesive relationships and enhancing mutual understanding among employees, social capital reduces turnover tendencies and nurtures affective bonds with the organization.

In addition, the findings underscore the significance of ethical and socially responsible management practices as reinforcing mechanisms for commitment. Policies promoting fairness, open communication, and employee participation help translate abstract social capital into tangible behavioral outcomes such as accountability, cooperation, and performance excellence.

In conclusion, the study contributes to the growing body of evidence emphasizing the intersection of social, psychological, and ethical resources in shaping organizational commitment. For Sepah Bank and similar service-oriented institutions, investing in social capital not only fosters human cohesion and professional satisfaction but also strengthens the long-term stability of organizational performance.

References

- Abbasi Esfajir, A.-A., & et al. (2016). The Relationship and Impact of Social Capital Dimensions on Organizational Commitment (Case Study: Ayatollah Amoli Islamic Azad University). *Youth Sociology Studies*, 7(22), 65-86.
- Adish, M. A., & Ramazani Far, H. (2017). Study of the Relationship Between Social Capital and Its Dimensions on Organizational Commitment of Employees: Case Study of Employees at Shahid Rajaei Hospital in Tonekabon.
- Demir, A., & Ahmadi, S. (2025). A Qualitative Study on the Impact of Corporate Social Responsibility Policies on Employee Commitment and Organizational Performance. *Journal of Personal Development and Organizational Transformation*, 2(3), 9–16. <https://www.magiran.com/paper/2847028/>
- Ebrahimi, A. (2015). Examining the Impact of Social Capital Dimensions on Organizational Commitment: Case Study of Human Resource Deputy Staff at NAJA. *Military Science and Technology*, 11(34), 117-132.
- Ellinger, A. E., Musgrove, C. C. F., Ellinger, A. D., Bachrach, D. G. A. U. B. A. B. E., & Wang, Y. L. (2013). Influences of organizational investments in social capital on service employee commitment and performance. *Journal of Business Research*, 66(S - 8), 1124-1133. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.03.008>
- Emami, D., Ahmadi, M., & Ghaffari, R. (2024). Presenting a Pattern of Flexible working Hours in Government Organizations with an Emphasis on Increasing the Productivity Level of Academic Employees in the Ministry of Cooperation, Labor and Social Welfare [Research Article]. *Iranian Journal of Educational Sociology*, 7(1), 57-65. <https://doi.org/10.61838/kman.ijes.7.1.6>
- Falahnejad Nodehi, H., Naqavi Marmati, M., Seyyed Moein, N., Peyman, B., Fukuyama, F., & Gholamabbas, T. (2015). Organizational Commitment, Its Influencing Factors, and Its Role in Employee Performance at Agricultural Bank as a Supporter of the Environment and Agriculture The End of Order (Examining Social Capital and Its Preservation).
- Ghanbari, C., & et al. (2015). Examining the Impact of Social Capital on Extra-role Behaviors and Organizational Commitment: Testing the Mediating Role of Social Responsibility. *Journal of Sociology of Social Institutions*, 2(6), 9-38.
- Hayati, N. (2017). *Examining the Impact of Social Capital on Organizational Commitment of Administrative Staff at Shahid Beheshti University in Tehran*
- Hotama, V. A. (2025). The Effect of Work-Life Balance, Self-Esteem, and Work Motivation, on Organizational Commitment of Gen Z Employees. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, IX(IV), 738-750. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2025.90400055>
- Jorfi, H., & Hakim, A. (2024). The effect of psychological capital on job engagement, job commitment, and job satisfaction: The mediating role of job emotions. *Industrial and Organizational Psychology Studies*, 11(1), 50-33. <https://www.magiran.com/paper/2753706/the-effect-of-psychological-capital-on-job-engagement-organizational-commitment-and-job-satisfaction-the-mediating-role-of-job-emotions?lang=en>
- Khoshfar, G., & Jandghi Mirmahaleh, F. (2018). Examining the Relationship Between Social Capital and Organizational Justice with Organizational Commitment (Case Study: Education Department Employees in Golestan Province). *Journal of Sociology of Social Institutions*, 5(11), 61-92.

- Kızrak, M., & Yeloğlu, H. O. (2024). How can prosocial silence be golden? The roles of commitment to learning and organizational support. *The Learning Organization*, 31(2), 250-267. <https://doi.org/10.1108/TLO-03-2023-0040>
- Lee, C. H., & Bruvold, N. T. (2017). Creating value for employees: investment in Training and Education. *International Journal of Human Resource Management*, 14(6), 981-1000. <https://doi.org/10.1080/0958519032000106173>
- Liu, H. (2023). Organizational Commitment, Corporate Social Responsibility and Psychological Capital Among Employees in Manufacturing Industry in China: Basis for CSR Reinforcement Model. *International Journal of Research Studies in Management*, 11(4). <https://doi.org/10.5861/ijrsm.2023.1045>
- Maleki Avarsin, S., & Zamani, F. (2016). Comparison of Organizational Commitment and Organizational Culture in Mellat Bank and Post Bank in Tabriz.
- Mortazavi, S., & Pourazad, N. (2015). Examining the Moderating Role of Social Responsibility Importance on the Relationship Between Social Responsibility and Organizational Commitment: Case Study of Food Industry Companies in Mashhad. *Social Sciences Quarterly, Faculty of Literature and Humanities*(2), 193-217.
- Nedaei, A., & Emami Nejad, M. (2016). Examining the Impact of Social Capital on Organizational Commitment of Employees at Gilan Ports and Maritime Administration. *Marine Transportation Industry Quarterly*, 2(3), 59-64.
- Owais, S. (2023). The Impact of Positive Psychological Capital on Organizational Commitment in Public Sector Universities of KPK. *Journal of Social Research Development*, 4(2), 372-382. <https://doi.org/10.53664/jsrd/04-02-2023-12-372-382>
- Pimenta, S., Duarte, A. P., & Simões, E. (2024). How socially responsible human resource management fosters work engagement: the role of perceived organizational support and affective organizational commitment. *Social Responsibility Journal*, 20(2), 326-343. <https://doi.org/10.1108/SRJ-10-2022-0442>
- Rahimi, R., Vahdat, R., & Sameri, M. (2024). Structural Equation Modeling of Professional Ethics Based on Social Responsibility, Organizational Transparency, and Organizational Commitment With the Mediating Role of Social Cynicism. *Jsied*, 175-195. <https://doi.org/10.61838/jsied.4.4.11>
- Sahranavard Mafi, R., & Ranjbar Nowshari, F. (2023). *The relationship between psychological capital and occupational well-being in teachers: The mediating role of organizational commitment* Payame Noor University of Guilan Province, Astaneh Ashrafieh Center].
- Yao, T., Qi, Q., & Yigang, W. (2019). Retaining hotel employees as internal customers: Effect of organizational commitment on attitudinal and behavioral loyalty of employees. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.018>
- Zamaani Tabaghdehi, A., & Momenimahmouei, H. (2023). Components and indicators of the model of establishing knowledge management in the organization Research Areas. *Iranian Society for Training and Development*, 9(34), 192-217. <https://www.magiran.com/paper/2546240>
- Zeng, L., Feng, F., Mu, J., Li, X., Peng, Y., & Wang, J. (2022). Psychological Capital and Organizational Citizenship Behavior Among Nurses During the COVID-19 Epidemic: Mediation of Organizational Commitment. *Research Square*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2240184/v1>