

بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری

فاطمه صغری سینا^۱

ابوالقاسم بریمانی^۲

رشید ظاهری^۳

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۱/۳۰

تاریخ پذیرش: ۹۵/۰۳/۱۶

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری بوده است. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی از نوع زمینه یابی می باشد. جامعه آماری را کلیه ۲۵۹ تن کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری تشکیل داده اند. نمونه آماری از طریق جدول کرجسی و مورگان تعداد ۱۷۰ نفر کارمند به شیوه نمونه گیری تصادفی طبقه ای بر حسب جنسیت انتخاب شدند. در این پژوهش جهت گردآوری داده ها از ابزار پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که روایی صوری و محتوایی آن توسط متخصصان مورد تأیید قرار گرفته است. پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر ۰/۸۸ محاسبه گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. یافته های پژوهش نشان داده است که هر سه بعد سرمایه اجتماعی شامل ابعاد ساختاری، ارتباطی و شناختی بر تعالی سازمانی تأثیر مثبت دارند. بعد شناختی بیشترین تأثیر را بر تعالی سازمانی دارد و ابعاد ساختاری و ارتباطی در رتبه های بعدی قرار می گیرند.

کلید واژه ها: سرمایه اجتماعی، تعالی سازمانی، بعد ارتباطی، بعد شناختی، بعد ساختاری

fatemehsina10@gmail.com

^۱ . استادیار گروه علوم تربیتی، واحد نکا، دانشگاه آزاد اسلامی، نکا، ایران

^۲ . عضو هیات علمی گروه علوم تربیتی، واحد نکا، دانشگاه آزاد اسلامی، نکا، ایران

^۳ . دانش آموخته رشته مدیریت ورزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

مقدمه

در جهان تجاری امروز بیشترین ارزش سازمانی مبتنی بر دارایی‌های غیر ملموس است. توانایی برای شناخت و برآورد منبع این ارزش برای سازمان‌ها مهم و حیاتی است (چانگ و لایینسا، ۲۰۰۴). در چنین فضایی این سؤال اساسی قابل طرح است که راز بقا و موفقیت، سرآمدی و تعالی سازمان در بازار رقابتی امروز چیست؟ با نگاهی به ادبیات مربوطه و بررسی نظریات اندیشمندان، شاید بتوان پاسخ سؤال را در ایجاد، حفظ و تداوم سرمایه اجتماعی یافت. نگرستن به تعالی سازمانی و سرآمدی در چارچوب ساختارهای اجتماعی راه را برای یک چشم انداز وسیع در خصوص سرآمدی و تعالی هموار می‌سازد، به طوری که توجه را به سمت نکاتی که کم تر به آن‌ها پرداخته شده است، یعنی جنبه اجتماعی _ اقتصادی و تعالی سازمانی جلب می‌کند (سنکاران، ۲۰۰۸).

سرمایه اجتماعی بیانگر کم و کیف روابط اجتماعی و نحوه تعاملات کنش‌گران اجتماعی است. وزن و تنوع روابط تعاملات اجتماعی در مقیاس خرد، میانی و کلان، تعیین کننده میزان سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی به مانند دیگر اشکال سرمایه می‌تواند به منظور کسب عایدی و بازده در آینده، ذخیره و سرمایه گذاری شود. حتی به نظر صاحب نظرانی چون بوردیو و کلمن، سرمایه اجتماعی، قابلیت تبدیل به دیگر انواع سرمایه را نیز دارد (هافمن و شریف، ۲۰۰۵).

گوشال و نهاییت، سرمایه اجتماعی را به عنوان جمع منابع بالقوه و بالفعل موجود و قابل دسترس از طریق شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی تعریف می‌کنند (تامپسون، ۲۰۰۹). از دیدگاه آنان سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار نماید و برای آن‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کنند. نهاییت و گوشال با رویکرد سازمانی جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می‌دهند: شناختی، رابطه‌ای و ساختاری (ساباتینی، ۲۰۰۸).

الف) عنصر شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است. مهم ترین جنبه‌های این بعد عبارتند از: زبان، کدها و حکایت‌های مشترک.

ب) 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 عبارتند از: روابط شبکه‌ای بین افراد، پیکر بندی شبکه‌ها و سازمان مناسب.

ج) عنصر رابطه‌ای سرمایه اجتماعی توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به دلیل سابقه تعاملات نشان برقرار می‌کنند. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارتند از: اعتماد، هنجارها، الزامات، انتظارات و هویت.

