

اقتصاد اعتماد

(The Economics of Trust)

دکتر غلامحسین عبیری

مقدمه

خصوصی سازی فراهم کند و صاحب نظران نیز اقتصاد اعتماد را به عنوان محصول گستره آزادسازی در حوزه های مختلف بشمار آورند.

اعتماد به عنوان یک کالا

اعتماد، یک کالای خدماتی است که به صورت مکمل، روابط اقتصادی - اجتماعی ما را سامان می دهد و فقدان آن، ریسک فعالیت های اقتصادی را افزایش داده و مدیریت را با حجم انبوهی از قوانین روبرو می سازد. اعتماد، به طور موثری توانایی جایگزینی با مساله کنترل در سازمان را دارد و Dasgupta (۱۹۸۸) هم برای اولین بار اعتماد را به عنوان یک محصول (Commodity) در نوشته هایش مورد توجه قرار می دهد.^(۲) وی بر این باور است که اعتماد و کنترل عملکرد مشابهی دارند. از این رو، با هزینه های کمتر می توان سازمان را متحول نمود و منابع را بهتر به کار گرفت.

اعتمادسازی، نقطه مقابل تروریسم است.

اقتصاد اعتماد، اقتصادی است غیرمتمرکز که با شرایط شفاف سازی در درآمدهای سرانه بالا، به سهولت می تواند کارایی، اثربخشی و بهره وری را در بنگاه های اقتصادی متحول سازد. بنابراین، اقتصاد اعتماد، برخلاف اقتصاد فقر (The Economics of Poverty) عمل می کند.^(۳) چالش های موجود در این دو فضای متعارض از آنجا شروع می شود که فرهنگ سنتی در مقابل فرهنگ مدرن، محیط اعتماد را در فعالیت های اجتماعی با دشواری روبرو می سازد.

بالارفتن نرخ بهره در بازارهای غیردولتی، کاهش شاخص بورس، فرار سرمایه و ده ها پدیده دیگر اقتصادی، محصول برآمدن "دیوار بی اعتمادی" مردم نسبت به فرایندهای تصمیم گیری در سطح کلان می باشند. این تصمیم گیری ها می توانند از

این تنها اکسیژن نیست که عامل حیات انسان است، بلکه اعتماد نیز عامل مهمی در حفظ بقای انسان بشمار می رود. گستردگی و عمق رابطه بین اعتماد و اقتصاد آنقدر زیاد است که نمی توان به سهولت حوزه خاصی را برای مطالعه آن توصیه نمود، اما "اقتصاد اعتماد" یا The Economics of Trust بخش مهمی در رابطه با مباحث مورد نظر ما می باشد.

اعتماد که واژه ای مصطلح در زبان فارسی است، ریشه عربی دارد و به مفهوم تکیه کردن، یا واگذاری انجام کاری به دیگری تعریف شده است.^(۱) در واژه نامه های انگلیسی هم کلمه اعتماد به معنای پشتگرمی، اعتقاد و اتکا به کاررفته و معادل کلماتی است مانند Trust، Reliance، Confidence و Dependence. در میان واژه های انگلیسی، کلمه Trust واژه ای متداول و همسو با فرهنگ جوامع غرب است، که در مکالمات بیشتر مورد استفاده قرار می گیرد.

حرکت پست مدرنیسم از یک سو، و فرادیوانسالاری (Post-bureaucracy) از سوی دیگر، میدان عمل گسترده تری را برای نزدیک شدن واژه اعتماد به اقتصاد فراهم کرده اند، لذا "اقتصاد اعتماد" مفهومی فراتر از یک رابطه ساده را بیان می کند. تقریباً از سال های ۱۹۸۸ به این سو، این واژه مورد استفاده گسترده علمی اقتصاد و سایر حوزه های اجتماعی قرار گرفته و شخصیت های علمی معتبری در این خصوص به کاوش پرداخته اند.

از آنجا که اقتصاد اعتماد در سایه خصوصی سازی و آزادسازی رشد و نمو می کند، لذا توجه به آن جهت درک بهتر فضای عصر ارتباطات ضروری است، و امیدوارم که این نوشتار بتواند پویایی بیشتری را برای سرعت بخشیدن به امر

تورم های افسارگسیخته، دردسرسازترین عامل در نابسامانی ساختار اقتصاد اعتماد بشمار می روند.

