

اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی

تورج حسن‌زاده ثمرین*، سید محمد مقیمی**

چکیده

بسیاری از سازمانها صرف نظر از اندازه و میزان تجارت به اهمیت سرمایه اجتماعی به عنوان منبع پایدار رقابت و تعالی و مبنایی برای نوآوری و تطبیق پذیری شان اعتراف دارند. موضوع این مقاله طراحی و تبیین مدل سرمایه اجتماعی به منظور دستیابی به تعالی سازمانی در شهرداری تهران می باشد. برای متغیر مستقل دو بعد درونی و بیرونی شامل اعتماد، هنجار، ارزشهای دینی، شبکه مشارکت و قانون در نظر گرفته شده است و برای متغیر وابسته نه بعد در نظر گرفته شده است. این تحقیق از نوع کاربردی بوده است و قلمرو جغرافیایی آن مناطق ۲۲ گانه شهرداری تهران در سطوح سازمانی کارشناسان، رؤسای ادارات، معاونین و مدیران منطقه بوده است. روش تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی است که به روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای با تعداد نمونه ۳۴۲ انجام گرفته است. همچنین از روش‌های تحلیل همبستگی، تحلیل رگرسیون، مدل معادلات ساختاری و آزمون فریدمن برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و استفاده شده است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که در شهرداری تهران بین سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت واضح‌تر، با افزایش سرمایه اجتماعی تعالی و سرآمدی سازمان ارتقا و بهبود می‌یابد.

کلید واژه‌ها: سرمایه اجتماعی، اعتماد، شبکه، کیفیت و تعالی سازمانی.

*عضو هیئت علمی، دانشگاه غیر انتفاعی مقدس اردبیلی.

**دانشیار، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران (نویسنده مسئول).

مقدمه

در جهان رقابتی امروز و آزاد سازی اقتصادی، کیفیت یکی از عوامل مهم برای رسیدن به مزیت رقابتی است. یک محصول یا خدمت با کیفیت بالا به سازمان کمک می کند تا مشتریان خود را حفظ و بر تعداد آن بیافزاید. کیفیت پایین منجر به نارضایتی مشتریان شده، در نتیجه هزینه کیفیت پایین صرفاً افزایش ضایعات یا اصلاح خطاها نیست بلکه ازدست دادن آینده سازمان است [۲۰]. نوآوری های عرصه فناوری مرزهای جغرافیایی را از بین برده و منجر به مشتریان آگاه و مطلع شده است. محیط تجاری بسیار پیچیده شده و از حالت محلی به جهانی تبدیل شده است. فشار مداوم به مدیریت صورت می گیرد تا با کاهش هزینه های عملیاتی و بهبود پشتیبانی، مزیت رقابتی خود را افزایش دهد؛ مشتریان از افزایش استانداردها بسیار آگاه هستند و به میزان زیادی به محصول و خدمات دسترسی دارند تا از میان آنها انتخاب و گزینش کنند [۱۳]. 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. به منظور توانایی برای مدیریت سرمایه اجتماعی ما نیازمند شناخت منشاء آن و چگونگی ایجاد این داراییها در سازمان می شویم [۱۲]. در واقع سازمانها و شرکت های گوناگون با مدیریت تعالی سازمان و ارزیابی سرمایه اجتماعی سرو کار دارند و این رساله به دنبال برقراری رابطه قوی بین بخشهای تجاری و مطالعات دانشگاهی در این حوزه است. برای مثال، می توان به بررسی و تبیین سرمایه اجتماعی برای دستیابی به تعالی سازمانی در شهرداری تهران اشاره کرد.

بیان مسئله

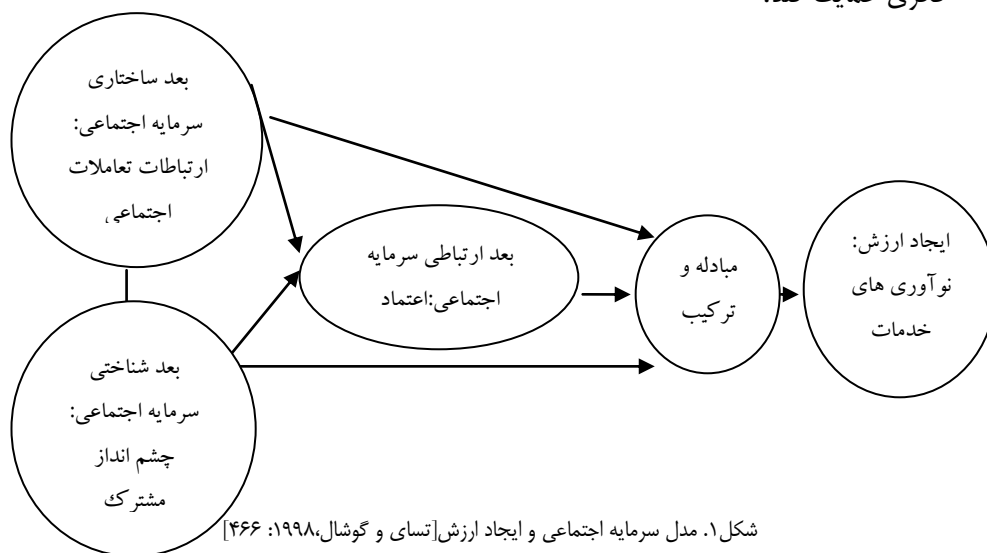
در جهان تجاری امروز بیشترین ارزش سازمانی مبتنی بر داراییهای غیر ملموس است. توانایی برای شناخت و برآورد منبع این ارزش برای سازمانها مهم و حیاتی است [۱۵]. در چنین فضایی این سؤال اساسی قابل طرح است که راز بقا و موفقیت، سرآمدی و تعالی سازمان در بازار رقابتی امروز چیست؟ با نگاهی به ادبیات مربوطه و بررسی نظریات 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 می سازد، به طوری که توجه را به سمت نکاتی که کمتر به آنها پرداخته شده است، یعنی جنبه اجتماعی _ اقتصادی و تعالی سازمانی جلب می کند [۱۹]. اخیراً سرمایه اجتماعی سبب ایجاد تئوری هایی شده که پایه ای برای سایر مطالعات مدیریت هستند. بنابر این مفهوم سرمایه اجتماعی توجه زیادی را در تحقیقات مربوط به نظریه سازمان به خود جلب کرده است. بنابراین

در این تحقیق، نقش سرمایه اجتماعی در دستیابی به تعالی سازمانی در شهرداری تهران مورد بررسی قرار گرفته است و در نهایت نسبت به طراحی مدلی در این خصوص اقدام شده است.

