

چکیده

سرمایه اجتماعی (Social Capital) از مفاهیم نوینی است که امروزه در بررسیهای اقتصادی و اجتماعی جوامع مدرن مطرح شده است. طرح این رویکرد در بسیاری از مباحث توسعه اقتصادی، نشاندهنده اهمیت نقش ساختارها و روابط اجتماعی میان افراد (سرمایه اجتماعی) بر متغیرهای توسعه از همه ابعاد است. سرمایه اجتماعی عمدتاً مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی است و شناسایی آن به عنوان یک نوع سرمایه چه در سطح مدیریت کلان توسعه کشورها و چه در سطح مدیریت سازمانها و بنگاهها می تواند شناخت جدیدی را از سیستم های اقتصادی - اجتماعی ایجاد و مدیران را در هدایت بهتر سیستم ها یاری کند. هدف این مقاله معرفی مفاهیم و موضوعات سرمایه اجتماعی و نقش کاربردی آن در توسعه و انواع آن است. این مقاله بر این موضوع اشاره دارد که وجود سرمایه اجتماعی میان سازمانها، درون سازمانها و بین سازمانها می تواند عملکرد مؤثری را بر توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به همراه داشته باشد.

نقش سرمایه اجتماعی در توسعه

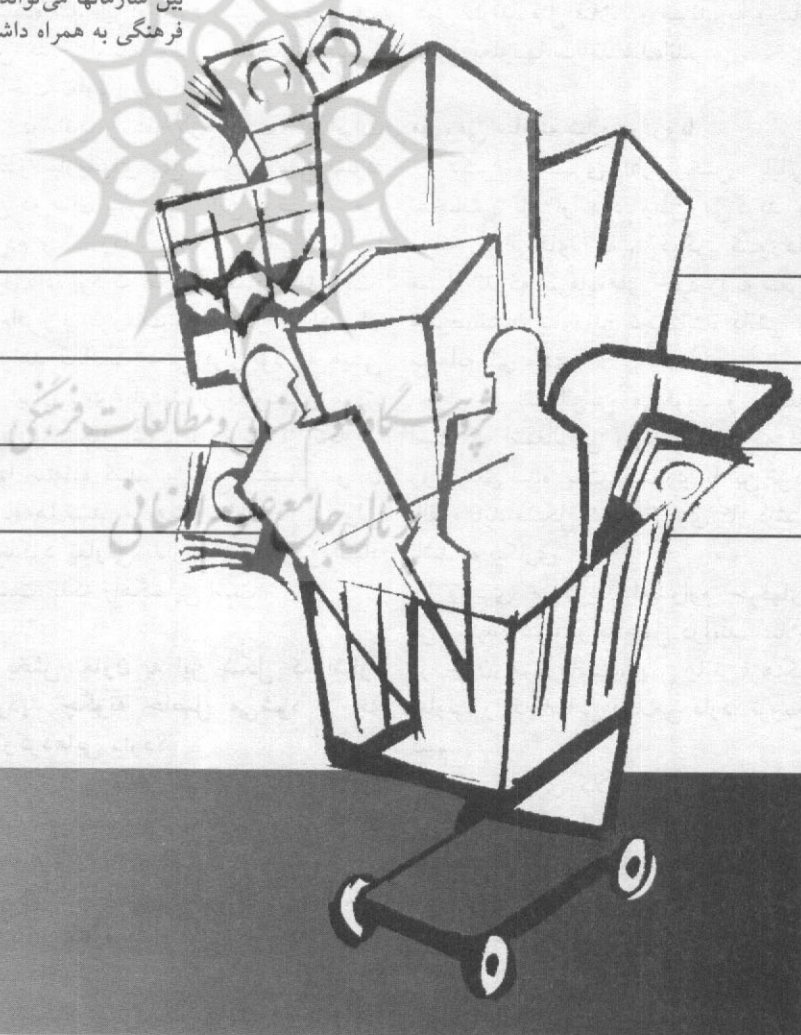
دکتر اصغر حق شناس

محمدرضا دلوی

m_dalvi53@yahoo.com

مسعود شفیعیه

masoud4563@yahoo.com



بحث سرمایه اجتماعی، قبل از سال ۱۹۱۶، در مقاله‌ای توسط هانی فان از دانشگاه ویرجینیای غربی برای نخستین بار مطرح شد. اما، با وجود اهمیت آن در تحقیقات اجتماعی تا سال ۱۹۶۰ میلادی که توسط جین جاکوب در برنامه‌ریزی شهری به کار برده شد، مغفول واقع شد در دهه ۱۹۷۰، این تئوری توسط لوری وارد عرصه اقتصاد شد. سرمایه اجتماعی مفهومی بین رشته‌ای است که در جامعه‌شناسی، اقتصاد، روانشناسی و سایر حوزه‌های اجتماعی کاربرد دارد. (رنانی، ۱۳۸۵) امروزه توفیق سازمانها را نمی‌توان تنها در انباشت ثروت مادی و تجهیز به آخرین امکانات و فناوریها ارزیابی کرد، زیرا سرمایه مالی، فیزیکی و انسانی بدون سرمایه اجتماعی فاقد کارایی موثر است. به عبارت دیگر استفاده بهینه از سرمایه‌های مالی و فیزیکی و انسانی در سازمان بدون شبکه روابط متقابل بین اعضای سازمان که توأم با اعتماد، محبت و دوستی و در جهت حفظ ارزشها و هنجارهای سازمانی است، امکانپذیر نخواهد بود. اصطلاح سرمایه برای ثروت انباشته (بوژه آنچه برای تولید بیشتر است) به کار می‌رود و کلمه اجتماعی در سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که منابع درون شبکه‌های کسب و کار یا شبکه‌های فردی، دارایی‌های شخصی محسوب نمی‌شوند و هیچ فردی به تنهایی مالک آنها نیست. سرمایه اجتماعی روابطی است که انسان با کسانی که می‌شناسد برقرار می‌کند. یعنی اندازه، کیفیت و گوناگونی شبکه‌های کسب و کار و شبکه‌های ارتباطی شخصی که انسان در آنها نقش دارد.

