

برآورد سهم نسبی میزان سرمایه اجتماعی از رهبری معنوی

علی صابری^{۱*}، قدرت الله باقری^۲

۱. استادیار مدیریت ورزشی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

۲. دانشیار مدیریت ورزشی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۲/۱۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۰۶)

چکیده

هدف پژوهش حاضر برآورد سهم نسبی سرمایه اجتماعی از رهبری معنوی بود. روش پژوهش توصیفی-همبستگی بوده و جامعه آماری، همه فوتبالیست‌های حاضر در لیگ برتر فوتبال استان فارس، ویژن آسیا بودند. در پژوهش حاضر روش سرشماری به کار گرفته شده است ($N=165$). ابزار پژوهش پرسشنامه بود که روایی آن با به کارگیری نظر متخصصان مدیریت ورزشی، و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ بررسی و تأیید شد. آلفای پرسشنامه برابر با 0.89 به دست آمد. همچنین، آلفای کرونباخ برای رهبری معنوی 0.89 ، و سرمایه اجتماعی 0.90 به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو روش آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، واریانس) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون) انجام گرفت. نتایج نشان داد بین رهبری معنوی با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن رابطه معناداری وجود دارد ($t=0.547$). در محیط پرتلاطم تیم‌های ورزشی امروزی، از طریق یک سری مداخلات به نسبت جزئی و بسیار متمرکز که مربیان خواستار بازخورد سریع نتایج عملکرد تیم خود هستند، ماهیت توسعه سرمایه اجتماعی می‌تواند کارگشا باشد و این نیز از طریق رهبری معنوی به خوبی امکان پذیر است.

کلیدواژگان

رهبری معنوی، سرمایه اجتماعی، لیگ آسیا ویژن.

* نویسنده مسئول، رایانامه: Ali_saberi1364@ut.ac.ir

مقدمه

مدت طولانی از ورود معنویت به عنوان مقوله‌ای غیرعلمی در تحقیقات سازمان و مدیریت نگذشته بود که تحقیقات فزاینده نشان داد معنویت با بسیاری از نتایج در سطح فرد، سازمان و جامعه، مانند سلامت، روحیه، خلاقیت، درستکاری، توانایی، بازیابی، یادگیری سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی مرتبط است (الوانی و همکاران، ۱۳۹۲). نظریه رهبری معنوی درون یک مدل انگیزش درونی توسعه یافته است و روی ویژگی‌هایی مانند امید، ایمان و نوع‌دوستی پایه‌گذاری شده است (Fernando et al., 2009, p.523). هدف رهبری معنوی خلق چشم‌انداز و ارزش‌های متجانس در سطوح فردی، تیمی، سازمانی و در نهایت، تقویت سطوح بالاتری از تعهد و بهره‌وری سازمانی است. رهبری معنوی بیشتر به عنوان پدیده‌ای در زمانی مشاهده‌شدنی است که شخص در یک موقعیت رهبری، مظهری از ارزش‌های معنوی مانند صداقت، درستی و فروتنی است و خود را به عنوان نمونه‌ای از شخصی که می‌تواند قابل اعتماد باشد و مورد تحسین قرار گیرد، نشان می‌دهد (Reave, 2005, p.663). پاسخ به چالش‌های امروز و آینده سازمان‌ها به انجام دادن چیزی فراتر از آنچه بیش از این در زمینه نحوه انجام دادن درست کارها می‌دانستیم، نیاز دارد (رضایی‌منش و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۲۰). امروزه در ورزش حرفه‌ای صرف داشتن تکنیک و تاکتیک بازیکنان و مسائل فنی مربیان یا تجهیزات ورزشی مناسب نمی‌تواند عامل‌های موفقیت یک تیم در عرصه‌های رقابتی باشند. مربیان و مدیران باشگاه‌های ورزشی باید رو به مسائلی بیاورند که درون افراد نهفته و به راحتی قابل دستیابی نیست، امروز در یک تیم ورزشی مربیان باید به دنبال هم‌افزایی باشند، تا جایگاهی را برای خود پیدا کنند و این هم‌افزایی از طریق متغیرهای رفتاری مانند سرمایه اجتماعی به دست می‌آید. سرمایه اجتماعی واژه‌ای است که در مهر و موم‌های اخیر وارد حوزه علوم اجتماعی و اقتصادی شده، و از این منظر دریچه‌ای را در تحلیل و علت‌یابی مسائل اجتماعی و اقتصادی گشوده است. گرچه از معرفی مفهوم سرمایه اجتماعی چند دهه می‌گذرد، ولی این مفهوم، تسلط قابل ملاحظه خود را در اوایل ۱۹۹۰ در پژوهش‌های اجتماعی حفظ کرده است (Huvila et al., 2010). بدین ترتیب که سرمایه اجتماعی در دهه ۱۹۹۰ تبدیل به مفهومی اثرگذار شد و در رشته‌های علوم اجتماعی بسیار مورد توجه قرار گرفت (امیرخانی و عارف‌نژاد، ۱۳۹۱). از نظر

پاتنام، سرمایه اجتماعی آن دسته از ویژگی‌های زندگی اجتماعی، شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد است که مشارکت‌کنندگان را قادر می‌کند به شیوه‌ای مؤثرتر اهداف مشترک خود را تعقیب کنند. به بیان دقیق‌تر، سرمایه اجتماعی از طریق افزایش و تقویت هنجارهای مستحکم و تسهیل جریان اطلاعات از جمله اطلاعات مربوط به شرکت‌کنندگان و تجسم موفقیت‌های گذشته سعی دارد، به تحقق کنش جمعی کمک کند (فیلد، ۱۳۷۷). با این حال، پژوهشی در زمینه وضعیت سرمایه اجتماعی بازیکنان فوتبال و رابطه‌مندی آن با رهبری معنوی در بین بازیکنان انجام نگرفته است. در حقیقت، ورزش حرفه‌ای امروزی به سبک‌های رهبری خاص نیاز دارد تا بتواند بر روحیه همکاری و تعاون تأثیر گذاشت و برون‌داد بیشتری را مشاهده کرد. سرمایه اجتماعی عاملی است که نبود آن در بین تیم‌های ورزشی و ورزشکاران کاملاً مشاهده می‌شود، به همین دلیل محقق در نظر دارد در پژوهش حاضر به تأثیر رهبری معنوی^۱ مربیان در سرمایه اجتماعی بازیکنان و میزان برآورد سرمایه اجتماعی از این سبک رهبری در لیگ برتر فوتبال استان فارس پی ببرد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