ادبیات موضوع

شبکه‌های قوی، روابط مبتنی بر اعتماد و مشارکت را در اجتماعات آشکار می‌سازد [۱۶]. از دیدگاه سازمانی، گوشال و ناهاپیت 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 [۹]. 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 کند.

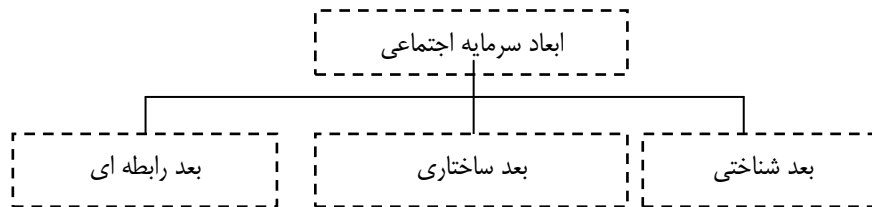
ایده توجه به سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها، همانطور که کاهن و پروساک مطرح می‌کنند، نسبتاً جدید است. با این وجود، طبق نظر آدلر و کان با فرض دوران طفولیت کاربرد سرمایه اجتماعی در زندگی سازمانی، تحقیقات نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی سازمان می‌تواند از سرمایه فکری حمایت کند.



شکل ۱. مدل سرمایه اجتماعی و ایجاد ارزش [تسای و گوشال، ۱۹۹۸: ۴۶۶]

ابعاد سرمایه اجتماعی

ناهایت و گوشال با رویکرد سازمانی جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می‌دهند: شناختی، رابطه‌ای و ساختاری [۱۱].



شکل ۲. ابعاد سرمایه اجتماعی

الف) عنصر شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است. مهمترین جنبه‌های این بُعد عبارت‌اند 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 عبارت‌اند از: روابط شبکه‌ای بین افراد، پیکر بندی شبکه‌ای و سازمان مناسب.

ج) عنصر رابطه‌ای سرمایه اجتماعی توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به دلیل سابقه تعاملاتشان برقرار می‌کنند. مهمترین جنبه‌های این بُعد از سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از: اعتماد، هنجارها، الزامات، انتظارات و هویت [۱۷].

تعالی سازمانی

مفهوم کیفیت از سال‌های قبل وجود داشته و در طول زمان تکامل یافته است. در اوایل قرن بیستم کیفیت به معنای بازرسی محصولات برای اطمینان از تحقق معیارها و استانداردها بوده است. در دهه ۱۹۴۰ در طول جنگ جهانی دوم کیفیت از نظر ماهیت، آماری بوده است [۷]. روش‌های نمونه‌گیری آماری برای ارزیابی کیفیت استفاده می‌شد و نمودارهای کنترل کیفیت برای نظارت بر فرایند تولید به کار می‌رفت. در دهه ۱۹۶۰ به کمک اندیشمندان کیفیت، این مفهوم معنای گسترده‌ای یافت و کیفیت به عنوان پدیده‌ای تلقی می‌شد که کل سازمان و نه فقط فرایند را در بر می‌گرفت، همه ی بخشها مسئول کیفیت محصولات بودند و همه در هزینه کیفیت پائین سهمیم بودند و کیفیت به عنوان مفهومی تلقی می‌شد که سازمان را تحت تأثیر قرار می‌داد [۱۴].

مدل تعالی سازمان

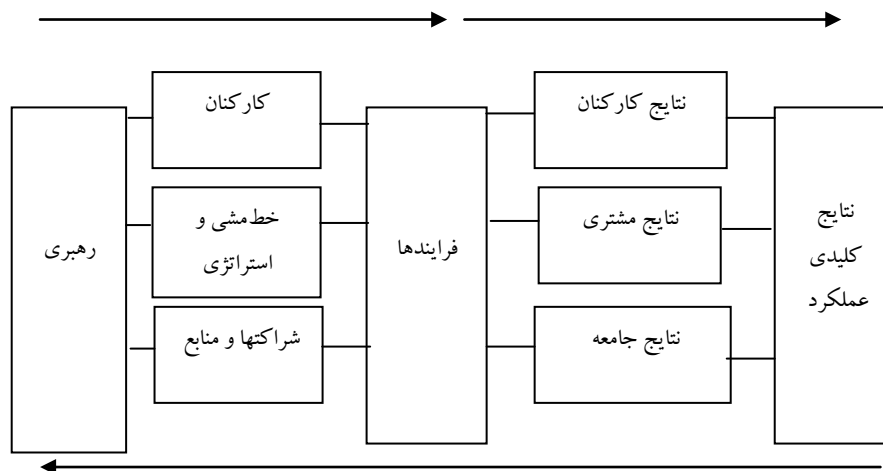
مدلی تعالی سازمانی دارای ۹ معیار است. ۵ معیار آن، توانمندسازها و ۴ معیار دیگر نتایج هستند.

توانمندسازها: عبارتند از رهبری، خطمشی و راهبرد کارکنان، مشارکتها و منابع، فرایندها. نتایج: عبارتند از نتایج مشتریان، نتایج کارکنان، نتایج جامعه، نتایج کلیدی عملکرد [۸]. 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. "نتایج" بهبود می‌یابند. شکل ۳ نمایی از مدل را نشان داده که پویایی مدل در آن نمایان است [۱۸].

