

کاربست مدل گوشال برای مدیران انتظامی در ایجاد انگیزه برای کارکنان

اکبر سلیمی¹

چکیده

مقاله حاضر با هدف شناسایی طرق ارتقاء سرمایه اجتماعی درون سازمانی (ایجاد جاذبه و علاقه برای کارکنان) توسط مدیران سازمان مبتنی بر الگوهای علمی و با طرح یک فرضیه اصلی (بین نقش مدیر انتظامی و ارتقاء سرمایه اجتماعی درون سازمانی رابطه هست.) و سه فرضیه فرعی: 1- بین نقش مدیر انتظامی و ارتقاء نوع روابط منجر به سرمایه اجتماعی درون سازمانی رابطه هست. 2- بین نقش مدیر انتظامی و ارتقاء ماهیت روابط منجر به سرمایه اجتماعی درون سازمانی رابطه هست. 3- بین نقش مدیر انتظامی و ارتقاء درک مشترک از روابط منجر به سرمایه اجتماعی درون سازمانی رابطه هست، طراحی گردیده است. روش جمع آوری اطلاعات آن براساس مطالعات کتابخانه ای بوده و ضمن شرح ریز مدل هاناپیت و گوشال نحوه اقدام یک مدیر انتظامی با هریک از مولفه های مدل مذکور تشریح گردید. سپس به منظور تایید علمی موضوع یک جامعه آماری از افسران مشغول به تحصیل در دانشگاه علوم انتظامی در سه مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد ناپیوسته و دکترا انتخاب و از این آن دو نمونه آماری بدین صورت انتخاب گردید که یک نمونه 15 نفری از دانشجویان دکترا با درجه سرهنگی بعنوان گروه مدیران و یک نمونه از بین افسران جزء تحت عنوان گروه زیر دست، برای گروه اول پرسشنامه محقق ساخته از نوع طیف لیکرت 13 سوالی و برای گروه دوم یک پرسشنامه 18 سوالی از همان نوع پیرامون سه فرضیه فوق تهیه و پس از تایید روایی صوری آنها

¹ - دانشجوی دکترای دانشگاه علوم انتظامی salimo.1391@yahoo.com و تلفن 09151227670

وتعیین پایایی به ترتیب 84% و 91%، توزیع و پس از تکمیل جمع آوری که نتایج حاصله پس از انجام کار آماری با آزمون تی تک نمونه ای نشان از تایید هر سه فرضیه توسط هر دو گروه را نمود ضمن اینکه گروه دوم فرضیات را با ضریب بالاتری نسبت به گروه اول تایید نمودند و 87/5% پاسخ دهندگان گروه دوم، فرماندهان نسل جدید را در ارتقاء سرمایه اجتماعی فعالتر معرفی کردند.

کلید واژه: سرمایه اجتماعی درون سازمانی - مدیر انتظامی -- شبکه روابط-زیر-دستان

مقدمه

امروزه با توجه به شرایط حاکم ، عوامل زیادی در موفقیت و رشد سازمان ها موثر می باشند که از جمله می توان به مدیریت صحیح ، ساختار متناسب و منعطف ، کارکنان ماهر و متخصص و... اشاره نمود. در حوزه نیروی انسانی تنها داشتن کارکنان ماهر و آموزش دیده کافی نیست بلکه باید شرایط درون سازمان به گونه ای باشد که این کارکنان تمایل قلبی به ادامه خدمت در آن سازمان باشند بعبارتی بخواهند که کار انجام دهند تا از پتانسیل خود در اه تحقق اهداف سازمان استفاده نمایند نه اینکه وادار به انجام کار رشوند. کاشانی (1385) می گوید: "انسان سه مرکز برای انجام کار دارد که عبارتست از دست و دل و مغز ، و تا خواست دل یعنی انگیزه نباشد اندیشه مغز و کار دست بخوبی صورت نمی گیرد. و ما مدیران باید به هر دو مرکز اساسی انسان یعنی قلب و مغز توجه کنیم پرورش مغز با آموزش و پرورش دل با انگیزش است. ولی متأسفانه محیط امور سازمانی و مقوله مدیریت را آنقدر جدی و خشن و خشک گرفته ایم که انگار سخن لطیف گفتن و از دل گفتن در مدیریت حرام است. اکنون دانشمندان عموماً نقش دل را 80% و نقش مغز را 20% در موفقیت برآورد کرده اند لذا

دیده می شود که مدیران تنها با تکیه بر قدرت استدلال ،
تصمیمات اشتباه می گیرند و مکرر شکست می خورند . " (کاشانی، 1385:صص 31-7) .
بعبارتی وجود یک فضای سالم
و پرنشاط و مفرح که در آن ارزشهای اخلاقی ملاک عمل قرار گیرد
و بین افراد و مدیران اعتماد و صمیمیت برقرار گردد از پیش
زمینه های مهم فعالیت کارکنان است . در جهت ایجاد این
فضای مورد بحث درون سازمانی عوامل گوناگونی می تواند نقش
آفرینی کنند که یکی از آنها مدیر و فرمانده واحد و سازمان
می باشد . براساس تحقیقات انجام یافته وهم چنین اصول
منطقی چنین بنظر می رسد که هر چه میزان سختی کار و
ماموریت ها بیشتر باشد ضرورت لطیف تر بودن محیط کاری
ضروری تر بنظر می رسد چرا که برای انجام ماموریت سخت،
انگیزه های قوی تر لازم است و محیط خدمتی خوب، خود یکی از
بهترین عوامل انگیزش و رضایت شغلی محسوب می گردد. به گونه
ای که با برقراری روابط سالم و صمیمانه در محل کار که
اصطلاحاً با نام سرمایه اجتماعی معروف است کارکنان به
ادامه خدمت و خدمت کیفی و نتیجه بخش گرایش پیدا نمایند .
امروزه در کنار سرمایه های انسانی ، مالی و... سرمایه
دیگری بنام سرمایه اجتماعی تعریف شده است و آن بستر
مناسبی برای بهره برداری سرمایه های فیزیکی ، انسانی
و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می شود.

خدمت در سازمان های امنیتی و پلیسی سختی های
خاص خود را دارد در سازمان پلیس کشورهای مثل ایران که
در تابعیت ستاد کل نیروهای مسلح می باشد گاهی دیده می شود
که مدیرانی با استفاده غیر منطقی از یکسری مقررات منسوخه
صرف نظامی باعث از بین بردن این سرمایه عظیم می شوند
و بعد نتیجه شکست و ناکامی های خود را به حساب کارکنان زیر

مجموعه قلمداد می نمایند . و همین قضیه باعث کسالت روحی و کاهش رضایتمندی کارکنان آن واحد ها می شود تقاضاهای جابجایی مکرر ، درخواست خروج از خدمت زودتر از موعد و بی‌ماری های روحی و روانی کارکنان و... می تواند دلیلی بر این مدعی باشد . از آنجاییکه براحتی می توان از ادامه این روند پیشگیری نموده و بلکه شرایط محیط های خدمتی را به سمت شرایط دلپذیر و نشاط برانگیز برای کارکنان پیش برد و از این همه پیامد های منفی آن جلوگیری کرد لذا در این مقاله قصد بررسی آن را داریم و مسئله این است که " آیا یک مدیر انتظامی می تواند سرمایه اجتماعی درون سازمانی یگان خود را افزایش دهد؟ "

مفاهیم

- 1- مدیریت انتظامی : به معنای عام مدیریت و منظور هرفرمانده ویا مدیر انتظامی فارغ از قید سطح ورده خاص.
- 2- سرمایه اجتماعی درون سازمانی : به معنای ایجاد علاقه و اعتماد در کارکنان نسبت به سازمان.

سرمایه اجتماعی

فوکویاما (1397) سرمایه اجتماعی را مجموعه ای از هنجارهای موجود در سیستم های اجتماعی می داند که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن می شود و موجب پایین آمدن هزینه های تبادلات و ارتباطات می گردد (به نقل از معصومی راد ، 1390) . سازمان همکاری و توسعه اقتصادی ، سرمایه اجتماعی را بعنوان شبکه های بهم پیوسته ای معرفی می کند که همکاری عمل جمعی را از طریق هنجارها و ارزشها و برداشت های مشترک در درون گروه یا بین گروهها تسهیل می کند (جمعی از نویسندگان ، 1387، 45) . پالدام سرمایه اجتماعی را بعنوان چسبی که جامعه را در کنار هم نگه می دارد توصیف می کند

همچنین فوکویاما سرمایه اجتماعی را تواناییهای افراد برای کارکردن با یکدیگر به منظور دستیابی به اهداف مشترک در گروهها و سازمانها می داند . (گودرزوند و دیگران، 1390) . سرمایه اجتماعی، مجموعه ی معینی از هنجارها و ارزش های غیر رسمی است که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است، در آن سهم هستند (فوکویاما، 1379ص23) . فلورا (1999) عقیده دارد: سرمایه ی اجتماعی حاصل اعتماد متقابل، تعامل اجتماعی متقابل گروه های اجتماعی، احساس هویت جمعی و گروهی، کارگروهی و آینده گرایی مطلوب است.

