



نقش اعتماد سازمانی در ارتقای سرمایه اجتماعی سازمانها

عزیزالله شیخ زاده^۱

دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۱۰

پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۱۳

چکیده

سرمایه اجتماعی از مفاهیم نسبتاً جدیدی است که در آن ارزش‌های مقبول و مؤثر در میان افراد جامعه، مورد مطالعه قرار می‌گیرد که امری قابل کنترل و انتقال در سازمان است. پرداختن به مؤلفه‌های ارتقای سطح سرمایه اجتماعی در سازمان به دلیل تأثیر مستقیم در عملکرد کارکنان دارای اهمیت است. اهمیت روزافزون رویکرد منابع انسانی و تأثیر آن بر عملکرد سازمانی، سبب شده تا مطالعات رفتار سازمانی و شناخت عناصر مؤثر بر آن اهمیت بیشتری پیدا کند. لذا کارکنان در سازمان به عنوان یک جامعه مورد مطالعه - دارای ارزش‌ها و هنجارهای مورد تایید - هستند که نقش بسیار مؤثر در عملکرد افراد در سازمان دارد. با توجه به اینکه یکی از مهم‌ترین عناصر و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی عنصر «اعتماد» است؛ موضوع این تحقیق مطالعه و بررسی «نقش اعتماد سازمانی در بهبود سرمایه اجتماعی در سازمان» قرار داده شد. در این تحقیق با استفاده از منابع مطالعاتی گذشته بصورت کتابخانه‌ای و با روش توصیفی تحلیلی، به مطالعه نقش اعتماد بر ارتقای سرمایه اجتماعی در سازمانها پرداخته است. با بررسی تحقیقات انجام شده، به نتایجی رسیدیم که اعتماد سازمانی در ارتقای سرمایه اجتماعی سازمانها تأثیر مستقیم و مثبت دارد.

واژگان کلیدی: اعتماد سازمانی، سرمایه اجتماعی، سازمان

^۱ . دانش‌پژوه ارشد مدیریت



مقدمه

امروزه در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و اقتصادی سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که امروزه در بررسی‌های اقتصادی، اجتماعی جوامع مدرن مطرح گردیده است. این مفهوم به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک سازمان، به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضاء می‌شود. همچنین میزان و نحوه‌ی تعاملات کنشگران اجتماعی که امروزه از آن سرمایه اجتماعی یاد می‌کنند، از مهم‌ترین موضوعات مورد بررسی جامعه‌شناسان است.

سرمایه اجتماعی ابعاد و مؤلفه‌های فراوانی دارد که متناسب با فرهنگ و وضعیت اجتماعی جامعه است. بهترین مؤلفه سرمایه اجتماعی اعتماد و قابلیت اعتماد است که خود ارکانی دارد.

عموماً اعتماد را انتظارات یا باورهایی می‌دانند که افراد دوست دارند به دیگران به طریقی قابل پیش‌بینی - و نه صرفاً در راستای منفعت شخصی خود - نشان دهند. بر اساس این تعریف، یکی از مسائل سازمان‌های امروزی، مشکل کمبود اعتماد بین مدیران و کارکنان و ایجاد فضای بی‌اعتمادی در سازمان است. نتیجه ایجاد این فضا در سازمان، پدیداری رفتارهایی مانند شایعه پراکنی، تضاد، سیاسی کاری و کم کاری در سازمان است (خنیفر و همکاران، ۱۳۸۸: ۴ و ۵).

در این راستا موضوع سرمایه اجتماعی که به نوعی برآیند اعتماد و اعتماد سازمانی به شمار می‌آید، حائز اهمیت است. زیرا نسبت و شکل آن در سازمان، رابطه مستقیم با میزان اعتماد در بین مدیران و کارکنان یک سازمان دارد. در واقع سرمایه اجتماعی



را می‌توان تأثیر اقتصادی مؤلفه‌های فرهنگی هر سیستم اجتماعی دانست که در آن مفاهیمی مانند اعتماد و موارد مشابه باعث می‌شود تا هزینه‌های مدیریتی نظیر نظارت و کنترل رسمی، رایزنی‌های مدیریتی، کندی ناشی از نظام بوروکراتیک و موارد دیگر پایین آمده و امکان استفاده از زمان و سرمایه برای انجام فعالیت‌هایی با بهره‌وری بیشتر فراهم شود. با توجه به اهمیت و جایگاه بحث اعتماد سازمانی، در این مقاله درصدد بررسی نقش اعتماد سازمانی و تأثیر آن بر ارتقای سرمایه اجتماعی سازمانها می‌باشیم.

مبانی نظری پژوهش

مفهوم سرمایه اجتماعی

طبق تعاریف مختلف از اندیشمندان حوزه علوم اجتماعی با توجه به نگرش‌های متفاوت و رویکردهای مختلف به سرمایه اجتماعی، تعاریف مختلفی ارائه داده‌اند. سرمایه اجتماعی شامل منابعی همچون اطلاعات، اندیشه‌ها، راهنمایی‌ها، فرصت‌های کسب و کار، سرمایه‌های مالی، قدرت و نفوذ، پشتیبانی احساسی، خیرخواهی، اعتماد و همکاری می‌باشند. کلمه "اجتماعی" در عنوان سرمایه اجتماعی دلالت می‌کند که این منابع خود دارایی‌های شخصی محسوب نمی‌شوند، هیچ فردی به تنهایی مالک آن‌ها نیست. این منابع در دل شبکه‌های روابط قرار گرفته‌اند. دسترسی به سرمایه اجتماعی به کسانی که شما را می‌شناسد بستگی دارد، یعنی اندازه، کیفیت و گوناگونی شبکه‌های کسب و کار و شبکه‌های ارتباطی شخصی شما در آن مؤثر است اما فراتر از آن، سرمایه اجتماعی به کسانی که شما را نمی‌شناسد نیز بستگی دارد (الوانی و سیدنقوی، ۱۳۸۵: ۱۵)



کلمن^۱ سرمایه انسانی را به عنوان هدف غایی مطرح و سرمایه اجتماعی را ابزاری برای حصول به آن بکار می‌برد. تعریف کلمن از توجه به روابط بین سه عامل بود: شبکه‌ها، تعامل و اعتماد. شبکه‌ها و تعامل، که به ضرورت ناشی از اعتماد هستند. طبق گفته پاتنام^۲ سرمایه اجتماعی ماهیتاً با اعتماد سروکار دارد. در واقع اعتماد برای اینکه یک رابطه به تعامل بینجامد و برای یک فرد که می‌خواهد ارتباط موفق با شبکه افراد برقرار کند، ضروری است. با این وجود، خطری که واژه سرمایه اجتماعی را مورد تهدید قرار می‌دهد، این است که این واژه تقریباً تمامی جنبه‌های رفتار سازمانی را پوشش می‌دهد که ممکن است ما به خوبی درک نکنیم و یا نتوانیم به درستی مورد ارزیابی قرار دهیم (پاتنام، ۲۰۰۵: ۴)

بعد دیگر این رویکرد در تعریف پوتنام خود را نشان می‌دهد؛ سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب این ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع می‌شود و در نهایت منافع متقابل آن را تأمین خواهد کرد، او سرمایه اجتماعی را به عنوان وسیله‌ای برای رسیدن به توسعه سیاسی و اجتماعی، در نظام‌های مختلف سیاسی می‌داند و تأکید عمده وی بر مفهوم اعتماد بود (حق شناس، ۱۳۸۷: ۶).

با توجه به تعاریف موجود می‌توان گفت سرمایه اجتماعی عبارت است از «مجموع آن دسته از ارتباطات و شبکه‌های ارتباط اجتماعی که در جامعه موجودند و نیز میزان اعتماد و همکاری میان روابط موجود.»