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 کاریزماتیک 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 [۱۶].

رویکرد دوم، رویکرد از راست به چپ است که در سال ۱۹۹۷ از سوی تیتو کونتی ۱ 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 [۱۰].

نتایج توانمندسازها



نوآوری و یادگیری

شکل ۳، مدل تعالی سازمانی (جوکارلوس بولوسار، ۲۰۰۵، ص ۳۳۹)

روش شناسی پژوهش

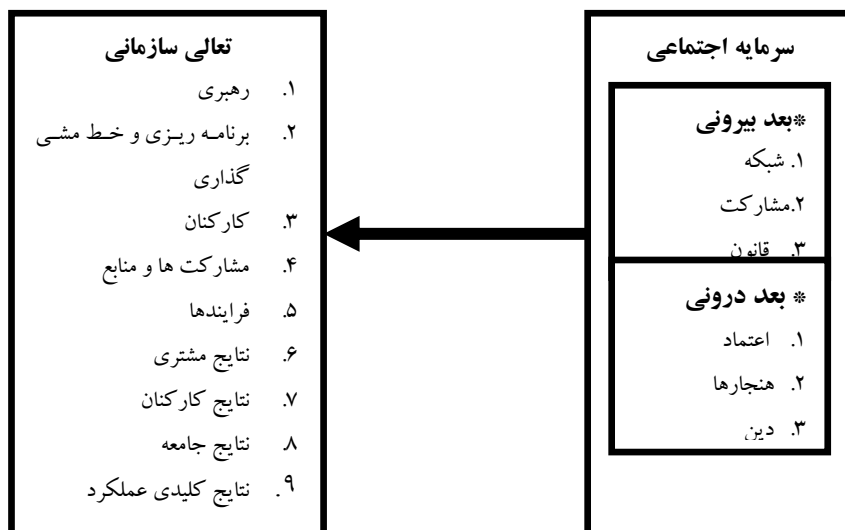
اهداف تحقیق: هدف اصلی این تحقیق بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی برای شناسایی عوامل و ابعاد مؤثر بر سرمایه اجتماعی به منظور دستیابی به تعالی سازمانی و ارائه الگوی بهینه سرمایه اجتماعی است تا مدیران و برنامه‌ریزان بتوانند بر اساس میزان و عوامل تأثیرگذار بر سرمایه اجتماعی آن سازمان، برنامه‌ریزی مناسب برای دستیابی به شایستگی و تعالی سازمان را به اجرا در آورند. هدف‌های فرعی: باتوجه به ابعاد و متغیرهای مدل مفهومی، هدف‌های فرعی این تحقیق به شرح زیر است:

- ارائه الگوی بهینه درباره عوامل و ابعاد درونی سرمایه اجتماعی به منظور دستیابی به تعالی سازمانی.
- ارائه الگوی بهینه درباره عوامل و ابعاد بیرونی سرمایه اجتماعی به منظور دستیابی به تعالی سازمانی.
- مشارکت در جهت رفع خلأ پژوهش در زمینه بررسی رابطه میان سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی.

- نظریه آزمایی و ارائه مدل جامع سرمایه اجتماعی در یک سازمان مهم دولت محلی ایرانی.

مدل مفهومی تحقیق

در این تحقیق مدل مفهومی تحقیق، همانطور که در نمودار زیر مشاهده می‌شود، براساس مبانی نظری تحقیق طراحی و پیشنهاد شده است.



نمودار ۴. مدل مفهومی تحقیق

روش تحقیق:

این تحقیق از نظر نوع تحقیق کاربردی نامیده می‌شود [۵]. در این تحقیق هدف بررسی رابطه متغیرهای موجود در تحقیق است. روش تحقیق به کار گرفته شده، تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است که به توصیف و تحلیل روابط بین متغیرهای سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی پرداخته است.

مشخصات جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این تحقیق سطوح مختلف مدیران شهرداری تهران (شامل مدیران و معاونین مناطق، روسای اداره ها و کارشناسان در مناطق ۲۲ گانه شهرداری تهران هستند. باتوجه به مشخص

ومحدود بودن این جامعه آماری برای تعیین حجم نمونه از فرمول زیر استفاده شده است [۱]. روش نمونه گیری در این تحقیق، نمونه برداری تصادفی طبقه‌ای متناسب می‌باشد.

$$340 = \frac{(2790)(1.96)^2 [(0.5)(0.5)]}{(0.05)^2 (2790 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

روش‌ها و ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات

در این تحقیق محقق بر اساس روش‌های پیمایشی و کتابخانه‌ای و با استفاده از ابزارهای فیش برداری به منظور جمع‌آوری اطلاعات مربوط به مبانی نظری تحقیق و نیز پرسشنامه به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز برای آزمون فرضیه‌ها تحقیق اقدام کرده است. در این تحقیق محقق از دو پرسشنامه شامل: پرسشنامه سرمایه اجتماعی با ۳۱ سؤال و پرسشنامه تعالی سازمانی با ۳۸ سؤال استفاده کرده است. همچنین برای پاسخ به سؤالات پرسشنامه‌ها از طیف امتیازی لیکرت استفاده شده است.