پاتنام نیز می گوید : سرمایه ی اجتماعی، وجوه گوناگون سازمان های اجتماعی، نظیر: اعتماد، هنجار و شبکه هاست که می توانند با ایجاد و تسهیل امکانات هماهنگ، کارایی جامعه را بهتر کنند . (پاتنام 2، 1380ص251) . سرمایه اجتماعی را می توان بعنوان مجموعه اعتماد، هنجار، تفاهم و شبکه روابطی تعریف کرد که وجود آن در بین کارکنان و مدیران موجب کیفیت روابط و افزایش سطح مشارکت و مسولیت پذیری گردیده و نهایتاً رشد فردی و سازمانی را بدنبال می آورد . برخی از جامعه شناسان مانند کلمن³ سرمایه اجتماعی را شامل جنبه ای از یک ساخت اجتماعی دانسته اند که روابط و تعاملات افرادی را که در درون ساختار هستند، تسهیل می کند و مانند شکل های دیگر سرمایه، مولد و زاینده است و دستیابی به اهداف معینی را که در نبودن آن دست یافتنی نبود، امکان پذیر می سازد . وی سرمایه انسانی را به منزله هدف غایی مطرح می کند و سرمایه اجتماعی را به صورت ابزاری برای حصول به سرمایه انسانی به کار می برد. (الوانی و سید نقوی، 1387 ،) .

امروزه در مدیریت و سازمان مفهوم سرمایه اجتماعی جایگاه والایی برای خود دارد مفهوم آن به پیوند ها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه بعنوان یک منبع بسیار با ارزش اشاره دارد و با ایجاد هنجار و اعتماد متقابل بین اعضای شبکه موجب تحقق اهداف می گردد . در غیاب سرمایه

² - Patnam

¹-Kelman

اجتماعی سایر سرمایه ها اثربخشی خود را از دست می دهند و پیمودن راههای توسعه و کمال سخت و دشوار می گردد. آنچه فعلا بعنوان آسیب در برخی واحدها دیده می شود این نکته است که هنوز ضرورت و اهمیت سرمایه اجتماعی برای مدیران آنها آنگونه که شایسته و بایسته است در عمل دیده نمی شود و اعتقاد قلبی عملی به آن برایشان بوجود نیامده است چنانکه بادی اقرار نمود که "علیرغم نوشته ها و طرح مباحث گوناگون سرمایه اجتماعی واقعا در عمل آن حلقه مفقوده خیلی از سازمانها و یگانها است". و این مدیران سعی دارند به همان روش ها و طرق سنتی مسایل سازمان را حل و فصل و مدیریت نمایند و این خود هزینه هایی را به سازمان و خود مدیر وهم چنین کارکنان وارد و تحمیل می نماید. براساس پژوهش های متعدد مشخص شده که سازمانهای برخوردار از سطوح بالای سرمایه اجتماعی از رقبای خود موفق تر خواهند بود براین اساس مدیرانی موفق قلمداد می شوند که بتوانند در ارتباط با سازمان خود به تولید و توسعه سرمایه اجتماعی بیشتری نایل شوند. الوانی معتقد است که مدیران دولتی از راه احساس مسئولیت اجتماعی، یگانگی و وحدت با جامعه و پای بندی به اصول اخلاقی می توانند بر ضایعه کاهش اعتماد غلبه کنند و به ایجاد سرمایه اجتماعی و فضای اطمینان و اعتمادیاری رسانند فوکویاما در این باره اعتقاد از (گودرزوند و دیگران، 1390) دارد که سرمایه ی اجتماعی، شدت و کیفیت روابط و تعاملات بین افراد و گروه ها، احساس تعهد و اعتماد دو جانبه نسبت به هنجارها و ارزش های مشترک را شامل می گردد. سرمایه اجتماعی همانند سرمایه انسانی و فیزیکی دارای بادوامی است که تولید یا کسب آن بدون هزینه ممکن نیست حداقل اگر به هزینه های مادی نیاز نباشد مستلزم صرف هزینه و فعالیت است و آن می تواند همانند سایر سرمایه ها جانشین و یا مکمل انواع سرمایه ها باشد برای مثال تماس های برتر می تواند یک فرد را وجود داشتن سرمایه انسانی و مالی محدود موفق سازد (جمعی از نویسندگان، 1387، 34). منظور از سرمایه اجتماعی در این مقاله یعنی مجموعه ارزشها، هنجارها، قواعد و آگاهی ها و روابط درون شبکه و گروههای که شکل می گیرد تا در صورت تقویت منجر به بروز استعداد های فردی و حتی گروهی می شود. سنجش سرمایه اجتماعی به معنی سنجش

میزان همبستگی و درجه انسجام بین اعضای گروه است. از جمله عوامل موثر در ارتقای سرمایه اجتماعی افراد می توان محبت، اخلاق حسنه، ارتباطات و اعتماد زایی را عنوان کرد. آدلر و کوان⁴ جوهر سرمایه ی اجتماعی را نیت خیر، حسن نیت یا نیک خواهی معرفی کرده اند (پیران و همکاران، 1386ص35-34).

ضرورت و اهمیت

هدسون می گوید: علت مهم اقبال مدیران به سرمایه اجتماعی این است که بدون استفاده از آن از دیگر سرمایه ها بطور بهینه استفاده نخواهد شد و از کارآیی لازم برخوردار نخواهند شد " باید پذیرفت که چنانچه این سرمایه عملا مورد توجه قرار گرفته و کاربردی شود شاهد رشد فردی کارکنان و بهبود کیفیت کارها و بهره وری در سازمان در حد قابل توجهی خواهیم بود وبعلاوه جاری و ساری کردن آن، امکان استفاده بهتر، راحت تر سایر سرمایه ها و امکانات و تجهیزات و منابع مالی را فراهم خواهد آورد چرا که آن وسیله اتصال کل جامعه و سازمان بوده و ایجاد بستری مناسب برای کامیابی و مزیت رقابتی فراهم می آورد. سازمانهای دارای سرمایه اجتماعی را می توان سازمانی با پیوند های محکم، هنجارها و باورهای مشترک و با اعتماد و همکاری تعریف کرد. در مجموع سرمایه اجتماعی را می توان زیر بنا و زمینه ساز اصلی فرآیند توسعه دانست و از این جهت که کشور ما در حال گذار می باشد و ضرورت برنامه ریزی همه جانبه به منظور دستیابی به توسعه پایدار و عبور از حالت گذار و رسیدن به یک ثبات نسبی، شناخت میزان و نوع سرمایه اجتماعی و بکارگیری عواملی که سبب افزایش آن می شود همه در سطح سازمانها و هم در سطح ملی لازم است.

سطوح سرمایه اجتماعی

این سرمایه میتواند در سه سطح خرد، میانی و کلان عملیاتی گردد بعبارتی دارای سطوح متفاوت از فردی، گروهی، سازمانی، ملی و فراملی می باشد. (رحمانی و کاووسی؛ 81-1387

⁴ - Adler and kovan

(. وما در این مقاله سطح سازمانی آن را مدنظر داریم . این سرمایه در سطح میانی دلالت بر ترکیبی از اعتماد اعضای جامعه به سازمان ها و عملکرد آنها و نیز پنداشتی دارد که آنها نسبت به وظیف شناسی ، تعهد ، شایستگی و کاردانی نیروهای سازمان دارند .

ابعاد سرمایه اجتماعی

1- اعتماد- فوکویاما⁵ می نویسد: سازمان هایی که از اعتماد به منزله ابزار اصلی نظارت (کنترل) استفاده می کنند، ثمربخش تر، خلاق تر، دلپذیرتر و کم هزینه تر کار می کنند این گونه سازمان ها با بیشتر سازمانهای موجود تفاوت دارند؛ زیرا بیشتر سازمانهای کنونی مبتنی بر نظام سلسله مراتب نظارتی و نوعی ترس ناگفته هستند. بنابراین وظیفه اصلی مدیران، تشکیل میدان اعتماد در سازمان است اگرچنین شود، سازمانها به جای پرداختن به خویش، هم و غم خود را صرف فرآورده های سازمان می کنند. (هسلبین و همکاران، 1378 ، ص267). از ویژگی عمده ی تیم هایی که عملکرد عالی دارند اعتماد متقابل اعضاء به یکدیگر است. یعنی اعضای تیم به صداقت و توانایی یکدیگر اعتقاد راسخ دارند. البته باید توجه داشت که اعتماد یک پدیده ی حساس و شکننده است و برای بوجود آمدن آن زمان زیادی طول می کشد ولی به راحتی می توان آن را از بین برد و دستیابی مجدد به آن، کار چندان ساده ای نیست. همچنین از آنجایی که اعتماد موجب افزایش اعتماد می گردد، باید گفت که بی اعتمادی هم موجب تشدید بی اعتمادی می گردد بنابراین مدیریت باید دقت کند تا اعتماد بین اعضاء حفظ گردد. ابعاد اعتماد را به ترتیب اهمیت، صداقت، شایستگی، وفاداری، ثبات و پایداری و روراستی ذکر می کند. (رابینز، 1387، 184)