سرمایه اجتماعی چیست؟

از سرمایه اجتماعی تعاریف مختلفی ارائه شده است. یکی از تعاریف مطرح این است که سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌شود (فوکویاما ۱۹۹۹).

بانک جهانی نیز سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای می‌داند که حاصل تأثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسانی و هنجارها بر روی کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است و تجارب این سازمان نشان داده شده است که این پدیده، تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد. سرمایه اجتماعی برخلاف سایر سرمایه‌ها به صورت فیزیکی وجود ندارد، بلکه حاصل تعاملات و هنجارهای گروهی و اجتماعی است و از طرف دیگر افزایش آن می‌تواند موجب پایین آمدن جدی سطح هزینه‌های اداره جامعه و نیز هزینه‌های عملیاتی سازمانها می‌شود.

سرمایه اجتماعی را می‌توان حاصل پدیده‌هایی ذیل در یک سیستم اجتماعی دانست:

اعتماد متقابل؛ تعامل اجتماعی متقابل؛ گروه‌های اجتماعی؛ احساس هویت جمعی و گروهی؛ احساس وجود تصویری مشترک از آینده؛ کار گروهی. یکی از مفاهیم مفید در تبیین مفهوم سرمایه اجتماعی، «شبکه اعتماد» است. شبکه اعتماد عبارت است از گروهی از افراد که بر اساس اعتماد متقابل، از اطلاعات، هنجارها و ارزشهای یکسانی در تبادلات خود استفاده می‌کنند. از این رو، اعتماد نقش زیادی در تسهیل فرایندها و کاهش هزینه‌های مربوط به اینگونه تبادلات دارد. شبکه اعتماد می‌تواند بین افراد یک گروه و یا بین گروهها و سازمانهای مختلف به وجود آید. مفهوم مفید بعدی «شعاع اعتماد» است. تمامی گروههای اجتماعی دارای میزان خاصی از شعاع اعتمادند که به مفهوم میزان گستردگی دایره همکاری و اعتماد متقابل اعضای یک گروه است. در یک نتیجه‌گیری می‌توان گفت که هر چه یک گروه اجتماعی دارای شعاع اعتماد بالاتری باشد، سرمایه اجتماعی بیشتری نیز خواهد داشت. چنانچه یک گروه اجتماعی برون‌گرایی مثبتی نسبت به اعضای گروههای دیگر داشته باشد، شعاع اعتماد این گروه از حد داخلی آن نیز فراتر می‌رود.