مؤلفه های سرمایه اجتماعی

۱. Coleman
۲. Putnam

۱. اعتماد

بسیاری از اندیشمندان حوزه سرمایه اجتماعی، مؤلفه اعتماد را در مهم‌ترین مؤلفه سرمایه اجتماعی شمرده‌اند. این مؤلفه بیشتر در حوزه سرمایه اجتماعی حقوقی و تا حدودی اخلاقی شکل می‌گیرد (اعتصامی و فاضلی کبریا، ۱۳۹۳: ۴۰).

به‌طور خلاصه، اعتماد به معنی اعتقاداتی است که افراد در مورد رفتار آینده گروه مقابل دارند (شیرازی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۳۸). اعتماد به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل حیاتی در بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌های موفق شناخته می‌شود و باعث افزایش انعطاف‌پذیری و اثربخشی سازمانی شده و در طراحی برنامه‌ها و راهبردهای دقیق کمک زیادی به سازمان می‌کند (الوانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۹۰). ایجاد اعتماد در سازمان‌ها، به یک استراتژی برای افزایش اعتماد در میان تمام کارکنان و مدیران نیاز است (تقوی فرد و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۰).

جین (۲۰۰۹)، تأثیر افزایش اعتماد در سازمان را شامل ایجاد گرایش‌های مطلوب مانند ایجاد و به اشتراک‌گذاری دانش، رضایت شغلی و... و همچنین کاهش گرایش‌های نامطلوب از قبیل ترک شغلی، رفتارهای تدافعی و... عنوان می‌کند (کاظمی و رضانی، ۱۳۹۱: ۱۲۴-۱۰۷). اعتماد در کنترل، سیستم‌های همکاری و استفاده از تشویقی‌ها برای رفتار مستقیم، متجلی می‌شود. در سطوح بالاتر اعتماد، عموماً کنترل‌های کمتر و هزینه‌های کمتر تعاملی ایجاد می‌شود (تروچ، ۲۰۰۱) (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۴۵).

«اعتماد» به خودی خود هم مؤلفه سرمایه اجتماعی است و هم محصول فرعی سرمایه اجتماعی. بنابراین، در تحلیل سرمایه اجتماعی، اعتماد به عنوان بخشی از سرمایه اجتماعی عمل می‌کند و نمی‌تواند گویای تمام سرمایه اجتماعی باشد (همان).

بدون اعتماد، سرمایه اجتماعی به وجود نمی آید و اگر سرمایه اجتماعی در جامعه رو به کاهش برود، اعتماد میان مردم کاهش می یابد. صاحب نظران معتقدند اعتماد به همکاری بین افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها منجر می‌شود (پناهی، ۱۳۸۸: ۸۹). که در نتیجه به نوعی از اعتماد در سازمان بنام «اعتماد سازمانی» پرداخته می‌شود.

۲. مشارکت اجتماعی

«مشارکت اجتماعی» بیان‌گر حدّ فعالیت افراد جامعه در انواع گروه‌های مذهبی، باشگاه‌های ورزشی، سازمان‌های جوانان، انجمن‌های مختلف، مؤسسات خیریه، تعاونی‌ها و اتحادیه‌های کارگری، فرهنگ‌سراها و ... است. وجود شبکه‌های مشارکت اجتماعی در هر جامعه و گستردگی آن، گویای میزان سرمایه اجتماعی و غنای آن در جامعه است.

۳. هنجارها و ارزش‌های مشترک

«هنجارها» مقررات مرسوم هستند که به رفتارهای جامعه وحدت می‌بخشند. دیوید هیوم (۱۹۹۸) معتقد است که هنجارها به رفتارهای اجتماعی نظم می‌بخشد. اما نوع آن در میان گروه‌ها متفاوت است. هنجارها در جامعه انتظارها را هماهنگ می‌کند و از طریق آن، هزینه‌های تبادلات را در تعاملات کاهش می‌دهد که سبب تعادل چند بُعدی را می‌شود.

۴. پیوندهای اجتماعی غیررسمی

«پیوندهای اجتماعی غیررسمی» به سنجش جنبه‌های غیررسمی سرمایه اجتماعی می‌پردازد؛ مانند تعداد دوستان فرد، میزان معاشرت فرد با دوستان خود در محیط



کاری و زندگی، پیوندهای خانوادگی و قومی. میزان این پیوندها، نشان‌دهنده میزان سرمایه اجتماعی آن جامعه یا شهر است.

۵. روحیه داوطلبی

«روحیه داوطلبی»، بیان‌گر آن است که تا چه حد افراد جامعه در سازمان‌های غیر-دولتی، خدمات انسان دوستانه دارند و همچنین با نهادهای خیریه و داوطلبانه به صورت مالی، فکری و صرف وقت، همکاری دارند. این مهم، نشان‌دهنده آمادگی افراد برای تشکیل و توسعه شبکه‌ها و سازمان‌های مردمی است.

۶. زیرساخت‌ها

پوتنام (۱۹۹۸) شبکه‌ها را به دو دسته «رسمی» و «غیررسمی» تقسیم می‌کند. روابط غیررسمی روابط میان اعضای خانواده، فامیل، دوستان و همسایگان را در بر می‌گیرد؛ در حالی که روابط رسمی رابطه با سازمان‌های داوطلبانه و مشابه آن را شامل می‌شود. تعداد تماس‌ها و ارتباط‌ها در یک شبکه (اندازه شبکه)، میزان وابستگی متقابل میان اعضای شبکه (تراکم شبکه) و میزانی که شخص در شبکه حکمفرما می‌شود (سلسله مراتب) عملکرد شبکه را شکل می‌دهد (حسن‌زاده، ۱۳۸۹: ۳۵).

به طور کلی، شبکه‌های بزرگ‌تر در مقابل شبکه‌های کوچک‌تر کمتر محدود می‌شوند. شبکه‌های پراکنده تعاملات کمی با یکدیگر دارند و کمتر در مقایسه با شبکه متراکم، محدود می‌شوند. تئوری برت (۱۹۹۲) رابطه‌ای منفی بین محدودیت شبکه و عملکرد پیش‌بینی می‌کند و مدارک و تجربیات، در خصوص افراد و بازارها نیز این موضوع را تأیید می‌کند (زارعی‌متین و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۵ و ۳۶).

ابعاد سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی دارای دو قطب است. در یک قطب شبکه‌های درون‌گرا، متجانس، بسته و کوچک قرار دارند که بیانگر نوعی از سرمایه اجتماعی هستند که

عموماً براساس اعتماد و همکاری بین شبکه‌ای فشرده از افراد متشابه شکل گرفته‌اند. در قطب دیگر شبکه‌های برون‌گرا، گوناگون، باز و بزرگ وجود دارند، چنین شبکه‌هایی کارآفرین‌اند. این شبکه‌های کارآفرین برای دستیابی به اطلاعات جدید، آگاهی از فرصت‌های تازه و یافتن منابع بسیار مطلوب‌اند (بیکر، ۲۰۰۳).

براساس دیدگاه دیگر می‌توان سه بُعد ساختاری، شناختی و هنجاری را برای سرمایه اجتماعی برشمرد:

بعد ساختاری سرمایه اجتماعی شامل الگوی پیوندهای میان اعضای گروه و ترکیب سازماندهی این اعضاست. سلسله مراتب شبکه، تراکم و میزان همگنی گروه یا اعضای سازمان از جمله شاخص‌های عمده بُعد ساختاری است.

بعد شناختی سرمایه اجتماعی: این بُعد به روابط متقابل و اعتماد اشاره داشته و اعتماد خود به دو نوع «نهادی» و «اجتماعی» تقسیم می‌شود. بُعد شناختی سرمایه اجتماعی کمتر قابل اندازه‌گیری بوده و با مفروضات فرهنگ سازمانی مترادف است. بُعد هنجاری سرمایه اجتماعی به کیفیت تعاملات و ارتباط اعضا در درون یک سازمان اشاره دارد در این بُعد شاخص‌هایی نظیر اعتماد و ارتباط متقابل مطرح شده است (سیدنقوی، ۱۳۸۴: ۱).