گرفته می‌شوند تا بتوانند بخش خدمات را که بیش از هفتاد درصد اشتغال کلانشهرها را به خود اختصاص داده است، هر چه بهتر توضیح دهند و تشریح نمایند. ورود شرکت‌های بزرگ (MNCs) در کنار بنگاه‌های اقتصادی بزرگ، نظم و ترتیب خاصی را در ساختارهای سازمانی ایجاد می‌کند که دیگر نمی‌تواند تابع سلسله‌مراتب فرماندهی در جامعه مدرن ماکس وبر (۱۹۲۰-۱۸۶۴) باشد و یا از نگاهی دیگر نمی‌تواند نظام فکری Leon Walras (۱۹۱۰-۱۸۳۴) را در حوزه مدل‌های اقتصادی توصیف نماید.

امروز بخش خدمات موتور محرکه رشد ساختارهای فراصنعتی است. این ساختار متأثر از دیدگاه‌های Karl Popper (۱۹۹۴-۱۹۰۲) در رساله "جامعه باز و دشمنانش" می‌باشد. پوپر به "تئوری عمومی دانش" به عنوان عقلانیت جامع یا گسترده (Comprehensive Rationalism) معتقد بود. در این ساختار، خردگرایی فردی پاسخگوی نیازهای سازمان و جامعه نیست و سازمان می‌بایست برای خود هویتی را ساماندهی کند.

بیشترین آسیبی که در نظام‌های اجتماعی کشورهای در حال توسعه می‌توان ردیابی کرد، از محل تمرکز قدرت و عدم استقبال از تفکر شبکه‌ای است. Gray و Garsten (۲۰۰۱) بر این باورند که در شرایط حاضر که فرایند تولید مرتباً پیچیده و پیچیده‌تر می‌شود، انعطاف‌پذیر شدن سازمان‌ها از طریق کاهش قوانین و مقررات رسمی که در دیوانسالاری سازمان پذیرفته شده، الزامی است^(۵). Gray و همکارانش معتقدند که سازمان‌ها یا به عرصه جدیدی از Post-bureaucracy گذاشته‌اند و این مساله نباید از نظرها دور بماند که فرایندهای تولیدی گذشته، دیگر نمی‌توانند کارآمد باشند. بنابراین، تاکید بر انعطاف‌پذیری فراتر از قانون (Rule) که بنگاه‌های اقتصادی را به تنگنا کشیده است، الزامی است.

اقتصاد اعتماد، اقتصادی است غیرمتمرکز که با شرایط شفاف‌سازی در درآمدهای سرانه بالا، به سهولت می‌تواند کارایی، اثربخشی و بهره‌وری را در بنگاه‌های اقتصادی متحول سازد.

انعطاف‌پذیری، نقطه آغازین اعتماد است و استمرار انعطاف‌پذیری به معنای تلاش در نهادینه‌نمودن اقتصاد اعتماد در نهادها و بنگاه‌های اقتصادی بشمار می‌رود. در عمل، انعطاف‌پذیری، پذیرش این واقعیت است که امر تصمیم‌گیری نمی‌تواند در شرایط اطمینان کامل تحقق یابد، لذا ضروری است که احتمالات را مدخلی برای رویکرد به انعطاف‌پذیری ارزیابی کنیم. توجه به این نکته، به مفهوم پذیرش مشارکت دیگران در امر تصمیم‌گیری و یا هدایت تصمیم‌گیری است. این پدیده در مسایل خانوادگی به خوبی قابل‌رویت و شکل‌گیری است، زیرا حوزه مالکیت محدود به منافع افراد خانواده است، اما در سازمان‌ها شکل‌گیری مالکیت، دامنه منافع افراد را ضرورتاً دربر نمی‌گیرد. در سطح جامعه و حاکمیت نیز همین تعارض دیده می‌شود.

در عصر فراپروکراسی، مدیریت با یک ساختار شبکه‌ای روبرو است و افراد تأثیر هم‌افزایی (Synergy) بر فرایند تولید دارند. لذا حوزه ارتباطات از شکل یک چارت یا نمودار سازمانی به یک شبکه تبدیل می‌شود. ما در ساختار اقتصاد خرد مطلوبیت حاصل از مصرف یک کالا را محدود به موقعیت و رابطه فرد با کالا

یک ساختار دولتی برخوردار باشند و برعکس، می‌توانند متأثر از تصمیم‌گیری در بخش سایه اقتصاد (اقتصاد غیررسمی) بشمار آیند.