جدول ۱. تخصیص سؤالات پرسشنامه‌ها به مؤلفه‌ها مدل مفهومی تحقیق

ردیف	مفهوم	ابعاد	مؤلفه‌ها	سؤالات	منبع سوال
			اعتماد	۱ تا ۶	پوتنام و نارایان
		درونی (شناختی و رابطه‌ای)	هنجارها	۱۹ تا ۲۳	پوتنام و انیکس و پالن
۱	سرمایه اجتماعی		دین	۱۴ تا ۲۷	رونالد سیدر
			شبکه	۷ تا ۱۲	پوتنام و نارایان
		بیرونی (ساختاری)	مشارکت	۱۳ تا ۱۸	پوتنام و بانک جهانی
			قانون	۲۸ تا ۳۱	نارایان و پینچیت
			رهبری	۳۲ تا ۳۶	
۲	تعالی سازمانی		برنامه‌ریزی و خط مشی گذاری	۳۷ تا ۴۰	پرسشنامه بنیاد اروپایی
			کارکنان	۴۱ تا ۴۵	کیفیت سازمان ملی
			مشارکت‌ها و منابع	۴۶ تا ۴۹	مطالعات بهره‌وری ایران
			فرایندها	۵۰ تا ۵۳	
			نتایج مشتری	۵۴ تا ۵۷	

نتایج کارکنان	۵۸ تا ۶۱
نتایج جامعه	۶۲ تا ۶۵
نتایج کلیدی عملکردها	۶۶ تا ۶۹

روایی و پایایی پرسشنامه های تحقیق

در تحقیق حاضر بر اساس مدل سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) و مدل سرمایه اجتماعی پوتنام (۲۰۰۲) پرسشنامه مربوط طراحی شده است. همچنین پرسشنامه تعالی سازمانی بر اساس پرسشنامه های بنیاد اروپایی کیفیت و سازمان ملی بهره وری ایران، طراحی شده است. بعلاوه، محقق پرسشنامه های مذکور را به تعدادی از خبرگان شامل استادان راهنما و مشاور، برخی دیگر از اساتید مربوط و همچنین تعدادی از محققان و مدیران در سازمان مورد مطالعه، ارائه داده و نظرات اصلاحی آنان را اعمال کرده است. بنابراین، پرسشنامه های مورد استفاده در این تحقیق از روایی مورد نیاز برخوردار هستند. برای سنجش پایایی پرسشنامه های این تحقیق از روش آلفای کرونباخ با کمک نرم افزار SPSS استفاده شده است. آلفای کرونباخ استخراج شده برای پرسشنامه سرمایه اجتماعی ۷۲/۹ درصد و برای پرسشنامه تعالی سازمانی ۹۰/۶ درصد بوده است. همانطور که نونالی ۱ اظهار کرده است اگر آلفا بزرگتر از ۰,۷، نتیجه معتبر خواهد بود، پس نتیجه می گیریم که پرسشنامه های مورد استفاده در این تحقیق از اعتبار لازم برخوردارند که در جدول ذیل برای تک تک متغیرها ارائه شده است.

جدول ۲. پایایی متغیرهای تحقیق (سرمایه اجتماعی)

متغیر (ابعاد سرمایه اجتماعی)	آلفا کرونباخ
بعد سرمایه اجتماعی	۷۲/۹
بعد هنجار	۹۲/۴
بعد اعتقادات دینی	۸۷,۵
بعد شبکه	۸۹/۶
بعد مشارکت	۷۴/۲
بعد قانون	۸۲/۸
بعد درونی	۷۳/۵
بعد بیرونی	۷۴/۶
بعد اعتماد	۹۰

جدول ۳. پایایی متغیرهای تحقیق (تعالی سازمانی)

متغیر (تعالی سازمانی)	آلفا کرونباخ
بعدتعالی سازمانی	۹۰/۶
بعد رهبری	۹۰/۷
بعد برنامه ریزی و خط مشی	۹۰/۶
بعد کارکنان	۸۸/۸
بعد مشارکت ها و منابع	۸۰/۸
بعد فرایندها	۹۰/۷
بعد نتایج مشتری	۷۵/۵
بعد نتایج کارکنان	۸۵/۳
بعد نتایج جامعه	۸۱
بعد نتایج کلیدی	۷۳/۸

روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات

در این تحقیق به منظور آزمون فرضیه‌های مرتبط با مدل مفهومی پیشنهادی، از روش‌های آمار توصیفی و همچنین آمار استنباطی استفاده شده است. در روش توصیفی از جداول آماری برای توصیف و تحلیل جمعیت شناختی تحقیق استفاده شده است. همچنین در روش آمار استنباطی از تکنیک‌های تحلیل رگرسیون، تحلیل واریانس، تحلیل همبستگی، مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Lisrel 8/54، تحلیل مسیر و آزمون فریدمن با کمک نرم افزار SPSS 16.0 استفاده شده است.

آزمون فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی: بین سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی در شهرداری تهران، رابطه مثبت معناداری وجود دارد.

فرضیات فرعی:

(۱) بین ابعاد درونی سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی در شهرداری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

(۲) بین ابعاد بیرونی سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی در شهرداری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

(۱-۱) بین بعد هنجارهای سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی در شهرداری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

- ۲-۱) بین بعد عقاید دینی سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی در شهرداری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
- ۳-۱) بین بعد اعتماد سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی در شهرداری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
- ۱-۲) بین بعد شبکه سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی در شهرداری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
- ۲-۲) بین بعد مشارکت سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی در شهرداری تهران رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.
- ۳-۲) بین بعد قانون سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی در شهرداری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

در این بخش به منظور تحلیل داده‌های پژوهش و استنباط آماری از تحلیل‌های مختلفی استفاده شده است. ابتدا به منظور شناخت وضعیت سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی از آزمون فرض آماری میانگین یک جامعه یا به عبارتی از آزمون t یک نمونه‌ای (One-Sample Test) استفاده شده است که در واقع تفاوت بین میانگین نمونه مورد بررسی را با یک مقدار مفروض مورد آزمون قرار می‌دهد. در مرحله بعدی برای شناختن متغیرهای مکنون از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. سپس با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و فن تحلیل مسیر معناداری روابط به دست آمده آزمون شد و در ادامه از طریق تحلیل همبستگی و آزمون معناداری ضریب همبستگی برای بررسی ارتباط میان اجزای متغیرهای تحقیق بهره گرفته شده است. در نهایت به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق از تحلیل رگرسیون و مدل معادلات ساختاری استفاده شده است.