در سطح کلان درباره جایگاه کلی یک سازمان در زمینه اجتماعی، سیاسی

و فرهنگی و شبکه‌های ارتباطات بیرونی بحث می‌شود و در سطح خرد به دو نوع سرمایه اجتماعی موجود در داخل سازمان پرداخته می‌شود. نوع اول سرمایه اجتماعی در سطح خرد، «سرمایه اجتماعی شناختی» نام دارد و در رابطه با پدیده‌هایی نظیر ارزشها، نگرشها، تعهدات، مشارکت، اعتماد موجود در سیستم اجتماعی سازمان است و نوع دوم نیز «سرمایه اجتماعی ساختاری» نامیده می‌شود که در رابطه با ساختارها و فرایندهای مدیریتی نظیر پاسخگویی مدیران و رهبران در قبال عملکردشان، شفافیت در تصمیم‌گیری و اقدام بر اساس کار گروهی است. البته به نظر می‌رسد که در این الگو نیز محور اصلی، مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی است. در جدول (۱) تعاریف مختلف با هدف و سطوح تجزیه و تحلیل مختلف مطرح شده است.

نظریه‌های سرمایه اجتماعی

۱- نظریه پیوندهای ضعیف

اولین تئوری برای مفهوم‌سازی سرمایه اجتماعی، نظریه پیوندهای ضعیف است. مطابق این نظریه، هر چه شدت و استحکام روابط میان اعضای یک شبکه بیشتر باشد، ارزش سرمایه اجتماعی کمتر و به عکس هر چه شدت و استحکام این روابط ضعیفتر باشد نشاندهنده سرمایه اجتماعی بیشتر است. (سایبرت، ۲۰۰۱)

۲- نظریه شکاف ساختاری

مطابق نظریه شکاف ساختاری، اگر یک فرد در شبکه اجتماعی خود با همکارانی که با هم در ارتباط نیستند یا حداقل ارتباط اندکی با هم دارند، ارتباط برقرار کند، نهایت استفاده را خواهد برد. (سایبرت، ۲۰۰۱) منظور از شکاف در این نظریه، فقدان ارتباط میان دو فرد در یک شبکه اجتماعی است، که مزیتی برای سازمان تلقی می‌شود.

۳- نظریه منابع اجتماعی

این نظریه که ریشه‌های آن به مطالعات «لین و کاتور» در سال ۱۹۸۱ می‌رسد، پیوندهای موجود در شبکه را بدون وجود منابع داخل آن کارآمد نمی‌داند. از

دیدگاه این نظریه فقط منابع موجود در درون شبکه است که می‌تواند به عنوان یک سرمایه قلمداد شود. (لین، ۱۹۸۱) به عبارتی، نظریه پیوندهای ضعیف و شکاف ساختاری هر دو بر «ساختار» شبکه‌ها معطوف هستند در حالیکه نظریه منابع اجتماعی به «محتوی شبکه» توجه دارد.

رابطه سرمایه اجتماعی و ابعاد توسعه

با توجه به اهمیت سرمایه اجتماعی در توسعه اجتماعی و سازمانی لازم است برنامه‌های مختلفی برای افزایش ذخیره این سرمایه انجام گیرد. برخی از این اقدامات در سطح سازمانی عبارتند از:

- ۱- تشویق و تقویت نهادهای اجتماعی، صنفی و حرفه‌ای: تشویق به ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی یکی از راه‌حلهای ساختاری برای افزایش سرمایه اجتماعی است. نتیجه فعالیت گروهی موفق تقویت شبکه‌های اعتماد است. ایجاد چنین نهادهایی در سطوح سازمانی نیز امکانپذیر است. تشکیل گروهها و انجمنهای تخصصی و حرفه‌ای در سازمانها با مشارکت داوطلبانه کارشناسان و متخصصان می‌تواند موجب افزایش سرمایه اجتماعی در سازمانها شود. بنابراین نقش مدیران رسمی سازمان در این رابطه را می‌توان تشویق و هدایت کلی ایجاد و تقویت چنین نهادهایی دانست.
- ۲- برنامه‌ریزی برای غنی‌سازی فرهنگ اجتماعی و سازمانی: سرمایه اجتماعی

منتج از ویژگیهای فرهنگی یک سیستم اجتماعی است. به بیان دیگر سرمایه اجتماعی تبلور اقتصادی فرهنگ اجتماعی یا سازمانی مبتنی بر اعتماد و مشارکت افراد است. بنابراین هرگونه اقدامی از طرف مدیران برای غنی‌سازی فرهنگ سازمانی می‌تواند موجب افزایش سرمایه اقتصادی شود.

۳- توجه به ارتقای سرمایه اجتماعی در آموزشهای عمومی و آموزش کارکنان:

یکی از مهمترین فرایندهای موجود در جوامع برای ایجاد سرمایه اجتماعی، نظامهای آموزشی است. گذر افراد از آموزشهای عمومی در تمامی سطوح و نیز آموزشهای دانشگاهی، نقش اصلی را در ایجاد این نوع سرمایه داراست. مؤلفه‌های فرهنگی در سطح جامعه به شدت متأثر از عملکرد نظامهای آموزشی و تربیتی هستند. در سطح سازمانی نیز دوره‌های آموزشی کارکنان می‌توانند بستر مناسبی برای تقویت سرمایه اجتماعی باشند.

مدیریت سرمایه اجتماعی و نقش آن در ابعاد توسعه

یکی از مسائلی که موجب از میان رفتن سرمایه اجتماعی در سازمان می‌شود، جدایی مدیران از کارکنان و سازمان (نظیر ساختار سلسله مراتبی) است. مدیران از راههای مختلف می‌توانند به ایجاد توسعه سرمایه اجتماعی در سازمان یاری رسانند که بعضی از آنها مربوط به جامعه (در سطح کلان) و بقیه مربوط به درون سازمان

(در سطح خرد) است که عبارتند از:

- ۱- پابندی به اخلاقیات: مدیرانی که اصول اخلاقی را در عملکردها و تصمیمات سازمانی به کار می‌گیرند، با ایجاد روابطی مبتنی بر اخلاقیات سرمایه اجتماعی ایجاد می‌کنند. البته در تعریف و تبیین اصول اخلاقی دشواریهای بسیاری وجود دارد و به سادگی نمی‌توان اصول اخلاقی واحدی را که مورد توافق و قبول همگان باشد، به دست آورد. اندیشمندان مدیریت اصول اخلاقی را در نوشته‌های خود به صورتهای گوناگون بیان داشته‌اند. دویل از سه دسته معیار اخلاقی نام می‌برد: احساس مسئولیت در مقابل حکومت، مسئولیت فردی، دورانیشی و خیرخواهی. توجه به این سه عامل مجموعاً فرد را در سازمان به تصمیم‌گیری اخلاقی قادر می‌سازد. از چهار منبع دیگر برای تدوین اصول اخلاقی نام برده می‌شود: مصلحت عمومی، مصلحت حکومتی، مصلحت سازمانی و مصلحت شخصی. با استفاده از این چهار منبع می‌توان اصول اخلاقی جامعی را برای سازمان تدوین کرد که از چهار جهت عمومی، حکومتی، سازمانی و شخصی، مصلحتها را در نظر داشته و عمل بر اساس آنها تضمین کننده و توسعه‌دهنده سرمایه اجتماعی باشد و در کل نیل به ابعاد توسعه را راحت‌تر کند.