2- روابط متقابل- منظور از روابط متقابل؛ ارتباطات میان دو شخص یا دو گروه است که صورت های گوناگونی چون همکاری، مبادله، وصلت و دوستی به خود می گیرد. تحقیقاتی که درباره ی رابطه ی انسجام و تولید یا بازدهی گروه انجام شده، نشان داده است که عملکرد با هنجارهای گروه ارتباط مستقیم دارد. اگر ارتباط گروه زیاد باشد، اعضاء بیشتر در صدد تامین هدف های گروه برمی آیند. اگر رابطه ی بین عملکرد و هنجارهای گروه بسیار شدیدی باشد (برای مثال تولید خیلی بالا، کیفیت کار

بسیار عالی و همکاری افراد با یکدیگر در خارج از گروه بسیار خوب باشد) و انسجام گروه نیز بالا باشد، تولید بیشتر خواهد شد. اگر میزان انسجام زیاد باشد ولی رابطه ی بین هنجار گروه و عملکرد پایین باشد، در آن صورت تولید یا بازدهی کم خواهد بود. اگر انسجام اندک و رابطه ی هنجار گروه و عملکرد زیاد باشد، تولید یا بازدهی افزایش می یابد، ولی به میزانی کمتر از زمانی که رابطه ی عملکرد و هنجار گروه زیاد و انسجام هم بسیار قوی باشد. (رابینز، 1387، 153)

3- مشارکت کارکنان- استیفن رابینز در پاسخ به این سوال که مقصود از مشارکت دادن کارکنان چیست؟ می نویسد: در تعریف این عبارت می گوئیم که آن، نوعی فرایند مشارکتی است که هدفش تشویق و ترغیب کارکنان و اعضای سازمان به دادن تعهد و مشارکت هر چه بیشتر در امر موفقیت سازمان است. پایه و اساس اندیشه ی مزبور بر این منطق قرار دارد که کارکنان در فرایند تصمیماتی که بر سرنوشت آنان تاثیر می گذارد مشارکت می کنند، در کار اداری و سازمانی خود از آزادی عمل بیشتری برخوردارند، بر زندگی کاری خود کنترل هایی اعمال می نمایند، سازمان بدین وسیله موجبات انگیزش هرچه بیشتر آنان را فراهم می آورد، افراد تعهد بیشتری به سازمان پیدا می کنند، بازدهی، تولید و بهره وری در سازمان افزایش می یابد و سرانجام اینکه آنان نسبت به کار خود رضایت بیشتری ابراز می کنند. (رابینز، 1387، 104).

4- ارزش های اخلاقی- سازمان هایی که از دغدغه های اخلاقی برخوردارند، همت خود را صرف تهیه فهرستی از بایدها و نبایدهای رفتاری کرده اند. رعایت این بایدها و نبایدها تا حدی ضامن و هادی ارزشمندی و فضیلت آمیز بودن رفتار صاحبان حرفه است. وجود و شیوع ارزش های اخلاقی مثبت، چون؛ صداقت، امانت داری، حسن ظن، سعه ی صدر، وفای به عهد و ... در سازمان، که تعیین کننده چهارچوبی برای یک سازمان اخلاقی هستند، بیانگر جامعه ای گرم و پویا خواهند بود و مهم تر اینکه پنداشت نسبت به وجود ارزش ها و کدهای اخلاقی و گستره ی شیوع آنها در مقیاس ذهنی نیز در تعیین و جهت گیری رفتار و کنش های کارکنان سازمان، سهم موثری دارند.

فواید سرمایه اجتماعی

در باب نتایج مثبت و فواید اسن سرمایه سخن بسیار گفته شده است که این مقال فرصت درج آنها را ندارد لیکن مواردی برای یاد آوری و ارزشمندی مقاله درج می گردد. جمعی که بین آنها اعتماد برقرار باشد روابط صمیمانه برقرار می باشد و اعضا اطلاعات خود را بدون چشم داشت در اختیار هم قرار می دهند و در این جمع دلبستگی به شغل و تعلقات سازمانی و انگیزه فعالیت و خود باوری و احساس شخصیت اوج می گیرد و رضایت شغلی و اجتماعی پدید می آید. سرمایه اجتماعی درون سازمان کارکنان را قادر می سازد تا اطلاعات مفید را دسته بندی نموده و منابع را بهم متصل و همکاری آنها در شبکه روابط را فراهم آورد. امکان استفاده از سایر سرمایه ها مانند سرمایه های فیزیکی و انسانی را فراهم می آورد. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان سرمایه اجتماعی ایجاد نمایند راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می کنند. جیمز کلمن معتقد است سرمایه اجتماعی شامل یک چارچوب اجتماعی است که موجب تسهیل روابط میان افراد درون این چارچوب می شود به گونه ای که فقدان آن ممکن است در دستیابی به یک هدف معین هزینه بیشتری را به افراد تحمیل مند (مویدفر، 1389). از دیدگاه سرمایه اجتماعی موفقیت بیش از آنکه ناشی از ویژگی های افراد باشد به موقعیت اجتماعی افراد آنها در سازمان بستگی دارد بنابراین جایگاه فرد در شبکه روابط اجتماعی است که میزان سرمایه وی را تعیین می کند و موجب بروی تفاوت هایی در نتایج شغلی می شود (شایگان 1388 به نقل از بولات 2007). کوهن و پروساک معتقدند مزایای سرمایه اجتماعی عبارتند از به اشتراک گذاشتن بهتر دانش، ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد، ایجاد روح تعاون (درون سازمان، بین سازمان و مشتریان و شرکا)، کاهش نرخ جابجایی، کاهش هزینه های استخدام، کمک به آموزش، ابقاء دانش سازمانی، کاهش تخییرات نیروی کار، افزایش فعالیتهای مرتبط با ثبات سازمانی و درک مشترک، بعلاوه اهمیت سرمایه اجتماعی سازمانی در این است که سبب اجتماع افرادی می شود که با همدیگر بطور موفقیت آمیز کارهایی را به

پایان می‌رسانند. و سرمایه اجتماعی سازمانی احساس انسجام را از طریق اعتماد و همکاری ایجاد می‌کند (صالحی و کاوسی، 1387، 66). از طرفی این سرمایه می‌تواند باعث اقدامات ذیل گردد: ترویج فعالیت گروهی - رشد و گسترش اعتماد درون سازمانی - تسهیل و گردش اطلاعات در سازمان و بین اعضا - ایجاد یکپارچگی و صداقت در میان کارکنان - ارائه سازوکارهایی برای بهبود مدیریت عملکرد گروهی - زمینه سازی برای توسعه سرمایه های غیر مادی - افزایش تعهد اعضا در برابر مصالح سازمان - ایجاد شوق و جسارت در افراد برای پذیرش مسئولیت ها - افزایش خلاقیت و نوآوری - انسجام بخش ی افراد و گروهها - موثر در ارتقاء مدیریت دانش - سلامت و امنیت - موفقیت شغلی افراد - بستر ساز افزایش تخصص و ارتقای آموزش افراد و... آدلر و کولن (2002) سه منفعت اصلی برای سرمایه اجتماعی ذکر می‌کند 1- اطلاعات، یعنی این سرمایه جریان تبادل اطلاعات را تسهیل می‌کند 2- نفوذ، شبکه قدرت افراد را افزایش داده چرکه در جریان تعاملات می‌توان تعهداتی را برای دیگران ایجاد کرد 3- همبستگی، شبکه خود ایجاد همبستگی می‌کند (معصومی راد، 1390). در سازمانهایی که سرمایه اجتماعی نباشد کنترل‌های رسمی و غیر رسمی، قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های ضرورت بیشتری پیدا می‌کنند و این خود، کار مدیر و فرمانده را سخت می‌نماید لذا با وجود سرمایه اجتماعی درون سازمانی این هزینه ها و زحمات نیز از بین می‌رود.

نظریات سرمایه اجتماعی

پوتنام⁶ یکی از مهمترین نظریه پردازان سرمایه اجتماعی است و آن را بر قابلیت جامعه برای ایجاد انواع انجمن های داوطلبانه دلالت می‌دهد که افراد را به همکاری با یکدیگر و در نتیجه حفظ تکرگرایی دموکراتیک تشویق می‌کند و ویژگی های زیر از برای سرمایه اجتماعی ذکر می‌کند: وجود مجموعه ای متراکم گروهها و شبکه ها، سطوح بالای تعهد مشارکتی، هویت سازمانی قوی و مثبت و نیز احساس تجانس و برابری با اعضا، هنجارهای تعمیم یافته مربوطه اعتماد

⁶-putnam

و کمک متقابل بین اعضا، شبکه های مشارکت سازمانی و تجسم همکاری های موفقیت آمیز گذشته که می تواند همچون الگویی فرهنگی برای همکاری های آتی عمل نماید.