رهبری موضوعی است که از دیرباز، موضوع مطالعه محققان، دانشمندان، حتی افراد معمولی بوده است، اما پژوهش‌های علمی درباره رهبری صرفاً از قرن بیستم آغاز شد. در پنجاه سال گذشته، بیش از ۶۵ طبقه مختلف برای تعریف موازین رهبری عرضه شده است. علی‌رغم وجود تعریف‌های مختلف، می‌توان بر چند نقطه مشترک بین تعریف‌ها تأکید کرد: رهبری، نخست، فرایند نفوذ است، دوم، با تغییر آمیخته است، سوم، در داخل گروه اتفاق می‌افتد و چهارم، هدفمند است. بر اساس این اجزاء، رهبری عبارت است از «اثری که فردی بر گروهی از افراد برای دستیابی به هدف مشترک عمومی می‌گذارد» (افجه، ۱۳۸۰).

1. Spiritual leadership

معنویت و رهبری هر دو سازه‌های پیچیده‌ای هستند (Al Arkoubi, 2008, p.19). معنویت به‌عنوان یک موضوع تحقیق جدید در نظریه رهبری بیان شده است (Dent et al., 2005, p.641). به‌طوری که همپوشانی شایان توجهی بین معنویت در محیط کار و نظریه‌های رهبری وجود دارد (Fry, 2003, p.19). از آنجا که معنویت رسیدن به بهره‌وری را تسهیل می‌کند، در سازمان موازین اخلاقی ایجاد کرده و مانع استرس در سازمان‌ها می‌شود. برخی محققان معنویت را با رهبری پیوند داده‌اند. به همین دلیل می‌توان گفت رهبران معنوی نقش مهمی را در اثربخشی سازمان ایفا می‌کنند (Aydin & Ceylan, 2009, p.185).

مدل رهبر معنوی فری (۲۰۰۳؛ ۲۰۰۵) نمونه‌ای از کاربرد معنویت در رشته رفتار سازمانی و رهبری است. این نوع رهبری با یک باور قوی، معنا و ارزش می‌یابد و موجب تحریک انگیزه‌های درونی خود و پیروان می‌شود. چنین رهبری با توانمندسازی پیروان از طریق ارزش‌های اخلاقی، مسئولیت اجتماعی، نگرش‌ها و رفتارها تحولات عمیقی را خلق می‌کند. رهبران معنوی افراد تأثیرگذاری هستند که به تغییر شیوه‌هایی که دیگران می‌بینند و کارهایی که انجام می‌دهند، قادر هستند. آن‌ها بر نگرش‌ها و اعمال دیگران به‌منظور رسیدن به یک هدف مشترک که در نهایت به نفع کل گروه است، تأثیر می‌گذارند (Crossman, 2010, p.602). رهبری معنوی کارکنانی با دانش برای مشارکت در سازمان و با قدرت برای تصمیم‌گیری‌های مهم فراهم می‌کند، همچنین، زمینه‌ای برای کارکنان برای دریافت عشق به نوع دوستی ایجاد می‌کند که خود مبنایی برای انگیزش درونی از طریق امید/ایمان در چشم‌انداز سازمان است (Fry et al., 2011, pp.2-3).

فرای (۲۰۰۳) هفت بعد برای رهبری معنوی معرفی کرده است که عبارت‌اند از ۱. چشم‌انداز؛ ۲. عشق به هم‌نوع؛ ۳. امید/ایمان؛ ۴. عضویت؛ ۵. معناداری؛ ۶. تعهد سازمانی؛ ۷. بهره‌وری و بهبود مستمر.

سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه اجتماعی از مفاهیم جدیدی است که در حوزه علوم اجتماعی با سرعت چشم‌گیر و قابل ملاحظه‌ای گسترش یافته است. ردپای این مفهوم را می‌توان در آثار بسیاری از جامعه‌شناسان

کلاسیک در مفاهیمی از قبیل اعتماد، همبستگی و انسجام اجتماعی مشاهده کرد؛ اما سرمایه اجتماعی در معنای مدرن خود ابتدا در سال ۱۹۱۶ در نوشته‌های هانی فان^۱ سرپرست وقت مدارس ویرجینای غربی در آمریکا به کار گرفته شد (علی‌بیگی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۷۰)؛ اما فقط از دهه ۱۹۸۰ به شدت مورد توجه قرار گرفت و توانست با گسترش نظری و تجربی، جایگاه تعریف‌شده‌ای در میان نظریه‌های جامعه‌شناسی به خود اختصاص دهد. این امر به‌طور عمده، به وسیله کلمن جامعه‌شناس آمریکایی و پس از آن پیر بوردیو نظریه‌پرداز فرانسوی انجام گرفت، و مطالعه پاتنام (۲۰۰۰) در زمینه رابطه سرمایه اجتماعی و نهادهای دموکراتیک در ایتالیا، گسترش یافت و از آن پس، بسیاری از دانشمندان موضوع سرمایه اجتماعی را مورد بحث و بررسی قرار دادند. سرمایه اجتماعی از دهه ۱۹۹۰ مفهوم مهمی شد، و در رشته‌های علوم اجتماعی بسیار مورد توجه قرار گرفت، عده زیادی از جامعه‌شناسان، علمای سیاست و اقتصاددانان برای یافتن پاسخ‌های پرسش‌های متعددی که در رشته‌های خود با آن‌ها مواجه بودند، به مفهوم سرمایه اجتماعی متوسل شدند و بحث سرمایه اجتماعی سازمانی نیز با نظریه‌های پروساک و ناهاپیت و گوشال، قوت گرفت و توجه مدیران سازمان‌ها به این سرمایه بیشتر معطوف شد (Putnam, 2000). ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) سه بعد برای سرمایه اجتماعی در نظر گرفتند: بعد ساختاری، بعد ارتباطی، بعد شناختی.