سرمایه اجتماعی در گروه‌ها و سازمان‌ها به تغییر رفتاری منجر می‌شود. این تغییر باعث تسهیم بیشتر در دانش می‌شود و به طور مثبت بر عملکرد سازمان تأثیر می‌گذارد. گسترش روابط که باعث ایجاد حس اعتماد و تعهد دو طرفه و ایجاد زبان و موقعیت مشترک می‌شود به عنوان تولید کننده سرمایه اجتماعی تلقی می‌شوند و این سرمایه اجتماعی، خود باعث ایجاد محیطی می‌شود که بر عملکرد به طور مثبت تأثیر دارد. سازمان‌ها تا زمانی که برای بقاء تلاش می‌کنند و خود را نیازمند حضور در عرصه‌های مختلف می‌دانند، باید عملکرد خود را بهبود بخشند و این بهبود عملکرد با ایجاد زمینه دستیابی به ارتقای سرمایه اجتماعی امکان پذیر است (مقیمی و همکاران، ۱۳۹۰).

سرمایه اجتماعی بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان قلمداد می‌شود. بهبود مستمر عملکرد سازمان‌ها در سایه توجه به سرمایه اجتماعی، نیروی عظیم هم‌افزایی ایجاد می‌کند که این نیروها می‌تواند پشتیبان برنامه توسعه و ایجاد فرصت‌های تعالی سازمانی شود.

گسترش فرهنگ تعالی سازمانی و علاقمندی مدیران و کارشناسان عرصه صنعت و خدمات به بهبود مستمر، منجر به افزایش تقاضا برای استقرار سیستم‌های تعالی شده است که از مهم‌ترین این مدل‌ها می‌توان به مدلی که بنیاد مدیریت کیفیت اروپا معرفی است اشاره کرد. تعالی سازمانی به معنای تعهد سازمانی به رشد و توسعه پایدار و دایمی در جهت کسب رضایت مشتری و افزایش مستمر سودآوری شرکت در یک محیط ملی فراگیر و حمایت کننده است. تعالی سازمانی تابع شرایط خاص، فرهنگ، محیط داخلی و خارجی و کسب و کار، ویژگی نیروی انسانی سازمان، نقاط قوت و ضعف و فرصتها و تهدیدهایی است که سازمان را در بر گرفته است. مسیر برتری و تعالی سازمانی، شناسایی، تشخیص، توسعه و گسترش موفقیت در یک سازمان است (نخعی نژاد، ۱۳۸۶). مدل تعالی

سازمانی، ابزاری قوی برای شناخت نقاط قوت و زمینه‌های بهبودپذیر سازمان‌ها شناخته می‌شود و به عنوان چارچوبی منسجم و به هم تنیده می‌تواند سیستم مدیریتی سازمان‌ها را نیز تعریف کند و مدیران را در به کارگیری فنون مدیریتی یاری دهد. در این میان مدل‌های تعالی سازمانی به عنوان ابزار و فنی فراگیر و با نگرش جامع به همه زوایای سازمان به کمک مدیران می‌آیند تا میزان موفقیت‌های خود را در اجرای برنامه‌ها در مقاطع زمانی مختلف کنند (ابزری و دلو، ۱۳۸۸).

مدل تعالی در صورتی که بدرستی بکار گرفته شود ابزاری کارآمدی است که می‌تواند مفاهیم و ارزشهای سازمانی، تدوین و اجرای برنامه‌های راهبردی، بکارگیری روشهای خود ارزیابی، یادگیری سازمانی و بهبود مداوم را در سازمانها نهادینه نموده و امکان شناسایی بهترین فرایندها و انجام بهینه‌های را فراهم سازد (ادب، ۱۳۹۲). سازمانهای تعالی آن‌هایی هستند که با توجه به افقهای جدید، موفقیت و نحوه دستیابی به آن‌ها در جهت رضایت ذینفعان خود حرکت میکنند. تداوم این کامیابیها در بهترین شرایط سازمانی مشکل است و در جهانی با رقابتهای شدید و فزاینده ابداعات سریع در عرصهی تکنولوژی، تغییر فرایندها و تغییرات متناوب در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی به مراتب مشکل‌تر مینماید. با شناسایی این چالشها بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت برای ترویج رویکردهایی با گسترهی جهانی برای مدیرانی که به دنبال تداوم برتری خود هستند پایبندی شد و مدل تعالی را ارائه کرد این مدل بعنوان چارچوبی اولیه برای ارزیابی و بهبود سازمانها تلقی میشود و میتواند آنان را به نتایج پایدار برساند (جورج و همکاران، ۲۰۰۳).