سطوح سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی به عنوان مقوله‌ای است که در سطوح مختلف چه از لحاظ سازمانی و چه از بعد اجتماعی قابل بررسی است، به نحوی که در هر سطح از سرمایه اجتماعی نقش این سرمایه در پویایی‌های فردی و اجتماعی قابل تأمل است. سرمایه اجتماعی را در سه سطح خرد، میانی و کلان طبقه بندی می‌کنیم:

سطح خرد



سرمایه اجتماعی در قالب روابط فردی و شبکه‌های ارتباطی بین افراد و هنجارها و ارزش‌های حاکم بر آنها مورد بررسی قرار می‌گیرد. بر این اساس سرمایه اجتماعی موضوعاتی چون شدت و کیفیت روابط و تعاملات بین افراد و گروه‌ها، احساس تعهد و اعتماد دوجانبه به هنجارها و ارزش‌های مشترک را شامل شده و به عنوان یک حس تعلق و پیوستگی اجتماعی است.

سطح میانی

سرمایه اجتماعی هم جنبه‌هایی از ساخت اجتماعی را داراست و هم کنش‌های خاص کنشگران را درون سیستم یا ساختار اجتماعی تسهیل می‌کند. این مفهوم ارتباطات افقی و عمودی را شامل می‌شود و سازمان‌ها و روابط بینابینی آنها اعم از باشگاه‌ها، انجمن‌ها، شرکت‌ها، احزاب و NGOها در زمره آن قرار می‌گیرد. در واقع سرمایه اجتماعی در روابط اجتماعی و هنجارهای اجتماعی بین گروه‌هایی که کار مشارکتی می‌کنند وجود دارد.

سطح کلان

سرمایه اجتماعی شامل روابط قراردادی و ساختاری نهادهای کلان مانند دولت، حکومت سیاسی و نظام‌های حقوقی و قضایی می‌گردد. در این سطح روابط و ساختارهای رسمی مانند قوانین و مقررات حاکمیت سیاسی، میزان مشارکت سیاسی، شکل‌گیری نهادهای سیاسی و اجزای سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهد. به عبارت دیگر در سطح کلان با سرمایه اجتماعی ساختاری سر و کار داشته که اعتماد نهادی و اعتماد به حکومت و نیز اعتماد به نظام‌های تخصصی مؤلفه‌های اصلی آن را تشکیل می‌دهند (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۶: ۱۲۴ و ۱۲۵).

کلمن و پوتنام از اندیشمندانی هستند که مفهوم سرمایه اجتماعی را در سطح گروه (غیر فردی) بکار بردند.



برخی معتقدند این مفهوم به پیوندها و ارتباطها میان اعضای یک شبکه، به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل، موجب تحقق اهداف اعضا می شود (میشری، ۱۳۸۷: ۱۶) سرمایه اجتماعی را می توان حاصل روابط مبتنی بر تفاهم و اعتماد بین کارکنان و مدیران سازمان دانست و آن را مجموع منابعی که در ذات روابط اجتماعی سازمان به وجود می آیند.

مفهوم اعتماد^۱

اعتماد از جمله مفاهیمی است که از سوی صاحب نظران رشته های علمی مختلف بررسی و تحلیل شده است که هر یک بر جنبه های خاصی از مفهوم اعتماد تمرکز کرده اند. با مطالعه ادبیات مدیریت و سازمان درباره اعتماد سه چیز می آموزیم: اول اینکه اعتماد مفهومی تعریف شده کاملاً واضح و آشکار نیست. دوم اینکه اعتماد مبحث جدیدی نیست و سوم اینکه در کنار الزامات و توجهات بنیادی، فقط شواهد اندکی در شأن و مقام اعتماد وجود دارد (نادری، ۱۳۹۳: ۸۵ و ۸۶).

شاو^۲ اعتماد را اعتقاد داشتن به دیگران تعریف می کند؛ زیرا برای رسیدن به خواسته های خود وابسته به دیگران هستیم (پناهی، ۱۳۸۷: ۸۹) رایینز اعتماد را داشتن نگاه مثبت به دیگران و کلمن آن را وارد کردن عنصر خطر در تصمیم برای کنش دیگران می داند (همان: ۹۰).

از دیدگاه مت های^۳ (۱۹۹۸) اعتماد به عنوان " احساس اطمینان کارکنان به سودمندی و ثبات رفتار و اظهارات سازمان هنگام مواجهه به شرایط ناپایدار و مخاطره-

۱. Trust
۲. Shaw
۳. Matthai



امیز" تعریف می‌شود. می‌شرا^۱ (۱۹۹۶) اعتماد سازمانی را به عنوان تمایل یک طرف به آسیب پذیر بودن در برابر طرف دیگر بر اساس این انتظار یا باور که طرف مقابل مطمئن باز و قابل اعتماد است، تعریف می‌کند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۳).

مک کاوولی و کوهنرت (۱۹۹۵) میان اعتماد افقی و عمودی تمایز قائل شدند. به نظر آنها اعتماد افقی در سازمان به معنای روابط معتمدانه میان کارکنان و همکاران است، در حالی که اعتماد عمودی به اعتماد کارکنان به سرپرست مستقیمشان، زیردستان، و مدیریت عالی اشاره دارد (نادری: ۸۷).

مفهوم اعتماد سازمانی^۲

سه جریان گسترده در ادبیات اعتماد وجود دارد: نخست اعتماد درون سازمانی - یعنی به عنوان یک پدیده درون سازمان، مثل اعتماد بین کارکنان و سرپرستان یا مدیران یا میان همکاران و اساتید - که تاکید ما در این مطالعه بر این نوع اعتماد است. دوم، اعتماد میان سازمان‌ها، یعنی یک پدیده میان سازمانی و سوم، اعتماد میان سازمان‌ها و مشتریانشان که به عنوان یک مفهوم بازاریابی مطرح می‌شود (دایتز و هارتوگ^۳، ۲۰۰۶: ۵۶).

به هر حال، این ابعاد و تقسیمات اعتماد سازمانی با یکدیگر جمع شده و اعتماد سازمانی کل را شکل می‌دهند. با مطالعه و بررسی مطالعات انجام شده درباره اعتماد و اعتماد سازمانی، نکات مشترک در میان تعاریف اعتماد سازمانی وجود دارد؛ همچون: اعتقاد به مدیریت، اطمینان درباره تفکرات همکاران، صداقت، و انتظارات مثبت (نادری: ۸۶).

۱ . Mishra

۲ - organizational trust

۳ - Dietz & Hartog

اعتماد سازمانی عبارت است از انتظارات مثبتی که بر پایه‌ی نقش‌های سازمانی، مناسبات، تجربیات و وابستگی‌های متقابل از نیات و رفتارهای مختلف اعضاء سازمان دارند، بوجود می‌آید. مشیرا^۱ (۱۹۹۶) اعتماد سازمانی را به عنوان تمایل یک طرف به آسیب‌پذیر بودن در برابر طرف دیگر بر اساس این انتظار یا باور که طرف مقابل مطمئن، باز و قابل اعتماد است، تعریف می‌کند (دانایی فرد و دیگران: ۶۳).

درحقیقت در اعتماد سازمانی بین کارکنان باور ما بر این امر است که دیگران همان کاری را انجام می‌دهند که ما از آنها انتظار داریم بدون اینکه آنها تحت نظارت باشند. اعتماد سازمانی بر فعالیت‌های بلندمدت تمرکز دارد و می‌تواند به عنوان یک عنصر ضروری برای تغییر اثربخشی سازمان قلمداد شود (دلایز، ۲۰۰۷: ۹۳).

اعتماد سازمانی به سطح اعتماد بین اعضای سازمان اشاره دارد. این نوع از اعتماد از طریق تعامل میان همکاران، سرپرستان و رهبری سازمان به وجود آمده و پرورش می‌یابد.