اصولاً بعد ساختاری سرمایه اجتماعی به توانایی افراد برای ایجاد رابطه با سایرین در یک سازمان اشاره دارد. این روابط به گفته ناهاپیت و گوشال، شامل کانال‌های ارتباطی است که برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیازند. چنین جریان اطلاعات باعث ایجاد مزیت رقابتی به واسطه ارتقای توانایی سازمان برای جذب و تلفیق دانش می‌شود (Leana & Pil, 2006, p.354). این مفهوم در سه شاخص سنجش پذیر است.

1. Hanifan

پیوندهای شبکه‌ای^۱: ایجاد روابط به واسطه ایجاد شبکه یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است، روابط شبکه‌ای امکان دسترسی به منابع (مثل دانش) را فراهم می‌کند (Lesser et al., 2001, p.834; Nahapiet & Ghoshal, 1998, p.252).

پیکربندی‌های پیوندهای ارتباطی^۲: که حاکی از رسمی یا غیررسمی بودن و متمرکز یا غیرمتمرکز بودن ارتباطات است. پیکربندی کلی روابط شبکه‌ای جنبه مهم سرمایه اجتماعی را شکل می‌دهد که می‌تواند بر توسعه سرمایه فکری تأثیر بگذارد (قلیچ‌لی و مشبکی، ۱۳۸۵، ص ۱۳۱).
متناسب سازی شبکه ارتباطی^۳: که با میزان سهولت و روانی جابه‌جایی ارتباطات مرتبط است (Lesser et al., 2001, p.834; Nahapiet & Ghoshal, 1998, p.252).

بعد ارتباطی به توصیف نوع و روابط شخصی می‌پردازد که افراد با یکدیگر در یک سری از تعاملات دارند. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد عبارت‌اند از اعتماد، هنجارها، تعهدات، انتظارات و هویت است (Leana & Pil, 2006, p.354).

اعتماد^۴: شامل انواع اعتماد اعتباری، متقابل و اجتماعی) عامل پیوند افراد در سازمان‌ها بوده و مدیریت اثربخش منبعث از این پیوند و اعتماد دوطرفه است. اعتماد یکی از ارزشمندترین سرمایه‌های اجتماعی است که مخدوش شدن آن هزینه بسیار سنگینی را تحمیل خواهد کرد (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۸۰، ص ۷). در حقیقت، اعتماد بزرگ‌ترین تسهیل‌کننده کارایی سازمان است، حتی بهتر از اطلاعات است؛ زیرا اطلاعات ممکن است زیاد باشند، ولی غنای آن به اعتماد و میزان سرمایه اجتماعی بستگی دارد (دلوی و عبدالباقی، ۱۳۸۶، ص ۲۷).

هنجارها^۵: هنجارهای اجتماعی برای سرمایه اجتماعی در سازمان در نظر گرفته می‌شود و به عنوان مجموعه‌های درونی و عمومی از رفتار مطلوب و قابل قبول برای اعضای شبکه اجتماعی

-
1. Network ties
 2. Configuration of ties
 3. Network appropriability
 4. Trust
 5. Norms

تلقی می شود. هنجارهای اجتماعی به عنوان سیستم عقیدتی مشترک هستند که به مشارکت کنندگان اجازه می دهند تا ایده های خود را در میان گذاشته و تجارب مشترکی داشته باشند.

تعهدات و انتظارات:^۱ لسر (۲۰۰۰) این جزء از سرمایه اجتماعی را به عنوان تعاملات مثبت تلقی می کند که بین افراد در یک شبکه روی می دهد. این تعاملات تا حد زیادی مثبت هستند، زیرا سطوح اعتماد و دوجانگی در آن ها تولید می شود. وجود این تعهدات و انتظارات از آینده در یک محیط سازمانی شکل می گیرد که شامل ارتباطات قوی اجتماعی است و اگر این روابط وجود نداشته باشند، دچار مشکل می شوند (Hoffman et al., 2005, p.96).

هویت:^۲ هویت زمانی روی می دهد افراد خودشان را با یک فرد دیگر یا گروه دیگر از افراد ببینند (Nahapiet & Ghoshal, 1998, p.254). این فرد ارزش ها و استانداردهای سایر افراد یا گروه ها را به عنوان چارچوبی قیاسی تلقی می کند. هویت یک گروه یا به صورت جمعی باعث ارتقای دغدغه فرد در مورد فرایندها و نتیجه ی گروهی شده، بنابراین، باعث افزایش و تقویت هنجارهای گروهی و اهداف جمعی می شود (Hoffman et al., 2005, p.97).

جنبه شناختی سرمایه اجتماعی به این حقیقت اشاره می کند که افراد با یکدیگر به عنوان قسمتی از مجموعه در تعامل هستند، آن ها به صورت عالی می توانند اهداف خود را تنظیم کرده و یک دیدگاه مشترک به سازمان داشته باشند (Leana & Pil, 2006, p.354).

با توجه به اینکه در این زمینه پژوهشی، تحقیقات مرتبط وجود ندارد نگارندگان به بررسی تحقیقات انجام گرفته در زیرشاخه های موضوع یا مرتبط با آن پرداخته است.