۲- احساس مسئولیت اجتماعی: سازمان و جامعه با هم در تعاملی پویا قرار دارند و در این رابطه است که افراد و اعضای جامعه مایل‌اند سازمان در مقابل آنان

محورها	محققان عمده	تعریف سرمایه اجتماعی	هدف	سطح تجزیه و تحلیل
بورديو	- منابعی هستند که منافع عمومی را مورد ارزیابی قرار می‌دهند.	- رسیدن به سرمایه اقتصادی	- افراد در حال رقابت با هم	
کلمن	- جنبه‌هایی از ساختار اجتماعی است که اعضا از آن به عنوان منبعی برای رسیدن به منافع خود استفاده می‌کنند.	- رسیدن به سرمایه انسانی	- افراد در گروه‌های فامیلی و اجتماعی	
پونتام	- اعتماد، هنجارها و شبکه‌هایی که تسهیل کننده همکاری اعضا برای رسیدن به منافع مشترک است.	- رسیدن به دموکراسی و توسعه اقتصادی	- حکومت‌های سیاسی در سطح ملی	

جدول ۱- تعاریف مختلف از سرمایه اجتماعی براساس هدف و سطح تحلیل

احساس مسئولیت کند و تنها به فکر سود و نفع سازمانی نباشد. هر گاه شهروندان اطمینان حاصل کنند که مدیریت سازمانها نسبت به آنها احساس مسئولیت می‌کنند و به پاسخگو بودن در مقابل جامعه می‌اندیشند، تلقی مثبتی در مقابل سازمان پیدا می‌کنند و در پرتو این جو اطمینان و اعتماد سرمایه اجتماعی تولید می‌شود.

۳- وحدت با جامعه: یکی از مسائلی که موجب از میان رفتن سرمایه اجتماعی می‌شود، جدایی مدیران با جامعه است که به صورت عارضه متفاوت بودن «ما» و «آنها» جلوه می‌کند. در چنین حالتی مدیران خود را با دیگران متفاوت می‌بینند و بین خود و مراجعه‌کنندگان جدایی احساس می‌کنند. این نوع نگرش بر تصمیمات و رفتارهای مدیران اثر منفی به جای می‌گذارد و اعتماد جامعه را از سازمان سلب می‌کند. برای ایجاد سرمایه اجتماعی مدیران باید بر این جدایی غلبه و نوعی یگانگی و وحدت با دیگران احساس کنند. آنها باید بدانند که کارکنان، مراجعان، مشتریان، شهروندان و همسایگان «آنها» نیستند، بلکه جزئی از ما به عنوان مدیر و وابسته و پیوسته به «ما» هستند. اگر آنها آسیب ببینند ما هم آسیب خواهیم دید.

۴- تلاش در جهت ایجاد اعتماد در سازمان: یکی دیگر از اقدامات مهم در این زمینه، تلاش مدیران و رهبر سازمان برای اعتمادسازی بین اعضای گروهها و واحدهای سازمانی و نیز بین واحدهای مختلف است. اعتماد نیز صرفاً با ایجاد روابط و ارتباطات مستمر موفق و تدریجی شکل می‌گیرد. انسانها پس از کسب شناخت مناسب و تدریجی از یکدیگر، به هم اعتماد پیدا می‌کنند. این امر در روابط بین افراد، واحدهای مختلف درون سازمانی و روابط بین سازمانها دارای اهمیت است. متأسفانه در بسیاری از سازمانها نوع روابط و ارتباطات سازمانی به گونه‌ای است که افراد و واحدهای سازمانی از یکدیگر شناخت واقعی مناسبی کسب نمی‌کنند و طبیعتاً زمینه لازم نیز برای ایجاد شبکه‌های اعتماد فراهم نخواهد بود. (رحمانپور، ۱۳۸۲)

۵- تأکید مداوم بر آموزش: ایجاد و استفاده از سرمایه اجتماعی به تغییر رفتار

و طرز تفکر نیاز دارد. برنامه‌های آموزشی جامع، الگوی مطلوب برای افرادی است که قصد دارند رفتارهای جدید را بیاموزند، مشاهده، کشف و اجرا کنند. از این رو، یکی از وظایف مهم مدیران برای ایجاد سرمایه اجتماعی، این است که فرصتهای مداوم و مشخصی برای آموزش درون سازمانی و برون سازمانی تدوین و برنامه سالانه برای تمامی سطوح مشاغل تهیه و به کارکنان ابلاغ کنند. (کاپللی، ۲۰۰۲، ص ۲)