برای بررسی وضعیت هر کدام از ابعاد سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی در شهرداری تهران از آزمون آماری میانگین یک نمونه استفاده شد. به منظور تداخل نداشتن با فرضیه‌های تحقیق در هر مورد، گزاره مربوط به صورت سؤال مطرح شده است. فرضیه صفر در هر کدام به این صورت است:

$$H_0: \mu = 3 \text{ (فرض صفر)}$$

$$H_1: \mu \neq 3 \text{ (فرض مقابل)}$$

به عبارتی فرضیه بدین صورت مطرح شده است که آیا مقدار میانگین نمرات در هر بعد جامعه برابر با ۳ است یا خیر.

که در اینجا برای مثال به توصیف و تشریح یکی از ابعاد آن می‌پردازیم.
بعد اعتماد: وضعیت شهرداری تهران در بعد اعتماد چگونه است؟

جدول ۴، آزمون میانگین دو جمله‌ای در خصوص سرمایه اجتماعی، تعالی سازمانی

نتیجه گیری	حد پایین	حد بالا	سطح معناداری	مقدار T	میانگین	تعداد نمونه	بعد
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۳۱۴۱	۰,۱۲۱۰	۰,۰۰۰۰	۴,۴۳۲	۳,۲۱۷۵	۳۰۸	اعتماد
پذیرش فرضیه صفر و رد فرضیه اول	۰,۲۰۱۹	-۰,۰۰۷۱	۰,۶۸۰۰	۱,۸۳۴	۳,۹۷۴۰	۳۰۸	هنجارها
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۳۱۴۱	۰,۱۱۴۵	۰,۰۰۰۰	۴,۲۲۴	۳,۲۱۴۳	۳۰۸	دین
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۲۴۶۱	۰,۰۳۶۴	۰,۰۰۸۰	۲,۶۵۰	۳,۱۴۱۲	۳۰۸	شبکه
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۳۶۳۰	۰,۱۴۱۸	۰,۰۰۰۰	۱,۰۹۸	۳,۲۱۴۸	۳۰۸	مشارکت
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۳۱۸۰	۰,۱۱۱۷	۰,۰۰۰۰	۴,۴۹۱	۳,۲۵۲۴	۳۰۸	قانون
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۹۶۱۲	۰,۷۸۵۶	۰,۰۰۰۰	۱۹,۵۷۱	۳,۸۷۳۴	۳۰۸	رهبری
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۱,۰۵۲۵	۰,۸۶۱۵	۰,۰۰۰۰	۱۹,۷۲۳	۳,۹۵۷۰	۳۰۸	خط مشی
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۵۴۰۴	۰,۳۳۳۶	۰,۰۰۰۰	۸,۳۱۵	۳,۴۳۷۰	۳۰۸	کارکنان
پذیرش فرضیه صفر و رد فرضیه اول	۰,۰۰۰۸	-۰,۱۹۳۹	۰,۰۵۲۰	-۱,۹۵۲	۲,۹۰۳۴	۳۰۸	منابع
پذیرش فرضیه صفر و رد فرضیه اول	۰,۱۸۴۱	-۰,۰۴۴۵	۰,۲۳۰۰	۱,۲۰۲	۳,۰۶۹۸	۳۰۸	فرایندها
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۶۷۶۰	۰,۵۰۷۴	۰,۰۰۰۰	۱۳,۸۱۰	۳,۵۹۱۷	۳۰۸	نتایج مشتری
پذیرش فرضیه صفر و رد فرضیه اول	۰,۰۴۵۴	-۰,۱۸۳۴	۰,۲۳۶۰	-۱,۱۸۶	۲,۹۳۱۰	۳۰۸	نتایج کارکنان
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۴۳۱۷	۰,۲۲۵۸	۰,۰۰۰۰	۶,۲۸۲	۳,۳۳۸۷	۳۰۸	نتایج جامعه
پذیرش فرضیه صفر و رد فرضیه اول	۰,۱۴۹۲	-۰,۰۷۴۵	۰,۵۱۲۰	۰,۶۵۷	۳,۰۳۷۳	۳۰۸	نتایج کلیدی
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۲۴۶۶	۰,۱۰۶۲	۰,۰۰۰۰	۴,۹۴۶	۳,۱۷۶۴	۳۰۸	بعد درونی
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۲۵۹۴	۰,۱۴۶۳	۰,۰۰۰۰	۷,۰۵۹	۳,۲۰۲۸	۳۰۸	بعد بیرونی
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۲۳۷۵	۰,۱۴۱۷	۰,۰۰۰۰	۷,۷۹۰	۳,۱۸۹۶	۳۰۸	سرمایه اجتماعی
رد فرضیه صفر و تأیید فرضیه اول	۰,۴۱۱۲	۰,۳۱۶۵	۰,۰۰۰۰	۱۵,۱۲۲	۳,۲۶۳۹	۳۰۸	تعالی سازمانی