عیوضی و فتحی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «رهبری و سرمایه اجتماعی با رویکرد به رهبری امام خمینی» به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی حاصل از رابطه امامت و امت را عنصر اساسی در حفظ و تداوم نظام می داند. تعاملات اجتماعی همگرایانه، مشارکت و اعتماد

1. Obligations and expectations

2. Identity

اجتماعی از مؤلفه‌های اصلی سرمایه اجتماعی هستند و اعتماد اجتماعی قلب سرمایه اجتماعی است. در مقاله یادشده با بررسی ویژگی‌ها و الگوی رهبری امام خمینی به این نتیجه می‌رسد که رهبری ایشان در ایجاد آن‌ها نقش اساسی داشت. زعامت و رهبری ایشان پایه وحدت، همگرایی، مشارکت و اعتماد اجتماعی بود و به‌طور مداوم عاملیت همگرایی و پویایی را بازی می‌کرد. بختی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان تبیین رهبری تحول‌آفرین و سرمایه اجتماعی به‌عنوان اهرم‌های ارتقا اثربخشی تیمی، اشاره کردند که نتایج چارچوب نظری پیشنهادی را تأیید می‌کند و بیان‌کننده ارتباط قوی رهبری تحول‌آفرین با سرمایه اجتماعی و سرمایه اجتماعی با اثربخشی تیمی به‌طور مستقیم، و همچنین ارتباط رهبری تحول‌آفرین با اثربخشی تیمی به‌طور غیرمستقیم است. غلامی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه رهبری معنوی و خشنودی شغلی کارکنان دانشگاه اصفهان» نشان دادند رهبری معنوی و خشنودی شغلی رابطه مثبت و معناداری با یکدیگر دارند. همچنین، در پژوهشی مشابه صابری و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان بررسی نقش انسجام گروهی در سرمایه اجتماعی به این نتیجه رسیدند که بین انسجام گروهی و سرمایه اجتماعی و ابعاد آن رابطه معناداری وجود دارد؛ و انسجام گروهی، پیش‌بینی‌کننده خوبی برای سرمایه اجتماعی است.

مک کاروم (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان «سرمایه اجتماعی و بهبود رهبری: ساخت رهبری قوی‌تر و افزایش مهارت‌های ارتباطی»، به این نتیجه رسید که اگرچه تمرکزی اولیه بر ظرفیت‌های سرمایه انسانی وجود دارد، امروزه سرمایه اجتماعی به موازی یکی از عناصر مرتبط با مهارت‌های رهبری توجه می‌شود. در تحقیقی دیگر، با عنوان «رهبری اخلاقی، سرمایه اجتماعی و ارتباطات مشتری»، زنگ و وانگ (۲۰۱۱) به این نتیجه رسیدند که بین رهبری اخلاقی و سرمایه اجتماعی رابطه وجود دارد و این دو اثر معناداری را بر ارتباطات مشتری دارد. همچنین، پاستوریزا و همکاران (۲۰۱۳) با عنوان آیا رهبری اخلاقی مدیران، سرمایه اجتماعی را ایجاد می‌کند؟ به این نتیجه رسیدند که رهبری اخلاقی راهنمایان و مربیان اثر معناداری را بر ساختار ارتباطات و ابعاد شناختی سرمایه اجتماعی می‌گذارد؛ و در نهایت، تابباس (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان نقش سرمایه

اجتماعی بر موفقیت تحصیلی به این نتیجه رسید که همه ابعاد سرمایه اجتماعی بر عملکرد و موفقیت گروهی تأثیر دارد.

با توجه به اهمیت سرمایه اجتماعی و نقش آن در موفقیت سازمان‌ها و بی‌توجهی مربیان و رهبران نسبت به آن، همچنین، با توجه به اثرگذاری رهبری معنوی بر موفقیت سازمان‌ها و تیم‌ها و بازیکنان، پژوهش حاضر در پی بررسی رابطه‌مندی رهبری معنوی و سرمایه اجتماعی در فوتبالیست‌های کشور به منظور تقویت سرمایه اجتماعی و بهبود عملکرد گروهی است.

بر همین اساس فرضیه‌های تحقیق به شکل زیر است:

۱. بین رهبری معنوی و سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین رهبری معنوی با ابعاد سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.
۳. رهبری معنوی پیش‌بینی‌کننده خوبی برای سرمایه اجتماعی است.

روش تحقیق

با توجه به مطالب گفته‌شده، تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی - همبستگی است. در این تحقیق جامعه آماری شامل بازیکنانی است که در لیگ برتر آسیا ویزن فوتبال استان فارس شرکت دارند. لیگ برتر فوتبال استان فارس در سال ۱۳۹۳ با ۱۰ تیم شروع شد که از هفته نهم تیم سایپای شیراز از ادامه مسابقات انصراف داد و جامعه آماری محقق نه تیم بود. با توجه به حجم جامعه آماری، نمونه برابر با حجم جامعه آماری و روش سرشماری یا کل‌شمار به کار گرفته شد.

در پژوهش حاضر دو پرسشنامه رهبری معنوی فرای و همکاران (۲۰۰۵) و سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) به کار گرفته شد.

این پرسشنامه‌ها شامل تعدادی متغیر جمعیت‌شناختی (شامل سن، تحصیلات، سابقه قهرمانی در سطوح مختلف)، ۲۴ پرسش در رابطه با رهبری معنوی و ۱۵ پرسش سرمایه اجتماعی را می‌سنجد.

برای تعیین اعتبار ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه‌ها در میان ۱۰ نفر از متخصصان مدیریت و مدیریت ورزشی و دانشجویان دکتری قرار گرفت و با نظر آن‌ها و راهنمای استادان راهنما و مشاور اصلاحات لازم انجام گرفت و تأیید شد. همچنین، پایایی پرسشنامه با مطالعه مقدماتی برای پرسشنامه رهبری معنوی و سرمایه اجتماعی به ترتیب برابر با ۰/۸۹، ۰/۹۰ به دست آمد. در نهایت، ۱۸۰ پرسشنامه به صورت کل شمار توزیع شد که ۱۶۵ پرسشنامه کامل برگشت داده شد و برای تحلیل آماری به کار گرفته شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی (فراوانی، درصد فراوانی) و آمار استنباطی (آزمون کولموگروف و اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون) انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

با توجه به یافته‌های توصیفی پژوهش، بیشترین نمونه آماری دارای رده سنی بین ۲۰ تا ۳۰ سال (۵۸ درصد) و کمترین آن‌ها بالاتر از ۳۰ سال (۱۳ درصد) بودند، همچنین، تحصیلات دیپلم، بیشترین فراوانی (۴۷ درصد)، و فوق‌لیسانس و بالاتر کمترین فراوانی (۱۶ درصد) را دارا بودند. از نظر سابقه ورزشی پاسخگویان، بیشترین فراوانی مربوط به ۱۵ سال و بالاتر (۳۳ درصد) بود. برای بررسی نرمال بودن داده‌ها آزمون کولموگروف - اسمیرنوف اجرا شد. نتایج این آزمون در جدول ۱ بیان شده است.