مدیریت منابع انسانی (HRM) نیز به‌شدت تحت‌تأثیر اقتصاد اعتماد است و تورم‌های افسارگسیخته، دردسرسازترین عامل در نابسامانی ساختار اقتصاد اعتماد بشمار می‌روند. سرمایه‌های اجتماعی، به‌ویژه در بخش خدمات، تأثیرپذیر از اعتماد نسبت به محیط هستند. تحقیقات به‌عمل‌آمده در حوزه میزان اعتماد عمومی به مشاغل مختلف در ایران در سال‌های اوایل دهه ۱۳۸۰، که توسط وزارت ارشاد صورت گرفته، نشان می‌دهد که پایین‌ترین سطح اعتماد متعلق به تجار و کسبه است. از این رو، تا اعتماد عمومی نسبت به تجار و کسبه به سطح قابل‌قبولی نرسد، امکان رونق‌گرفتن بخش خصوصی و بهبود بازار بورس فراهم نخواهد شد.

اعتماد، ریشه در آرامش و همواری دارد، و برعکس، خشونت با درستی و ناهمواری و تندخویی همراه است. از این رو، احیای اقتصاد اعتماد در شرایط انقلابی و آن هم از نوع ایدیولوژیک، با سختی‌های خاص خود روبرو است و نمی‌توان در شرایط بحران، زمینه جایگزینی آن را فراهم نمود.

اعتماد، کالایی است نرم‌افزاری، که حوزه‌های متفاوتی از رفتارهای مردم را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد: از بی‌اعتنایی نسبت به روند افزایش قیمت‌ها تا عدم‌توجه به تحولات اداری، و در حوزه‌های کلان هم کم‌توجهی نسبت به تحولات سیاسی منطقه، از جمله رویدادهایی است که نقش اعتماد را در واکنش نسبت به تغییرات نشان می‌دهد.

© کارل پوپر، نویسنده جامعه‌باز و دشمنان آن.

اعتماد، کالایی است که برای جامعه نقش سیمان (Cement) را بازی می‌کند. Elster (۱۹۸۹) در کمبریج این جایگاه را به وضوح تشریح کرده است^(۴).

در سطح خانواده به خوبی قابل‌رویت است که با افزایش اعتماد بین اعضای خانواده، روند افزایش هزینه‌ها کاهش می‌یابد، و برعکس خانواده‌ها در شرایط بحران اگر بی‌اعتمادی نیز بر ددرسرهاشان افزوده شود، روند خسارت‌های اقتصادی‌شان به شدت افزایش می‌یابد. از اینرو، استفاده مناسب از این کالا (اعتماد) به شرایط و موقعیت مصرف‌کننده برمی‌گردد، که چه اهدافی موردنظر است. برخی بر این باورند که از طریق قوانین و مقررات می‌توان کاستی‌های ناشی از فقدان اعتماد را از میان برداشت، در حالی که در عمل این جایگزینی چندان ساده نیست و در برخی از جوامع، به‌ویژه در جوامع توسعه‌نیافته، قوانین و مقررات نتوانسته‌اند به گونه‌ای اعتماد را عمل کنند.

عصر فراپروکراسی

واژه‌های فراصنعتی، پست‌مدرنیسم، فراپروکراسی و فراملی از آن جهت به کار

گسترده‌گی و عمق رابطه بین اعتماد و اقتصاد آنقدر زیاد است که نمی‌توان به‌سهولت حوزه خاصی را برای مطالعه آن توصیه نمود، اما "اقتصاد اعتماد" مفهومی فراتر از یک رابطه ساده را بیان می‌کند.

بشر، از جمله مباحثی می‌باشند که در اقتصاد اعتماد باید مورد بازنگری قرار گیرند. اعتماد دانشجویان به آموزه‌های دانشگاهی، اقتصاد آموزش را به چالش خواهد کشید، که چرا دانشگاه‌ها در حل مسایل اجتماعی ناموفق بوده‌اند؟ همچنین اعتصاب کارگران به خاطر سیاست‌های اقتصادی، اعتماد این طبقه اجتماعی را به دستگاه‌های ذیربط کاهش می‌دهد. در سال ۲۰۰۶، میزان پناهندگان از کشورهای مختلف افغانستان، عراق، سومالی، فلسطین و... چهارده درصد افزایش داشته است. این نشانی از کم‌توجهی به "اقتصاد اعتماد" در نظام‌های منطقه‌ای است.