به منظور بررسی و پاسخ به این سؤال از آزمون میانگین یک جامعه استفاده شد. با استناد به نمرات به دست آمده از نمونه و انجام آزمون t یک نمونه‌ای نتایج تحلیل در جدول زیر آمده است. همانطور که مشاهده می‌شود مقدار p -value یا به عبارتی مقدار Sig که مقدار آن معادل صفر است از مقدار $\alpha=0/05$ کوچکتر شده است، بنابراین فرض صفر مبنی اینکه بعد اعتماد در شهرداری تهران مساوی ۳ می‌باشد تأیید نگردیده است. از طرفی دو عدد نشان داده شده در ستون مربوط به فاصله اطمینان ۹۵ درصدی تفاوت میانگین شامل عدد صفر نمی‌باشد لذا این عامل خود مؤید رد فرض صفر است. مثبت بودن حد بالا و پایین این فاصله نیز بیانگر این نکته می‌باشد که میانگین بعد اعتماد در شهرداری تهران بیشتر از عدد ۳ می‌باشد، بنابراین اگر ما با توجه به میانگین این بعد نمره کمتر از ۲ را بحرانی، بین ۲ و ۳ را نامناسب، بین ۳ و ۴ را متوسط، بین ۴ و ۵ را خوب در نظر بگیریم، نتیجه کلی بدین صورت قابل تبیین خواهد بود که از نظر اعتماد شهرداری تهران با توجه به میانگین جامعه (۳/۲۱۷۵) در وضعیت نامناسبی (متوسط) قرار دارد و مطلوب نیست ولی با توجه به اینکه هر دو حد بالا و پایین مثبت است چنان احساس می‌شود که به سمت متوسط در حرکت و پیشرفت است. همچنان که در جدول پایین مشخص است مقدار آماره t برابر با ۴/۴۳۲ است که از ۱/۹۶ بزرگتر است و در ناحیه بحرانی آزمون قرار دارد و به بیان دیگر اختلاف میانگین از عدد ۳ معنادار می‌باشد.

آزمون فرضیه‌های فرعی ۱-۱ تا ۳-۲، مدل ساختاری ذیل نشان دهنده رابطه بین ابعاد هنجارها، عقاید دینی و اعتماد، شبکه، مشارکت و قانون با تعالی سازمانی است که نشان می‌دهد که از بین فرضیه‌ها، فقط فرضیه ششم تحقیق رد شده و سایر فرضیه‌های تحقیق همانطور که انتظار می‌رفت مورد تأیید قرار گرفتند. در بین ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد مشارکت بیشترین تأثیر را بر تعالی سازمانی داشته است (۰/۶۵) و به نحو بهتری توانسته است واریانس تعالی سازمانی را تبیین کند. به عبارت دیگر چنانچه یک واحد مشارکت افزایش یابد، ۰/۶۵ تعالی سازمانی بهبود خواهد یافت. همچنین بعد اعتماد تأثیر کمتری در بین ابعاد سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی داشته است و کمترین واریانس را در توضیح تعالی سازمانی دارد. بطور خلاصه، با توجه به اینکه اعداد معناداری فرضیه‌های تحقیق بجز فرض ششم بالای ۱/۹۶ بوده است فرضیه‌های فرعی تحقیق مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین ضرایب استاندارد (بار عاملی یا ضریب همبستگی) روابط حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار میان پنج بعد اعتماد، اعتقادات، هنجارها، شبکه و مشارکت با تعالی سازمانی است. چنانکه مقدار t بزرگتر از ۱,۹۶ باشد فرض صفر رد و فرض یک تأیید می‌شود یعنی بین ابعاد سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارد.

همچنین در آزمون فرضیه‌های فرعی تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری، در وهله اول خروجی نرم افزار نشان دهنده مناسب بودن مدل ساختاری برآزش یافته برای آزمون فرضیه‌ها هستند)

نسبت χ^2 به df زیر ۳ می باشد بنابراین مقدار χ^2 مقدار مناسب و پایینی است). میزان $0,069 = RMSEA$ نیز نشان دهنده مناسب بودن برازش مدل ساختاری است. به عبارت دیگر داده‌های مشاهده شده تا میزان زیادی منطبق بر مدل مفهومی تحقیق است.

جدول ۵. ضرایب استاندارد و مقدار T در مدل اندازه‌گیری رابطه متغیر سرمایه اجتماعی با تعالی

نتیجه گیری	مقدار T	ضریب استاندارد	رابطه علی
فرض صفر رد و فرض یک پذیرفته می‌شود	۳,۱۳	۰,۳۴	اعتماد
فرض صفر رد و فرض یک پذیرفته می‌شود	۸,۹۷	۰,۴۷	هنجار
فرض صفر رد و فرض یک پذیرفته می‌شود	۹,۸۴	۰,۶۵	دین
فرض صفر رد و فرض یک پذیرفته می‌شود	۶,۲۷	۰,۴۴	شبکه
فرض صفر رد و فرض یک پذیرفته می‌شود	۵,۹۸	۰,۳۶	مشارکت
فرض صفر تأیید و فرض یک رد می‌شود	۰,۵	۰,۰۹	قانون

آزمون فرضیه‌های فرعی ۱ و ۲، مدل ساختاری ذیل نشان دهنده رابطه بین ابعاد درونی و بیرونی سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی است، که نشان داد هر دو فرضیه مورد تأیید قرار گرفتند. در بین ابعاد درونی و بیرونی سرمایه اجتماعی، بعد درونی تأثیر بیشتری بر تعالی سازمانی داشته است (۰/۶۵) و به نحو بهتری توانسته است واریانس تعالی سازمانی را تبیین کند. به عبارت دیگر چنانچه یک واحد بعد درونی افزایش یابد، ۰/۶۵ تعالی سازمانی بهبود خواهد یافت. همچنین بعد بیرونی نیز بر تعالی سازمانی تأثیر دارد (۰/۴۴). به عبارت دیگر از بین این دو بعد، بعد درونی تأثیر بیشتری بر تعالی سازمانی داشته است.

به طور خلاصه، با توجه به اینکه اعداد معناداری فرضیه‌های تحقیق بالای ۱/۹۶ بوده است فرضیه‌های فرعی تحقیق مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین ضرایب استاندارد (بار عاملی یا ضریب همبستگی) روابط حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار میان دو بعد درونی و بیرونی با تعالی سازمانی است.

همچنین در آزمون فرضیه‌های فرعی تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری، در وهله اول خروجی نرم افزار نشان دهنده مناسب بودن مدل ساختاری برازش یافته برای آزمون

فرضیه‌های هستند (نسبت χ^2 به df زیر ۳ است. بنابراین مقدار χ^2 مقدار مناسب و پایینی است). همچنین میزان $RMSEA = 0,025$ نیز نشان دهنده مناسب بودن برازش مدل ساختاری است. به عبارت دیگر داده‌های مشاهده شده تا میزان زیادی منطبق بر مدل مفهومی تحقیق است.