جدول ۱. نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای توزیع طبیعی داده‌ها

شاخص	آماره K-S	ضریب معناداری
رهبری معنوی	۱/۱۲	۰/۱۲۰
سرمایه اجتماعی	۱/۱۸	۰/۱۵۷

براساس جدول ۱، با توجه به اینکه ضریب معناداری برای هر دو متغیر بیش از سطح تشخیص ۰/۰۵ است، توزیع داده‌های رهبری معنوی و سرمایه اجتماعی نرمال است. با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها، برای بررسی همبستگی بین متغیرها ضریب همبستگی پیرسون محاسبه و بررسی شد.

جدول ۲. نتایج ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین رهبری معنوی و ابعاد آن با سرمایه اجتماعی

رابطه	فراوانی	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	سطح معناداری
رهبری معنوی - سرمایه اجتماعی	۱۶۵	۰/۵۴۷	۰/۲۹	۰/۰۰۱

بنا بر نتایج، همبستگی رهبری معنوی و سرمایه اجتماعی در سطح تشخیص ۰/۰۵، مثبت و معنادار است. به عبارت دیگر، با افزایش رهبری معنوی، سرمایه اجتماعی بهتری را می‌توان مشاهده کرد.

رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی و رهبری معنوی به شرح جدول ۳ بررسی شد.

جدول ۳. نتایج ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین رهبری معنوی با ابعاد سرمایه اجتماعی

رابطه	فراوانی	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	سطح معناداری
رهبری معنوی - بعد شناختی سرمایه اجتماعی	۱۶۵	۰/۴۹	۰/۲۴	۰/۰۰۱
رهبری معنوی - بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	۱۶۵	۰/۵۴۲	۰/۲۹	۰/۰۰۱
رهبری معنوی - بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی	۱۶۵	۰/۳۹۵	۰/۱۵	۰/۰۰۱

بنا بر نتایج، همبستگی رهبری معنوی و ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی (شناختی، ساختاری و ارتباطی) در سطح تشخیص ۰/۰۵، مثبت و معنادار است. به عبارت دیگر، با افزایش رهبری معنوی، سرمایه اجتماعی بهتری را می‌توان مشاهده کرد.

جدول ۴. نتایج ضریب رگرسیون در زمینه میزان پیش‌بینی پذیری سرمایه اجتماعی از رهبری معنوی

خلاصه مدل و نتیجه آزمون دوربین واتسون

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	خطای استاندارد	آزمون دوربین و واتسون
۱	۰/۴۷	۰/۲۹۹	۰/۲۹۴	۰/۵۸۲	۱/۸۹۵

با توجه به نتایج جدول ۴، می‌توان رگرسیون را برای داده‌ها اجرا کرد.

جدول ۵. جدول آنوا برای بررسی توان پیش‌بینی‌کنندگی مدل

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	ضریب معناداری
رگرسیون	۲۳,۵۱۷	۱	۲۳,۵۱۹	۶۹,۴۳۴	۰,۰۰۰
باقیمانده	۵۵,۲۱۳	۱۶۳	۰,۳۳۹		
مجموع	۷۸,۷۳۲	۱۶۴			

در مدل رگرسیون رهبری معنوی متغیر پیش‌بینی‌کننده و سرمایه اجتماعی متغیر وابسته است. با توجه به جدول ۵، می‌توان نتیجه گرفت مدل می‌تواند پیش‌بینی‌کننده خوبی برای سرمایه اجتماعی باشد.

جدول ۶. بررسی هم‌خطی متغیر و میزان پیش‌بینی پذیر بودن سرمایه اجتماعی از رهبری معنوی

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	آماره تی	ضریب معناداری
	بتا	خطای استاندارد شده			
رهبری معنوی	۰,۷۵۱	۰,۹	۰,۵۴۷	۸,۳۳۳	۰,۰۰۰

با توجه به جدول ۶، رهبری معنوی توانسته است به خوبی سرمایه اجتماعی را پیش‌بینی کند و همچنین رهبری معنوی توانسته است ۲۹ درصد میزان سرمایه اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد، در حقیقت، ۲۹ درصد واریانس مشترک بین این دو متغیر وجود دارد. همچنین، نتیجه آزمون هم‌خطی حاکی از آن است که می‌توان رگرسیون را به کار گرفت.

بحث و نتیجه‌گیری

در رقابت‌های ورزشی امروزی مربیان، باشگاه و مدیران ورزشی به دنبال حداکثرکردن نتایج عملکرد خود و بازیکنان خود هستند. به همین دلیل، بیشترین سرمایه‌گذاری مالی خود را انجام می‌دهند تا اینکه به اهداف مورد نظر برسند. ولی با وجود این، با این سرمایه‌گذاری نیز نمی‌توانند به اهداف مورد نظر برسند؛ زیرا انسان موجودی است که نیازهای متنوعی دارد که به شکل‌های مختلف ارضاشده و فقط نمی‌توان به مسائل مالی توجه کرد. به همین دلیل در رقابت‌های امروزی در ورزش به دنبال مباحث رفتاری و روان‌شناسی هستند که هدف پژوهش حاضر نیز بررسی یکی از همین متغیرها به نام سرمایه اجتماعی و تأثیرپذیری این متغیر از رهبری معنوی بود.