آزادسازی اسناد ملی ایالات متحده آمریکا در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ شناخت و ارزیابی مجدد سیاست‌های اعمال‌شده و احیای اعتماد عمومی نسبت به حاکمیت بشمار می‌رود. این نوع آزادسازی اطلاعات، می‌تواند در سطح کشورهای دیگر نیز به عنوان ابزار اعتمادسازی مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

② اثر معروف فوکویاما به نام "اعتماد" در سال ۱۹۹۶ به چاپ رسید. رویدادهای اقتصادی و ساختاری، ارزیابی مردم را نسبت به حاکمیت، مدیریت و سیاستمداران تغییر می‌دهد و فضای ارتباطی متفاوتی را ایجاد می‌کند. نتایج غیرمنتظره از انتخابات دور نهم ریاست جمهوری در ایران که منجر به روی کار آمدن آقای احمدی‌نژاد شد، نمونه‌ای از این تغییر در فضای ارتباط فراملی کشور به حساب می‌آید. همچنین رویکرد حاکمیت نسبت به انتشار روزنامه "اعتماد ملی" در این دهه، ضرورت به‌کارگیری "اقتصاد اعتماد" به منظور فائق آمدن بر کاستی‌ها یا تعدیل آثار جانبی دولت‌های پیشین را نشان می‌دهد. این رویکرد با این فرض که دولت‌ها مکمل سیاست‌های دهه‌های قبل از خود هستند، معنی و مفهوم کاربردی‌تری خواهد یافت.

مراحل توسعه اعتماد

مطالعات Zucker (۱۹۸۶) در خصوص روند اعتماد در سال‌های ۱۹۲۰-۱۸۴۰ نشان می‌دهد که سه مبنای توسعه اعتماد قابل‌شناسایی است^(۷):

- (الف) اعتماد بر مبنای فرایند (Process-based Trust).
 - (ب) اعتماد بر مبنای مشخصات (Characteristic-based Trust).
 - (پ) اعتماد بر مبنای ساختارگرایی (Institutional-based Trust).
- در حالت اول، ریشه‌های اعتماد به شیوه مبادله در گذشته یا انتظار از آینده‌گره خورده است. در این حالت، الگوهای مبادله مبنای اعتمادسازی را شکل می‌دهند. در حالت دوم، مشخصه‌های قومیت و نژادی است که الگوی اعتماد بر آن مبنای طراحی می‌شود. و در حالت سوم، اعتماد با حمایت‌های قانونی همراه است. از اینرو، می‌توان نتیجه گرفت که تولید اعتماد، تحت تاثیر روند مبادله کار و

می‌دانستیم، در حالی که در اقتصاد فرامدرن، مطلوبیت در مصرف کالا به حوزه مطلوبیت سایر افراد در مصرف همان کالا نیز مرتبط می‌شود. در حوزه مدیریت، مسوولیت‌پذیری نیز وسیعتر عمل می‌کند و تنها به موقعیت افراد در جایگاه سازمانی آن‌ها محدود نمی‌شود. این برخورد فراساختاری، محیط عملکرد و چگونگی اثر بخشی را در سازمان متحول می‌سازد. اعتماد در این ساختار، هزینه‌های کنترل را کاهش می‌دهد و نقش موثری را در بهبود فرایند تولید بازی می‌کند.

اعتماد در گروه، اعتماد در مجموعه و اعتماد در سازمان، با اعتماد به گروه، اعتماد به مجموعه و اعتماد به سازمان، دو موضوع متفاوت است و نباید از این مساله غفلت نمود. هدف در عصر فرابوروکراسی همانا تعیین جایگاه "اعتماد در" سازمان است. بنابراین "اعتماد به" امری فردی است، در حالی که "اعتماد در" یک حوزه گسترده از روابط سازمانی را شامل می‌شود.