پیربوردیو⁷ معتقد است سرمایه اجتماعی جمع منابع بالقوه و بالفعلی است که نتیجه مالکیت شبکه بادوامی از روابط نهادی شده بین افراد و بعبارت ساده تر، عضویت در گروه برای دستیابی به منافع گروه است. از نظر ایشان سرمایه اجتماعی دارای دو شاخص اساسی اعتماد و پیوند است و وی می گوید که سرمایه اجتماعی در نایت می تواند سرمایه اقتصادی را همراه داشته باشد.

فرانسیس فوکویاما در رابطه با سرمایه اجتماعی به دو نکته تاکید دارد 1- سرمایه اجتماعی متعلق به گروههاست یعنی جاییکه بیش از یک فرد در آن سهم باشد 2- سرمایه اجتماعی دارای دو بعد ارزش ها و هنجارهای غیر رسمی است. (کارگر و حمیدی فر، 1391، 5).

مدل ناهاپیت و گوشال

ناهاپیت و گوشال (1998) سه بعد ساختاری، شناختی و رابطه ای بشرح ذیل برای سرمایه اجتماعی تعریف کرده اند. (سیدنقوی و بهارلو، 1388)

1- بعد ساختاری سرمایه اجتماعی دارای مولفه های: اندازه، تراکم، تجانس و تمرکز است. این بعد به ارتباطات میان بازیگرانی اشاره دارد که بطور متوالی در حال تسهیم اطلاعات هستند و شامل الگوی پیوندهای میان شبکه و ترکیب سازماندهی شبکه و تناسب سازمانی می شود. مفهوم بعد ساختاری یعنی اینکه شما با چه کسانی و چگونه ارتباط و دسترسی دارید؟

⁷-puerbordue

باروت (1992) می گوید بعد ساختاری اساسی ترین شکل سرمایه اجتماعی است و این بعد منشأ پیدایش دوبعد رابطه ای و شناختی می شود.

برای اینکه فرماده بتواند بعد ساختاری سرمایه اجتماعی مناسب و لازم را در سازمان خود توسعه دهد باید به موارد ذیل توجه داشته باشد: تشکیل گروههای کار تخصصی برای اهداف گوناگون - انتخاب مناسب ترین افراد برای مشاغل مختلف - ایجاد ساختار ارتباطی راحت بین خود و کارکنان - ایجاد فرآیند تصمیم گیری گروهی - ایجاد اعتماد و عدم دخالت در کار یکدیگر - ایجاد شبکه ها و حلقه های رسمی و غیر رسمی و تسهیل روابط اعضا در درون آنها - ایجاد انعطاف در شبکه های کاری - تلاش برای ایجاد ساختاری منعطف .

2- بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی مشخص کننده نوع روابط شخصی افراد است این بعد به ماهیت و کیفیت ارتباطات میان افراد در یک سازمان می پردازد و شامل اعتماد، هنجارها و تعهدات و هویت می گردد. برای تحقق آن مدیر می بایست در زمینه های ذیل سرمایه گذاری نماید: تقویت فرهنگ و ارزشهای سازمانی - ایجاد صمیمیت و همدلی بین اعضا - تقویت حس نوع دوستی در سازمان - بالابردن آستانه تحمل خود و دیگران - روابط مبتنی بر صداقت و اعتماد متقابل - توجه به انتقاد و پذیرش آن - اهمیت دادن به شارکت افراد - پرهیز از توهین به کارکنان - حفظ کرامت انسانی و احترام به شخصیت افراد - تقویت روحیه همکاری و هدایت بجای کنترل - مثبت اندیشی - پذیرش اشتباهات خود و سعی در حل آنها .

3- بعد ساختی در برگیرنده میزان اشتراک کارکنان درون یک شبکه در یک نگاه یا درک مشترک آنان است و این بعد برای گروهها تفسیرها و تعبیر مشترک فراهم می کنند . این بعد شامل ادراک ، باورها و تصورات فرهنگی و اجتماعی مشترک است که بوسیله مفاهیم و خاطرات مشترک و یا زبان مشترک پذیرش و میان آنها باقی مانده است و این بعد شامل هدف های مشترک فرهنگی است . (گودرزوند و دیگران، 1390)

به گفته ناهاپیت وگوشال ترکیب ومبادله دانش در یک سازمان هنگامی که افراد با هم در ارتباط هستند (بعد ساختاری) وروابط قوی ومثبت با هم دارند (بعد رابطه ای) وتوانایی درک وبکارگیری دانش را دارند (بعد شناختی) می تواند تسهیل گردد. (سید نقوی وبهارلو ، 1388).

مولفه های سرمایه اجتماعی مدل گوشال (سید نقوی ، 1391)

1-اعتماد-دوگونه است درونی وبیرونی ، درونی انست که اعتماد در درون گروههای ریز وكوچك مثلا اعضای یک خانواده معمولی وجود دارد . این نوع اعتماد به گفته فوکویاما خیلی مهم نیست چرا که در آن اعتماد بین همان اعضای محدود گروه مورد نظر برقرار است . ولی نوع بیرونی که به آن شعاع اعتماد هم اطلاق می شود مهم است یعنی همه افراد در گروههای مختلف با هم ارتباط داشته باشند وهر چه شعاع این اعتماد بیشتر باشد سرمایه اجتماعی بیشتر می شود معمولا بین اعتماد درونی وبیرونی رابطه عکس وجود دارد .

یک مدیرانتظامی چنانچه در داخل سازمان ، یگان وگروه خود فقط با یک تعداد افراد خاص وابسته به خود ارتباط برقرار کند مسلما اعتماد هم بین فرمانده وهمان چند نفر برقرار خواهد شد ودیگر افراد نسبت به او وآن گروه خاص بی اعتماد می شوند ولی اگر مدیر مربوطه خود را متعلق به همه افراد سازمان ویگان بدانند وبا همه افراد ارتباط سالم برقرار نماید بعبارتی همه یگان خود را یک خانواده در نظر بگیرد طبیعی است که همه افراد هم نسبت به یکدیگر وهم نسبت به آن فرمانده اعتماد بیشتری پیدا نموده ودر نهایت سرمایه اجتماعی آن سازمان یا یگان بالاتر می رود.

2-روابط متقابل - گرچه اسم آن دوطرفه است ولی در واقع یک ارتباط یک طرفه است بدین معنی که به کسی او را نمی شناسیم اعتماد کنیم وبه او کمک کنیم واین خود در ایجاد سرمایه اجتماعی خیلی مهم است مثلا بیاد بیاوریم وقتی در گوشه ای از مملکت یا حتی جهان یک بحران طبیعی مثل زلزله اتفاق می افتد دیگران بدون اینکه آنها را بشناسند وامید به باز

پرداخت داشته باشند به آنها کمک می کنند وچقدر دوست داشتنی و ارزشمند است.

مدیر محترم انتظامی باید بگونه ای جو سالم توام با احترام و همزیستی مسالت آمیز سازمانی برای همه کارمندانش ایجاد نماید که هر نفر، مشکلات دیگر کارمندان اعم از سازمانی و شخصی را مشکل خود بداند و برای رفع آن از هیچ کوششی دریغ نکنند اگر مدیر این بستر را فراهم نمود زمینه تحقق این همکاری بین افرادش پدید خواهد آمد و کارکنان حتی بدون دستور او به یکدیگر کمک خواهند کرد و تمامی اهداف سازمان و یگان متناسب و با هم رشد می کند و طبیعی است که در این صورت روابط حسنه بین افراد بسیار بالاست و در نتیجه آن اعتماد آنها هم با دیگر اعضا قابل قبول و نهایتا منجر به سرمایه اجتماعی خوبی خواهد شد و طبیعی است که چقدر احساس خوبی بین طرفین برقرار می گردد ولی اگر هر فرد و یا افراد هر واحد فقط و فقط به فکر رفع مشکلات خاص خود باشد و در قبال مشکلات دیگر افراد و واحدها اظهار بی مسئولیتی کند بدیهی است که یک واحد رشد بیشتر و دیگری رشد کمتری خواهد داشت و این خود هم زمینه ایجاد تعارض و کینه را در بین افراد آن واحدها فراهم کرد و هم چون رشد واحدها هماهنگ و متناسب نیست مدیر آن یگان در تحقق هدف واقعی سازمان موفق نخواهد شد .

3- اندازه - یعنی تعداد افراد شرکت داده شده در سازمان، هرچه بیشتر باشند به همان نسبت تعداد روابط شبکه ها بیشتر شده در نتیجه سرمایه بیشتری بدست می آید و هرچه تعداد کارکنان و به تبع آن تعداد روابط شبکه ایجاد شده کمتر باشد مسلما اعتماد و سرمایه مکتسبه نیز کمتر می شود. لازم به توضیح اینکه صرف کارکنان زیاد سرمایه اجتماعی نمی آورد فقط در صورتیکه فرمانده بتواند این افراد را در شبکه وارد و شریک نماید این خاصیت دست یافتنی خواهد بود والا اگر آمار عددی افراد بالا ولی شبکه روابط فرمانده به همان تعداد اندک مورد نظر خودش ثابت بماند این افزایش نیرو نه اینکه به سرمایه بیشتر منجر نمی شود بلکه بدلیل تعارضات بیشتر سرمایه مذکور را کاهش نیز می دهد.

