

ارتباط سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی

محمدجواد کاملی^۱، فرزین فولادی^۲، سعدی امجدیان^۳

چکیده:

زمینه و هدف: تعالی سازمانی نتیجه فعالیت‌ها و اقدام‌های هدفمند مختلفی است؛ اما همه سازمان‌ها در این راستا نیازمند سرمایه اجتماعی هستند و بدون سرمایه اجتماعی تعالی سازمان‌ها با مشکلات زیادی مواجه خواهند شد؛ هدف از انجام این پژوهش تبیین ارتباط سرمایه اجتماعی سازمانی با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی است. سرمایه اجتماعی به عنوان منبع مهمی تلقی می‌شود که سازمان‌ها نیازمند توسعه آن هستند تا به مزیت رقابتی و تعالی دست یابند.

روش تحقیق: این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش و ماهیت، توصیفی-تحلیلی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان و مدیران شاغل در سازمان‌های حفاظتی است که از طریق فرمول کوکران حجم نمونه ۱۹۶ نفر تعیین گردیده؛ روش نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای به نسبت در سه سطح مدیران عالی، میانی و عملیاتی انتخاب شده است. پرسش‌نامه‌های استاندارد برای سنجش متغیرهای سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی استفاده شده است و برای افزایش روایی و اعتبار پرسش‌نامه ابتدا تعدادی پرسش‌نامه بین جمعی از مدیران عالی سازمان‌های حفاظتی توزیع گردید و کلیه ابهام‌های کارکنان در ارتباط با سؤال‌ها مشخص شد؛ بدین ترتیب تعدادی از سؤال‌ها حذف و تعدادی دیگر جایگزین شد و در نهایت پس از شفاف‌شدن و رفع ابهام‌ها، پرسش‌نامه نهایی تهیه و توزیع گردید. برای برآورد پایایی پرسش‌نامه از فرمول ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. در این تحقیق به منظور آزمون فرضیه‌های مرتبط با الگوی مفهومی پیشنهادی، از روش‌های آمار توصیفی و همچنین آمار استنباطی استفاده شده است. در روش توصیفی از جداول آماری برای توصیف و تحلیل جمعیت‌شناختی تحقیق استفاده شده و در روش آمار استنباطی آزمون‌های کالموگروف اسمیرونوف به منظور تعیین نرمال‌بودن داده‌ها و ضریب همبستگی پیرسون به منظور تعیین میزان ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته استفاده شده است.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: نتایج تحقیق مبتنی بر آزمون فرضیه‌ها و آزمون همبستگی پیرسون، نشان می‌دهد

بین سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی ارتباط معناداری وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: تعالی سازمانی، سازمان‌های حفاظتی، سرمایه اجتماعی

۱ دانشیار دانشگاه علوم انتظامی امین

۲ عضو هیئت علمی دانشگاه علوم انتظامی امین

۳ نویسنده مسئول: کارشناس ارشد مدیریت دانشگاه علوم انتظامی امین (رایانامه: SA.Majidi063@gmail.com).

مقدمه

امروزه سرمایه اجتماعی محور اصلی مدیریت در سازمان‌ها محسوب شده و مدیرانی موفق قلمداد می‌گردند که بتوانند در ارتباط با جامعه به تولید و توسعه اجتماعی بیشتری نایل آیند، در گذشته سرمایه اجتماعی به صراحت مورد توجه قرار نمی‌گرفت؛ اما در حال حاضر، تغییرهای پُرشتاب محیطی، فناوری اطلاعات، نیازهای رو به رشد اطلاعات و آموزشی، نیازهای فزاینده به نوآوری و خلاقیت و ضرورت پیشرفت مداوم سازمان ایجاب می‌کند که رهبران سازمان‌ها، سرمایه اجتماعی را به منزله منبعی ارزشمند سازمانی مورد توجه قرار داده و از آن برای پیشرفت و تعالی سازمان خود بهره‌برداری نمایند. در جامعه و سازمان‌هایی که سرمایه اجتماعی کافی وجود ندارد به احتمال زیاد سایر سرمایه‌ها تلف می‌شوند.

در واقع، سرمایه اجتماعی¹ را می‌توان در کنار سرمایه‌های اقتصادی و انسانی، بخشی از ثروت ملی به حساب آورد که بستر مناسبی برای بهره‌برداری از سرمایه انسانی و فیزیکی (مادی) و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می‌شود. بدون سرمایه اجتماعی، هیچ اجتماعی به هیچ سرمایه‌ای نمی‌رسد، به طوری که بسیاری از گروه‌ها، سازمان‌ها و جوامع انسانی، بدون سرمایه اقتصادی و فقط با تکیه بر سرمایه انسانی و اجتماعی توانسته‌اند به موفقیت دست یابند، اما هیچ مجموعه انسانی، بدون سرمایه اجتماعی نمی‌تواند اقدام‌های مفید و هدفمندی انجام دهد.

تعالی مدیریت سازمان از طریق مجموعه‌ای از نظام‌ها، فرایندها و واقعیت‌های مرتبط و به هم پیوسته صورت می‌گیرد و سازمان‌های متعالی دارای مجموعه مدیریت مؤثری هستند که بر مبنای آن خواسته‌ها و انتظارات کلیه ذی‌نفعان بر آورده می‌شود. با استفاده از سرمایه

1 social capital

اجتماعی می‌توانیم متوجه شویم که چرا یک سازمان یا مجموعه به صورت موفقیت‌آمیز حرکت می‌کند و چرا سازمانی در مسیر شکست قرار دارد. سرمایه اجتماعی بر همکاری و هماهنگی نیروهای انسانی سازمان و هنجارهایی که همکاری و هماهنگی در سازمان را افزایش می‌دهند تأکید دارد.

در عصر سازمان‌های دانش‌مدار، سرمایه اجتماعی یک سازمان از اهمیت زیادی برخوردار است. سرمایه اجتماعی نشانگر منبع جمعی است که در روابط شبکه‌ای و امور جاری یک سازمان قرار دارد (پوتنام^۱، ۱۹۹۵).

با توجه به اهمیت وجود فضای سرمایه اجتماعی در یک سازمان، عواملی که بتواند به بهبود فضای سرمایه اجتماعی در سازمان کمک کند، از اهمیت زیادی برخوردار هستند. در جهان امروز بیشترین ارزش سازمانی مبتنی بر دارایی‌های غیرملموس است. توانایی برای شناخت و برآورد منبع این ارزش برای سازمان‌ها مهم و حیاتی است. در چنین فضایی این سؤال اساسی قابل طرح است که راز بقا و موفقیت، سرامدی و تعالی سازمان در بازار رقابتی امروز چیست؟ با نگاهی به ادبیات مربوط و بررسی نظریه‌های اندیشمندان، شاید بتوان پاسخ سؤال را در ایجاد، حفظ و تداوم سرمایه اجتماعی یافت.

نگریستن به تعالی سازمانی و سرامدی در چارچوب ساختارهای اجتماعی راه را برای یک چشم‌انداز وسیع در خصوص سرامدی و تعالی هموار می‌سازد، به طوری که توجه را به سمت نکته‌هایی که کمتر به آنها پرداخته شده است، یعنی جنبه اجتماعی-اقتصادی و تعالی سازمانی جلب می‌کند. به تازگی سرمایه اجتماعی سبب ایجاد تئوری‌هایی شده که پایه‌ای برای سایر مطالعات مدیریت هستند؛ بنابراین، مفهوم سرمایه اجتماعی توجه زیادی را در تحقیقات مربوط به نظریه سازمان به خود جلب کرده است.

بررسی‌های میدانی پژوهشگر و اذعان برخی از مسئولان سازمان‌های حفاظتی بیانگر این است که تعالی سازمانی این مجموعه با وضع مطلوب خود فاصله دارد. این امر از عوامل متعددی نشئت می‌گیرد که از جمله آنها می‌توان به سرمایه اجتماعی سازمانی (که این

موضوع نیز از وضعیت قابل قبولی در سازمان برخوردار نیست) اشاره کرد؛ بنابراین، پژوهشگر در این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که: چه ارتباطی بین سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی وجود دارد؟ به تعبیر دیگر سهم سرمایه اجتماعی در تعالی سازمانی سازمان‌های حفاظتی تا چه اندازه است.