بنا بر نتایج، رابطه مثبت و معناداری بین رهبری معنوی و سرمایه اجتماعی نشان داده شد. به عبارت دیگر، با افزایش رهبری معنوی، سرمایه اجتماعی بهتری را می‌توان مشاهده کرد. در نتیجه، مربیان ورزشی باید به رهبری معنوی و مؤلفه‌های آن توجه کنند و با ارضای این نیاز و ایجاد انگیزه در ورزشکاران باعث ارتقای سرمایه اجتماعی بازیکنان و در نتیجه، تیم بشوند علاوه بر نتایج مؤثری که در باشگاه دارد، باعث ارتقای ورزش کشور نیز خواهند شد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج عیوضی و فتحی (۱۳۹۰)، رضایی منش و همکاران (۱۳۹۱)، زنگ و وانگ (۲۰۱۱)، و پاستوریزا و همکاران (۲۰۱۳) همسو است. همان‌طور که ملاحظه شد، تحقیقات دیگر نیز تأییدکننده نتیجه تحقیق حاضر می‌باشند و آن‌ها نیز رهبری را گامی مؤثر در راستای ارتقای سرمایه اجتماعی سازمانی دانسته‌اند. رضایی منش و همکاران (۱۳۹۱) به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت و معناداری بین رهبری تحول‌آفرین و سرمایه اجتماعی وجود دارد که نشان‌دهنده آن است که رهبری تحول‌آفرین می‌تواند به عنوان تسهیل‌کننده در ایجاد سرمایه اجتماعی عمل کند. نتیجه این است که سازمانی از سرمایه اجتماعی برخوردار است که کارکنان در مرادوات با یکدیگر و در ارتباط با سازمان از سهولت، سادگی و انعطاف بسیار بالایی برخوردار باشند. نفوذ در افراد و برقراری ارتباطات در قالب گروه و تیم از جمله وظایف اصلی مدیران است که در نقش رهبری مدیر معنا می‌یابد و به بالابردن سرمایه اجتماعی سازمان منجر می‌شود.

در بررسی رابطه رهبری معنوی با بعد شناختی از سرمایه اجتماعی نیز همبستگی مثبت و رابطه معناداری را بین رهبری معنوی با بعد شناختی از سرمایه اجتماعی سازمانی نشان داد. جنبه شناختی سرمایه اجتماعی به این حقیقت اشاره می‌کند که افراد با یکدیگر به عنوان قسمتی از مجموعه تعامل دارند. نتایج پژوهش حاضر با نتایج تحقیقات عیوضی و فتحی (۱۳۹۰)، ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، و لینا و پیل (۲۰۰۶) همسو است و تأکید بر این می‌کند که تعاملات در هر سازمان یا مجموعه‌ای می‌تواند باعث استحکام آن سازمان باشد و از طریق برقراری تعاملات مناسب با همه اعضای سازمان، می‌توان روابط قوی بین اعضا ایجاد کرد که این روابط برای ایجاد سرمایه اجتماعی زمینه‌های لازم را فراهم می‌کند. کلمن سازمان اجتماعی را پدیدآورنده سرمایه اجتماعی

در نظر می‌گیرد. وی معتقد است سرمایه اجتماعی با کارکردش تعریف می‌شود، به‌زعم وی سرمایه اجتماعی شیء واحدی نیست، بلکه انواع موضوعات گوناگون است که دو ویژگی مشترک دارند. همه آن‌ها جنبه‌ای از ساخت اجتماعی هستند و کنش‌های معین افراد را درون ساختار تسهیل می‌کنند. سرمایه‌های اجتماعی، مانند شکل‌های دیگر سرمایه مولد است و دستیابی به هدف‌های معین را که در نبود آن دست‌یافتنی نیستند، امکان‌پذیر می‌کند. برخی روابط اجتماعی را می‌تواند منابع سرمایه‌ای سودمند ایجاد کند، شامل تعهدات و انتظارات، ظرفیت بالقوه اطلاعات، هنجارها و ایدئولوژی می‌داند ((Coleman, 1988). در باشگاه و تیم‌های ورزشی نیز نبود این متغیر احساس می‌شود. در حقیقت، مربیان ورزشی در تیم‌های خود نه‌تنها باید به تاکتیک‌های فردی و تیمی خود توجه کنند، بلکه در کنار این ویژگی‌ها عوامل رفتاری تعیین‌کننده موفقیت تیم‌ها در مواقع حساس و رقابت‌های نزدیک است. چه تیم‌هایی که بازیکنان مشهور و معتبر دارند، ولی در مقابل تیم‌هایی که بازیکنان سرشناسی ندارند ولی همبستگی، تعهد و مقابلات بین فردی خوبی دارند شکست خورده و نتیجه مطلوبی را نمی‌گیرند؛ بنابراین، باشگاه و مربیان باشگاه‌ها به‌ویژه در ورزش‌های تیمی باید به دنبال ایجاد این چنین متغیرهای رفتاری باشند تا اینکه یک مجموعه و تیم به اهداف کلی خود توجه کنند و برای رسیدن به آن هدف تلاش بسیار کنند.

همچنین، نتایج نشان داد بین رهبری معنوی و بعد ساختاری سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش رهبری معنوی موفقیت در بعد ساختاری از سرمایه اجتماعی را می‌توان مشاهده کرد. اصولاً بعد ساختاری سرمایه اجتماعی به توانایی افراد برای ایجاد رابطه با سایرین در یک سازمان اشاره می‌کند. این روابط به گفته ناهاپیت و گوشال، شامل کانال‌های ارتباطی‌اند که برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز می‌باشند. چنین جریان اطلاعات باعث ایجاد مزیت رقابتی به‌واسطه ارتقای توانایی سازمان برای جذب و تلفیق دانش می‌شود (Leana & Pil, 2006, p.354)؛ که البته نتایج تحقیقات لسر و استروک (۲۰۰۱)، فلیچلی و مشبکی (۱۳۸۵)، و ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) تأییدکننده نتایج پژوهش حاضر است و با توجه به رابطه‌مندبودن رهبری معنوی با بعد ساختاری از سرمایه اجتماعی و اهمیت داشتن سه شاخص ۱. پیوندهای