مدیر انتظامی باید شبکه ای از ارتباطات را در سازمان ویگان خود فراهم آورد که همه افراد (باهر درجه وموقعیتی) سازمان ویگان را در بر بگیرد واز بزرگتر شدن شبکه هراسی نداشته باشد چرا که در این صورت کوچکترین اخبار واطلاعات در اقصی نقاط سازمانش در اولین فرصت به او منتقل خواهد بود چراکه همه در شبکه ارتباط سهیم هستند واحساس مسئولیت می کنند ولی اگر شبکه روابط مدیر محترم به عده محدودی ختم شود وکوچک باشد طبیعی خواهد بود که افراد خارج از شبکه دچار حس بی اعتمادی شده وهمکاری لازم را نخواهند داشت .

4-تراکم - هرچه تراکم روابط افراد با هم بیشتر باشد باعث می شود شعاع اعتماد کمتر شودچراکه در آن چند نفر خاص باهم روابط بسیار پیچیده دارند ولی بقیه افراد بیرون شبکه ارتباط هستند. ولی برعکس اگر شعاع اعتماد زیادتر شود و از تراکم روابط کاسته شده وبر دامنه روابط بین افراد مختلف افزوده شود خوب است لذا میزان تراکم روابط با سرمایه اجتماعی رابطه معکوس دارد.

مدیر انتظامی اگر روابط خود را فقط با یک گروه خاص (مثلا همشهریان خود) هرچند زیاد شدت بخشد به سرمایه اجتماعی قابل قبولی نخواهد رسید چرا که در این حالت وی یک شبکه متراکم با همان گروه خاص ایجاد کرده است ولی اگر این شبکه را تغییر دهد واز تراکم آن بکاهد ودر عوض بر دامنه وگستره آن بیفزاید یعنی به جای مثلا 50 نفر (در شبکه قبلی) با 500نفر ارتباط برقرار نماید به سرمایه اجتماعی بهتر وبیشتری خواهد رسید .

5-تجانس - به این معنی که هرچه افرادگروه وسازمانی که در شبکه ارتباطات قرار می گیرند از سنخ ها وقشر های متفاوت باشند اعتماد بالاتری بدست خواهد آمد ولی اگر این افراد فقط شامل یک قشر خاص باشند میزان اعتماد وبه تبع ان سرمایه اجتماعی کاهش می یابد .

مدیر انتظامی برای کسب سرمایه اجتماعی بیشتر باید در شبکه ارتباطی خود همه نوع افرادیگان وسازمان اعم از افسر ، درجه دار ،سرباز ،کم سواد و با سواد ، هم شهری وغیر هم شهری ، با سابقه وکم سابقه و...را بپذیرد نه اینکه فقط

روابطش را با یک قشر خاص مثلا افسران یا معاونین
و یا... محدود نماید چراکه در مورد اخیر کارکنان خارج از
شبکه احساس مسئولیت در قبال اهداف سازمانی آن فرمانده
و مدیر نخواهند کرد و همکاری آنان در حد انجام وظیفه آنهم
بدون کیفیت لازم خواهد بود.

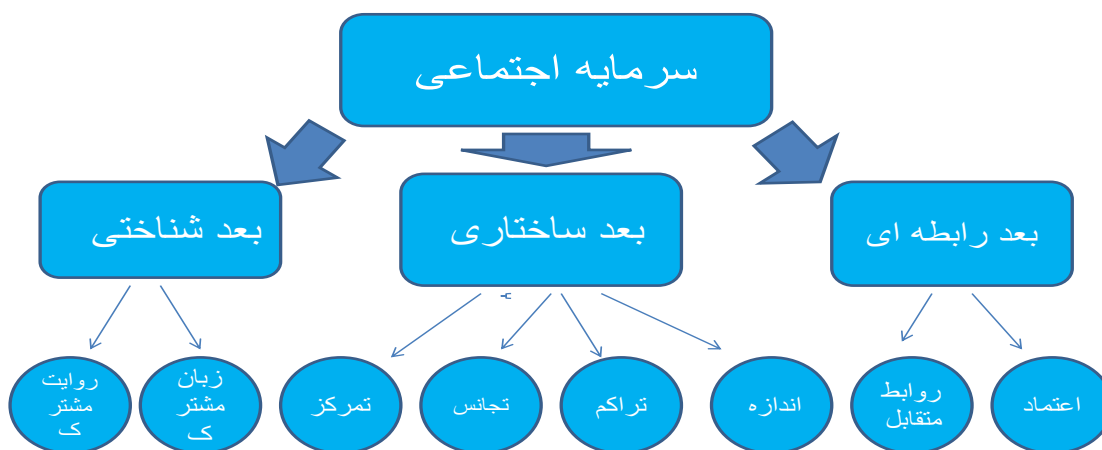
6- تمرکز - به این معناست که افراد داخل در دایره ارتباطات
در یک واحد مکانی و جغرافیایی خلاصه نشوند هرچه تعداد واحد
ها از نظر پراکندگی بیشتر باشد به اعتماد و سرمایه بهتر
و بیشتری می رسیم .

در اینجا مدیر انتظامی باید انواع واحدهای زیر مجموعه
خود را در هر رده و سطح و مکانی که هستند وارد شبکه ارتباطی
خود نماید نه اینکه مثلا به ستاد اهمیت بدهد ولی به صف بی
توجه باشد و یا برعکس و یا مثلا چون خودش رسته اش فلان است با
افراد واحد آن رسته ارتباط بیشتری داشته باشد و با افراد
دیگر رسته ارتباط کمتری ، که اگر چنین شد اعتماد و به تبع
آن سرمایه اجتماعی درون سازمانی اش کاهش می یابد .

7- زبان مشترک - یعنی افراد دخیل در ارتباطات گروه یا سازمان
ن زبان مشترک برای درک نقطه نظرات یکدیگر داشته باشند
و تفکر نزدیک بهم داشته باشند . در اینجا نیز مدیر انتظامی
باید یک زبان فکری و اندیشه واحد در کل افراد سازمان
ایجاد نماید تا همه به یک هدف فکر نمایند و تفکرات همه
افراد حول همان هدف مشترک متمرکز شود در اینصورت است که
سرمایه اجتماعی درون سازمانی اش ارتقا می یابد .

8- روایت مشترک - یعنی اینکه گروه و سازمان دارای نمادهای
مشترک در تمامی زمینه ها و رفتار و کردارها باشند و مدیر
سازمان باید در هر حوزه نمادی قابل فهم و هدفی روشن و قابل
وصول برای همه کارکنان تعریف نماید نه اینکه هدفی در نظر
گرفته شود که یکسری و یا تمام افراد از درک آن عاجز و از
رسیدن به آن مایوس و ناامید باشند لذا در راه رسیدن آن
هدف یا خسته شوند و یا هیچ وقت به آن نرسند و این خود باعث
گسستگی آنان از اهداف گردد .

نمودار ابعاد و مولفه های سرمایه اجتماعی از نظر ناهایت و گوشال



فرمانده انتظامی

بیشتر سازمانهای کنونی مبتنی بر نظام سلسله مراتب نظارتی و نوعی ترس ناگفته هستند. اداره سازمان بر پایه اعتماد، آسان است. بنابراین وظیفه اصلی مدیران، تشکیل میدان اعتماد در سازمان است. اگرچنین شود، سازمانها به جای پرداختن به خویش، هم و غم خود را صرف فرآورده های سازمان می کنند. (هسلبین و همکاران، 1378، ص 267). ساختار کلیه سازمانهای دولتی بطور عام و سازمانهای نظامی - انتظامی بطور خاص به گونه ای است که به رییس و فرمانده اختیارات وسیع و ویژه ای در جهت انجام فعل و انفعالات و تغییرات اعم از سخت افزاری و نرم افزاری داده شده است از سویی در کارکنان زیر مجموعه فرهنگ اطاعت پذیری و حرف شنوی از مافوق نهادینه شده است لذا فرمانده خلاق کسی است که بتواند از این فرصت در جهت تغییرات مثبت و سودمند از جمله بسط اعتماد و گسترش روابط سالم و در نهایت سرمایه اجتماعی درون سازمانی بیشترین بهره برداری را نماید.

فرضیات :

اصلی- بین نقش مدیر انتظامی و ارتقاء سرمایه اجتماعی درون سازمانی رابطه هست
فرعی:

1- بین نقش مدیر انتظامی و ارتقاء نوع روابط منجر به سرمایه اجتماعی درون سازمانی رابطه هست.

2- بین نقش مدیر انتظامی و ارتقاء ماهیت روابط منجر به سرمایه اجتماعی درون سازمانی رابطه هست.

3- بین نقش مدیر انتظامی و ارتقاء درک مشترک از روابط منجر به سرمایه اجتماعی درون سازمانی رابطه هست.