سرمایه اجتماعی به عنوان منبعی برای تسهیل روابط میان افراد تلقی می‌شود. این منبع شامل نهادها، هنجارها، اعتماد، مشارکت، آگاهی و بسیاری موارد دیگر است که بر روابط و تعاملات میان افراد حاکم است و می‌تواند پیامدها و نتایج مختلفی بر عملکرد افراد و جوامع داشته باشد. امروزه توفیق سازمان‌ها را نمی‌توان فقط در انباشت ثروت مادی و تجهیز به آخرین امکانات فیزیکی و فناوری اطلاعاتی و ارتباطی ارزیابی کرد، زیرا سرمایه‌های مالی، فیزیکی و انسانی بدون سرمایه اجتماعی کارایی مؤثر را ندارند. نظریه پردازان سازمانی، عقیده دارند سرمایه اجتماعی در سازمان ابزاری حیاتی برای ارتقای عملکرد است. سرمایه اجتماعی، بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان قلمداد می‌شود مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌کنند. سازمان‌های حفاظتی که وظیفهٔ صیانت امنیتی کارکنان را بر عهده دارند نیز از این امر مستثنا نبوده و توجه به سرمایه اجتماعی در این سازمان به تغییر رفتار منجر می‌شود این تغییر باعث تسهیم بیشتر دانش می‌گردد.

سرمایه اجتماعی، بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی، فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد در سازمان قلمداد می‌شود و چنانچه مدیران و تصمیم‌گیران در هر سازمانی از جمله سازمان‌های حفاظتی بتوانند در سازمان، سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌کنند. به‌طور کلی می‌توان گفت مزایای انجام این پژوهش در سازمان‌های حفاظتی عبارت‌اند از:

- ۱) دستیابی به منابع راهبردی و هدف‌های مرجع را تضمین می‌کند.
- ۲) دستیابی به اطلاعات مورد نظر مطابق با نیازمندی سازمانی با کیفیت و سرعت بالا.

- ۳) فراهم ساختن فرصت‌هایی برای کسب دانش و بهره‌برداری از آن.
- ۴) هزینه‌های تبادل و تعامل داخلی سازمانی نظیر جلسه‌ها، کار گروهی، قراردادهای نظارت از طریق سلسله مراتب و قوانین و مقررات بوروکراتیک را در حد قابل توجهی در سازمان‌های حفاظتی کاهش دهد.
- ۵) هزینه تعاملات اجتماعی در گروه‌ها و سازمان‌هایی که از سرمایه اجتماعی مطلوبی برخوردار نیستند بالاست و این امر به دلیل بالا رفتن هزینه‌های نظارت و اعمال دستور کارهای رسمی است که در مجموع موجب فقدان تعالی در سازمان می‌گردد. هرچه سرمایه اجتماعی یک مجموعه اجتماعی بیشتر باشد موجب پایین آمدن هزینه‌های مربوط به این تعاملات رسمی می‌گردد و موجب اعتماد متقابل و مشارکت و رعایت قوانین و هنجارها می‌گردد.
- ۶) رضایت کارکنان سازمان‌های حفاظتی و یا به عبارتی باعث افزایش کیفیت خدمات و در نهایت تعالی سازمان می‌گردد.
- ۷) وجود سرمایه اجتماعی مناسب در سازمان موجب انتقال دانش بین اعضای گروه‌ها و در نتیجه بهبود یادگیری سازمانی می‌شود و سرمایه اجتماعی بالا موجب کاهش نقل و انتقال کارکنان می‌گردد و از این طریق نیز موجب کاهش هزینه‌های عمومی و حفظ دانش سازمانی می‌شود.
- در مقابل در صورت بی‌توجهی به این موضوع در سازمان‌های حفاظتی، موجب خواهد شد سایر سرمایه‌ها، اثربخشی خود را از دست دهند و بدون سرمایه اجتماعی پیمودن راه‌های توسعه و تکامل سازمانی و نیل به هدف‌ها، ناهموار و دشوار می‌شود و در کل می‌توان گفت مسیر دستیابی به تعالی سازمانی دشوار خواهد شد؛ بنابراین، محقق به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که بین سرمایه اجتماعی سازمانی با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، چه ارتباط معناداری وجود دارد.

مبانی نظری: تعالی در لغت‌نامه دهخدا به معنای بلندشدن و برآمدن، در لغت‌نامه آکسفورد به معنای بالاترین حد کیفیت و در لغت‌نامه وبستر به معنای فضیلت، برتری و ویژگی برجسته تعریف شده است. با وجود کاربرد گسترده این واژه در سازمان‌ها، تاکنون تعاریف منسجم و جامعی از واژه تعالی در ادبیات مدیریت ارائه نگردیده است. هرچند محققان زیادی در این زمینه اقدام به پژوهش نموده و الگوهای گوناگونی نیز ارائه گردیده؛ اما به نظر می‌رسد جایگاه یک تعریف علمی در این زمینه خالی است. در جدول زیر خلاصه‌ای از تعاریف ارائه شده در زمینه تعالی آورده شده است (میرسپاسی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۵۲).

سال	نویسنده	تعریف
۲۰۰۶	اسمیت	رویکرد مستمر و اقدامی راهبردی برای برآورد کامل رضایت مشتریان
۲۰۰۰	دیویس و گویچ	بینش تحلیل و برآوردسازی انتظاراتها در افق درازمدت
۲۰۰۰	دال و ویلامز	همان کیفیت در مفهوم سنتی است، اما در لباس جدید
۱۹۹۶	کاپلان و نورتون	ایجاد تعادل بین وجوه مالی، فرایندی، مشتری و رشد و یادگیری برای تحقق هدف‌ها
۲۰۰۷	شارما و تالوار	رسیدن به حد کمال در امر کیفیت
۱۳۸۴	گرامی و علیزاده	عملکرد برجسته مدیریت یک سازمان که منجر به نتایج درخشان می‌شود
۱۳۸۴	حاجی میرعرب	رسیدن به تعادل و کمال در سه حوزه علم، هنر و اخلاق

تعالی در قرآن کریم: می‌توان گفت تمام آیاتی که در قرآن کریم انسان‌ها را به کسب علم و آگاهی ترغیب کرده است همگی گواه دعوت اسلام به پیشرفت و ترقی همه‌جانبه مادی و معنوی است، زیرا پیشرفت (تعالی) در همه عرصه‌ها تنها در سایه علم و دانش امکان‌پذیر است و آگاهی و علم شرط اساسی ترقی و بالندگی است. آیاتی مانند «قُلْ هَلْ

يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ» (زمر، ۹)، «قُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا» (طه، ۱۱۴) «وَلَا تَقِفْ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ» (اسراء، ۳۶) «وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَ مِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهَبُونَ بِهِ وَعَدُّوا لِلَّهِ وَعَدُّوْكُمْ» (انفال، ۶۰)؛ روشن است که پیام این آیه شریفه علاوه بر لزوم آمادگی و هوشیاری در برابر دشمن به‌روزر بودن و مجهز بودن به سلاح‌های روز و کارآمد و به تعبیر دیگر لزوم پیشرفت و ترقی در بُعد نظامی و دفاعی است و این یعنی ترغیب به پیشرفت و رشد.

عوامل مؤثر در الگوی جامع تعالی سازمانی (TEM):^۱

۱. چشم‌انداز، رسالت و هدف‌های سازمان
 ۲. نوع و سبک رهبری و مدیریت
 ۳. منابع انسانی سازمان
 ۴. راهبردهای سازمان
 ۵. مهارت‌ها و ویژگی‌های منحصر به فرد سازمان
 ۶. فرهنگ و ارزش‌های سازمانی
 ۷. فرایندها، نظام‌ها و روش‌های کاری
 ۸. تکیه‌گاه و پشتوانه سازمان
 ۹. فعالیت‌های اجتماعی (اثربخشی بر جامعه انسانی)
 ۱۰. نوع نگرش و ارتباط با مشتریان
 ۱۱. نوع نگاه و ارتباط با همکاران و رقباء
 ۱۲. منابع غیر انسانی (امکانات، تجهیزات، منابع مالی)
 ۱۳. عوامل محیطی (فرصت‌ها و تهدیدها)
 ۱۴. ساختار سازمانی (میرسپاسی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱۵).
- ویژگی‌های خاص الگوی تعالی TEM:

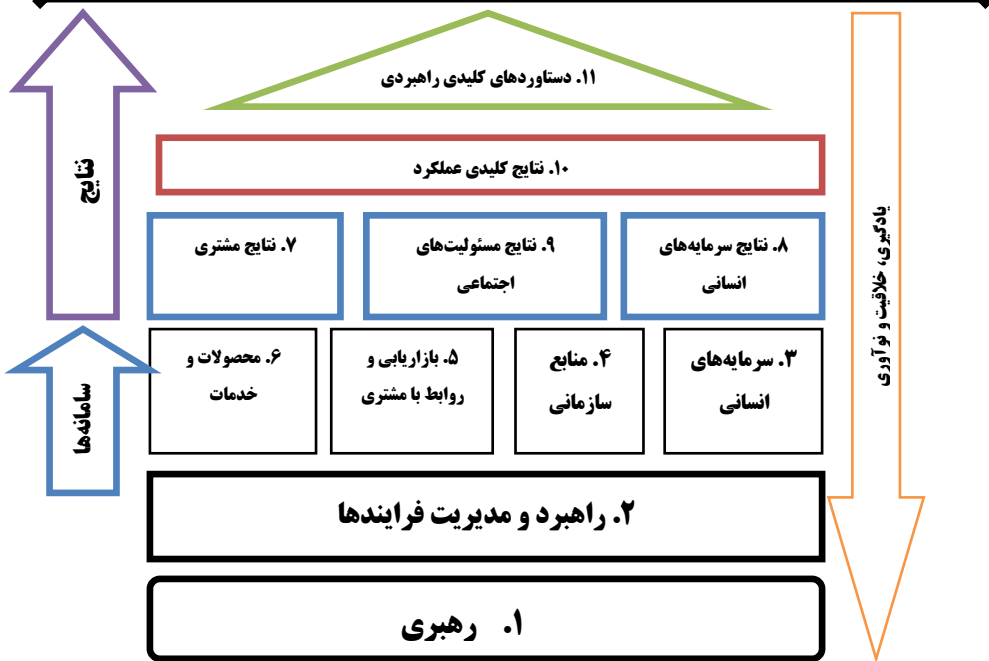
• طبقه‌بندی عوامل اثرگذار بر تعالی سازمانی به دو دسته عوامل نرم‌افزاری و عوامل سخت‌افزاری.

• اولویت‌گذاری بر عوامل و ارجح دانستن عوامل نرم بر عوامل سخت.

• توجه بر نظام هم‌پاس و متمرکز نمودن سازمان بر نقش اثربخش آن در جامعه، بدین معنا که سازمانی در طولانی مدت حیات خواهد داشت که تنها به فکر منافع خویش نباشد بلکه رسالت، هدف‌ها، محصولات و خدمات خود را در راستای خدمت به جامعه و ارتقای ارزشمندی واقعی در بین مردم تنظیم نموده است.

• اهمیت گذاشتن بر نوع و سبک رهبری و مدیریت؛ چرا که رهبر به عنوان یک منبع تولید انرژی می‌تواند نیروی محرکه و هدایتگر تمامی مدیران باشد و با منش، روحیات و رفتارهای خود می‌تواند فرهنگی مشارکت و شعور هم‌پاس را بین مدیران و کارکنانش در تقابل با جامعه توسعه دهد.

• در نظر گرفتن تکیه‌گاه و پشتوانه سازمان، هر حرکتی به پشتوانه و تکیه‌گاه نیاز دارد. یک سازمان و شرکت موفق و با طول عمر زیاد و مردم‌پسند شرکتی خواهد بود که بتواند پشتوانه و حمایت مردمی و معنوی را به خود جذب نماید. دیگر وقت آن است هوشیار باشیم و بدانیم در دنیای کوانتومی امروز که عصر نور است و نه عصر فناوری و تخصص، از نگاه دانشمندان هم دنیای مادی دارای ماهیت معنوی و شعوری است و ما در دنیای زنده و یکپارچه زندگی می‌کنیم که هر ذره آن دارای شعور و درک و حافظه است و بر اساس کشفیات علمی، جهان ما بر مبنای اصل عدم قطعیت زنده است و نه یک جهان مرده و ثابت؛ بنابراین، حمایت شعوری دنیای پیرامون (کائنات) که به جلب رضایت واقعی مردم بستگی دارد و نه فقط جواب‌گویی به نیازهای روزمره و گاهی غیرکلیدی آنها از ملزوم‌های تعالی یک سازمان به حساب می‌آید. این مورد از ویژگی‌های منحصر به فرد الگوی تعالی TEM است.



الگوی تعالی سازمانی (قنبری و همتی، ۱۳۸۶: ۱۵)

الگوی تعالی سازمانی بومی بالا از ۱۱ معیار تشکیل شده که هسته این الگو هستند و به

سه دسته تقسیم می‌شوند:

- پیشرانها: ۱- رهبری؛ ۲- راهبرد و مدیریت فرایندها
- سامانه‌ها: ۳- سرمایه‌های انسانی؛ ۴- منابع سازمانی؛ ۵- بازاریابی و ارتباط با مشتری؛ ۶- محصولات و خدمات
- نتایج: ۷- نتایج؛ ۸- نتایج سرمایه‌های انسانی؛ ۹- نتایج مسئولیت‌های اجتماعی؛ ۱۰- دستاوردهای کلیدی راهبردی؛ ۱۱- دستاوردهای کلیدی راهبردی.

رهبری: رهبری نشان می‌دهد که رهبران، به‌ویژه رهبران ارشد، ضمن تعیین جهت‌گیری کلی سازمان، چگونه از طریق سامانه‌های مدیریتی، سازمان را برای تحقق هدف‌ها و پایداری آن هدایت می‌کنند. این معیار همچنین به چگونگی رفتار رهبران در ایفای نقش به عنوان الگوهای اخلاقی و ارزشی سازمان، الهام‌بخشی، توسعه فضای اعتماد،

انعطاف‌پذیری، مراعات قوانین و مقررات، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعامل فعال با ذی‌نفعان کلیدی می‌پردازد (همایونفر و نجمی، ۱۳۹۰: ۱۳-۱۲) توجه به نقش رهبری در سازمان‌ها، مهم‌ترین و اصلی‌ترین معیار در مدیریت کیفیت آن سازمان محسوب می‌شود. راهبرد و مدیریت فرایندها: معیار راهبرد و مدیریت فرایندها نشان می‌دهد که سازمان‌های متعالی چگونه راهبردها و خط‌مشی‌های پشتیبان را به منظور برآورده کردن نیازها و انتظارهای ذی‌نفعان، تدوین، بازنگری و به‌روز می‌کنند. این سازمان‌ها برای تحقق راهبردها، آنها را با ذی‌نفعان در میان گذاشته و برای دستیابی به موفقیت پایدار، ساختار سازمانی را طراحی کرده و فرایندها را مدیریت می‌کنند (همایونفر و نجمی، ۱۳۹۰: ۱۲).

سرمایه‌های انسانی: معیار سرمایه‌های انسانی نشان می‌دهد که سازمان‌های متعالی چگونه کارکنان خود را ارج می‌نهند و فرهنگی را ایجاد می‌کنند که دستیابی به منافع طرفین از طریق هم‌سویی هدف‌های شخصی و سازمانی میسر می‌شود. این معیار همچنین به چگونگی توسعه قابلیت‌ها، ترویج عدالت و برابری، برقراری ارتباط، تشویق، قدردانی و مراقبت کارکنان برای ایجاد انگیزه و تعهد به منظور قادر ساختن آنها برای استفاده از دانش و مهارت‌های خود در راستای منافع سازمان می‌پردازد (همایونفر و نجمی، ۱۳۹۰: ۱۲).

منابع سازمانی: معیار منابع سازمانی نشان می‌دهد که سازمان‌های متعالی چگونه منابع خود را به منظور پشتیبانی از راهبردها و برنامه‌ها و اجرای اثربخش فرایندها و تضمین موفقیت پایدار سازمان مدیریت می‌کنند (همایونفر و نجمی، ۱۳۹۰: ۱۲).

بازاریابی و روابط با مشتری: معیار بازاریابی و روابط با مشتری نشان می‌دهد که سازمان‌های متعالی چگونه بازاری را که قصد دارند در آن به فعالیت بپردازند، به خوبی می‌شناسند و برای آن راهبرد و برنامه بازاریابی ایجاد می‌کنند. این سازمان‌ها به روابط با مشتریان نگاه راهبردی داشته، برای ایجاد ارتباط‌های سودمند، هدف‌ها و برنامه‌های تعریف شده‌ای دارند.

محصولات و خدمات: معیار محصولات و خدمات نشان می‌دهد که سازمان‌های متعالی چگونه محصولات و خدمات خود را توسعه داده و فرایندهای تأمین، تولید، فروش و

خدمات پس از فروش را به منظور خلق ارزش فزاینده برای مشتریان و سایر ذی‌نفعان و دستیابی به نتایج متوازن و پایدار مدیریت می‌کنند (همایونفر و نجمی، ۱۳۹۰: ۱۲).