۶- چرخش مشاغل: یکی از اهداف مهم چرخش شغلی، ایجاد و تقویت سرمایه انسانی و اجتماعی است. چرخش مشاغل، این فرصت را به کارکنان

می‌دهد که ضمن شناخت وظایف و فعالیت‌های سایر مشاغل و افزایش توانمندی خود، ارتباطات و تعامل خود را با همدیگر افزایش دهند و در نتیجه روح اعتماد جمعی را (که جوهره سرمایه اجتماعی است) گسترش بخشند که این امر موجب تسهیم و تسهیل دانش و تجربه کارکنان می‌شود. (بیکر، ۱۳۸۲، ص ۲۳۵)

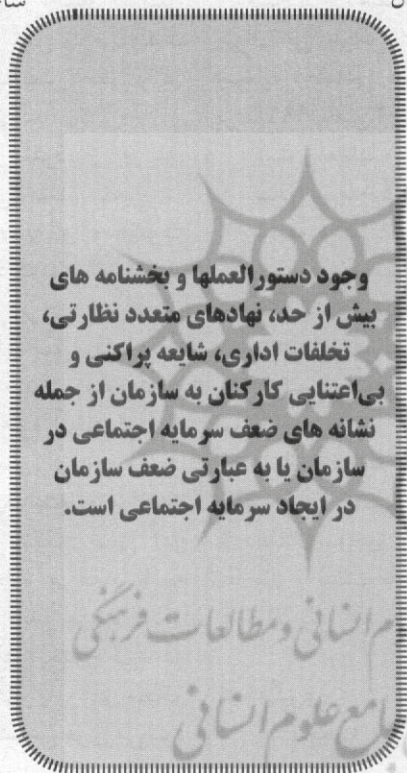
۷- افزایش رضایت شغلی کارکنان:

سرمایه فیزیکی، با ایجاد تغییرات در مواد برای شکل دادن و تسهیل ابزارهای تولید به وجود می‌آید. سرمایه انسانی با تغییر نگرش افراد، مهارتها و تواناییهای آنان را افزایش می‌دهد. سرمایه اجتماعی نیز هنگامی به وجود می‌آید که روابط میان کارکنان به شیوه‌ای دگرگون شده باشد که هرکدام از آنان بتوانند براجتی نقش و وظیفه خود را انجام دهند. از این رو، فضای مبتنی بر تفاهم، صداقت، اعتماد و همکاری باعث افزایش رضایت شغلی کارکنان و در نهایت بهره‌وری سازمانی می‌شود.

۸- حمایت از توسعه پایدار: توسعه پایدار مفهوم جدیدی را از توسعه اقتصادی، انسانی و زیست محیطی ارائه می‌دهد و توسعه واقعی را معادل رشد انسانی و زیست محیطی قلمداد می‌کند. در توسعه پایدار منابع زیست محیطی همچون سرمایه‌هایی تلقی می‌شوند که حفاظت از آنها وظیفه اصلی سازمانها به شمار می‌آید و توسعه‌ای مقبول است که در آن ضمن حفظ طبیعت، انسان ارزش و کرامت خود را از دست ندهد. براساس چنین تفکری از توسعه و رشد که همانا توسعه پایدار شهرت یافته است، مدیران سازمانها با ساختار جدیدی از

توسعه روبه‌رو هستند که در آن تنها اهداف اقتصادی در نظر نیست، بلکه جنبه‌های زیست محیطی و انسانی نیز مورد تأکید فراوان است. پیشرفت و کارایی اقتصادی، حفظ منابع طبیعی، فقرزدایی، توسعه عدالت اجتماعی، ایجاد فرصتهای برابر برای پیشرفت همگانی، از زمره اهداف اصلی در یک الگوی سه وجهی از توسعه پایدارند. در این الگو، اقتصاد، انسان و طبیعت همزمان مورد توجه هستند و