مفهوم سازمان^۲

تالکوت پارسونز، در کتاب ساختار و فرایند در جوامع مدرن، می‌گوید: سازمان، واحدی اجتماعی‌ست که عامدانه ساخته و بازسازی شود تا حصول به اهدافی مشخص، ممکن شود. یک سازمان، یک نهاد مستقل است که یک مأموریت خاص دارد و می‌تواند با نیت انتفاعی یا غیرانتفاعی تأسیس شده باشد. یک سازمان، یک ماهیت اجتماعی است که دارای ساختار، اهداف و مرز مشخصی است.

^۱ - Moshira

^۲ - Lowis

^۳ . Organization



تعریف سازمان از نظر رایینز و جاج: سازمان یک واحد اجتماعی متشکل از دو نفر یا بیشتر است به صورت نسبتاً پیوسته برای دستیابی به یک یا چند هدف مشترک فعالیت می‌کند.

تعریف سازمان از دیدگاه کیلگ و کورن برگر: سازمان‌ها هویت انسان‌ها را در [چارچوبی از] نقش‌ها^۱، گزارش‌ها^۲ و رویه‌ها^۳ می‌گنجانند.

تعریف سازمان از نگاه مک شین: سازمان یعنی یک گروه از افراد که برای رسیدن به یک هدف مشترک با هم کار می‌کنند.

توجه داشته باشید که «سازمان، ساختمان نیست»؛ هم‌چنین «سازمان، یک شخصیت حقوقی ثبت شده توسط دولت نیست». در واقع بسیاری از سازمان‌ها در دنیا وجود دارند که هیچ نوع دیوار فیزیکی ندارند و هیچ نوع گواهی دولتی هم صادر نشده که سند وجود و وضعیت آن‌ها باشد. سازمان‌ها از زمانی که انسان‌ها با هم کار می‌کرده‌اند وجود داشته‌اند.

دکتر علی رضائیان در تعریف سازمان می‌آورد: سازمان عبارت است از گروهی متشکل از دو یا چند تن که در محیطی با ساختار منظم و از پیش تعیین شده برای نیل به اهداف گروهی با یکدیگر همکاری می‌کنند. در این تعریف توجه به دو مفهوم کلیدی اهمیت دارد: ساختار منظم و از پیش تعیین شده و اهداف گروهی؛ که این تعریف، می‌تواند به عنوان تعریف منتخب ذکر گردد: «سازمان عبارت است از مجموعه‌ای از افراد که برای تحقق اهدافی معین همکاری می‌کنند» (رضائیان، ۱۳۹۰: ۱۱)؛

۱. Roles
۲. Reports
۳. Routines

۴. علی رضائیان، همان، ص ۱۱.



پیشینه پژوهش

به طور کلی هیچ یک از تحقیقات پیشین، به طور خاص به نقش اعتماد سازمانی در سرمایه اجتماعی پرداخته‌اند. در اینجا به مطالعاتی که به این دو مفهوم اشاره مختصری داشته‌اند، می‌پردازیم:

میلیگان^۱ (۲۰۰۹). در پژوهش خود "بررسی اعتماد سازمانی در نیروی هوایی آمریکا" بر اساس تئوری اعتماد ساشکین پرداخته است. نتایج پژوهش وی نشان داد که محیط‌های کاری با اعتماد بالا منجر به افزایش کارهای تیمی، کاهش تعارض در سازمان و بهبود عملکرد و اثربخش رهبری می‌گردد (بیلماز^۲، ۲۰۰۹، ص ۳۵۲-۳۴۱).

محمدعلی نادری^۳ و نزهت الزمان مشفق^۴ (۱۳۸۸) پژوهشی در زمینه "شناخت ادراک معلمان از روابط ابعاد اعتماد سازمانی با تعهد مستمر و عاطفی در آموزش و پرورش اصفهان" انجام دادند. این پژوهش از نوع پژوهش‌های همبستگی با استفاده از روش‌های مدل‌یابی علی است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که اعتماد سازمانی بر تعهد سازمانی دارای تأثیر مستقیم و معنادار بوده است.

حسن دانایی‌فرد و همکاران (۱۳۸۸)، پژوهشی با عنوان «ارتقاء اعتماد درون سازمانی در بخش دولتی» انجام دادند. روش تحقیق آن تحلیلی توصیفی بود و در آن به مطالعه دو مؤلفه اعتماد سازمانی و شایستگی مدیریتی مدیران پرداختند. نتیجه تحقیق بیانگر وجود رابطه مثبت بین این دو مؤلفه بود.

-
- ۱ - Miligan
 - ۲ - WilliamsLL
 - ۳ - Mohammad Naderi
 - ۴ - N.Moshfeghi



علی شفیع (۱۳۹۰)، پژوهشی با عنوان "بررسی رابطه‌ی بین اعتماد سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی در شرکت گواه" انجام دادند. در این تحقیق از روش توصیفی از نوع همبستگی استفاده نمودند و برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استفاده کردند. براساس یافته‌های تحقیق مشخص گردید که سه شاخص شایستگی، قابلیت اتکا، صداقت و تعهد سازمانی از اعتماد سازمانی با شاخص‌های بهره‌وری (کارایی، اثربخشی و انعطاف‌پذیری) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

سوسن باستانی و همکاران (۱۳۸۷)، پژوهشی با عنوان «سرمایه اجتماعی شبکه و اعتماد متقابل بین شخصی» انجام دادند و به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی شبکه و متغیرهای زمینه‌ای بر اعتماد، با روش پیمایش و با استفاده از پرسشنامه و نمونه‌گیری خوشه‌ای پرداختند. نتایج حاکی از آن است که با افزایش سرمایه اجتماعی شبکه افراد، اعتماد متقابل بین شخصی نیز افزایش می‌یابد.

الهام خداوردیان (۱۳۹۱)، پژوهشی با عنوان "تأثیر اعتماد سازمانی بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی در شرکت گاز استان خراسان شمالی" انجام دادند و با استفاده از ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه به این نتیجه رسیدند که بین ابعاد مختلف اعتماد سازمانی، اعتماد نهادی بیشترین مهم را در تبیین تغییرات رفتار شهروندی سازمانی دارد.

اشاجی و سامیول^۱ (۲۰۰۸)، در پژوهشی تحت عنوان "میزان رابطه بین مشارکت در تصمیم‌گیری و اعتماد سازمانی با رفتار مدنی سازمان" بدین نتیجه رسیدند که رابطه‌های مثبت و معناداری بین مشارکت در تصمیم‌گیری با اعتمادسازی وجود دارد.

۱ - Ashajaa and Samuel



مروری بر ادبیات اعتماد سازمانی

اعتماد یکی از موضوعات مهم در رفتار و روابط انسانی است که احساس اعتماد کارکنان به مدیر و سازمان، رفتار سازمانی و روابط بین کارکنان و سازمان را تحت-تأثیر قرار می‌دهد. همچنین اعتماد سازمانی انتظاری است مبنی بر اینکه کارکنان دیگر به خود اجازه نمی‌دهند در زمانی که دیگران آسیب‌پذیر هستند، ضرر و زیانی به آنها وارد نمایند (مشفق، ۱۳۸۸: ۲۸).

مطالعات تئوریک و کاربردی گسترده‌ای درباره اعتماد سازمانی وجود دارند. در این مطالعات ارتباط بین اعتماد سازمانی و بسیاری از متغیرهای دیگر بررسی شده است. اعتماد در سازمان نظیر هوا است، همه انسانها وقتی به آن توجه دارند که وجود ندارد. همچنین مانند اعتبار متاعی گذرا درون هر سازمان است و باید برای خدمت و رشد بطور مستمر پرورش یابد و نوسازی شود. اعتماد نگرشی جمعی است که باعث ترویج ابتکار، خلاقیت و مخاطره‌پذیری می‌شود (نادی و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۸).