شبکه‌ای: ایجاد روابط به واسطه ایجاد شبکه؛ ۲. پیکربندی‌های پیوندهای ارتباطی: که بر توسعه سرمایه فکری تأثیر می‌گذارد؛ ۳. متناسب‌سازی شبکه ارتباطی: که با میزان سهولت و روانی جابه‌جایی ارتباطات مرتبط است، در بعد ساختاری از سرمایه اجتماعی، به اهمیت آن پی می‌بریم. حال مریان باید با به‌کارگیری مؤلفه‌های رهبری معنوی سعی در بالابردن سرمایه اجتماعی در بین بازیکنان خود داشته باشند، تا شاهد موفقیت خود و بازیکنان و در مجموع، تیم باشند. در حقیقت، با توجه به اینکه بعد ساختاری به توانایی افراد در برقراری رابطه با سایر افراد ارتباط دارد، در تیم‌های ورزشی باید زمینه‌های ایجادکننده برقراری این روابط را فراهم کرد که با توجه به نتایج این پژوهش سبک رهبری معنوی یکی از قوی‌ترین متغیرهای مرتبط با سرمایه اجتماعی است؛ بنابراین، مریان ورزشی می‌تواند زمینه‌ساز این روابط با سبک رهبری مناسب باشند.

در نهایت، رابطه معناداری بین بعد رابطه‌ای و سرمایه اجتماعی تأیید شد. بعد ارتباطی به توصیف نوع و روابط شخصی می‌پردازد و مهم‌ترین جنبه‌های این بعد، اعتماد، هنجارها، تعهدات، انتظارات و هویت است با توجه به اینکه بین رهبری معنوی و بعد ارتباطی از سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد و نتایج پژوهش حاضر با نتایج تحقیقات هوفمن و همکاران (۲۰۰۵)، الوانی و دانایی‌فرد (۱۳۸۰)، و لینا و پیل (۲۰۰۶) همسو است و جنبه‌های این بعد می‌تواند برای مربیان گره‌گشا باشد. هنجارهای اجتماعی برای سرمایه اجتماعی در تیم‌ها در نظر گرفته می‌شود و به‌عنوان مجموعه‌های درونی و عمومی از رفتار مطلوب و قابل قبول برای اعضای تیم تلقی می‌شود. هنجارهای اجتماعی به‌عنوان سیستم عقیدتی مشترک‌اند که به مشارکت‌کنندگان اجازه می‌دهند تا ایده‌های خود را در میان گذاشته و تجارب مشترکی داشته باشند.

همچنین، نتایج رگرسیون نشان داد رهبری معنوی می‌تواند پیش‌بینی‌کننده خوبی برای سرمایه اجتماعی باشد. در حقیقت، مریان باید در سبک‌های رهبری خود دقت نظر بیشتری را داشته باشند.

مهم‌ترین سرمایه سازمان‌ها منابع انسانی آن سازمان می‌باشند. همان‌طور که مطرح شد به‌طور کلی، رهبری معنوی بر سرمایه اجتماعی تأثیرگذار است و بین رهبری معنوی با ابعاد سرمایه

اجتماعی رابطه‌ای معنادار وجود دارد. بنابراین، به سازمان‌ها و باشگاه‌های ورزشی پیشنهاد می‌شود رهبری معنوی را در همه سطوح مدیریتی، سرپرستی و مربیگری سرلوحه کار خود قرار دهند و به‌ویژه بر رویه‌ها و برخوردها تمرکز بیشتری کنند. در سازمان‌های ورزشی و باشگاه‌ها طبیعتاً ورزشکاران اهمیت بسیار بیشتری دارند. برای بالندگی و پویایی بیشتر باشگاه باید بازیکنان را در مرکز و کانون توجه باشگاه قرارداد و به آن‌ها به چشم مؤثرترین اعضای باشگاه نگاه کرد. در ورزش، تیم‌هایی موفق‌ترند که بازیکنان آن‌ها از ارتباطات بهتری در بین هم‌تیمی‌هایشان برخوردارند و از خودگذشتگی و فداکاری بیشتری دارند. باشگاهی که همیشه درگیر حواشی است و به بازیکنان خود به‌طور جدی نمی‌پردازد، نتیجه‌اش این می‌شود که بازیکنان صرفاً منتظر دریافت مبلغ قرارداد خود بوده و مسائل سازمان برای آن‌ها اهمیتی ندارد. بنابراین، برای اینکه بازیکنان بتوانند رفتار مناسبی در مواقع مختلف از خود نشان دهند و با جان و دل در خدمت باشگاه باشند، باید به متغیرهای رفتار سازمانی از جمله رهبری معنوی، سرمایه اجتماعی توجه ویژه کرد.

پیشنهادهای

- مربیان در تیم‌های ورزشی می‌توانند با به‌کارگیری سبک رهبری معنوی و ارتباطات افقی، جوی از اعتماد را در تیم به وجود آورند که نتیجه آن تعاون و مشارکت و همیاری داوطلبانه بازیکنان است.
- گذاشتن کلاس‌های آموزشی با موضوع‌هایی از متغیرهای رفتار سازمانی مانند رهبری معنوی و سرمایه اجتماعی برای مربیان تیم‌های ورزشی.
- آشناکردن مربیان با سبک‌های مختلف رهبری به‌ویژه رهبری معنوی و نشان‌دادن تأثیر آن در ارتقای سرمایه اجتماعی.
- توجیه مسئولان کمیته آموزش فدراسیون‌ها برای قراردادادن جلسات آموزشی رفتار سازمانی ویژه مربیان در کلاس‌های مربیگری.