اعتماد در فرایند

اثر معروف Fukuyama تحت عنوان اعتماد (Trust) که در سال ۱۹۹۶ در نیویورک به چاپ رسید، تاکید بر این موضوع دارد که پیش شرط موفقیت در امر جهانی شدن، ایجاد اعتماد است. این کتاب در شرایطی به چاپ می‌رسد که دهه ۹۵-۱۹۸۵ مملو از حوادث تلخ "تروریسم" در نقاط مختلف دنیا است^(۶). در این اثر، فوکویاما به این مساله می‌پردازد که دنیا در مسیر جهانی سازی - یا جهانی شدن - باید پدیده اعتماد را به محیط اجتماعی بازگرداند.

نرخ رشد اقتصادی متفاوت در جوامع مختلف، ناشی از نحوه شکل‌گیری اعتماد در جوامع است.

عضویت کشورهای مختلف در سازمان جهانی تجارت (WTO)، استقبال از همکاری با بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول و دهه‌ها سازمان بین‌المللی دیگر، مشارکت در حل مسایل عدیده‌ای همچون فقر، بیکاری، بیماری‌های مزمن و صدها مساله دیگر حقوق بشری است، که به علت خودخواهی مدیران در عصر حاضر، موفقیت ناچیزی داشته است. این عدم توفیق، ناشی از خلاء اعتماد در میان سازمان‌های بین‌المللی است.

بشر هر روزی را که پشت‌سرمی‌گذارد، با فرآیندهای پیچیده‌تری روبرو می‌شود. فرآیندهایی که رابطه انسان - ماشین و محیط را تغییر می‌دهند. تغییر مستمر این روابط، این نگرانی را در پی دارد که به تدریج انسان اعتماد خود را نسبت به فرایند ازدست می‌دهد و این، شکستی بزرگ برای انسان است. بنابراین، نظام جهانی لازم است که برای حفظ هویت و کرامت انسانی، سرمایه‌گذاری گسترده‌ای در حوزه "اعتمادسازی" داشته باشد.

"اعتمادسازی" نقطه مقابل "تروریسم" است. اگر امروزه تروریسم یک تهدید جهانی بشمار می‌آید، بدان علت است که سیاستمداران در کمتر از نیم قرن پیش از دوست‌وپنجاه بار جوامع مختلف را با کودتا، شورش و... روبرو ساخته‌اند و امروز مردم در آستانه نظم جهانی با اینگونه تجربیات تلخ و اعتمادزدا روبرو هستند. در این شرایط، "اقتصاد اعتماد" پدیده‌ای نو در بازنگری نسبت به سیاست‌های دهه‌های قبل است. اعتصاب کارگران، مسایل پناهندگان و موضوعات متنوع حقوق

اشکال مختلف - چه با دیدگاه‌های Zucker یا Lewicki - مسیر اقتصاد اعتماد را هموار ساخت. گسترش حوزه‌های معرفت یا دانش از یکسو، و شناخت از سوی دیگر، مبنای قابل‌قبولی برای توسعه اقتصاد اعتماد بشمار می‌روند، لذا ضروری است که فرایند اعتمادسازی را به سرعت اصلاح و ساختارهای حفظ آن را ایجاد کرد.

هزینه اعتماد

Sjored Beugelsdijk از مدرسه عالی مدیریت Nijmegen در هلند، رساله‌ای را در ژورنال اقتصادی کمبریج (CJE) در سال ۲۰۰۵ به چاپ رسانده که در آن برای اولین بار رابطه زمان و هزینه را برای ساختار اعتماد توضیح می‌دهد. وی سه مرحله اعتماد را از یکدیگر تفکیک می‌کند^(۹):

(۱) مرحله توسعه اعتماد که با کاهش هزینه روبرو است و توانایی اثبات اعتماد (Reliability) را توضیح می‌دهد.

(۲) مرحله حفظ اعتماد که با ارزیابی تایید هزینه‌های مبادله روبرو هستیم.

(۳) مرحله شکست که می‌تواند با دو حالت بهبود یا تنبیه سخت روبرو باشد. در حالت تنبیه سخت، هزینه اعتماد نسبت به شرایط بهبود افزایش بیشتری خواهد داشت.

در نمودار زیر هزینه اعتماد بر روی محور عمودی و عامل زمان بر روی محور افقی نمایش داده شده است.