مدلهای تعالی سازمانی به عنوان ابزاری فراگیر و با نگرش جامع به تمامی زوایای سازمانها به کمک مدیران می‌آیند تا آنها را در شناخت دقیقتر سازمان یاری کنند. مدل تعالی ساختار مدیریتی است که با تکیه بر اصول و مفاهیم اساسی و توجه داشتن به معیارهای اصلی مدیریت کیفیت فراگیر و سیستم خودارزیابی موجبات پیشرفت و بهسازی را فراهم میکند.

تعالی سازمانی دارای ۹ معیار است ۵ معیار آن، توانمندسازها و ۴ معیار دیگر نتایج هستند.

توانمندسازها عبارتند از: رهبری، خط مشی و استراتژی، کارکنان، مشارکت‌ها و منابع، فرایندها.

نتایج عبارتند از: نتایج مشتریان، نتایج کارکنان، نتایج جامعه، نتایج کلیدی عملکرد.

معیارهای توانمندساز، آنچه را یک سازمان انجام می‌دهد پوشش می‌دهند و معیارهای نتایج آنچه را که یک سازمان به دست می‌آورد یا باید به دست آورد (تایر و اسپینوسا، ۲۰۰۷). دو رویکرد متفاوت در اجرای این مدل وجود دارد. رویکرد اول و بسیار متداول رویکرد منطق بنیادی است که مبتنی بر این است که توانمندسازهای عالی می‌توانند منجر به نتایج عالی شوند. به این معنا که رهبر کارزماتیک و متعالی، راهبردها و خط‌مشی‌ها را زمانی می‌تواند تعیین کند و به طور اثر بخش منابع انسانی و اجتماعی، شرکا و دیگر منابع را مدیریت کند، که مبتنی بر ساختارها و فرایندهای بسیار مناسب باشد و نتایج عالی می‌تواند با توجه به شاخص‌های افراد، جامعه و عملکرد به دست آید. این رویکرد، رویکرد از چپ به راست شناخته می‌شود (هافمن و همکاران، ۲۰۰۵). رویکرد دوم، رویکرد از راست به چپ است که در سال ۱۹۹۷ از سوی تیتوکوتنی ارائه شد و در آن بیان می‌کند که زمانی که مدیری نتایج هدفمند داشته باشد. و قادر به شناخت روابط بین نتایج و توانمندسازها باشد، می‌تواند همه عوامل توانمندسازها را به خوبی بهبود بخشد و در نهایت به نتایج متعالی دست یابد (اریکسون، ۲۰۰۴). سازمان‌ها در جهت تحقق تعالی سازمانی و دستیابی به اهداف سرمایه‌های مختلفی مانند سرمایه فیزیکی، سرمایه انسانی، سرمایه اقتصادی، فرهنگی، سرمایه اجتماعی و جزء آن را به کار گیرند. هر یک از انواع سرمایه‌ها نقش مهمی را در مسیر تعالی سازمانی بر عهده دارند در این بین سرمایه اجتماعی نقش مهم‌تری را ایفا می‌کند.

برخی پژوهش‌های انجام گرفته درباره عملکرد سازمانی عبارتند از: عربشاهی کریزی (۱۳۹۳) پژوهشی را تحت عنوان بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی مؤسسات آموزش عالی شهر مشهد انجام داده است. نتایج در این پژوهش نشان داده است که بین سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد.

کریمی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان نمونه عملی اجرایی مدل تعالی سازمانی در سازمان بهداشتی درمانی به این نتیجه رسیدند که دیدگاه سیستماتیک قوی، توجه دقیق به رویکرد فرایندی سازمانی و نتیجه‌گرایی مدل تعالی سازمانی برای سازمان‌های ایرانی معمولاً در حوزه‌های با مشکلات جدی روبرو است و باید قبل از اجرا در سازمان‌ها به شیوه دقیق‌تر و منظم‌تر از قبل ارزیابی شود.

ثمرین و مقیمی (۱۳۸۹) در پژوهشی به بررسی اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی پرداخته‌اند. هدف اصلی در این پژوهش اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی می‌باشد. یافته‌ها حاکی از آن بود که با افزایش سرمایه اجتماعی تعالی و سرآمدی سازمان ارتقاء و بهبود می‌یابد.