نتایج مشتری: معیار نتایج مشتری، نشان می‌دهد که سازمان‌های متعالی در ارتباط با جاری‌سازی موفق راهبرد و خط‌مشی‌های پشتیبان مبتنی بر نیازها و انتظارات مشتریان به چه نتایجی دست یافته‌اند آنها برداشت‌های مشتریان، شاخص‌های عملکردی و دستاوردهای مرتبط با رویکردها را در دوره‌های زمانی متناسب، اندازه‌گیری و تحلیل می‌کنند (همایونفر و نجمی، ۱۳۹۰: ۱۲).

نتایج سرمایه‌های انسانی: معیار نتایج سرمایه‌های انسانی، نشان می‌دهد که سازمان‌های متعالی در ارتباط با جاری‌سازی موفق راهبرد و خط‌مشی‌های پشتیبان مبتنی بر نیازها و انتظارات کارکنان و اجرای رویکردهای مرتبط با مدیریت سرمایه‌های انسانی به چه نتایجی دست یافته‌اند. آنها برداشت‌های کارکنان شاخص‌های عملکردی و دستاوردهای مرتبط با رویکردها را در دوره‌های زمانی متناسب، اندازه‌گیری و تحلیل می‌کنند (همایونفر و نجمی، ۱۳۹۰: ۱۲).

نتایج مسئولیت‌های اجتماعی: معیار نتایج مسئولیت‌های اجتماعی، نشان می‌دهد که سازمان‌های متعالی در ارتباط با جاری‌سازی موفق راهبردها و خط‌مشی‌های پشتیبان و اجرای رویکردهایی به منظور تحقق مسئولیت‌های اجتماعی، به چه نتایجی دست یافته‌اند. آنها برداشت‌های ذی‌نفعان، شاخص‌های عملکردی و دستاوردهای مرتبط با رویکردها را در دوره‌های زمانی متناسب، اندازه‌گیری و تحلیل می‌کنند (همایونفر و نجمی، ۱۳۹۰: ۱۲).

نتایج کلیدی عملکرد: معیار نتایج کلیدی عملکرد نشان می‌دهد که سازمان‌های متعالی در ارتباط با اجرای سامانه‌ها و فرایندها برای پاسخگویی به نیازها و انتظارات ذی‌نفعان کلیدی به چه نتایج مالی و غیرمالی دست یافته‌اند. آنها به منظور تحقق هدف‌ها و بهبود دستاوردهای کلیدی راهبردی، شاخص‌های کلیدی عملکرد مالی و غیرمالی مرتبط با رویکردها و فرایندها را در دوره‌های زمانی متناسب، اندازه‌گیری و تحلیل می‌کنند (همایونفر و نجمی، ۱۳۹۰: ۱۳).

دستاوردهای کلیدی راهبردی: معیار دستاوردهای کلیدی راهبردی نشان می‌دهد که سازمان‌های متعالی در ارتباط با جاری‌سازی موفق راهبردها و خط‌مشی‌های پشتیبان مبتنی بر نیازها و انتظارات ذی‌نفعان کلیدی به چه دستاوردهای مالی و غیرمالی دست یافته‌اند آنها شاخص‌های مالی و غیرمالی مرتبط با دستاوردهای کلیدی راهبردی را در دوره‌های زمانی متناسب، اندازه‌گیری و تحلیل می‌کنند (همايونفر و نجمی، ۱۳۹۰: ۱۳).

سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی را به‌طور خلاصه می‌توان شامل سرمایه و منابع حاصل از نهادها، روابط و هنجارهایی دانست که کنش متقابل اجتماعی جامعه را به لحاظ کمی و کیفی شکل می‌دهند (چلبی، ۱۳۸۴: ۳).

امروزه یکی از مباحث مهم مورد توجه اندیشمندان که می‌توانند مستقیم و غیرمستقیم بر هویت اجتماعی افراد جامعه تأثیرگذار باشد و همچنین از آن تأثیر پذیرد سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی، مجموعه‌ای از منابع و ذخایر ارزشمندی است که به صورت ذاتی و نهفته در روابط اجتماعی گروه‌های نخستین، ثانوی و سازمان اجتماعی جامعه (نهادهای رسمی و غیررسمی) وجود دارد. برخی از این ذخایر ارزشمند که گاه از آن به ارزش‌های اجتماعی نیز یاد می‌کنند عبارت است از صداقت، حسن تفاهم، سلامت نفس، همدردی، دوستی، همبستگی، فداکاری و... . سرمایه اجتماعی از طریق این منابع، کنش‌های کنش‌گران را در سطح خرد، میانی و کلان، جامعه تسهیل، تسریع و کم‌هزینه و مطمئن می‌سازد و آنان را در رسیدن به هدف‌های مشترک اجتماعی کمک می‌کند. در برخورد با مفهوم سرمایه اجتماعی با توجه به اینکه در رشته‌ها و حوزه‌های مختلف، مطالعاتی انجام شده است. با مفهوم واحد و مشخص روبه‌رو نیستیم (دورلاف، ۲۰۰۲: ۴۶۰).

یکی از مشکلاتی که دانشمندان علوم مدیریت و سرمایه اجتماعی با آن مواجه هستند ارائه تعریفی جامع از سرمایه اجتماعی است. تعریف رابرت پوتنام در علوم سیاسی، جیمز کلمن^۱ در علوم اجتماعی فرانسیس فوکویاما^۲ در تاریخ اقتصادی - اجتماعی و تحقیقات بانک جهانی از جمله نخستین اقدام‌ها در این زمینه بوده است این واژه توسط اکثر

1 Kolman

2 Fokoyama

نویسندگان به عنوان شبکه‌ها، هنجارها، اعتماد و راهی که جوامع می‌توانند از طریق آن هدف‌های جمعی را به صورتی کارا تر انجام دهند، تعریف شده است.

سرمایه اجتماعی چنان که از این عنوان بر می‌آید از پیوند دو مفهوم سرمایه و اجتماعی ساخته شده است و از جمله مفاهیم جدید، سخت و پیچیده جامعه‌شناسی است. کلمه اجتماعی در عنوان سرمایه اجتماعی دلالت می‌کند. با اینکه این منابع خود، دارایی‌های شخص محسوب نمی‌شوند، هیچ فردی به تنهایی مالک آنها نیست و این منابع در دل شبکه‌های ارتباطی قرار می‌گیرند. واژه سرمایه دلالت می‌کند بر اینکه سرمایه اجتماعی همانند سرمایه انسانی یا سرمایه اقتصادی ماهیتی زاینده و مولد دارد. یعنی ما را قادر می‌سازد که ارزش ایجاد کنیم. کارها را انجام می‌دهیم به هدف‌هایمان دست یابیم. ما محدودیت‌هایمان را در زندگی به اتمام برسانیم و به محله خویش به دنیایی یاری رسانیم که در آن زندگی می‌کنیم.

سرمایه اجتماعی زمانی به وجود می‌آید که روابط میان افراد به شیوه‌ای دگرگون شود که کنش را تسهیل می‌کند سرمایه اجتماعی منبع مهمی برای افراد است و می‌تواند بر توانایی کنش آنها و کیفیت مشهور زندگی‌شان بسیار تأثیر گذارد. دفتر آمارهای بین‌المللی این تعریف سازمان همکاری و توسعه اقتصادی را می‌پذیرد که سرمایه اجتماعی شبکه‌های همکاری با هنجارها و ارزش‌های تسهیم شده است و درک اینکه باعث تسهیل همکاری در داخل گروه می‌شود اهمیت دارد. سرمایه اجتماعی را می‌توان حاصل روابط در جامعه دانست و آن را به مجموع منابعی که در ذات روابط سازمان اجتماعی به وجود می‌آیند و زندگی اجتماعی را مطلوب می‌سازد اطلاق نمود.

پروتز^۱ (۱۹۹۸)، سرمایه اجتماعی را به عنوان توانایی کنش‌گران برای به دست آوردن و حفظ کردن منابع، بر اثر عضویت در شبکه‌های اجتماعی تعریف می‌کند. وی بیشتر بر روابط و شبکه‌های اجتماعی در تحلیل سرمایه اجتماعی تمرکز دارد.

ولکاک^۱ (۱۹۹۸)، سرمایه اجتماعی را اطلاعات، اعتماد و هنجارهای عمل متقابل که جزء جدایی ناپذیر شبکه‌های اجتماعی خرد هستند تعریف می‌کند.

به تعبیر بولن و اونیکس^۲ (۱۹۹۸)، سرمایه اجتماعی ماده خام جامعه مدنی است که از بین هزاران کنش متقابل روزانه مردم به وجود می‌آید و یک پدیده از پایین به بالاست که با شکل‌گیری پیوندها و شبکه اجتماعی افراد بر مبنای اصول اعتماد، عمل متقابل و هنجارهای کنش به وجود می‌آید.