روش تحقیق

این مقاله از لحاظ نوع، توصیفی و از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش، ترکیبی است. اطلاعات مورد نظر از راه مطالعه کتابخانه ای و میدانی (همچنین تجارب خدمتی چندین ساله در مشاغل مختلف مدیریتی و عمومی ناجا و آگاهی از میزان اختیارات و وظایف مدیران انتظامی در حوزه عملکرد شان) جمع آوری گردید. جامعه آماری افسران مشغول به تحصیل در دانشگاه علوم انتظامی در سه مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد ناپیوسته و دکترا که از اقصی نقاط کشور می باشند در نظر گرفته شده است. نمونه آماری بدو صورت انتخاب شده اند، یک مرحله تعداد 15 نفر افسر ارشد با درجه سرهنگی و دانشجوی دکترا بعنوان قشر مدیران و یک مرحله 47 نفر افسر جزء بعنوان قشر تحت امر تعیین شدند. دونوع پرسشنامه محقق ساخته از نوع طیف لیکرت جداگانه، اولی با 13 سوال برای نمونه آماری اول، و دومی با 18 سوال برای نمونه آماری دوم تعیین شد که روایی آنها بصورت صوری و پایایی با نرم افزار مربوطه به ترتیب 84% و 91% تعیین و بین هرگروه توزیع و پس از تکمیل جمع آوری گردید. یعنی سه فرضیه فوق الذکر در هر دو نمونه آماری به آزمون گذاشته شد و از دیدگاه هر دو گروه (فرمانده وزیر دست) تست گردید.

یافته های توصیفی

گروه اول که بعنوان قشر فرمانده انتخاب شدند همگی دارای درجه سرهنگی و دانشجوی دکترا بودند و سایر اطلاعات دموگرافیک ایشان براساس ج.دول زیر می باشد.

جدول شماره 1 اطلاعات جمعیت شناختی

مربوط به قشر مدیران

سن به سال		سابقه خدمت به سال	
50-45	45-40	30-25	25-20
2 نفر	13 نفر	3 نفر	12 نفر

گروه دوم که تحت عنوان قشر زیر دست انتخاب شده بودند دانشجویان دو مقطع کارشناسی و کارشناسی ناپیوسته و وضعیت عمومی آنها براساس جدول ذیل می باشد

جدول شماره 2 اطلاعات

جمعیت شناختی مربوط به قشر زیردستان

سن به سال			سابقه خدمت به سال			درجه سازمانی			
-30	-25	-20	-15	5-10	تا 5	سروان	س1	س2	س3
35	30	25	10						
10	21	16	15	21	11	22	16	9	-
نفر	نفر	نفر	نفر	نفر	نفر	نفر	نفر	نفر	

آمار استنباطی

لازم به توضیح است که امتیازات گویه های پرسشنامه

های تنظیمی براساس خیلی کم = 1، کم = 2، متوسط = 3، زیاد = 4 و خیلی زیاد = 5 در نظر گرفته شده است. یعنی میانگین و متوسط امتیاز 3 می باشد.

الف- در پرسشنامه مربوط به گروه اول یعنی قشر مدیران انتظامی، 5 سوال برای فرضیه فرعی اول، 4 سوال برای فرضیه فرعی دوم و 4 سوال نیز برای فرضیه فرعی سوم در نظر گرفته شد و با استفاده از نرم افزار اس.پی.اس.اس و آزمون تی تک

نمونه ای عملیات آماری انجام شد و هر سه فرضیه فرعی (راههای ارتقاء سرمایه اجتماعی) توسط مدیران انتظامی از دیدگاه خود آنها به آزمون گذارده شد و نتیجه حاصله بشرح زیر می باشد.

نتیجه بدست آمده برای فرضیه فرعی اول بشرح جدول ذیل می باشد .

جدول شماره 3 اطلاعات مربوط

به فرضیه اول گروه اول

نوع روابط	آماره t	اختلاف میانگین	درجه آزادی	سطح معناداری
	44/ 027	1/12	14	0/00
با احتساب میانگین 3				

با توجه به جدول فوق و سطح معناداری 0/00 و می انگین در نظر گرفته شده 3 و اختلاف میانگین 1/12 پاسخ دهندگان به گویه ها در خصوص رابطه بین مدیر انتظامی و توسعه نوع روابط منجر سرمایه اجتماعی در می یابیم که فرضیه فرعی شماره تایید و یک تاثیر قابل توجهی یعنی 4/12 از 5 دارد.

وضعیت بدست آمده برای فرضیه فرعی دوم و سوم فرعی نیز بر همین اساس محاسبه شد که در آن پس از معناداری فرضیات مذکور ، عدد اختلاف میانگین به ترتیب 1/25 و 1/21 بدست آمد یعنی آندو فرضیه نیز تایید و شدت تاثیر گذاری آنها به ترتیب 4/25 و 4/21 از 5 می باشد.

ب- در پرسشنامه مربوط به گروه دوم یعنی قشر زیردستان، 7 سوال برای فرضیه فرعی اول ، 5 سوال برای فرضیه فرعی دوم و 5 سوال نیز برای فرضیه فرعی سوم و یک سوال جداگانه (که بعدا می آید) در نظر گرفته شد و با استفاده روش آماری فوق الذکر اقدامات لازم معمول گردید بعبارتی در این مرحله سه فرضیه مذکور از دیدگاه قشر زیر دست مدیران به آزمون گذاشته شد و نتیجه به شرح ذیل می باشد.

نتیجه حاصله برای فرضیه فرعی اول بشرح جدول ذیل می باشد .

نوع روابط	آماره t	اختلاف میانگین	درجه آزادی	سطح معناداری
	017 / 43	1/22	46	0/00
با احتساب میانگین 3				

با توجه به جدول فوق و سطح معنا داری 0/00 و می‌انگین در نظر گرفته شده 3 و اختلاف میانگین 1/22 پاسخ دهندگان به گویه‌ها در خصوص وجود رابطه بین مدیر انتظامی و توسعه نوع روابط منجر سرمایه اجتماعی در می‌یابیم که فرضیه فرعی شماره یک با تاثیر قابل توجهی یعنی 4/22 از 5 تایید می‌گردد.

وضعیت بدست آمده برای فرضیه فرعی دوم و فرعی سوم فرعی نیز بر همین اساس محاسبه شد که در آن پس از معناداری فرضیات مذکور، عدد اختلاف میانگین به ترتیب 1/38 و 1/14 بدست آمد یعنی آندو فرضیه نیز تایید و شدت تاثیر گذاری آنها به ترتیب 4/38 و 4/14 از 5 می‌باشد.

با توجه به نتایج بدست آمده برای سه فرضیه فرعی، این نتیجه حاصل می‌گردد که فرضیه اصلی نیز از دیدگاه هر دو گروه تایید گردید. یک سوال جداگانه نیز برای گروه دوم طرح شده بود با این عنوان: کدام فرماندهان بر ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی بیشتر تاکید دارند؟ و پاسخ دوگزینه ای: "فرماندهان نسل جدید-فرماندهان نسل قدیم" برای آن منظور شده بود که از مجموع 47 نفر، 41 نفر یعنی حدود 87/5% به گزینه اول (فرماندها نسل جدید) پاسخ داده بودند.

نتیجه گیری

برای موفقیت و رشد سازمان‌ها در حوزه نیروی انسانی، تنها داشتن کارکنان ماهر و آموزش دیده کافی نیست بلکه باید شرایط درون سازمان به گونه ای باشد که این کارکنان تمایل قلبی به ادامه خدمت در آن سازمان را باشند بعبارتی بخواهند که کار انجام دهند تا از پتانسیل خود در اه تحقق اهداف سازمان استفاده نمایند نه اینکه وادار به

انجام کار شوند . یعنی وجود یک فضای سالم و پرنشاط و مفرح که در آن ارزشهای اخلاقی ملاک عمل قرار گیرد و بین افراد و مدیران اعتماد و صمیمیت برقرار گردد از پیش زمینه های مهم فعالیت کارکنان است . در جهت ایجاد این فضای مورد بحث درون سازمانی عوامل گوناگونی می تواند نقش آفرینی کنند که یکی از مهمترین آنها مدیر و فرمانده واحد و سازمان می باشد . با برقراری روابط سالم و صمیمانه در محل کار که اصطلاحاً با نام سرمایه اجتماعی معروف است کارکنان به ادامه خدمت و خدمت کیفی و نتیجه بخش گرایش پیدا می نمایند . سرمایه اجتماعی حاصل اعتماد متقابل، تعامل اجتماعی متقابل گروه های اجتماعی، احساس هویت جمعی و گروهی، کارگروهی و آینده گرایی مطلوب است . می توان آن را بعنوان مجموعه اعتماد، هنجار ، تفاهم و شبکه روابطی تعریف کرد که وجود آن در بین کارکنان و مدیران موجب کیفیت روابط و افزایش سطح مشارکت و مسولیت پذیری گردیده و نهایتاً رشد فردی و سازمانی را بدنبال می آورد . امکان استفاده بهتر، راحت تر سایر سرمایه ها و امکانات و تجهیزات و منابع مالی را فراهم خواهد آورد . در غیاب سرمایه اجتماعی سایر سرمایه ها اثربخشی خود را از دست می دهند و پیمودن راههای توسعه و کمال سخت و دشوار می گردد . مدیرانی موفق قلمداد می شوند که بتوانند در ارتباط با سازمان خود به تولید و توسعه سرمایه اجتماعی بیشتری نایل شوند .