با توجه به اهمیت و ضرورت سرمایه اجتماعی در دانشگاه آزاد اسلامی و همچنین با توجه به تأثیر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی، هدف این پژوهش بررسی نقش و میزان سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری می‌باشد. بنابراین در این پژوهش، با بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش، تعداد ۲۲ شاخص سرمایه اجتماعی در قالب سه عامل بعد ارتباطی، ساختاری و شناختی معرفی و بررسی شده است.

روش پژوهش

روش تحقیق حاضر توصیفی از نوع زمینه یابی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان شاغل در دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری می‌باشد، که در مجموع تعداد آنان برابر ۲۵۹ نفر در سال ۱۳۹۳ بوده است، که از این تعداد ۱۷۰ نفر از طریق جدول تعیین حجم نمونه کرجسی و مورگان و با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای بر حسب جنسیت به عنوان نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۲۲ سوال بسته پاسخ می‌باشد، که هر گویه آن بر اساس مقیاس ۵ گزینه ای لیکرت و به ترتیب با گزینه‌های (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) تنظیم شده است. روایی صوری و محتوایی آن توسط صاحب نظران مورد تأیید قرار گرفت. برای به دست آوردن میزان پایایی ابزار به کار گرفته شده، یک اجرای آزمایشی بر روی ۳۰ نفر از کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری که در جامعه آماری قرار داشتند، انجام گرفت و ضریب پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ برابر ۰/۸۰ محاسبه گردید.

یافته ها

فرضیه ۱: بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد ساری تأثیر دارد.

جدول ۱: خلاصه تحلیل آماری فرضیه اول تحقیق

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	T	df	α	Sig
بعد ساختاری بر تعالی سازمانی	۳/۹۶	۰/۶۷	۱۳/۶۷	۱۶۹	۰/۰۵	۰/۰۰۰

نتایج حاصل از بررسی T تک نمونه‌ای (۱۳/۶۷) که بزرگ تر از مقدار T جدول بحرانی می‌باشد. هم چنین با توجه به این که میزان معنی داری این آزمون (sig = ۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است. لذا فرض صفر رد شده و فرض مقابل (فرضیه تحقیق) پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان بیان نمود که بعد ساختاری بر تعالی سازمانی کارکنان تأثیر دارد.

فرضیه ۲: بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد ساری تأثیر دارد.

جدول ۲: خلاصه تحلیل آماری فرضیه دوم تحقیق

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	T	df	α	Sig
بعد ارتباطی بر تعالی سازمانی	۳/۸۹	۰/۶۳	۱۰/۶۲	۱۶۹	۰/۰۵	۰/۰۰۰

نتایج حاصل از بررسی T تک نمونه‌ای (۱۰/۶۲) که بزرگ تر از مقدار T جدول بحرانی می‌باشد. هم چنین با توجه به این که میزان معنی داری این آزمون (sig = ۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است. لذا فرض صفر رد شده و فرض مقابل (فرضیه تحقیق) پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان بیان نمود که بعد ارتباطی بر تعالی سازمانی کارکنان تأثیر دارد.

فرضیه ۳: بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد ساری تأثیر دارد.

جدول ۳: خلاصه تحلیل آماری فرضیه سوم تحقیق

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	T	Df	α	Sig
بعد شناختی بر تعالی سازمانی	۴/۰۸	۰/۷۱	۱۵/۵۲	۱۶۹	۰/۰۵	۰/۰۰۰

نتایج حاصل از بررسی T تک نمونه‌ای (۱۵/۵۲) که بزرگ تر از مقدار T جدول بحرانی می‌باشد. هم چنین با توجه به این که میزان معنی داری این آزمون (sig = ۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است. لذا فرض صفر رد شده و فرض مقابل (فرضیه تحقیق) پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان بیان نمود که بعد شناختی بر تعالی سازمانی کارکنان تأثیر دارد.

فرضیه ۴: رتبه بندی هر یک از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در تأثیر پذیری از تعالی سازمانی متفاوت است.

جدول ۴: خلاصه تحلیل آماری فرضیه چهارم تحقیق

کای دو	df	α	Sig
۲۹/۳۴	۲	۰/۰۵	۰/۰۰۰

مقدار کای دو محاسبه شده (۲۹/۳۴) بزرگ تر از مقدار جدول بحرانی می‌باشد. هم چنین با توجه به این که میزان معنی داری این آزمون (sig = ۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است. لذا فرض صفر رد شده و فرض مقابل (فرضیه تحقیق) پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان بیان نمود، که میزان تأثیر هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی متفاوت است.