شاخص‌های سرمایه اجتماعی در قرآن کریم: قرآن کریم در آیات مختلف و بنا به موضوع‌های متفاوت شاخص‌های مختلفی برای پیشرفت مادی و معنوی افراد و جوامع مسلمان ارائه کرده است که هم‌خوانی زیاد این شاخص‌ها با شاخص‌های مطرح شده توسط محققان خارجی و داخلی برای سرمایه اجتماعی، این نتیجه را حاصل می‌سازد که ساخت یک سرمایه غنی برای خود فرد و اجتماع از لحاظ معنوی، مورد تأکید قرآن کریم بوده است. در این بخش برخی شاخص‌های مهم ذکر شده در این حوزه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱. کمک به دیگران و احترام به حقوق سایر افراد: «وَيُطْعَمُونَ الطَّعَامَ عَلَىٰ حُبِّهِ مِسْكِينًا وَيَتِيمًا وَأَسِيرًا» (انسان، ۸) و غذای (خود) را با اینکه به آن علاقه (و نیاز دارند) به مسکین و یتیم و اسیر می‌دهند.

۲. همکاری و تعاون: «وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَ لَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَ اتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ» (مائده، ۲) و همواره در راه نیکی و پرهیزکاری با هم تعاون کنید و در راه گناه و تعدی همکاری ننمایید و از خدا پرهیزید که مجازاتش شدید است.

۳. مشورت (مشارکت جمعی): «وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ وَ مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ» (شوری، ۳۸) و آنها که دعوت پروردگارش را اجابت کرده و نماز را برپا داشته و کارهایشان به طریق مشورت در میان آنها صورت می‌گیرد و از آنچه به آنها روزی داده‌ایم انفاق می‌کنند.

1 Wolkak

2 Bolen & Oniks

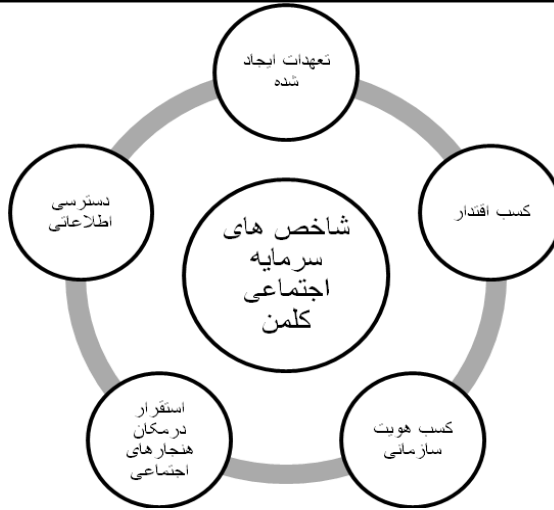
۴. برابری و برادری: «أَنَا الْمُؤْمِنُونَ أَخَوَةٌ...» (حجرات آیه ۱۰) مؤمنان برادر یکدیگرند....
۵. آگاهی و آموزش: ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ (قلم، ۱) سوگند به قلم و آن چه را با قلم می‌نویسند.
۶. عدالت: «وَأِنْ حَكَمْتَ فَاحْكُم بَيْنَهُم بِالْقِسْطِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ» (مائده، ۴۲) و اگر میان آنها داوری کنی با عدالت داوری کن که خدا عادلان را دوست دارد.
۷. وفای به عهد: «وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا» (اسراء، ۳۴) به عهد (خود وفا کنید که از عهد سؤال می‌شود).
۸. اعتماد و پرهیز از خیانت: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ» (انفال، ۲۷).
۹. امر به معروف و نهی از منکر: «وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (آل عمران، ۱۰۴) باید از میان شما، جمعی دعوت به نیکی و امر به معروف و نهی از منکر کنند و آنها همان رستگاران هستند.
۱۰. صداقت و درستکاری و پرهیز از دروغ: «إِنَّ اللَّهَ يَجْزِي الْمُتَصَدِّقِينَ» (یوسف، ۸۸) خداوند متصدقان را پاداش می‌دهد.

الگوهای سرمایه اجتماعی

الگوی جیمز کلمن: به اعتقاد وی، عواملی که سبب ایجاد و گسترش سرمایه اجتماعی می‌شوند عبارت‌اند از: کمک، جهان‌بینی، اطلاعات، هنجارها. شاخص‌هایی که او برای سرمایه اجتماعی پیشنهاد می‌کند پیچیده‌ترند و شامل موارد زیر می‌شوند:

الف) تعهدهای ایجاد شده؛ ب) دسترسی اطلاعاتی؛ ج) استقرار در مکان هنجارهای اجتماعی؛ د) کسب اقتدار؛ ه) کسب هویت سازمانی.

کلمن از واژگان مختلفی برای تعریف سرمایه اجتماعی کمک گرفته است. وی از نقش و کارکرد آن کمک گرفته و تعریفی کارکردی از سرمایه اجتماعی ارائه می‌کند؛ بنابراین، به عقیده وی سرمایه اجتماعی به ارزش آن جنبه از ساختار اجتماعی اشاره دارد که به عنوان منابعی در اختیار اعضاء قرار می‌گیرد تا بتوانند به هدف‌ها و منابع خود دست پیدا کنند.



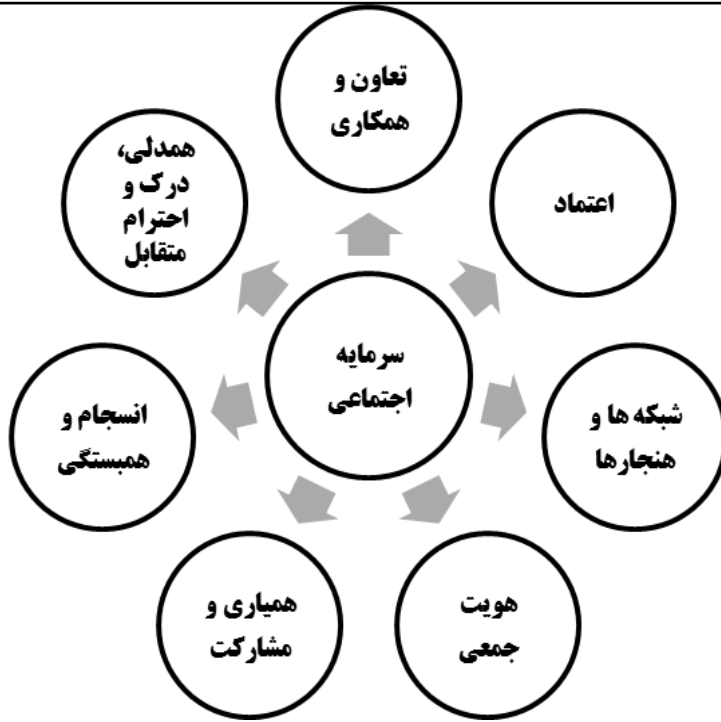
نمودار شاخص های سرمایه اجتماعی از نظر کلمن

الگوی فلورا: به اعتقاد فلورا^۱ سرمایه اجتماعی را می توان حاصل پدیده های ذیل در یک مجموعه اجتماعی دانست (فلورا، ۱۹۹۹): اعتماد متقابل؛ تعامل اجتماعی متقابل؛ گروه های اجتماعی؛ احساس وجود تصویری مشترک از آینده و کار گروهی؛ هویت جمعی و گروهی (هویت اجتماعی)، هویت اجتماعی را با هویت گروهی پیوند می دهد و عضویت گروهی را متشکل از سه عنصر می داند: عنصر شناختی (آگاهی از این که فرد به یک گروه تعلق دارد)؛ عنصر ارزشی (فرض هایی درباره پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی)؛ عنصر احساسی (احساس ها نسبت به گروه و افراد دیگری که ارتباطی خاص با آن گروه دارند) (تاجیک، ۱۳۸۴: ۵۲).

الگوی ویلانوا و جوسا^۲: ویلانوا و جوسا سرمایه اجتماعی با مؤلفه های اعتماد، شبکه ها و هنجارهای مشترک، تعاون و همکاری، همدلی درک و احترام متقابل، انسجام و همبستگی جمعی، همیاری و مشارکت داوطلبانه و هویت جمعی سنجیده اند و الگوی مفهومی تحقیق هم بر اساس الگوی ذکر شده اقتباس شده است.