نمودار هزینه اعتماد

هزینه	توسعه	حفظ و نگهداری	شکست
		ارزیابی هزینه عملیاتی	تنبیه
	اثبات توانمندی		بهبود
			زمان

دیدگاه Beugelsdijk انعکاس خوبی از روند تحولات اعتماد است. در آغاز، هزینه اعتماد با توسعه فعالیت‌ها روبرو است، اما بر اثر مرور زمان، حفظ و نگهداری مساله اعتماد، ماهیت حرکت نمودار را ثابت نگاه می‌دارد. در این مرحله، هزینه عملیاتی ثابت است، اما در طول زمان یک شوک به روابط مجموعه وارد می‌شود که ممکن است با نابودی همراه باشد. در این حالت، برای حفظ اعتماد هزینه‌گرافی را باید پرداخت، اما اگر شرایط بهبود فراهم باشد، با هزینه کمتری می‌توان اعتماد را به مجموعه بازگرداند. اقتصاد اعتماد، این هزینه را برای هر بخش از ساختار تجربه می‌کند و ضرورتاً منحنی اعتماد در فضاهای اقتصادی متفاوت، تغییرات خاص خود

خدمات در گذشته و انتظار از روند آتی آن است. در این حالت، ثبات اقتصادی، روند تورم و سیکل‌های تجاری، مبنای اعتماد به بازار را تبیین می‌کنند. علت کاهش اعتماد به طبقات اجتماعی در چند دهه اخیر، همانا رویارویی با تورم‌های دورقمی و زمینی است که مردم با آن درگیر بوده‌اند.

از سوی دیگر، اعتماد از طریق موقعیت‌های فرهنگی، قومیت‌ها، زبان، نژاد و دیگر پیوندهای اجتماعی تعریف می‌شود. اقلیت‌ها اعتمادگرا عمل می‌کنند و از این طریق "اقتصاد اعتماد" الگوهای موفقی را ترسیم می‌کند. برای مثال، مردم به رستوران‌هایی می‌روند که پیوندهایی گسترده‌تر از مبنای عرضه و تقاضای کلاسیک را برقرار می‌کنند. به طور نمونه، مسلمانان به رستوران‌هایی می‌روند که مساله ذبح اسلامی در آنها رعایت شده باشد.

همچنین اعتماد می‌تواند متأثر از الگوهای سازماندهی باشد. در این شرایط، حمایت‌های قانونی باعث می‌شوند که مردم در داخل جامعه احساس مثبتی نسبت به روند واکنش‌های قانونی داشته باشند. قوانین یا عرف در بیشتر جوامع زمینه حمایت‌های فردی را فراهم می‌کنند.

تا اعتماد عمومی نسبت به تجار و کسبه به سطح قابل‌قبولی نرسد، امکان رونق‌گرفتن بخش خصوصی و بهبود بازار بورس فراهم نخواهد شد.

Lewicki و همکارانش (۱۹۹۶)، اعتماد را در سه حوزه مورد بررسی قرار می‌دهند^(۸):

(۱) اعتماد برمبنای اندازه‌گیری (Calculus- based Trust).

(۲) اعتماد برمبنای معرفت (Knowledge- based Trust).

(۳) اعتماد برمبنای شناخت (Identification -based Trust).

دیدگاه Lewicki حوزه ارتباطات کاری را هدف قرار می‌دهد و اعتماد را به سوی حوزه نگرش‌های فردی هدایت می‌کند. در این شرایط، اندازه‌گیری اعتماد ممکن است و می‌تواند مجموعه متغیرهای کمی قابل‌توضیح را دربرگیرد. به عبارت دیگر، می‌توان به این نتیجه رسید که نرخ رشد اقتصادی متفاوت در جوامع مختلف، ناشی از نحوه شکل‌گیری اعتماد در جوامع است.

در خصوص اقتصاد ایران اگرچه مطالعه منسجمی را در پیش رو نداریم، اما این فرضیه قوی وجود دارد که ضعف اعتماد در میان طبقات اجتماعی، منجر به کاهش نرخ رشد اقتصادی در دهه ۸۵-۱۳۷۵ شده است، و گسترش بی‌رویه شکاف طبقاتی - فقیر و غنی - نیز عامل مهمی در کاهش اعتماد در میان مردم است.

اقتصاد اعتماد، معمولاً در جوامعی که با جنگ‌های طولانی روبرو هستند، عملکرد ضعیفی دارد، زیرا مطالبات اجتماعی دوران جنگ در شرایط پس از جنگ مقبولیت چندانی ندارند. به عبارت ساده‌تر، پس از جنگ، توجه به سازندگی به عنوان یک اولویت اجتناب‌ناپذیر، زمینه توجه و تمرکز بر "اقتصاد اعتماد" را کاهش می‌دهد و ادامه این روند پس از دوران سازندگی، بنیان‌های اعتمادسازی را تضعیف می‌کند، لذا "اقتصاد جنگ" می‌تواند تصویری متعارض از "اقتصاد اعتماد" را در پیش روی جامعه قرار دهد.