مدیران با استفاده از این الگو باید تلاش کنند که نوعی تقارب و همگرایی در سه دیدگاه اقتصادی، انسانی و زیست محیطی به وجود آورند و با این نگرش به استقبال آینده بروند. دیدگاههای کارشناسان اقتصادی برای به حداکثر رسانیدن رفاه انسانی با توجه به محدودیتهای منابع، دیدگاههای محیط‌شناسان در زمینه حفظ و نگهداری محیط‌زیست بشری به عنوان یک سرمایه طبیعی و تمام شدنی و نقطه نظرات جامعه‌شناسان در مورد ارزش و اهمیت انسان به عنوان محور اصلی



توسعه، نقشهای اصلی را در شکل‌گیری الگوی جامع توسعه پایدار ایفا می‌کنند. به عبارت دیگر توسعه مطلوب در عصر ما توسعه‌ای اخلاقی و انسانی است. مدت مدیدی است که معیارهای کوتاه‌نظرانه مالی بر تصمیم‌گیرهای اقتصادی حاکم بوده است. هم‌اکنون زمان آن فرارسیده است تا واقعیت‌های زیست‌محیطی و انسانی را به علم اقتصاد برگردانیم.

نقش سرمایه اجتماعی در نیل به توسعه
مزایای متعدد و زیادی را می‌توان برای سرمایه اجتماعی برشمرد؛ مزیت اصلی و عمده سرمایه اجتماعی در اختیار گذاشتن اطلاعات زیاد با هزینه پایین و زمان اندک برای بازیگرانی است که نقش اصلی را در سرمایه اجتماعی ایفا می‌کنند.

کسب قدرت و نفوذ از مزایای دیگر سرمایه اجتماعی است. کلمن در نوشته‌های خود اشاره به واژه «کلوپ نمایندگان مجلس» دارد که در واقع منظور بحث «قدرت» است. برخی نمایندگان قدرت بیشتری نسبت به نمایندگان دیگر دارند؛ چرا که آنها تعهدات متفاوت با سایر نمایندگان برای خود ایجاد کرده‌اند و از اعتبار این تعهدات برای مشروعیت بخشیدن به رفتار خود استفاده می‌کنند. یک چنین قدرتی به بازیگر اصلی (در سرمایه اجتماعی) اجازه می‌دهد تا به اهداف خود دست یابد. مزیت دیگر سرمایه اجتماعی ایجاد «یکپارچگی» در میان اعضاست. هنجارها و باورهای محکم موجب ایجاد شبکه اجتماعی قوی می‌شود که دربرگیرنده آداب و رسوم و قوانین خاصی است و این هنجارها جایگزین کنترل‌های رسمی می‌شوند. در این رابطه اوچی (۱۹۸۰) چنین استدلال می‌کند که سازمانهای قبیله‌ای با هنجارهای مشترک قوی از هزینه‌های اندک نظارت بهره‌مند هستند و تعهد بالایی را در اختیار دارند که در واقع همان سرمایه اجتماعی است (آدلر، ۱۹۹۹).

علاوه بر مزایای فوق به کارگیری سرمایه اجتماعی در سطح سازمانی دارای مزایایی مانند: ایجاد سازمان کاری و تیم‌های منعطف، ارائه سازوکارهایی برای بهبود مدیریت عملکرد گروهی، زمینه‌سازی

برای توسعه سرمایه‌های غیرمادی در سازمان و افزایش تعهد اعضا و کارکنان سازمان نسبت به مصلحت عامه است. (لینا و بون، ۱۹۹۹)

نشانه‌های ضعف سرمایه اجتماعی در سازمان

هرچه ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان بالا باشد، نیاز به تدوین قوانین و مقررات، ایجاد نهادهای اجرایی و نظارتی کاهش می‌یابد. به نظر می‌رسد مدیران از طریق شاخصها و عوامل زیر می‌توانند درجه و میزان سرمایه اجتماعی در سازمان را تشخیص دهند؛ بدین معنا که هرچه میزان این عوامل در سازمان بالا باشد، سرمایه اجتماعی کمتر خواهد بود (لینا و بون، ۱۹۹۹، ص ۳):