جدول ۵: رتبه بندی آزمون فریدمن

رتبه	متغیر	میانگین رتبه ای
۱	بعد شناختی	۲/۵۱
۲	بعد ساختاری	۲/۰۲
۳	بعد ارتباطی	۱/۹۴

همچنین نتایج رتبه بندی آزمون فریدمن نشان داده است، که بعد شناختی سرمایه اجتماعی از نگاه آزمودنی‌ها، بیشترین تأثیر را بر تعالی سازمانی دارد. و ابعاد ساختاری و ارتباطی در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند.

بحث و نتیجه‌گیری

مفاهیم همکاری، مشارکت و اعتماد شاید از بدیهی‌ترین مصادیق برای سرمایه اجتماعی در هر سازمانی باشد. سرمایه اجتماعی مانند سرمایه‌های دیگر بستری مناسب برای دسترسی به فرصت‌ها و اهداف زندگی را آماده ساخته، یکی از منابع مهم موفقیت سازمانی و اجتماعی محسوب می‌شود. در عصر حاضر مدیران برای توسعه، بیشتر از آن که به سرمایه‌های فیزیکی و انسانی نیازمند باشند، به سرمایه اجتماعی نیاز دارند. از این رو، سرمایه اجتماعی به عنوان یک اهرم توفیق آفرین نقش بسیار مهم تری از سرمایه فیزیکی و انسانی را در سازمان و جامعه داراست و می‌تواند بستری مناسب را برای اثربخش بودن سازمان‌ها بوجود آورد. کارکنانی که از سرمایه اجتماعی مطلوبی بهره می‌برند دارای ارتباطات شغلی قوی بوده، در تعامل با سایر همکاران به طور مطلوبی رفتار می‌نمایند و در

سازمان خود نیز از این روابط اجتماعی مناسب بهره می‌جویند. در نتیجه این تعاملات و ارتباطات مناسب بین کارکنان با یکدیگر و همچنین با مدیران و سایر افراد که به نوعی در سازمان با آنها در ارتباط می‌باشند، باعث می‌شود که کارکنان از کار در سازمان لذت برده و به سبب حمایت‌هایی که از سایر همکاران بهره می‌جویند، در محیطی که کار می‌کنند، احساس آرامش و امنیت بیشتری و تعلق خاطر بیشتری نسبت به شغل و سازمان خود داشته باشند. در نتیجه کارکنان می‌توانند در کار خود نظم بیشتری داشته باشند، مدت زمان بیشتری را در سازمان صرف کنند و در راستای رسیدن به اهداف سازمان از هیچ تلاش و کوششی مضایقه نمایند.

سرمایه اجتماعی در گروه‌ها و سازمان‌ها به تغییر رفتاری منجر می‌شود. این تغییر باعث تسهیم بیشتر در دانش می‌شود و به طور مثبت بر عملکرد سازمان و شغل تأثیر می‌گذارد. گسترش روابط که باعث ایجاد حس اعتماد و تعهد دو طرفه و ایجاد زبان و موقعیت مشترک می‌شود به عنوان تولید کننده سرمایه اجتماعی تلقی می‌شوند. و این سرمایه اجتماعی خود باعث ایجاد محیطی می‌شود بر عملکرد به طور مثبت تأثیر دارد. سازمانها تا زمانی که برای بقاء تلاش می‌کنند و خود را نیازمند حضور در عرصه‌های مختلف می‌دانند. باید عملکرد خود را بهبود بخشند. و این بهبود عملکرد با ایجاد زمینه دستیابی به ارتقای سرمایه اجتماعی امکان پذیر است.