با وجود این، نباید نسبت به احیای "اقتصاد اعتماد" کوتاهی کرد و باید در

این دو مساله برای ساختار کلان حاکمیت نگران‌کننده نیستند، زیرا تورم طی مدت سه دهه در زندگی مردم حضور داشته و مردم نسبت به آن حساسیت نشان نمی‌دهند، و حتی می‌توان گفت که مردم با این شکل از اقتصاد زندگی کرده‌اند و آن را پذیرفته‌اند. در خصوص بیکاری نیز ساختار اقتصادی ایران تجربه طرح‌های ضربتی اشتغال را در وزارت کار دارد، که با اعتبارات سه تا پنج هزار دلاری، اشتغال ایجاد کند! بدیهی است که این مبلغ نسبت به سرمایه‌گذاری برای ایجاد اشتغال‌های مفید بر مبنای سرمایه پانصد هزار تا یک میلیون دلاری، شکاف گسترده‌ای دارد. بنابراین، بیکاری نیز به سهولت در این فرایند قابل‌حل است، هر چند که این قبیل اشتغال‌ها، منجر به رشد اقتصادی نمی‌شوند.

اما آنچه دارای اهمیت است، این است که در اثر مرور زمان، دیوار بی‌اعتمادی، شکاف بین دولت و ملت را زیاد کرده است. بنابراین، توصیه می‌شود که روند اقتصاد اعتماد را با پذیرش برخی از سیاست‌ها و حذف برخی از نگرش‌ها فعال سازیم. طرح تکریم ارباب‌رجوع و یا دولت الکترونیک می‌توانند فضای اقتصاد اعتماد را فعال سازند، هر چند که بارورتر ساختن این گرایش‌ها الزامی است.

یادآور می‌شوم که اهمیت دادن به اقتصاد اعتماد، نباید حرکت‌های ما را در جهت مهار تورم و یا توجه به اشتغال‌زایی کند سازد، زیرا هنوز مهار تورم و ایجاد ثبات در قیمت‌ها، ابزار مناسبی برای رونق اقتصاد اعتماد می‌باشند.

آینده از آن سرمایه‌های اجتماعی است و مهمترین سرمایه اجتماعی، انسان است. لذا در هر سطحی که به مساله نگاه می‌کنید، سعی کنید تا اعتمادبرانگیز عمل کنید و از اعمال ناهنجار بپرهیزید. تمرکز و انباشت ناهنجاری‌ها در اثر مرور زمان بی‌اعتمادی ایجاد می‌کنند. بنابراین، هنجارهای (Norms) صحیح را ارج بگذاریم و سهم آنها را در رفتارهای خود افزایش دهیم.*

منابع

- ۱) فرهنگ عمید / نوشته حسن عمید / چاپ هفتم / انتشارات امیرکبیر / ۱۳۵۳ / صفحه ۱۱۳.
- 2) Dasgupta, P. /1988/ 'Trust as a Commodity' in D.Gambetta(ed) 'Trust: Making & Breaking Cooperative Relations / Oxford.
- 3) Bhowmik, Debesh / 2007 / Economics of Poverty / D & D Pub. / New Delhi.
- 4) Elster, J. /1989/ The Cement of the Society / Cambridge: CUP.
- 5) Grey, C. & Garsten, C. / 2001 / Trust, Control & Post - bureaucracy / Organization Studies / 22(2) / 229-50.
- 6) Fukuyama, F. /1996/ Trust / New York: Simon & Schuster Pub.
- 7) Zucker, L.G. / 1986 / Production of Trust: Institutional Sources of Economic Structure / 1840-1920 / JAI Press.
- 8) Lewicki, R.J. & Bunkers, B.B. /1996/ Developing & Maintaining Trust in Work Relationships / Sage / PP -114-39.
- 9) Sjoerd Beugelsdijk / 2005 / The Cost of Trust / Cambridge Journal of Economics / Aug.8.