به گفته الوانی مدیران دولتی از راه احساس مسئولیت اجتماعی ، یگانگی و وحدت با جامعه و پای بندی به اصول اخلاقی می توانند بر ضایعه کاهش اعتماد غلبه کنند و به ایجاد سرمایه اجتماعی و فضای اطمینان و اعتماد یاری رسانند . منظور از سرمایه اجتماعی در این مقاله یعنی مجموعه ارزشها، هنجار ها ، قواعد و آگاهی ها و روابط درون شبکه و گروههایی شکل می گیرد تا در صورت تقویت منجر به بروز استعداد های فردی و حتی گروهی می شود . از جمله عوامل موثر در ارتقای سرمایه اجتماعی می توان محبت ، اخلاق حسنه ، ارتباطات و اعتماد زایی را نام برد . علت مهم اقبال مدیران به سرمایه اجتماعی این است که بدون استفاده از آن، از دیگر سرمایه ها بطور بهینه استفاده نخواهد شد و از کارآیی لازم برخوردار نخواهند شد .

نا‌ه‌ا‌پ‌ی‌ت و‌گ‌و‌ش‌ا‌ل س‌ه ب‌ع‌د س‌ا‌خ‌ت‌ا‌ری، س‌ن‌ا‌خ‌ت‌ی و ر‌ا‌ب‌ط‌ه
ا‌ی ر‌ا ب‌ر‌ا‌ی س‌ر‌م‌ا‌ی‌ه ا‌ج‌ت‌م‌ا‌عی ت‌ع‌ر‌ب‌ف م‌ی ک‌ن‌ن‌د. ب‌ع‌د س‌ا‌خ‌ت‌ا‌ری
س‌ر‌م‌ا‌ی‌ه ا‌ج‌ت‌م‌ا‌عی د‌ا‌ر‌ا‌ی م‌و‌ل‌ف‌ه ه‌ا‌ی : ا‌ن‌د‌ا‌ز‌ه ،ت‌ر‌ا‌ک‌م ،ت‌ج‌ا‌ن‌س
و‌ت‌م‌ر‌ک‌ز‌ا‌س‌ت . ا‌ی‌ن ب‌ع‌د ب‌ه ا‌ر‌ت‌ب‌ا‌ط‌ا‌ت م‌ی‌ا‌ن ب‌ا‌ز‌ی‌گ‌ر‌ا‌ن‌ی ا‌ش‌ا‌ر‌ه
د‌ا‌ر‌د ک‌ه ب‌ط‌و‌ر م‌ت‌و‌ا‌لی د‌ر ح‌ا‌ل ت‌س‌ه‌ی‌م ا‌ط‌ل‌ا‌ع‌ا‌ت ه‌س‌ت‌ن‌د و‌ش‌ا‌م‌ل
ا‌ل‌گ‌و‌ی پ‌ی‌و‌ن‌د‌ه‌ا‌ی م‌ی‌ا‌ن س‌ب‌ک‌ه و‌ت‌ر‌ک‌ی‌ب س‌ا‌ز‌م‌ا‌ن‌د‌ه‌ی س‌ب‌ک‌ه و‌ت‌ن‌ا‌س‌ب
س‌ا‌ز‌م‌ا‌ن‌ی م‌ی ش‌و‌د. ب‌ع‌د ر‌ا‌ب‌ط‌ه ا‌ی س‌ر‌م‌ا‌ی‌ه ا‌ج‌ت‌م‌ا‌عی م‌ش‌خ‌ص ک‌ن‌ن‌د‌ه
ن‌وع ر‌و‌ا‌ب‌ط ش‌خ‌ص‌ی ا‌ف‌ر‌ا‌د ا‌س‌ت ا‌ی‌ن ب‌ع‌د ب‌ه م‌ا‌ه‌ی‌ت و‌ک‌ی‌ف‌ی‌ت
ا‌ر‌ت‌ب‌ا‌ط‌ا‌ت م‌ی‌ا‌ن ا‌ف‌ر‌ا‌د د‌ر ی‌ک س‌ا‌ز‌م‌ا‌ن م‌ی پ‌ر‌د‌ا‌ز‌د و‌ش‌ا‌م‌ل
ا‌ع‌ت‌م‌ا‌د، ه‌ن‌ج‌ا‌ر‌ه‌ا و‌ت‌ع‌ه‌د‌ا‌ت و‌ه‌و‌ی‌ت م‌ی گ‌ر‌د‌د. ب‌ع‌د س‌ا‌خ‌ت‌ی د‌ر
ب‌ر‌گ‌ی‌ر‌ن‌د‌ه م‌ی‌ز‌ا‌ن ا‌ش‌ت‌ر‌ا‌ک ک‌ا‌ر‌ک‌ن‌ا‌ن د‌ر‌و‌ن ی‌ک س‌ب‌ک‌ه د‌ر ی‌ک ن‌گ‌ا‌ه
ی‌ا د‌ر‌ک م‌ش‌ت‌ر‌ک ا‌ن‌ا‌ن ا‌س‌ت و‌ا‌ی‌ن ب‌ع‌د ب‌ر‌ا‌ی گ‌ر‌و‌ه‌ا ت‌ف‌س‌ی‌ر‌ه‌ا
و‌ت‌ع‌ا‌ب‌ی‌ر م‌ش‌ت‌ر‌ک ف‌ر‌ا‌ه‌م م‌ی ک‌ن‌ن‌د . ا‌ی‌ن ب‌ع‌د ش‌ا‌م‌ل ا‌د‌ر‌ا‌ک ،
ب‌ا‌و‌ر‌ه‌ا و‌ت‌ص‌و‌ر‌ا‌ت ف‌ر‌ه‌ن‌گ‌ی و‌ا‌ج‌ت‌م‌ا‌عی م‌ش‌ت‌ر‌ک ا‌س‌ت ک‌ه ب‌و‌س‌ی‌ل‌ه
م‌ف‌ا‌ه‌ی‌م و‌خ‌ا‌ط‌ر‌ا‌ت م‌ش‌ت‌ر‌ک و‌ی‌ا ز‌ب‌ا‌ن م‌ش‌ت‌ر‌ک پ‌ن‌ذ‌ی‌ر‌ش و‌م‌ی‌ا‌ن ا‌ن‌ه‌ا
ب‌ا‌ق‌ی م‌ا‌ن‌د‌ه ا‌س‌ت. ب‌ه گ‌ف‌ت‌ه ن‌ا‌ه‌ا‌پ‌ی‌ت و‌گ‌و‌ش‌ا‌ل ت‌ر‌ک‌ی‌ب و‌م‌ب‌ا‌د‌ل‌ه
د‌ا‌ن‌ش د‌ر ی‌ک س‌ا‌ز‌م‌ا‌ن ه‌ن‌گ‌ا‌م‌ی ک‌ه ا‌ف‌ر‌ا‌د ب‌ا ه‌م د‌ر ا‌ر‌ت‌ب‌ا‌ط ه‌س‌ت‌ن‌د
(ب‌ع‌د س‌ا‌خ‌ت‌ا‌ری) و‌ر‌و‌ا‌ب‌ط ق‌و‌ی و‌م‌ث‌ب‌ت ب‌ا ه‌م د‌ا‌ر‌ن‌د (ب‌ع‌د ر‌ا‌ب‌ط‌ه
ا‌ی) و‌ت‌و‌ا‌ن‌ا‌ی‌ی د‌ر‌ک و‌ب‌ک‌ا‌ر‌گ‌ی‌ری د‌ا‌ن‌ش ر‌ا د‌ا‌ر‌ن‌د (ب‌ع‌د س‌ن‌ا‌خ‌ت‌ی)
م‌ی ت‌و‌ا‌ن‌د ت‌س‌ه‌ی‌ل گ‌ر‌د‌د. د‌ر ا‌ی‌ن م‌ق‌ا‌ل‌ه ج‌ا‌م‌ع‌ه ا‌م‌ا‌ری ا‌ف‌س‌ر‌ا‌ن
م‌ش‌غ‌و‌ل ب‌ه ت‌ح‌ص‌ی‌ل د‌ر د‌ا‌ن‌ش‌گ‌ا‌ه ع‌ل‌و‌م ا‌ن‌ت‌ظ‌ا‌م‌ی د‌ر س‌ه م‌ق‌ط‌ع
ک‌ا‌ر‌ش‌ن‌ا‌س‌ی ،ک‌ا‌ر‌ش‌ن‌ا‌س‌ی ا‌ر‌ش‌د و‌د‌ک‌ت‌ر‌ا ک‌ه ا‌ز ا‌ق‌ص‌ی ن‌ق‌ا‌ط ک‌ش‌و‌ر م‌ی
ب‌ا‌ش‌ن‌د د‌ر ن‌ظ‌ر گ‌ر‌ف‌ت‌ه ش‌د‌ه ا‌س‌ت . د‌و ن‌م‌و‌ن‌ه ا‌م‌ا‌ری ا‌ن‌ت‌خ‌ا‌ب ش‌د ،
ی‌ک م‌ر‌ح‌ل‌ه ت‌ع‌د‌ا‌د 15 ن‌ف‌ر ا‌ف‌س‌ر ا‌ر‌ش‌د ب‌ا د‌ر‌ج‌ه س‌ر‌ه‌ن‌گ‌ی ب‌ع‌ن‌و‌ا‌ن
ق‌ش‌ر م‌د‌ی‌ر‌ا‌ن و‌ی‌ک م‌ر‌ح‌ل‌ه 47 ن‌ف‌ر ا‌ف‌س‌ر ج‌ز‌ء ب‌ع‌ن‌و‌ا‌ن ق‌ش‌ر ت‌ح‌ت ا‌م‌ر
ت‌ع‌ی‌ن ش‌د‌ن‌د . د‌و‌ن‌وع پ‌ر‌س‌ش‌ن‌ا‌م‌ه م‌ح‌ق‌ق س‌ا‌خ‌ت‌ه ا‌ز ن‌وع ط‌ی‌ف ل‌ی‌ک‌ر‌ت
ج‌د‌ا‌گ‌ا‌ن‌ه، ا‌و‌لی ب‌ا 13 س‌و‌ا‌ل ب‌ر‌ا‌ی ن‌م‌و‌ن‌ه ا‌م‌ا‌ری ا‌و‌ل ، و‌د‌و‌م‌ی ب‌ا
18 س‌و‌ا‌ل ب‌ر‌ا‌ی ن‌م‌و‌ن‌ه ا‌م‌ا‌ری د‌و‌م ت‌ع‌ی‌ن ش‌د و ن‌ق‌ش م‌د‌ی‌ر
ا‌ن‌ت‌ظ‌ا‌م‌ی د‌ر ا‌ر‌ت‌ق‌ا‌ء س‌ر‌م‌ا‌ی‌ه ا‌ج‌ت‌م‌ا‌عی د‌ر‌و‌ن س‌ا‌ز‌م‌ا‌ن‌ی ه‌م ا‌ز
د‌ی‌د‌گ‌ا‌ه خ‌و‌د م‌د‌ی‌ر و ه‌م ک‌ا‌ر‌ک‌ن‌ا‌ن ز‌ی‌ر م‌ج‌م‌وع‌ه ت‌س‌ت گ‌ر‌د‌ی‌د
ن‌ت‌ی‌ج‌ه ح‌ا‌ص‌ل‌ه ا‌ی‌ن‌ک‌ه ب‌ا ع‌ن‌ا‌ی‌ت ب‌ه ت‌س‌ت س‌ه ف‌ر‌ض‌ی‌ه ف‌ر‌عی د‌ر گ‌ر‌و‌ه
م‌د‌ی‌ر‌ا‌ن و ت‌ا‌ی‌ی‌د ر‌ا‌ب‌ط‌ه ب‌ی‌ن ن‌ق‌ش ف‌ر‌م‌ا‌ن‌د‌ه ب‌ا س‌ه ب‌ع‌د س‌ر‌م‌ا‌ی‌ه
ا‌ج‌ت‌م‌ا‌عی ا‌و‌لا ب‌ه ا‌ی‌ن ن‌ت‌ی‌ج‌ه م‌ی ر‌س‌ی‌م ک‌ه ف‌ر‌ض‌ی‌ه ا‌ص‌لی م‌و‌ض‌وع
ن‌ی‌ز‌ا‌ز ن‌ظ‌ر ا‌ن‌ا‌ن ت‌ا‌ی‌ی‌د ش‌د‌ه ا‌س‌ت و‌ث‌ا‌ن‌ی‌ا ف‌ر‌م‌ا‌ن‌د‌ه‌ا‌ن ا‌ن‌ت‌ظ‌ا‌م‌ی
خ‌و‌د ب‌ر ا‌ی‌ن ن‌ق‌ش س‌ا‌ز‌ن‌د‌ه خ‌و‌د ا‌ق‌ر‌ا‌ر د‌ا‌ر‌ن‌د ب‌ع‌ل‌ا‌و‌ه ک‌ه ا‌ع‌د‌ا‌د