سرمایه اجتماعی نسبت به سرمایه فیزیکی و انسانی نقش بسیار مهم تری در سازمانها و جوامع ایفا می‌کند. در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند. و پیمودن راه‌های توسعه و تعالی سازمانی و سرآمدی ناهموار و دشوار می‌شود. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی در بهبود کیفیت خدمات و تعالی سازمانی موثر بوده و نه فقط کارکنان و مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری بلکه سایر سازمان‌ها نیز می‌توانند با به کار گیری روشهای مناسب مانند اعتماد سازی بین اعضای سازمان و واحدهای سازمانی، مشارکت و گسترده کردن شبکه‌ها میان اعضای سازمان، تشویق و تشکیل گروهها و کمیته‌های ارتقای بهره‌وری و کمیته‌های کیفیت خدمات و کمیته تکریم ارباب رجوع در سازمان در جهت افزایش سرمایه اجتماعی کارکنان اقدام کرده و در نهایت به تحقق سرآمدی و تعالی سازمانی دست یابند که نتیجه این پژوهش با نتایج پژوهش عربشاهی (۱۳۹۳)، ثمرین و مقیمی (۱۳۸۹) و گیوریان و دیندار فرکوش (۱۳۹۰) همسو می‌باشد. با توجه به نتایج پژوهش به مدیران سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود. از طریق تقویت سرمایه

اجتماعی در سازمان، تعالی سازمانی را محقق سازند. سرمایه اجتماعی به کارگیری مؤثر سرمایه‌های دیگر مانند سرمایه‌های مالی، فیزیکی و انسانی را تسهیل می‌کند. سرمایه اجتماعی در خلق و انتقال دانش مؤثر واقع می‌شود، و در ایجاد مزیت رقابتی پایدار برای سازمان نقش دارد. سرمایه اجتماعی عاملی مهمی در تضمین بقای سازمان محسوب می‌شود. مدیران می‌توانند از طریق تقویت سرمایه اجتماعی و با ایجاد پیوندهای رسمی و غیررسمی بین افراد و ایجاد اعتماد متقابل میان آنان زمینه ایجاد سازمان متعالی را فراهم کنند.



منابع

- ایزری، مهدی و دلوی، محمدرضا. (۱۳۸۸). نیل به تعالی سرآمدی از طریق تقویت فرهنگ سازمانی. جامعه شناسی کاربردی، سال بیستم، پیاپی ۳۳، شماره اول، صص ۱۹۶-۱۷۱.
- حسن زاده ثمرین، تورج و مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۹). اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی. مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۳ پاییز ۱۳۸۹ صص ۱۴۳-۱۲۳.
- عربشاهی کریزی، احمد. (۱۳۹۳). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی. مدیریت سرمایه اجتماعی. دوره ۱ شماره ۱. پاییز ۱۳۹۳. صص ۹۹-۸۱.
- کریمی، مجید؛ حیدری، صفورا و نوش مهر، علی. (۱۳۹۲). نمونه عملی اجرایی مدل تعالی سازمانی EFQM و منطق RADAR در سازمان‌های بهداشتی درمانی.
- مقیمی، سید محمد؛ امامی، فرزانه و کاظمی، معصومه. (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت بندی شاخصه‌های سرمایه اجتماعی و تأثیر آن بر بهبود عملکرد سازمانی در نظام دانشگاهی، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره نهم، شماره دوم، صص ۶۰-۲۰.
- نخعی نژاد، مهدی. (۱۳۸۶). مروری بر مفاهیم و چگونگی تعالی سازمان در نیروی انتظامی، ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال چهارم، شماره ۱۲، مرداد و شهریور.

Reference

- Erikson, H. (2004). "Organisational value of participating in a quality award process: a Swedish study". The TQM Magazine, 16(2), 78-92.
- Hoffman, J. J., Hoelscher, M. L., & Sherif, K. (2005). "Social capital, knowledge management and sustained performance". Journal of Knowledge Management, 9(3), 93-100.
- George, C. & Cooper, F. & Douglas, A. (2003). Implementing the EFQM excellence model in a local authority. Managerial Auditing Journal, 18. 2, 122-127.
- Oh, H. S., Chung, M. H., & Lbianca, G. (2004). "group social capital and group effectiveness". The academy of management journal, 147(6), 860.
- Rhodes, J., Lok, P., Hung, R. Y. Y., & Fang, S. C. (2008). "An integrative model of organizational learning and social capital on effective knowledge transfer and perceived organizational performance". Journal of Workplace Learning, 20(4), 245-258.

- Sabatini, F. (2008). "Does social capital improve labor productivity in Small and Medium Enterprises?". International Journal of Management and Decision Making, 9(5), 452-480.
- Tari, J. J. & Espinosa, S. J. (2007). "EFQM model self-assessment using a questionnaire university administrative approach in services". The TQM Magazine, 19(6), 604-616.
- Sankaran, K. (2008). "Social Capital and Outcomes". International Journal of Management and Decision Making, 9(5).
- Thompson, D. (2009). "What does social capital mean?". Australian journal of social issues, 44(2), 145-161.