1 Flora

2 Vilanova & Josa



سطوح سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی به عنوان مقوله‌ای که در سطوح مختلف از لحاظ سازمانی و چه از بعد اجتماعی قابل بررسی است. به نحوی که در هر سطح از سرمایه اجتماعی نقش این سرمایه در پویایی‌های فردی و اجتماعی قابل تأمل است. سرمایه اجتماعی دارای سطح خرد (فردی) و کلان (سازمان و اجتماعی) است. در سطح کلان در مورد جایگاه کلی یک سازمان در زمین‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و شبکه‌های ارتباطات بیرونی بحث می‌شود و در سطح خرد به سرمایه اجتماعی شناخت در ارتباط با موضوع‌هایی همانند ارزش‌ها، نگرش‌ها، تعهدهای مشارکت و اعتماد پرداخته می‌شود.

الف) سطح ملی: سرمایه اجتماعی در این سطح اشاره به شبکه‌ها، تعاملات و هنجارهایی دارد که کیفیت و کمیت تعاملات اجتماعی را شکل می‌دهد. بر این اساس سرمایه اجتماعی فقط ممنوع نهادهایی که جامعه را تشکیل می‌دهند نیست. بلکه سبب انجام این نهادها نیز می‌گردد (سازمان بانک جهانی، ۲۰۰۱).

سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از هنجارهای موجود در نظام اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه می‌شود و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد (علوی، ۱۳۸۰).

ب) سطح سازمانی: در تحقیقات کوهن و پروساک^۱ (۲۰۰۱) به ایده بررسی سرمایه اجتماعی در سطح سازمان اشاره شده است. کن رکسون^۲ سرمایه اجتماعی را به عنوان فرایند حل مشکلات توصیف می‌نماید. یک شخص به تنهایی نمی‌تواند سرمایه اجتماعی را ایجاد نماید. ولی منبعی است برای افرادی که در شبکه روابط اجتماعی کم و بیش بلندمدت قرار می‌گیرند (بورديو و دیگران^۳، ۱۹۹۹).

ج) ابعاد سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی عبارت است از دانش، ادراک، هنجارها، قوانین و انتظاراتی مشترک درباره الگوهای تعاملات که گروهی از افراد در بر خورد با مسائل پیچیده اجتماعی، موقعیت‌های کنش جمعی با خود به سازمان می‌آورند. این مفهوم به پیوندها و ارتباط‌های میان اعضای شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق هدف‌های اعضا می‌شود. این مفهوم دارای دو بعد اصلی شناختی و ساختاری است.

بعد شناختی سرمایه اجتماعی: این بعد به روابط متقابل و اعتماد عمومی اشاره داشته و اعتماد نیز به دو نوع «نهادی» و «اجتماعی» تقسیم می‌شود (لاک لی^۴، ۲۰۰۵: ۱۲۳).

بعد ساختاری سرمایه اجتماعی: این بعد الگوی کلی روابطی که در سازمان یافت می‌شود در نظر دارد. یعنی میزان ارتباطی که افراد با یکدیگر در سازمان برقرار می‌کنند (بولینیو و همکاران^۵، ۲۰۰۲: ۵۰۶).

ناها پیت و گوشال^۶ با رویکرد سازمانی جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می‌دهند:

1 Kohen& Prosak

2 K.Rekson

3 Bordio et al

4 Lak.li

5 Florin et al

6 Nahapit& Goshal

۱. بعد شناختی: عنصر شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و نظام‌های معانی مشترک در میان گروه‌هاست. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد عبارت‌اند از: کدها و حکایت‌های مشترک.

۲. بعد ساختاری: عنصر ساختاری سرمایه اجتماعی اشاره به الگوی کلی تماس‌های بین افراد دارد یعنی شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارت‌اند از: روابط شبکه‌ای بین افراد، پیکربندی شبکه‌ای و سازمان مناسب.

۳. بعد ارتباطی: این بعد، شامل مؤلفه‌هایی چون اعتماد، هنجارها، تعهدها، روابط متقابل و تعیین هویت مشترک است.

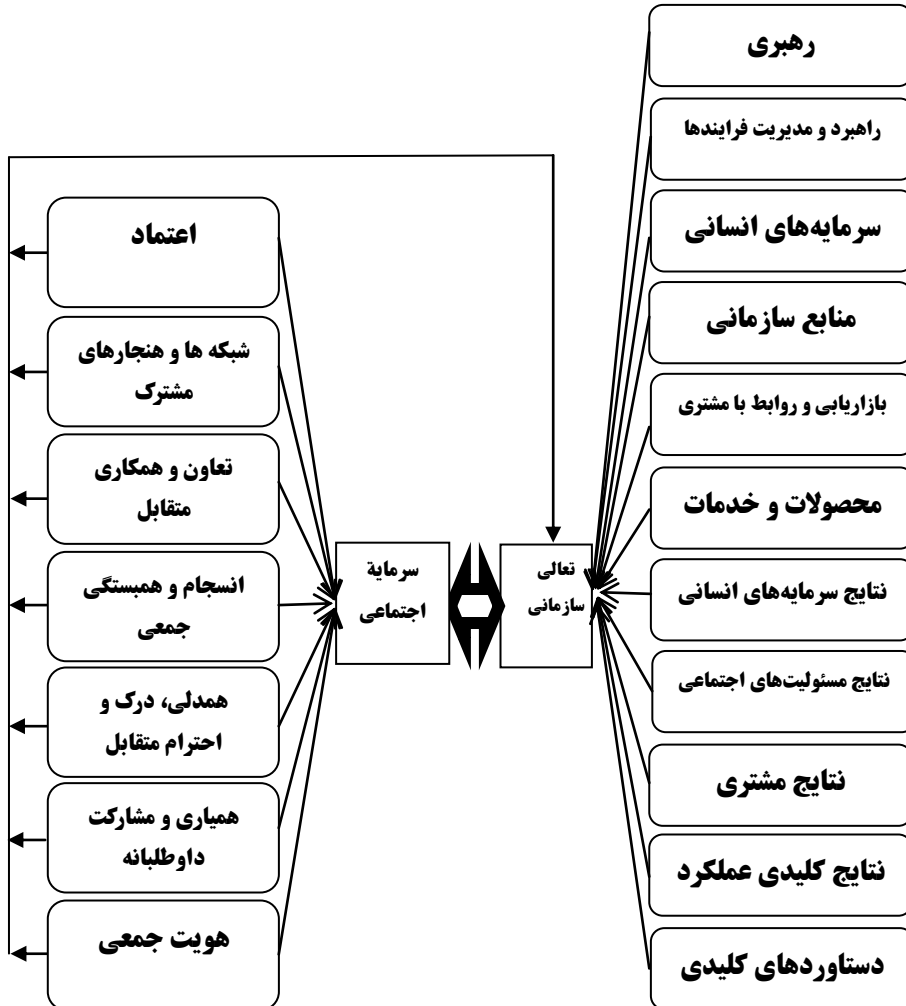
پیشینه تحقیق: با مطالعات و بررسی‌های به عمل آمده از مراکز علمی تخصصی کشور از جمله از مرکز پایان‌نامه‌های ایران، دانشگاه علوم انتظامی امین و تارنمای گوگل، مشخص گردید، تاکنون پژوهشی در ارتباط با این موضوع در سازمان‌های حفاظتی انجام نشده است ولی پژوهش‌هایی نزدیک به این عنوان صورت گرفته که به شرح ذیل است:

۱. سلیمانی (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر پیشگیری از سرقت مورد مطالعه شهرستان روانسر» به بررسی و شناخت تأثیر سرمایه اجتماعی بر پیشگیری از سرقت پرداخته است. روش پژوهش تبیینی و از نوع پیمایشی است. پژوهش با عنایت به نقش قابل توجه سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن از جمله اعتماد، روابط و مشارکت در تبیین واریانس پیشگیری از سرقت اعضای جامعه در بین دو گروه افراد سارق و عادی نشان داده، سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن در بین افراد عادی به مراتب بیشتر از افراد سارق است همچنین یافته‌های تحقیق حکایت از ارتباط مستقیم و معنادار سرمایه اجتماعی و ابعاد سه گانه آن با پیشگیری از سرقت دارد.

۲. دوستدار (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «تبیین نظری سرمایه اجتماعی پلیس، تلاش برای مفهوم‌سازی در پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات اجتماعی دانشگاه تهران به بررسی تعامل و ارتباطات سازمان پلیس با شهروندان پرداخته است که نتایج نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی پلیس مجموعه‌ای از ظرفیت‌ها و قابلیت‌ها و منابع اجتماعی پلیس که شامل اعتماد

مردم به پلیس، مشارکت مردم با پلیس، اقتدار، مقبولیت، مشروعیت پلیس (به عبارتی پذیرش مردمی پلیس و وجهه و منزلت اجتماعی پلیس است) به نحوی که بهره‌مندی از این منابع زمینه تولید و بازتولید نظم و امنیت را عرصه اجتماع و پاسداری از ارزش‌های آن جامعه فراهم می‌سازد.