بر طبق نظر روسین^۱ (۱۹۹۸) اعتماد سازمانی از دو جزء تشکیل شده است، اول اعتماد کردن به دیگران و دوم قابل اعتماد بودن. اعتماد به باور کردن دیگران وابسته است و قابل اعتماد بودن به این که مردم به شما احساس اعتماد کنند، بستگی دارد. کلارک^۲ (۲۰۰۲)، اعتقاد دارد که اعتماد سازمانی یکی از مهم‌ترین عناصر روابط اثربخش در سازمان است. اعتماد به دیگران و اینکه آنها به شما اعتماد داشته باشند، از اهمیت اساسی در سازمان برخوردار است (تسچانن و همکاران، ۲۰۰۲: ۱۸۳).

۱ - Rosen
۲ - Clarke



در موقعیت مخاطره آینده، این اعتماد است که باعث می‌شود کارکنان سیاست‌ها و خواست‌های سازمان که تاثیرات مثبتی بر آنها دارد را پذیرند و راجع به آن سیاست در خودشان انتظارات مثبتی ایجاد کنند (لوسیکی و همکاران^۱، ۲۰۰۱، ص ۶۳). به عبارت دیگر اعتمادسازی در یک فرد از حمایت سازمانی و باور به قابل اعتمادی بودن مدیران است (مشیرا و موریس^۲، ۱۹۹۸: ۱۲۷).

در سازمان‌هایی که اعتماد حکم فرما است، می‌توان یک جو مشارکت باز، کارکنان پاسخگو، بهره‌وری، رضایت شغلی بالا، تعهد سازمانی، فرهنگ توافق، مشارکت در تصمیم‌گیری را مشاهده کرد (بویکدرای و سولماز^۳، ۲۰۰۶: ۱۲۸). این صفات نیازمند کاهش ناسازگاری‌ها، مخالفات‌ها، عدم قصد ترک سازمان و عدم پیوستگی است و به همان اندازه نیازمند افزایش مولد بودن، انگیزش و خلاقیت است (آسوناکوتلا^۴، ۲۰۰۷: ۲۵۹).

فقدان اعتماد در سازمان باعث می‌شود کارکنان همدیگر را به خاطر هر اشتباهی متهم کنند و مکانیسم دفاع کردن و اجتناب از پاسخ دهی، احساس بدگمانی و حسادت، شایعه سازی، تلاش برای فاصله گرفتن از کار و عدم صداقت در اهداف سازمانی بوجود بیاید که در بلندمدت بنیان هر نظامی را متزلزل خواهد کرد، به گونه‌ای که اشتباهات فاحش رهبران سیاسی در رابطه با کارکنان و عدم توجه به بحث سرمایه اجتماعی، به اعتماد عمومی لطمه زده که در نهایت منجر به کاهش مشروعیت نظام آموزشی، سیاسی، اقتصادی فرهنگی می‌شود (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۸۴: ۵۵).

- ۱ - Lewiski etal
- ۲ - Mishira & Morissey
- ۳ - Buyukdere & Solmus
- ۴ - Asunakutla

بنیس و نانوس^۱ (۲۰۰۴) اعتماد به سازمان‌های اجرایی نیازمند ایجاد اعتماد میان کارکنان و مدیران بخش‌های اجرایی است، بنابراین توجه به ایجاد اعتماد درون-سازمان بسیار مهم است. برای مدیریت بهینه سازمان‌ها بخصوص سازمان‌های آموزش عالی به ایجاد اعتماد در سازمان به عنوان یکی از مهم‌ترین بعد سرمایه اجتماعی نیاز است و این امر باعث پیوند همدلی میان کارکنان و مدیران بخش‌های مختلف در دانشگاه می‌شود. موضوع اعتماد اهمیت نظری و عملی مهمی برای مطالعه سازمان‌ها دارد. اعتماد سازمان به مثابه پدیده‌ای است تحصیل‌گر که باعث بهره‌وری می‌شود (بنیس و نانوس، ۱۹۹۷: ۶۷).

اعتماد سازمان بین کارکنان به عملکرد اثربخش منجر می‌شود زیرا تبادل اطلاعات مرتبط و مناسب بین کارکنان و سازمان‌ها را تشویق می‌کند. اندیشمندان مدیریت اعتماد سازمانی را عامل مهمی در همکاری و تعارض، سبک‌های رهبری، مشارکت و بالندگی سازمانی می‌دانند.

شبکه اعتماد

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 این‌رو، اعتماد نقش زیادی در تسهیل فرایندها و کاهش هزینه‌های مربوط به اینگونه تبادلات دارد. شبکه اعتماد می‌تواند بین افراد یک گروه یا بین گروه‌ها و سازمان‌های مختلف به وجود آید.

۱ - Bennis & Nanus



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. یکی از مسائلی که موجب از میان رفتن سرمایه اجتماعی در سازمان می‌شود، جدایی مدیران از کارکنان و سازمان (نظیر ساختار سلسله‌مراتبی) 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.

اعتماد، پدیده حسّاس و شکننده‌ای است که برای به وجود آمدن به زمان بسیاری نیاز دارد؛ ولی به راحتی می‌توان آن را از بین برد و دستیابی مجدد به آن، کار ساده‌ای نیست. همچنین از آن جا که اعتماد، اعتماد می‌آورد، باید گفت بی‌اعتمادی هم موجب تشدید بی‌اعتمادی می‌گردد. اعتماد، از جمله مفاهیمی است که به تکرار، در بحث‌هایی همچون: رهبری، تغییر، روابط انسانی، و مشارکت فعال افراد، مورد نظر بوده است. وجود جوّ اعتماد و حاکم بودن آن بر روابط انسانی در میان افراد، یکی از آرزوهای دیرینه است. اعتماد برای ایجاد روابط انسانی مؤثر، برقراری و بهبود ارتباط سازمانی، اعمال رهبری مردمی و تحوّل، تشکیل گروه و کار گروهی، ایجاد همکاری و ایجاد تغییر سازمانی موفقیت‌آمیز، بسیار ضروری و لازم است. رنسیس لیکرت^۱ نظریه سیستم‌های مدیریتی خود را بر اساس اعتماد متقابل و تعامل میان مدیران و کارکنان

۱. Lensis Likert



قرار داده است و اذعان دارد هر قدر مدیران، سبک خود را به سیستم پیشنهادی او - که در آن اعتماد همکاری و تعامل متقابل در بالاترین حد است - نزدیک تر کنند، قدرت تولیدی سازمان‌های آنها نیز افزایش خواهد یافت.

در سازمانی که اعتماد متقابل بین اعضای آن به صورت یک هنجار پذیرفته شده است و اعضای سازمان و مدیریت آن در مسیر هر چه بیشتر شدن این اعتماد متقابل حرکت می‌کنند، روندهای سازمانی بهبود پیدا کرده، کارها سریع‌تر صورت می‌گیرد و فرآیندهای درون سازمانی به صورت مؤثرتر و کارآتر انجام می‌شود. البته این اعتماد، علاوه بر روابط بین اعضا در درون یک سازمان، می‌تواند به عنوان عنصر اساسی در ارتباط سازمان و اجتماع پیرامون آن، بویژه ارباب رجوع و مشتریان آن مطرح باشد که در صورت تحقق چنین موضوعی، سازمان در اجتماع پیرامون خود، از محبوبیت و پذیرش بیشتری برخوردار می‌شود و قدرت تعامل آن با سیستم‌های مجاور، هر بیشتر افزایش می‌یابد.

سرمایه اجتماعی دربرگیرنده مفاهیمی همچون اعتماد، همکاری و همیاری میان کارکنان است که نظام هدف‌مندی را شکل می‌دهند و آن‌ها را در جهت دستیابی به هدف‌های ارزشمند هدایت می‌کند. از این‌رو شناخت عوامل مؤثر در تقویت یا تضعیف سرمایه اجتماعی می‌تواند در گسترش ابعاد سرمایه اجتماعی کمک کرده و موجب افزایش عملکرد اجتماعی و اقتصادی افراد در جوامع شود.