جدول ۶. ضرایب استاندارد و مقدار t در مدل اندازه‌گیری (رابطه بعد درونی و بیرونی) متغیر سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی

رابطه علی	ضریب استاندارد	مقدار t	نتیجه گیری
بعد درونی سرمایه اجتماعی (اعتماد، هنجار و ارزش‌های دینی)	۰,۶۵	۴,۵۳	فرض صفر رد و فرض یک پذیرفته می‌شود
بعد بیرونی سرمایه اجتماعی (شبکه، مشارکت و قانون)	۰,۴۴	۲,۸۶	فرض صفر رد و فرض یک پذیرفته می‌شود

با توجه به اینکه مقدار t یا اعداد معناداری بزرگتر از ۱/۹۶ است پس نتیجه می‌گیریم که فرض صفر رد و فرض یک تأیید می‌شود یعنی بین بعد درونی و بعد بیرونی سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

آزمون فرضیه‌های اصلی تحقیق

برای آزمودن فرضیه اصلی تحقیق یعنی آزمودن رابطه میان سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی از مدل معادلات ساختاری و تحلیل رگرسیونی استفاده شده است. مدل ساختاری نشان دهنده رابطه مثبت و معنادار میان سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی است. بار عاملی سرمایه اجتماعی ۰/۴۵ است یعنی چنانچه سرمایه اجتماعی ۱ واحد افزایش پیدا کند تعالی سازمان ۰/۴۵ افزایش خواهد یافت. بطور خلاصه، با توجه به اینکه اعداد معناداری فرضیه اصلی تحقیق بالای ۱/۹۶ بوده است فرضیه اصلی تحقیق مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین ضرایب استاندارد (بار عاملی یا ضریب همبستگی) روابط حاکی از وجود رابطه مثبت میان سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی است. بنابراین می‌توان عنوان کرد سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی تأثیرگذار است.

همچنین در آزمون فرضیه‌های اصلی تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری، اولاً خروجی نرم افزار نشان دهنده مناسب بودن مدل ساختاری برازش یافته برای آزمون فرضیه‌های هستند) نسبت χ^2 به df زیر ۳ می باشد بنابراین مقدار χ^2 مقدار مناسب و پایینی است. همچنین میزان $RMSEA = 0,058$ نیز نشان دهنده مناسب بودن برازش مدل ساختاری است. به عبارت دیگر داده‌های مشاهده شده تا میزان زیادی منطق بر مدل مفهومی تحقیق است.

جدول ۷. ضرایب استاندارد و مقدار آدر مدل اندازه‌گیری متغیر سرمایه اجتماعی با تعالی

رابطه علی	ضریب استاندارد	مقدار t	نتیجه‌گیری
سرمایه اجتماعی	۰,۴۵	۴,۳۱	فرض صفر رد و فرض یک پذیرفته می‌شود

اولویت بندی مؤلفه ها یا ابعاد اصلی مدل مفهومی

در این قسمت بر اساس آزمون فریدمن به اولویت بندی مؤلفه های مربوط به مدل تحقیق پرداخته می شود.

جدول ۸ مؤلفه های مربوط به سرمایه اجتماعی، میانگین رتبه ها و سطح معنا داری آنرا نشان می دهد.

Test Statistics ^a	
N	۳۰۸
Chi-Square	۸۹۶.۶۵
df	۵
Asymp. Sig.	...

a. Friedman Test

جدول ۹. متغیرهای مربوط به سرمایه اجتماعی و میانگین رتبه آنها

متغیر	اولویت	میانگین رتبه‌ها
اعتماد	۴	۳,۴۸
هنجار	۶	۳
دین	۲	۸۶.۳
شبکه	۳	۵۶.۳

۹۶.۳	۱	مشارکت
۱۴.۳	۵	قانون

آزمون فریدمن: رتبه‌بندی ابعاد

H0: میانگین رتبه‌ها یکسان است

H1: حداقل دو رتبه دارای میانگین متفاوتی می‌باشد

نتیجه آزمون فریدمن دو خروجی است. خروجی اول آمار توصیفی است که میانگین رتبه‌های هر متغیر را نشان می‌دهد. هر چقدر میانگین رتبه‌ها کوچکتر باشد، اهمیت آن متغیر بیشتر است. هنگامی که محقق بخواهد متغیرهای مورد نظر خود را از نظر ارزش و اهمیت رتبه‌بندی کند می‌تواند از آزمون تحلیل واریانس فریدمن برای این منظور استفاده کند. با توجه به اینکه عدد معناداری (۰/۰۰۰) به دست آمده کوچکتر از ۰/۰۵ است در نتیجه فرض صفر رد شده و فرض یک تأیید می‌شود. به عبارت دیگر حداقل بین میانگین دو متغیر اختلاف وجود دارد. از نظر افراد بعد هنجار سرمایه اجتماعی از اهمیت بالاتری برخوردار است و نیاز به توجه به بیشتری دارد و بعد مشارکت کمترین اهمیت را دارد.