الگوی مفهومی تحقیق:



الگوی مفهومی تحقیق (محقق ساخته)

فرضیه‌ها:

فرضیه اصلی: بین سرمایه اجتماعی سازمانی با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱. بین اعتماد با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.
۲. بین شبکه‌ها و هنجارهای مشترک با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.
۳. بین تعاون و همکاری متقابل با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.
۴. بین انسجام و همبستگی جمعی با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.
۵. بین همدلی، درک و احترام متقابل با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.
۶. بین همیاری و مشارکت داوطلبانه با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.
۷. بین هویت جمعی با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.
۸. بین نظرهای مدیران عالی، میانی و عملیاتی در خصوص ارتباط سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی تفاوت معناداری وجود دارد.

روش تحقیق: روش تحقیق در این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش و ماهیت، توصیفی-تحلیلی از نوع پیمایشی و به‌طور اخص از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان و مدیران شاغل در ستاد سازمان‌های حفاظتی است که از طریق فرمول کوکران حجم نمونه ۱۹۶ نفر تعیین گردیده است روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای از بین کارکنان و مدیران شاغل در ستاد سازمان‌های حفاظتی در سه سطح مدیران عالی به تعداد ۲۱ نفر، مدیران میانی به تعداد ۹۵ نفر و مدیران عملیاتی یا کارکنان به تعداد ۸۰ نفر انتخاب و مورد آزمون قرار گرفتند.

ابزار گردآوری داده در این تحقیق از طریق پرسش نامه استاندارد است.

در این تحقیق برای افزایش روایی محتوای پرسش نامه از روش های زیر استفاده شد:

- گرفتن نظر کارشناسان خبره سازمان های حفاظتی در زمینه تبیین شاخص های سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی در سازمان.
- توزیع تعداد ۱۰ نسخه پرسش نامه تدوینی به منظور تعیین میزان اعتبار و پایایی پرسش نامه.

برای برآورد پایایی پرسش نامه این پژوهش از فرمول ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. به لحاظ تعیین میزان اعتبار و پایایی پرسش نامه طرح شده و قبل از اجرای آن، به صورت نمونه بین تعداد ۱۰ نفر از مدیران توزیع و پس از تکمیل، داده ها با استفاده از شاخص آماری آلفای کرونباخ در قالب جدول زیر اندازه گیری شده است.

متغیر	تعداد آیتم	آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی	۲۸	۰.۹۲۱
تعالی سازمانی	۳۸	۰.۹۱۱

با توجه به اینکه ضرایب جدول بالا بیش از ۰.۷ است، ابزارهای مورد استفاده از پایایی بسیار بالایی برخوردار است.

به منظور آزمون فرضیه های مرتبط با الگوی مفهومی پیشنهادی، از روش های آمار توصیفی و همچنین آمار استنباطی استفاده شده است. در روش توصیفی از جداول آماری برای توصیف و تحلیل جمعیت شناختی تحقیق استفاده شده و در روش آمار استنباطی آزمون های کالموگروف اسمیرونوف به منظور تعیین نرمال بودن داده ها و ضریب همبستگی پیرسون به منظور تعیین ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته بهره برداری شده است.

یافته های تحقیق

الف) یافته های توصیفی: در بخش جمعیت شناختی بیشترین عضو نمونه با حدود ۶۹ درصد در رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار دارند و تمامی اعضای نمونه مورد مطالعه مرد هستند همچنین بیشترین افراد مورد مطالعه دارای مدرک کارشناسی با حدود ۴۵ درصد هستند. در

خصوصاً توزیع فراوانی سابقه خدمت در سازمان‌های حفاظتی اکثر افراد مورد مطالعه با حدود ۶۱ درصد دارای ۱۱ تا ۲۰ سال سابقه خدمت در سازمان‌های حفاظتی و در زمینه توزیع فراوانی سابقه مدیریت اکثر افراد مورد مطالعه با حدود ۶۱ درصد دارای سابقه مدیریت کمتر از ۵ سال هستند و در خصوص توزیع فراوانی سطح مدیریت مدیران عالی با حدود ۴۹ درصد مربوط به مدیران میانی است. همچنین در بخش بررسی توصیفی پاسخ‌های مخاطبان در مورد متغیرهای تحقیق تمامی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی مقداری بیشتر یا برابر با ۳ دارند. همچنین دو بعد ذکر شده نیز مقداری بالاتر از ۳ دارند. این موضوع نشان می‌دهد که از نظر مدیران، سطح این مؤلفه‌ها و ابعاد در سازمان‌های اطلاعاتی تاحدودی مطلوب است.

(ب) یافته‌های تحلیلی: برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون‌های کولموگروف

اسمیرنوف استفاده گردید که با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کمتر از خطای $0/05$ است، فرضیه صفر مبنی بر نرمال بودن متغیرها پذیرفته می‌گردد.

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه اصلی: بین سرمایه اجتماعی سازمانی با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.

برای پاسخ به فرضیه اصلی تحقیق، با توجه به نرمال بودن متغیرهای سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی، از آزمون همبستگی پیرسن بهره‌برداری شده است که در این آزمون ضریب همبستگی برابر با 0.631 و سطح معناداری صفر است. با توجه به اینکه سطح معناداری کوچک‌تر از $0/05$ است فرضیه صفر مبنی بر نداشتن همبستگی رد می‌شود؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد بین سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی ارتباط معناداری وجود دارد و فرضیه اصلی پذیرفته می‌شود.

فرضیه فرعی ۱: بین اعتماد سازمانی با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.

برای پاسخ به فرضیه فرعی نخست تحقیق نیز با توجه به نرمال بودن متغیرها، از آزمون همبستگی پیرسن بهره‌برداری شده است که در این آزمون ضریب همبستگی برابر با ۰.۳۹۳ و سطح معناداری صفر است. با توجه به اینکه سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ است فرضیه صفر مبنی بر نداشتن همبستگی رد می‌شود؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد بین اعتماد و تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی ارتباط معناداری وجود دارد و فرضیه نخست پذیرفته می‌شود.

فرضیه فرعی ۲: بین شبکه‌ها و هنجارهای مشترک با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.

برای پاسخ به فرضیه فرعی دوم تحقیق نیز با توجه به نرمال بودن متغیرها، از آزمون همبستگی پیرسن بهره‌برداری شده است که در این آزمون ضریب همبستگی برابر با ۰/۵۸۲ و سطح معناداری صفر است. با توجه به اینکه سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ است فرضیه صفر مبنی بر نداشتن همبستگی رد می‌شود؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد بین شبکه‌ها و هنجارهای مشترک و تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی ارتباط معناداری وجود دارد و فرضیه دوم نیز پذیرفته می‌شود.

فرضیه فرعی ۳: بین تعاون و همکاری متقابل با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.

برای پاسخ به فرضیه فرعی سوم تحقیق نیز با توجه به نرمال بودن متغیرها، از آزمون همبستگی پیرسن بهره‌برداری شده است که در این آزمون ضریب همبستگی برابر با ۰/۳۹۰ و سطح معناداری صفر است. با توجه به اینکه سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ است فرضیه صفر مبنی بر نداشتن همبستگی رد می‌شود؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد بین تعاون و همکاری متقابل و تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی ارتباط معناداری وجود دارد و فرضیه سوم نیز پذیرفته می‌شود.

فرضیه فرعی ۴: بین انسجام و همبستگی جمعی با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.

برای پاسخ به فرضیه فرعی چهارم تحقیق نیز با توجه به نرمال بودن متغیرها، از آزمون همبستگی پیرسن بهره‌برداری شده است که در این آزمون ضریب همبستگی برابر با $0/425$ و سطح معناداری صفر است. با توجه به اینکه سطح معناداری کوچک‌تر از $0/05$ است فرضیه صفر مبنی بر نداشتن همبستگی رد می‌شود؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد بین انسجام و همبستگی جمعی و تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی ارتباط معناداری وجود دارد و فرضیه چهارم نیز پذیرفته می‌شود.

فرضیه فرعی ۵: بین همدلی، درک و احترام متقابل با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.