در کنار سرمایه اجتماعی با گسترش پدیده‌ی جهانی‌سازی اهمیت اعتماد بین کارکنان بطور چشم‌گیری مورد توجه قرار گرفته است. اعتماد سازمانی برای موفقیت سازمانی، انجام تغییرات مداوم در نقش‌ها و تکنولوژی‌ها و همچنین طراحی مشاغل و مسئولیت‌ها ضروری می‌باشد (دانایی فرد و رجب‌زاده، ۱۳۸۸: ۶۰).



از نظر محققان سازمانی، اعتماد سازمانی مقدمه‌ای برای کنش جمعی موفقیت‌آمیز در سازمان‌ها و گسترش سرمایه اجتماعی تلقی می‌شود. دیوید و جانسون معتقدند که اعتماد در سازمان خصیصه‌ای ثابت و بدون تغییر نیست، بلکه به طور مداوم در حال تغییر است و کسب و ایجاد آن گرچه دشوار است اما از دست رفتن آن به راحتی اتفاق می‌افتد.

در این پژوهش در پی آنیم که ضمن ارائه مفهوم سرمایه اجتماعی و اعتماد سازمانی و مبانی نظری و نقش سرمایه اجتماعی افزایش اعتماد سازمانی را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

اعتماد اجتماعی^۱

اعتماد اجتماعی لازمه شکل‌گیری پیوندها و معاهدات اجتماعی است، اعتماد اجتماعی، ایجادکنندهٔ تعاون و همیاری است و فقط در این حالت است که در عین وجود تفاوت‌ها قادر به حل مشکلات و انجام تعهدات اجتماعی می‌شود. اعتماد اجتماعی برگرفته از عدالت-برابری و امنیت اجتماعی نیز زاینده آنها می‌باشد آنتونی اعتماد و تأثیر آن بر فرایند توسعه را زیر بنا و زمینه ساز اصلی در جوامع مدرن می‌داند، هر جا که سطح اعتماد اجتماعی بالا باشد، مشارکت و همیاری مردم در عرصه اجتماعی بیشتر و آسیب‌های اجتماعی کمتر است (اکبری، ۱۳۸۵: ۱۱).

پاتنام، اعتماد اجتماعی را ناشی از دو منبع یعنی هنجارهای معامله متقابل و شبکه‌های مشارکت مدنی می‌داند. از نظر وی، اعتماد، همکاری را تسهیل می‌کند و هرچه سطح اعتماد در یک جامعه بالاتر باشد، احتمال همکاری هم بیشتر خواهد بود و باز این همکاری به نوبه خود اعتماد را ایجاد می‌کند. به این ترتیب، هرچه سرمایه

۱. social trust



اجتماعی بیشتر استفاده شود به جای استهلاک و کاهش، بیشتر افزایش خواهد یافت. وی اضافه می‌کند، نبود این ویژگی‌ها در برخی از جوامع عهدشکنی، بی‌اعتمادی، فریب و حيله، بهره‌کشی، انزوا، بی‌نظمی و رکود را به دنبال خواهد آورد (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۱۲).

امروزه در جوامع مختلف و به تبع آن در سازمان‌ها افراد از عدم اعتماد به مسئولان دولتی و سازمانی رنج می‌برند و همین عدم اعتماد موجب کاهش تشریک مساعی کارکنان و همچنین انصراف آنان از مشارکت با زیردستان و نتیجه آن بی‌تفاوتی و بی‌انگیزشی افراد و کارکنان می‌شود. یکی از مسائل و مشکلات سازمان‌ها، عدم وجود همکاری‌های اداری، داوطلبانه و آگاهانه می‌باشد و نبود آن به معنای پایین بودن سطح سرمایه اجتماعی سازمانی است. مشکل دیگر که سازمان‌ها درگیر آن می‌باشند، بالا بودن هزینه تبادلات و تعاملات فی‌مابین است و این مسئله ناشی از عدم اعتماد متقابل است. اعتماد متقابل نقش زیادی تسهیل فرایندها و کاهش هزینه‌های مربوط به این گونه تبادلات دارد. سرمایه اجتماعی یعنی اعتماد و شبکه‌های تعاملی که می‌تواند با تسهیل اقدامات هماهنگ، کارایی گروه را در دستیابی به برخی اهداف خود بهبود ببخشند (تاجبخش، ۱۳۸۴: ۴۹).

در سازمانی که ویژگی‌هایی مانند اعتماد و هنجارهای مشوق مشارکت و سرمایه اجتماعی به اندازه کافی فراهم نباشد، هزینه‌های همکاری افزایش یافته و تحقق عملکرد بستگی به برقراری نظام‌های کنترلی پرهزینه پیدا خواهد کرد و در مقابل وجود سرمایه اجتماعی به میزان کافی و مناسب سبب برقراری انسجام اجتماعی و اعتماد متقابل شده و هزینه تعاملات و همکاری‌های گروهی کاهش می‌یابد و در نتیجه عملکرد گروه بهبود می‌یابد (پروساک، ۲۰۰۰: ۱۵۹).

اهمیت سرمایه اجتماعی سازمانی در این است که سبب اجتماع افراد (گروه‌ها، تیم‌ها، سازمان‌ها و...) شده و باعث می‌شود که با یکدیگر به طور موفقیت‌آمیز کارها را



به پایان برسانند. سرمایه اجتماعی سازمانی احساس انسجام را از طریق اعتماد و همکاری ایجاد می‌نماید. عناصری از قبیل: اعتماد، درک متقابل، تعهد و ثبات ارتباطی را به وجود می‌آورد که سازمان‌ها را در بازار متغیر حفظ می‌نماید (کوهن و پروساک، ۲۰۰۱: ۹).

ایجاد اعتماد سازمانی

سطوح پایین اعتماد در بین کارکنان، تاثیر منفی می‌گذارند، نوآوری را خفه می‌کنند و فرایند تصمیم‌گیری را مختل می‌سازند. کارکنان در چنین شرایطی که در آن سطح اعتماد کاهش می‌یابد، معمولاً تحت فشار روانی زیادی قرار می‌گیرند و در پی توجیه اعمال و تصمیم‌گیری‌های خود هستند، در این شرایط کارکنان از تمرکز بر مسائل اصلی و اساسی سازمان بازداشته می‌شود. برای جلب اعتماد راه‌های متفاوتی وجود دارد و حصول آن بر اصول و روش‌های خاص استوار است، اصولی که بتوانند جهت‌گیری‌های راهبردی سازمان را ترسیم کرده و روش‌های عملی و کارآمد را در تحقق آن جهت‌گیری بدست آورند. نکته قابل توجه این است چیزی که منجر به جلب اعتماد می‌شوند عبارتند از: صداقت و راستگویی، شفافیت در عمل، سازگاری و هماهنگی، شایستگی، مراقبت از کارکنان و توجه به خواسته‌ها و احساسات آنهاست (قربانی و باب الحوائجی، ۱۳۹۱: ۶).

استانلی (۲۰۰۵)، راهنمایی‌هایی برای توسعه اعتماد سازمانی ارائه کرده است که عبارتند از:

همیشه راست بگویید و راست‌گویی در سازمان را ترویج کنید.
خوبی‌ها را در افراد جستجو کرده و آنها را تأیید، تشویق و ترویج کنید.
هرگز مزیت‌ها و نقاط مثبت را از افراد نگیرید بلکه آنها را تقویت کنید.



کارها را بطور منصفانه بین افراد تقسیم کنید.
با تمامی کارکنان بر اساس احترام و وقار رفتار کنید.
با کارکنان بر اساس اطمینان با آنها گفت‌وگو کنید نه بر اساس شک و تردید.
حتماً کاری را که گفته‌اید قصد انجامش را دارید، انجام دهید.
کارهایی را انجام دهید که شمارا در کمک کردن به کارکنان موفق کند.
کارکنان را در موفقیت سازمانتان تسهیم کنید.
ارزش‌های سازمان را پشتوانه طرح‌ریزی‌ها و نقشه‌ها قرار دهید.
در دوره‌های تغییر سازمانی، کارکنان مثبت و توانمند را حفظ کنید.