بدست آمده از بررسی ها حاکی از این مطلب است که اتفاقاً آنان نقش خود را در این مهم خیلی پررنگ می بینند. از سویی نتایج مثبت (تایید رابطه واعداد بالای تاثیر گذاری) حاصل از تست مجدد فرضیات از دیدگاه زیر دستان، این واقعیت را برای ما روشن ساخت که آنان نیز به به نقش موثر و بی بدیل مدیران خود در ارتقای سرمایه اجتماعی درون سازمان بین کارکنان زیر مجموعه اعتراف دارند. مطلب دیگر اینکه پاسخ داده شده به سوال شماره 18 نشان می دهد که نیروها میزان تاثیر مدیران جوان را بسیار قوی تر از فرماندهان نسل قدیمی (دارای سابقه خدمت خیلی بالا) در ایجاد و افزایش سرمایه اجتماعی دانند. نکته مهمتر اینکه چون جامعه آماری انتخابی (افسرا مشغول به تحصیل در سه مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد ناپیوسته و دکتری دانشگاه علوم انتظامی) در واقع نمایندگان یگان های انتظامی سراسر کشور می باشند بنظر می رسد این نتایج قابل تعمیم و استناد برای تمامی یگانهای انتظامی سطح کشور باشد.

منابع :

- الوانی سیدمهدی وسید نقوی ، میرعلی ، (1387). **سرمایه اجتماعی ، مفاهیم و نظریه ها** ، فصلنامه مطالعات مدیریت ، شماره 34.
- پیران وهمکاران ، (1386). **کارپایه مفهومی و مفهوم ساز سرمایه اجتماعی** ، فصلنامه رفاه اجتماعی ، ش 23، دانشگاه علوم بهزیستی وتوان بخشی ، تهران.
- پاتنام ، روبرت (1380) **دمکراسی و سنت های مدنی** ، ترجمه ی محمد تقی دلفروز، تهران، انتشارات سلام. - جمعی از نویسندگان (1387) **مبانی مفهومی سرمایه اجتماعی** ، ترجمه محمد مهدی شجاعی وهمکاران ، پژوهشکده مطالعات فرهنگی واجتماعی ، تهران.

-رابینز، استیفن (1387) **مبانی رفتار سازمانی**، ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی.

-رحمانی، محمود و کاووسی، اسماعیل، (1386). **اندازه گیری و مقایسه سرمایه اجتماعی در بخش های دولتی و خصوصی**، معاونت پژوهش دانشگاه آزاد، دفتر گسترش تولید علم.

-سیدنقوی، میرعلی و بهارلو، علی عسکر. (1389). **نقش سرمایه اجتماعی در بهبود تعهد سازمانی در شرکت ملی نفت ایران**، فصلنامه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، سال سوم، ش8، پاییز 88، صص 50-75

-سید نقوی، میرعلی (1391). **کلاس درس مدیریت منابع انسانی**، دانشکده دافوس ناجا، مقطع دکترا.

-شایگان، فریبا، (1388). **نقش سرمایه اجتماعی در موفقیت شغلی زنان پلیس، نشریه پلیس زن، شماره 11 و 12، پاییز و زمستان 88، صص 127-149**

-صالحی امیری، سید رضا و کاووسی، اسماعیل (1387). **سرمایه اجتماعی**، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، تهران - فوکویاما، فرانسیس، (1379) **پایان نظم، بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن**، ترجمه غلامعباس توسلی تهران، انتشارات جامعه.

-کارگر، بهمن و حمیدی فر، علیرضا. (1391). **سرمایه اجتماعی اساس اقتدار ما**، انتشارات معاونت اجتماعی ناجا، تهران

-کاشانی، مجتبی. (1385)، **نقش دل در مدیریت**، چاپ پنجم، تهران، سازمان مدیریت صنعتی.

-گودرزوند، مهرداد و رضایی، مراد و اسدی، منوچهر، (1390). **رابطه بین ادراک کارکنان از عدالت سازمانی بر پایه سرمایه اجتماعی، نشریه پژوهشهای مدیریت منابع سازمانی**، دوره 1، شماره 2، صص 168-194.

- هسلبین، فرانسیس و همکاران (1378) سازمان فردا، ترجمه فضل الله امینی، تهران انتشارات فرا.
- معصومی راد، رضا، (1390). تبیین اهمیت سرمایه اجتماعی در سیاست گذاری و برنامه ریزی توسعه پایدار ایران، فصلنامه ره نامه سیاستگذاری، سال دوم، شماره 4، زمستان 90، صص 28-55.
- موید فر، رزیتا. (1389). نگرشی بر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن، نشریه اندیشه صادق، صص 30-37.