جدول شماره ۱۰

Test Statistics^a

N	۳۰۸
Chi-Square	۱۶۶.۶۷۲
df	۸
Asymp. Sig.	...

a. Friedman Test

جدول ۱۱. متغیرهای مربوط به تعالی سازمانی و میانگین رتبه آنها

متغیر	اولویت	میانگین رتبه‌ها
رهبری	۴	۵
خط مشی	۸	۴۳.۴
کارکنان	۹	۸۹.۲

۷۹.۳	۲	منابع
۵۷.۴	۵	فرایند
۷۱.۶	۲	مشتری
۴۲.۴	۷	نتایج کارکنان
۰۴.۷	۱	نتایج جامعه
۱۴.۶	۳	نتایج کلیدی

هنگامی که محقق بخواهد متغیرهای مورد نظر خود را از نظر ارزش و اهمیت رتبه بندی کند می تواند از آزمون تحلیل واریانس فریدمن برای این منظور استفاده کند. با توجه به اینکه عدد معناداری (۰/۰۰۰) به دست آمده کوچکتر از ۰/۰۵ است در نتیجه فرض صفر رد شده و فرض یک تأیید می شود. به عبارت دیگر حداقل بین میانگین دو متغیر اختلاف وجود دارد. از نظر افراد بعد کارکنان تعالی سازمانی از اهمیت بالاتری برخوردار است و نیاز به توجه به بیشتری دارد و بعد نتایج جامعه کمترین اهمیت را دارد.

نتایج یافته های پژوهش

در تحقیق حاضر محقق به دنبال بررسی و تبیین رابطه بین سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی در شهرداری تهران، بود که نتایج تحقیق به صورت زیر ارائه می شود.

این فرضیه با توجه به جدول شماره ۱۱ با ۹۵٪ اطمینان تأیید شد. در خصوص تفسیر نتیجه به دست آمده، می توان گفت که از لحاظ نظری نیز این نتیجه نیز قابل فرض و اثبات بود. سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد، که با خلق اعتماد، مشارکت، هنجارها و باورهای دینی موجب تحقق اهداف به طور اثربخش می شود و سبب دستیابی سازمان به سرآمدی و تعالی در ارائه خدمات می شود.

بیان رابطه مستقیم در فرض بدین معناست که با کاهش یا افزایش مقدار عددی سرمایه اجتماعی، تعالی سازمانی نیز کاهش یا افزایش می یابد. سازمانی که دارای سرمایه اجتماعی خوب باشد می تواند تأثیر شگرفی در کیفیت ارائه خدمات داشته باشد و در مقایسه با دیگر سازمانها به تعالی و سرآمدی بیشتری دست یابد. برعکس سازمانی که در آن سرمایه اجتماعی در سطح مطلوبی وجود نداشته باشد مشارکت و اعتماد بیشتر نخواهد بود و پایین بودن این مؤلفه ها سبب خواهد شد که اعضای سازمان و بخش های سازمانی به دنبال تحقق اهداف فردی و بخشی واحد مربوطه خواهند بود و از کلی نگری در قالب اهداف کلان، مأموریت ها و رسالت سازمان

غافل خواهند ماند و در نتیجه تحقق سرآمدی و تعالی سازمانی ممکن و میسر نخواهد بود. این فرض در تحقیق حاضر تأیید شده، زیرا ضریب همبستگی مثبت و مستقیم است و سطح معناداری آن نیز ۹۵٪ است.

نتیجه گیری

سرمایه اجتماعی نسبت به سرمایه فیزیکی و انسانی نقش بسیار مهمتری در سازمانها و جوامع ایفا می کند. 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. در ضمن اعتماد، هنجارها، مشارکت و شبکه سبب کیفیت بالای خدمات و رضایتمندی ذینفعان سازمان را به دنبال خواهد داشت. این پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی در بهبود کیفیت خدمات و تعالی سازمانی موثر بوده و نه فقط کارکنان و مدیران شهرداری تهران 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.

منابع

۱. آذر، عادل و مؤمنی، منصور. (۱۳۸۲). *آمار و کاربرد آن در مدیریت* ج ۱ و ۲، تهران: سمت.
۲. خاکی، غلامرضا. (۱۳۷۹). *روش تحقیق در مدیریت*، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
۳. دلاور، علی. (۱۳۷۸). *مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی*، تهران: رشد.
۴. سرمد، زهره، عباس بازرگان و الهه حجازی. (۱۳۸۰). *روشهای تحقیق در علوم رفتاری*، تهران: آگاه.
۵. سکاران، اوما. (۱۳۸۱). *روش تحقیق در مدیریت*، محمد صائبی شیرازی، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
6. Danchev, A. (2008). "Economic and social capitals: two keys for improvement of the firm's management vision". *International Journal of Management and Enterprise Development*, 5(5), 609-618.
7. Talwar, B. (2009). "Comparative study of core values of excellence models vis-à-vis human values". *MEASURING BUSINESS EXCELLENCE*, 13(4), 34-46.
8. Klefsjo, B., Bergquist, B., & Garvare, R. (2008). "Quality management and business excellence, customers and stakeholders". *The TQM Journal*, 20(2), 120-129.
9. Thompson, D. (2009). "What does social capital mean?". *Australian journal of social issues*, 44(2), 145-161.
10. Erikson, H. (2004). "Organisational value of participating in a quality award process: a Swedish study". *The TQM Magazine*, 16(2), 78-92.
11. 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.
12. Frits, K. P., & Leana, C. (2009). "The effects of teacher human and social capital on student performance". *Academy of Management Journal*, 52(6), 1101-1124.
13. Harrington, H. J. (2004). "The fallacy of universal best practices". *Total Quality Management & Business Excellence*, 15, 5-6
14. Henrik, V. A. & Lawrie, G. (2004). "Effective quality management through third-generation balanced scorecard" *International Journal of Productivity and Performance Management*, 53 (7), 634-645
15. Oh, H. S., Chung, M. H., & Lbianca, G. (2004). "group social capital and group effectiveness". *The academy of management journal*, 147(6), 860.
16. Hoffman, J. J., Hoelscher, M. L., & Sherif, K. (2005). "Social capital, knowledge management and sustained performance". *Journal of Knowledge Management*, 9(3), 93-100.
17. 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

18. 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.
19. Sankaran, K. (2008). "Social Capital and Outcomes". *International Journal of Management and Decision Making*, 9(5).
20. Striukova, L. (2008). "The role of social capital in virtual teams and organizations: corporate value creation". *International Journal of Networking and Virtual Organizations*, 5(1), 503-516.