ابعاد اعتماد سازمانی

راتینز و هارتوگ^۱ (۲۰۰۶). چهار بُعد خیرخواهی، شایستگی، صداقت و قابلیت پیش‌بینی را به عنوان مهم‌ترین عناصر تشکیل دهنده اعتماد می‌دانند. مایر و همکارانش (۱۹۹۵) نیز سه مؤلفه اعتماد، صلاحیت و خیرخواهی و صداقت را به عنوان ابعاد اصلی اعتماد در سازمان مطرح می‌کنند. در تحقیقی که توسط دو نفر از دانشمندان انجام شد، پنج بُعد اعتماد را صداقت، شایستگی، ثبات یا پایداری، وفاداری، روراستی مطرح نمودند (چاندلر، پی‌ال، توماس، ۱۹۹۳). پاین (۲۰۰۳) ده بُعد برای اعتماد پیشنهاد نموده که عبارتند از: شایستگی، صداقت، قابلیت اعتماد، صراحت و درستکاری، توجه به کارکنان، آسیب‌پذیری، احساس هویت، نظارت متقابل، رضایت، تعهد.

در تحقیقاتی که دایتز و هارتوگ مطرح نمودند، ابعاد مورد استفاده قرار گرفته به شرح ذیل می‌باشد:

۱. Dietz & Hartog



شایستگی^۱: که به قابلیت دیگران در داشتن مهارت و دانش در زمینه روابط انسانی می‌باشد.

خیرخواهی^۲: خیرخواهی به معنی انگیزه‌های مهربانانه و میزان محبت یک شخص نسبت به گروه مقابل و توجه صادقانه به رفاه دیگران است.

صداقت^۳: صداقت به درستی، پاکی و دارای حقیقت بودن می‌باشد.

قابلیت پیش‌بینی^۴: کارکنان در موقعیت‌هایی که قرار گرفته‌اند با توجه به شرایط کنونی، امکانات بتوانند مسائل آینده را در حوزه کاری پیش‌بینی کنند (دایتز و هارتوگ، ۲۰۰۶: ۲۳۱).

شاخصه‌های شناسایی شده مؤثر در ایجاد اعتماد بین کارکنان و مدیران

از نظر زارعی متین و حسن زاده، شاخصه‌های زیر در ایجاد اعتماد سازمانی مؤثر است:

انصاف: اگر کارکنان سازمان احساس کنند که بین داده‌های آنها به سازمان و ستاده‌های آن سازمان تناسب وجود دارد و میزان تلاش کارکنان در سازمان با میزان دریافتی آنها از سازمان یکسان است و مزایا داشته باشند، میزان اعتماد آنها به سازمان و مدیریت افزایش خواهد یافت.

گشودگی: اگر در سازمان بین مدیران و کارکنان جلسات غیر رسمی برگزار شود و جریان اطلاعات در سازمان شفاف و روشن باشد و اطلاعات سازمان در مورد

۱. Merit
۲. benevolence-
۳. integrity
- ۴ - forecast ability



عملکرد کارکنان به سرعت در اختیار کارکنان قرار بگیرد، باعث ایجاد اعتماد کارکنان به مدیریت شده، تعهد کارکنان به سازمان افزایش خواهد یافت.

ثبات: اگر رفتار مدیران در سازمان قابل اطمینان باشد و بین حرف و عمل مدیران تناقض وجود نداشته باشد و مدیران سازمان به وعده های خود عمل نمایند، میزان اعتماد کارکنان به مدیریت افزایش خواهد یافت.

شایستگی: اگر مدیریت سازمان برای تخصص و تجربه لازم برای انجام دادن کار اهمیت قائل باشد و نسبت به مسائل و مشکلاتی که در سازمان به وجود می آید، قضاوت های درست و ایده آل دهد و برای اخذ تصمیمات اثربخش مهارت های لازم را داشته باشد، باعث افزایش اعتماد کارکنان به مدیریت و تخصص مدیر در امر مدیریت می شود.

تفویض اختیار: اگر کارکنان در سازمان از اختیار لازم برای تصمیم گیری برخوردار و در به کارگیری شیوه های جدید در انجام دادن کار وظایف خود آزادی عمل داشته باشند، میزان اعتماد آنها به مدیریت افزایش می یابد.

مشارکت: اگر کارکنان در فرایند هدف گذاری و تصمیم گیری مشارکت داده شوند و مدیریت به پیشنهادات آنان در مورد بهبود روش ها و وظایف اهمیت دهد، باعث افزایش میزان اعتماد آنها به سازمان می شود (زارعی متین و حسن زاده، ۱۳۸۳: ۱۱۱-۱۰۹).

اعتماد کارکنان به سازمان

اعتماد یک عنصر ضروری در روابط انسانی مولد است. آن یک پدیده بین شخصی و جمعی است و همبستگی و همدلی ایجاد می کند و به افراد احساس امنیت می بخشد (فیضی، ۲۰۰۳، ص ۴۶۴).



اعتماد به سازمان به ارزیابی کلی و جهانی از قابلیت اعتماد و اطمینان یک سازمان اشاره می‌کند؛ همچنان که توسط یک کارمند درک می‌شود. کارکنان به طور مستمر محیط سازمانی را مشاهده می‌کنند و نهایتاً در می‌یابند که آیا به سازمان خود اعتماد کنند یا اعتماد نکنند. فرآیندهای سازمانی، دیدگاه‌های سازمان را به کارکنان، و نیز نقش‌هایشان را به آنها ابلاغ می‌کند و کارکنان به روابط ابلاغ شده توسط سازمان با اعتماد واکنش نشان می‌دهند. به قول برخی محققان، مدیران یک نقش محوری در تعیین سطح کلی اعتماد در درون سازمان‌ها ایفا می‌کنند، برای مثال، مدیران، سیستم‌های کنترل و پاداش طراحی می‌کنند که جلوه‌های بارز سطوح بالای اعتماد یا عدم اعتماد در درون سازمان‌ها را متأثر می‌سازند. باورها و اقدامات مدیران نیز به طور مستقیم یا غیرمستقیم باعث اعتماد در سازمان‌ها می‌شوند (یزدانی، ۱۳۹۱: ۶۹).

کارکنانی که به سازمان اعتماد می‌کنند از کارکردن در سازمان لذت می‌برند. از این رو، تعمیم و توسعه اعتماد ارزشمند است؛ وقتی که "شعاع اعتماد" افراد بیشتری را پوشش می‌دهد و طیف بیشتری از تعاملات را شامل می‌شود (پاتنام، ۲۰۰۰: ۸۰).

محققان پیشین ادعا نمودند که مبنا و اساس هر اعتمادی، ابراز وجود خود فرد به عنوان یک هویت اجتماعی است که از طریق تعامل و مراوده او با دیگران ساخته می‌شود. قابلیت اعتماد و اطمینان به مقامات سازمانی به درجه صداقت و انسجام روحی آنها بستگی دارد که به عنوان نماینده واقعی هویت سازمانی و ارزش‌های مرتبط در اعمال و اقدامات‌شان به نمایش می‌گذارند (فیضی، ۲۰۰۳: ۴۸۷).

ایجاد اعتماد در سازمان‌ها، به یک استراتژی برای افزایش سطوح اعتماد در میان تمام کارکنان و مدیران نیازمند است. محققان برای تعیین مبنای اعتماد در سازمان‌ها تلاش زیادی کرده‌اند. در تحقیقی که مک‌کالی و کانرت (۱۹۹۲)، انجام داده‌اند،



دریافتند متغیرهای مربوط به شغل مانند مشارکت در تصمیم‌گیری، استقلال، بازخورد، رفتار حمایتی سرپرست و ارتباطات، به طور قابل توجهی می‌تواند به تشریح اعتماد به مدیریت بپردازد.