برای پاسخ به فرضیه فرعی پنجم تحقیق نیز با توجه به نرمال بودن متغیرها، از آزمون همبستگی پیرسن بهره‌برداری شده است که در این آزمون ضریب همبستگی برابر با $0/475$ و سطح معناداری صفر است. با توجه به اینکه سطح معناداری کوچک‌تر از $0/05$ است فرضیه صفر مبنی بر نداشتن همبستگی رد می‌شود؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد بین همدلی، درک و احترام متقابل و تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی ارتباط معناداری وجود دارد و فرضیه پنجم نیز پذیرفته می‌شود.

فرضیه فرعی ۶: بین همیاری و مشارکت داوطلبانه با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی، ارتباط معناداری وجود دارد.

برای پاسخ به فرضیه فرعی ششم تحقیق نیز با توجه به نرمال بودن متغیرها، از آزمون همبستگی پیرسن بهره‌برداری شده است که در این آزمون ضریب همبستگی برابر با $0/545$ و سطح معناداری صفر است. با توجه به اینکه سطح معناداری کوچک‌تر از $0/05$ است فرضیه صفر مبنی بر نداشتن همبستگی رد می‌شود؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد بین همیاری و مشارکت داوطلبانه و تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی ارتباط معناداری وجود دارد و فرضیه ششم نیز پذیرفته می‌شود.

فرضیه فرعی ۷: بین هویت جمعی با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی ارتباط معناداری وجود دارد.

برای پاسخ به فرضیه فرعی هفتم تحقیق نیز با توجه به نرمال بودن متغیرها، از آزمون همبستگی پیرسن بهره‌برداری شده است که در این آزمون ضریب همبستگی برابر با $0/660$ و سطح معناداری صفر است. با توجه به اینکه سطح معناداری کوچک‌تر از $0/05$ است فرضیه صفر مبنی بر نداشتن همبستگی رد می‌شود؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد بین هویت جمعی و تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی ارتباط معناداری وجود دارد و فرضیه هفتم نیز پذیرفته می‌شود.

فرضیه فرعی ۸: بین نظرهای مدیران عالی، میانی و عملیاتی در خصوص ارتباط سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی تفاوت معناداری وجود دارد. برای پاسخ به فرضیه فرعی هشتم تحقیق آزمون همبستگی پیرسون، به‌طور جداگانه برای پاسخ‌های سطوح مختلف مدیریتی استفاده شده است که در این آزمون بین ضریب همبستگی دو متغیر سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی در سطوح مختلف مدیریتی تفاوت وجود دارد. به‌طوری که از نظر مدیران عالی بین دو متغیر ارتباط ضعیف‌تری برقرار است زیرا مقدار ضریب کمتر از مقدار مشابه در دو سطح مدیریت دیگر است. از نظر مدیران میانی بین دو متغیر تحقیق قوی‌ترین ارتباط با مقدار ضریب $0/688$ وجود دارد.

رتبه‌بندی مؤلفه‌ها: بر اساس ضرایب همبستگی محاسبه شده می‌توان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی که ارتباط معناداری با تعالی سازمانی سازمان‌های حفاظتی دارند را رتبه‌بندی نمود که در این رتبه‌بندی هویت جمعی در رتبه نخست و تعاون و همکاری در رتبه آخر بر اساس شدت ارتباط با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی است؛ به عبارت دیگر، در میان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، قوی‌ترین ارتباط را هویت جمعی و ضعیف‌ترین ارتباط را تعاون و همکاری با تعالی سازمانی دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

با توجه به نتایج به‌دست آمده از آزمون فرضیه‌ها و آزمون همبستگی پیرسن، به این نتیجه می‌رسیم که بین سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی ارتباط معناداری وجود دارد و فرضیه اصلی و فرضیه‌های فرعی پذیرفته می‌شود. نتایج آزمون همبستگی پیرسن نشان می‌دهد که بین ضریب همبستگی دو متغیر سرمایه اجتماعی و تعالی

سازمانی در سطوح مختلف مدیریتی تفاوت وجود دارد. به طوری که از نظر مدیران عالی بین دو متغیر ارتباط ضعیف تری برقرار است، زیرا مقدار ضریب کمتر از مقدار مشابه در دو سطح مدیریت دیگر است. از نظر مدیران میانی بین دو متغیر تحقیق قوی‌ترین ارتباط با مقدار ضریب ۰/۶۸۸ وجود دارد. با توجه به اولویت‌بندی فرضیه‌ها از نظر میزان ارتباط آنها با تعالی سازمانی و نظر به ضریب همبستگی به دست آمده نتیجه‌گیری می‌شود که هویت جمعی با ضریب ۰/۶۶۰ بیشترین ارتباط را با تعالی سازمانی در سازمان‌های حفاظتی داشته و در رتبه اول قرار دارد. پس از آن شبکه‌ها و هنجارهای مشترک با ضریب ۰/۵۸۲ در رتبه دوم، همیاری و مشارکت با ضریب ۰/۵۴۵ در رتبه سوم، همدلی و درک متقابل با ضریب ۰/۴۷۵ در رتبه چهارم، انسجام و همبستگی با ضریب ۰/۴۲۵ در رتبه پنجم، اعتماد با ضریب ۰/۳۹۳ در رتبه ششم، تعاون و همکاری با ضریب ۰/۳۹۰ در رتبه هفتم قرار دارند.

به منظور حفظ و ارتقای سرمایه اجتماعی در سازمان‌های حفاظتی و بالتبع تعالی سازمانی پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد.

۱. ارتقای اعتماد متقابل، حس تعاون و همکاری در بین کارکنان و مدیران سازمان؛
۲. ترغیب کارکنان و مدیران سازمان به منظور ترکیب اطلاعات و ایده‌های مشترک به منظور پیشبرد هدف‌های سازمانی؛
۳. ایجاد منزلت و جایگاه ویژه برای کارکردهای گروهی و گروه‌های کاری در سازمان؛
۴. مشارکت دادن کارکنان در امور مختلف سازمان و ایجاد حس همکاری در بین آنها؛
۵. هم‌سو کردن نیات و هدف‌های کارکنان با هدف‌های سازمان؛
۶. ایجاد بسترهای مناسب به منظور تسهیم و تقسیم اطلاعات و ایده‌ها در بین کارکنان؛
۷. ایجاد بسترهای مناسب برای کارکنان به منظور بحث و گفتگوی سازنده و سالم با همدیگر؛
۸. تلاش در راستای ارتقای تعهد سازمانی در بین کارکنان؛
۹. تشویق و ترغیب کارکنان و مدیران به وفاداری به ارزش‌های همدیگر و ارزش‌های سازمانی؛

منابع

قرآن کریم

- پاتنام، رابرت (۱۳۸۰)، *دموکراسی و سنت‌های مدنی*، ترجمه محمدتقی دلفروز، دفتر تحقیقات و مطالعات سیاسی وزارت کشور، تهران: روزنامه سلام.
- پاتنام، رابرت (۲۰۰۵)، *سرمایه اجتماعی و سازمان*، ترجمه داود مقیمی، تهران: صفار.
- جزوه آموزشی TUVNORD، تعالی عملکرد بر اساس الگوی EFQM، آکادمی توف چلبی، مسعود (۱۳۷۲)، «وفاق اجتماعی»، *مجله نامه علوم اجتماعی*، شماره ۳.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۲)، *لغت نامه دهخدا*، تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه.
- دوستدار، رضا (۱۳۹۵)، *تبیین نظری سرمایه اجتماعی، تلاش برای مفهوم سازی*، بی جا.
- سلیمانی، سعید (۱۳۹۶)، *تأثیر سرمایه اجتماعی بر پیشگیری از سرقت*، بی جا.
- عرب، رمضان (۱۳۹۳)، *بررسی شاخص‌های حفاظتی تعالی رفتار سازمانی مدیران ناجا و ارائه الگوی مناسب*، بی جا.
- عمید، حسن (۱۳۸۷)، *فرهنگ فارسی عمید*، تهران: امیر کبیر، چاپ سی و ششم.
- قنبری، علی و علی همتی (بی تا)، *بررسی دستاوردهای به کارگیری الگوی تعالی بومی efqm*، تهران: دانشگاه علوم انتظامی.
- معین، محمد (۱۳۶۰)، *فرهنگ زبان فارسی (تک جلدی)*، تهران: امیر کبیر.
- میرسپاسی، ناصر؛ اعظم رحیمی نیک؛ تیمور آقایی و حیدر امیریان (۱۳۸۹)، *آشنایی با الگوی تعالی و رهبران سازمانی و معرفی جایزه ملی مدیریت*، چاپ اول، انتشارات امیریان.