منابع و مأخذ

۱. افجه، علی اکبر (۱۳۸۰). رهبری و مدیریت اسلامی. دانش و توسعه، دوره ۷، شماره ۱۳، صفحات ۴۲-۲۷.
۲. الوانی، سید مهدی، معمارزاده طهران، غلامرضا، و کاظمی، حسین (۱۳۹۲). تبیین مؤلفه‌های رهبر معنوی با استفاده از سیستم‌های عصبی فازی انطباق‌پذیر. مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۱، شماره ۳، صفحات ۱۲۰-۹۵.
۳. الوانی، سید مهدی، و دانایی‌فرد، حسن (۱۳۸۰). مدیریت دولتی و اعتماد عمومی. فصل‌نامه دانش مدیریت، دوره ۱۴، شماره ۵۵، شماره ۵۵، صفحات ۲۷-۵.
۴. امیرخانی، طیب، و عارف‌نژاد، محسن (۱۳۹۱). تحلیل تأثیر رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه اجتماعی. فصل‌نامه علوم مدیریت ایران، دوره ۷، شماره ۲۶، صفحات ۱۱۲-۸۹.
۵. بختی، میلاد، و قلی‌پور، آرین، و گودرزی، ساجد (۱۳۹۰). تبیین رهبری تحول‌آفرین و سرمایه اجتماعی به‌عنوان اهرم‌های ارتقای اثربخشی تیمی. چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۶، صفحات ۱۵۰-۱۳۵.
۶. دلوی، محمدرضا، و عبدالباقی، عبدالمجید (۱۳۸۶). اعتماد، کلید ثروت‌های نامرئی. ماهنامه تدبیر، شماره ۱۹۰، صفحات ۲۴-۲۹.
۷. لوتانز، فرد (۲۰۰۸). سرمایه روان‌شناختی. ترجمه بهروز رضایی منش، علیرضا تقی‌زاده، و مریم کاهه، تهران: انتشارات علمی.
۸. صابری، علی، باقری، قدرت‌الله، و بی‌غرض، محمد (۱۳۹۴). بررسی نقش انسجام گروهی در سرمایه اجتماعی (نمونه موردی: بازیکنان حرفه‌ای استان فارس). مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۲، شماره ۱، صفحات ۹۴-۷۵.
۹. علی‌بیگی، امیرحسین، و جعفری‌نیا، معصومه، قربانی، فاطمه، و سلیمانی، عادل (۱۳۹۰). رابطه

- بین سرمایه اجتماعی و رضایتمندی شغلی کشاورزان شهرستان کرمانشاه. فصلنامه برنامه ریزی منطقه‌ای، دوره ۱، شماره ۳، صفحات ۸۰-۶۹.
۱۰. عیوضی، محمدرحیم، و فتحی، یوسف (۱۳۹۰). رهبری و سرمایه اجتماعی با رویکرد به رهبری امام خمینی. پژوهش‌نامه متین، شماره ۵۱، صفحات ۸۴-۶۱.
۱۱. غلامی، امین، سیادت، سید علی، و عرفان، آرزو (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین رهبری معنوی و خشنودی شغلی کارکنان دانشگاه اصفهان. نخستین همایش علوم مدیریت نوین، صفحات ۲۳-۶.
۱۲. فیلد، جان (۱۳۷۷). سرمایه اجتماعی. ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رمضانی، تهران: انتشارات کویر.
۱۳. قلیچلی، بهروز، و مشبکی، اصغر (۱۳۸۵). نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری سازمان (مطالعه دو شرکت خودروساز ایرانی). فصلنامه دانش مدیریت، دوره ۱۹، شماره ۷۵، صفحات ۱۴۷-۱۲۵.
14. Al Arkoubi, K. (2008). Spiritual leadership and identity in Moroccan business: an ethnographic study of YNNA holding. Doctoral Dissertation, New Mexico State University.
15. Aydin, B., & Ceylan, A. (2009). The effect of spiritual leadership on organizational learning capacity. *African Journal of Business Management*, 3(5), 184-190.
16. Bolino, M., William, C., Turnley, H., & James, M. (2002). Blood good, Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academic Management Review*, 27(4), 505-522.
17. Coleman, J. S. (1998). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
18. Crossman, J. (2010). Conceptualising spiritual leadership in secular organizational contexts and its relation to transformational, servant and environmental leadership. *Leadership & Organization Development Journal*, 31(7), 596-608.
19. Dent, E. B., Higgins, M. E., & Wharff, D. M. (2005). Spirituality and leadership: An empirical review of definitions, distinctions, and embedded assumptions. *Leadership Quarterly*, 16, 625-654.
20. Fernando, M., Beale, F., & Geroy, G. D. (2009). The spiritual dimension in leadership at Dilmah Tea. *Organization Development Journal*, 30(6), 522-539.
21. Fry, L. W. (2003). Toward a theory of spiritual leadership. *The Leadership Quarterly*, 14, 693-727.
22. Fry, L. W., Vittuci, S., & Cedillo, M. (2005). Spiritual leadership and army transformation: Theory measurement, and establishing a baseline. *The Leadership*

- Quarterly*, 16, 835–862.
23. Hoffman, J., & Hoelscher, M., & Sheriff, K. (2005). Social capital, knowledge management and sustained superior performance. *Journal of Know Ledge Management*, 9(3), 93-100.
24. Huvila, L., Holmberg, K. E. S., & Widen- wolff, G. (2010). Social capital in second life. *Online information Review*, 34(2), 295- 316.
25. Krause D. R., Hand field, R. B., & Tyler, B. B. (2007). The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement. *Journal of Operations Management*, 25, 528-545.
26. Leana, C. R., & Pil, F. K. (2006). Social capital and organizational performance: Evidence from urban public schools. *Organization Science*, 17, 353-366.
27. Lesser, E. L., & Storck, J. (2001). Communities of paractice and organizational performance. *IBM systems Journal*, 40(4), 830-844.
28. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 232, 242-266.
29. Pastoriza, D., & Miguel, A. (2013). Does the ethical leadership of supervisors generate internal social capital.. *Journal of Business Ethics*, 118, 1–12.
30. Putnam, R. (2000). Bowling alone: America's declining social capital Culture and politics. 223-234.
31. Reave, L. (2005). Spiritual values and practices related to leadership effectiveness. *The Leadership Quarterly*, 16, 655-687.
32. Tobias, R. (2013). The role of social capital in the explanation of educational success and educational inequalities. *Irish Educational Studie*, 32(3), 335-354.
33. Zheng. Q., Wang, M., & Li, Z. (2011). Rethinking ethical leadership, social capital and customer relationship. *Journal of Management Development*, 30(7/8), 663–674.