- ۱- دستورالعملها و بخشنامه‌ها؛
- ۲- نهادهای متعدد نظارتی و بازرسی؛
- ۳- شایعه پراکنی؛
- ۴- ترور و تخریب شخصیتها؛
- ۵- تخلفات اداری؛
- ۶- بی‌اعتنایی کارکنان به سازمان؛
- ۷- شکست تیم‌ها و کمیته‌های کاری در سازمان؛
- ۸- تمایل نداشتن کارکنان به یادگیری دانش روز و تسهیم دانش و اطلاعات؛
- ۹- فقدان روحیه رقابت‌جویی در درون سازمان یا نسبت به رقبای؛
- ۱۰- افزایش غیبت، مرخصی و ...

نتیجه‌گیری

در مجموع می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی عبارت است از تأثیر اقتصادی حاصل از تسهیلاتی که شبکه‌های اعتماد و مؤلفه‌های فرهنگی در یک سیستم اجتماعی را به وجود می‌آورند. شبکه‌های اعتماد علاوه بر کاهش هزینه‌های مدیریتی، موجب می‌شوند که زمان و سرمایه بیشتری اختصاص به فعالیتهای اصلی پیدا کند و علاوه بر آن موجب انتقال دانش اعضای گروهها به یکدیگر می‌شود و جریان مناسبی را از یادگیری و دانش در بین آنها فراهم می‌سازد و این امر نیز می‌تواند در کاهش هزینه‌های مدیریتی و توسعه اجتماعی و سازمانی بسیار مؤثر باشد. سرمایه اجتماعی، پدیده‌ای

مدیریت‌پذیر است؛ به این معنا که می‌توان آن را براساس سیاستگذارها در حوزه‌های مشخصی در سازمان بازسازی یا به فرایند شکل‌گیری آن کمک کرد. این امر در صورتی ممکن است که مدیران عالی و سیاستگذاران سازمان اطلاعات درستی از وضعیت موجود سرمایه اجتماعی در سازمان داشته باشند. □

منابع

- ۱- بیکر، واین (۱۳۸۲). «مدیریت و سرمایه اجتماعی»، ترجمه سیدمهدی الوانی و محمدرضا ربیعی، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- ۲- رحمانپور، لقمان (۱۳۸۲). «مدیریت سرمایه اجتماعی: رویکردی اثربخش در مدیریت منابع انسانی»، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۱۹.
- ۳- رنالی، محسن (۱۳۸۵). «نقش سرمایه‌های اجتماعی در توسعه اقتصادی»، درچه، فصلنامه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، صص ۲۳-۴.
- ۴- ققیبی، ابوالحسنی، فیضی، طاهره (۱۳۸۵). «سرمایه اجتماعی: رویکردی نو در سازمان» دانش مدیریت، فصلنامه دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، سال نوزدهم، شماره ۷۲، صص ۴۶-۲۳.

- 5- Adler, P. W. (1999). "Social Capital: The Good, The Bad, and The Ugly". Management Meeting in Chicago.
- 6- Cappelli, P. (2002) "Social Capital and Retraining", university of Pennsylvania, Philadelphia.
- 7- Coleman, J. S. (1990). "Foundations of Social Theory", Cambridge, MA: Harvard University Press, Belknap Press.
- 8- Francis Fukuyama. "Social Capital And Civic Society", conference on second Generation Reform. 1999.
- 9- Leana, C. R. & Van Burren, H. J. (1999), "Organizational Social Capital and Employment Proactives", Academy of management reviews.
- 10- Seibert, S. Kraimer. M; Linden, Robert. (2001). "A Social Capital Theory of Career Success". Academy of Management Journal, Vol. 44. No2.

بقیه منابع در دفتر نشریه محفوظ است.

- دکتر اصغر حق شناس: عضو هیئت علمی گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان
- محمدرضا دلوی: عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد دهقان و دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه اصفهان
- مسعود شفیعی: دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی - واحد دهقان