* بخشی از موضوع اقتصاد اعتماد، در مصاحبه‌ای که خبرنگار CBS (خانم Elizabeth Palmer) در اردیبهشت ماه ۱۳۸۶ (آوریل ۲۰۰۷) در تهران با نویسنده داشت، مورد نقد و بررسی قرار گرفت. این مصاحبه بخشی از یک تحقیق میدانی است که قرار است در ماه‌های آتی از طریق شبکه CBS پخش شود.

را خواهد داشت. نکته دارای اهمیت در این رساله تحقیقی، همانا تفکیک قایل‌شدن بین محیط توسعه، حفظ و سقوط بنگاه‌های اقتصادی است، که با سایر نظریه‌ها مانند سیکل‌های اقتصادی، سیکل طول عمر و... همخوانی دارد، اما در این اثر متغیر کیفی اعتماد، فضای تحولات خود را به خوبی نشان می‌دهد.

لذا می‌توان نتیجه گرفت که مدیران بنگاه‌های اقتصادی، همواره هزینه اعتماد خود را در امر تصمیم‌گیری می‌پردازند، اما این موضوع شفافیت خاصی را در ارتباطات ساختاری - که من آن را اقتصاد ارتباطات می‌دانم - ایجاد می‌کند. این روند در محیط خانواده با بالا رفتن سن و بی‌اعتمادی نسبت به استمرار ارتباط در آینده، باعث می‌شود که تغییراتی در ساختار مالکیت دارایی‌های ثابت به وجود آید. در سطح نظام اجتماعی نیز اثبات این موضوع چندان دشوار نیست و می‌توان با شناخت مراحل توسعه و سقوط، هزینه‌های اعتماد مردم به ساختار سیاسی - اقتصادی را ترسیم کرد و نتایج مشابهی را ارائه نمود.

آینده را بهتر ببینیم

آنچه نگران‌کننده است، این است که چرا نسبت به شناخت محیط اطرافمان سستی می‌کنیم و گاهی هم کم‌توجهی نشان می‌دهیم. اعتماد مفهومی است که در روند تاریخی هر جامعه، توجه کافی به آن شده و بی‌اختیار در زندگی روزمره و برای اثبات دیدگاه‌های خود، از آن استفاده می‌کنیم. در محیط‌های سازمانی نیز تلاش می‌کنیم تا فرضیه‌های خود را در قالب جملات اعتمادبرانگیز بیان کنیم و یا نگرش ما از مجموعه سازمان، متأثر از فضای اعتمادی است که در فراوانی روابط بین مجموعه‌های دیده می‌شود.

اگرچه اقتصاد امروز ایران با بحران بیکاری و تورم روبرو است، اما آنچه دارای اهمیت است، این است که دیوار بی‌اعتمادی، شکاف بین دولت و ملت را زیاد کرده است.

خوشبینی و بدبینی‌های ما نسبت به محیط اجتماعی نیز متأثر از نقش مهم اعتماد در ساختار اجتماعی است. میزان خوشبینی و بدبینی هم موکول به شرایطی است که افراد در آن قرار دارند. برای مثال، مجموعه‌ای که در شرایط توسعه قرار دارد، متفاوت است با مجموعه‌ای دیگر که در شرایط سقوط به‌سر می‌برد.

علت کم‌توجهی نسبت به پدیده اعتماد، تمرکز گسترده بر روی تولید انبوه در فضای صنعتی شدن بوده است. در این فضا، تولید محور است و هر هزینه‌ای برای بالا رفتن تولید، توجیه دارد. در این فضا، مدیریت کلاسیک Taylorism، بر مدیریت منابع انسانی (HRM) پیشی گرفته است.

حال که نظام جهانی روند گسترده بخش خدمات را تجربه می‌کند و مدیریت دانش اجتناب‌ناپذیر است، اقتصاد اعتماد می‌تواند مهارت‌های پنهان سرمایه‌های اجتماعی را به صحنه جامعه بکشاند و روند تحولات گسترده‌ای را بر مبنای اقتصاد دانش محور ساماندهی کند. این مهم در شرایط اقتصاد ایران که تحولات فناوری و توسعه چندمنظوره را تجربه می‌کند، به یک امر مهم تبدیل شده و نگرش بر اساس "اقتصاد اعتماد" را الزامی می‌سازد.

امروزه اقتصاد ایران اگرچه با بحران بیکاری و تورم روبرو است، اما هیچیک از