یلماز و واتالی^۱ (۲۰۰۹) عوامل موثر بر ایجاد اعتماد سازمانی را به عوامل سازمانی شامل: (ارزیابی موفقیت کارکنان با استفاده از روش‌های مدرن، دارا بودن سیستم‌های پاداش دهی منصفانه، دادن بازخوردهای منظم و به موقع به کارکنان و...) و عوامل فردی (مانند تمایل به اتکا کردن ارزش‌ها، عادات، رفتارها و...) تقسیم‌بندی کرده‌اند همچنین نیهان^۱ (۲۰۰۳) مشارکت کردن کارکنان در تصمیم‌گیری، دادن بازخورد به کارکنان و گرفتن بازخورد از آنها، و قدرتمند سازی کارکنان را به عنوان فعالیت‌های ضروری برای افزایش اعتماد در سازمان‌ها مطرح کرده است. در کل عوامل متعددی در ایجاد اعتماد سازمانی بین کارکنان نقش دارند که شناخت و ایجاد آنها عامل مهمی در بهبود تعهد عملکرد سازمانی و درک اهداف فردی و سازمانی است.

در مقابل محققان، پیامدهای مختلفی را برای اعتماد سازمانی برشمرده‌اند، برای مثال نیهان (۲۰۰۳) نتایج افزایش اعتماد در سازمان را شامل افزایش بهره‌وری و تقویت تعهد سازمان می‌داند.

فلذا عواملی همچون: یکسان نبودن ادعا و عمل، تقدم منافع فردی بر منافع مشترک، جلوگیری از تبادل اطلاعات (حبس اطلاعات)، حقایق را وارونه جلوه دادن و... سبب تشدید عارضه بی اعتماد سازمانی در میان کارکنان می‌گردد.

نقش اعتماد سازمانی در سرمایه اجتماعی سازمان‌ها

^۱ - Nihan



اعتماد یکی از عناصر ویژه و مورد توجه در سازمان است. در صورت نهادینه شدن فضای اعتماد در سازمان، انسجام و احساس یگانگی بین افراد افزایش می‌یابد. ایجاد فضای اعتماد در سازمان نیاز به صرف زمان طولانی دارد؛ در حالی که تخریب آن فقط چند لحظه زمان خواهد برد. با این حال، از مشکلات سازمان‌های مدرن، عدم وجود اعتماد میان کارکنان و مدیران است. با مطالعه در دیگر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، می‌توان به نقش اعتماد به صورت غیرمستقیم در مشارکت اجتماعی و روحیه داوطلبی از عناصر سرمایه اجتماعی اشاره کرد. مؤلفه‌هایی همچون قانون-گرایی و انضباط مالی سبب شفافیت مالی و بالتبع افزایش اعتماد و روحیه داوطلبی و تعهد کاری می‌گردد.

مشارکت اجتماعی و ارزش‌های مشترک بر مبنای اعتماد ساخته شده و با برخورد عادلانه، امانتداری و تعهد کاری در ارتباط مستقیم هستند. از طرفی وجود زیرساخت‌های مناسب در سازمان باعث ایجاد سیستمی پاک برای قانون‌گرایی و انضباط مالی خواهد شد.

ایجاد ارزش‌های مشترک در سازمان باعث تقویت روحیه داوطلبی و افزایش مشارکت اجتماعی و اعتماد بیشتر بین کارکنان در سازمان می‌گردد.

سرمایه اجتماعی از مفاهیم نسبتاً جدیدی است که در آن ارزش‌های مقبول و موثر در میان افراد جامعه، مورد مطالعه قرار می‌گیرد که امری قابل کنترل و انتقال در سازمان است. پرداختن به مؤلفه‌های ارتقای سطح سرمایه اجتماعی در سازمان به دلیل تأثیر مستقیم در عملکرد کارکنان دارای اهمیت است. لذا در سازمان، کارکنان به عنوان یک جامعه مورد مطالعه، دارای ارزش‌ها و هنجارهای مورد تایید، هستند که نقش بسیار موثر در عملکرد افراد در سازمان دارد.



مؤلفه اساسی در این تحقیق با توجه به بررسی در متون پژوهشی در دسترس، مؤلفه اعتماد است که نقش اساسی در سرمایه اجتماعی دارد. اعتماد به صورت فردی و سازمانی در سرمایه اجتماعی مؤثر است. «اعتماد» به خودی خود هم مؤلفه سرمایه اجتماعی است و هم محصول فرعی سرمایه اجتماعی؛ یعنی سرمایه اجتماعی خود سبب ایجاد اعتماد می‌گردد.

کاهش یا افزایش سطح اعتماد کارکنان به مدیر و سازمان، سبب افزایش یا کاهش اثربخشی و بهره‌وری در سازمان و بالتبع اثرگذاری در تحقق اهداف سازمانی می‌گردد.

سازمان‌ها با شناخت و شناسایی ابعاد سرمایه اجتماعی خود می‌توانند درک بهتری از الگوی تعاملات بین فردی و گروهی داشته باشند و با استفاده از سرمایه اجتماعی می‌توانند سیستم‌های سازمانی خود را بهتر هدایت نمایند. مؤلفه‌هایی نظیر اعتماد، مشارکت داوطلبانه و موارد مشابه در سرمایه اجتماعی، باعث می‌شوند تا هزینه‌های مدیریتی نظیر نظارت و کنترل رسمی، رایزنی‌های مدیریتی، کندی ناشی از سیستم بوروکراتیک و موارد دیگر پایین آمده و امکان استفاده از زمان و سرمایه در جهت انجام فعالیت‌هایی با بهره‌وری بیشتر فراهم گردد (امامقلی، ۱۳۹۰: ۵۹ و ۶۰).

«سرمایه اجتماعی» مفهومی است که ارتباط بسیار نزدیکی با سرمایه انسانی به عنوان مهم‌ترین منبع سازمان‌ها دارد. از سوی دیگر، بهره‌گیری از سرمایه‌های دیگر سازمانی نیز در پرتو این سرمایه امکان‌پذیر است و همین نکته بر اهمیت این سرمایه در سازمان اشاره دارد.

اعتماد با وجود تأثیر مستقیم بر سطح سرمایه اجتماعی، بر دیگر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بصورت غیرمستقیم نیز مؤثر است. وجود اعتماد بین افراد خصوصاً نسبت به



مدیر، با ایجاد گرایش‌های مطلوب مانند ایجاد و به اشتراک گذاری دانش، رضایت شغلی و... و همچنین کاهش گرایش‌های نامطلوب از قبیل ترک شغلی، رفتارهای تدافعی و...، موجب افزایش انعطاف‌پذیری و اثربخشی در سازمان می‌گردد. چرا که روابط رو در رو تاثیر مثبت خوبی در جهت ایجاد روابط بهتر و مبتنی بر اعتماد تأثیری مثبت و مطلوب دارند. هنجار اعتماد یک جزء اصلی سرمایه اجتماعی است. هنجار اعتماد، در روابط اجتماعی شکل می‌گیرد و زمینه‌ساز مشارکت و همکاری میان اعضای سازمان می‌باشد. انتقال اطلاعات و دانش در سطح کلان و خرد بین افراد و سازمان‌ها به افرادی بستگی دارد که این انتقال را تسهیل و شروع می‌کنند. در نتیجه تمام چیزهایی که مانع ارتباط بین فردی و یا مشوق آن شوند، بر انتقال دانش تاثیرگذار خواهند بود. به همین دلیل، اعتماد خیلی مورد تاکید قرار گرفته است. اعتماد بویژه زمانی مهم خواهد بود که روابط پیچیده باشند. بنابراین، اعتماد در تسهیم دانش خیلی مهم خواهد بود، به این معنا که وقتی در تبادل دانش عدم اطمینان و ریسک‌هایی وجود دارد، می‌توان آن را به وسیله سطح بالایی از اعتماد به حداقل رساند، که این خود برای عملکرد موثر در اقتصاد دانشی ضروری و مهم می‌باشد.

وجود مؤلفه‌ای همچون اعتماد که نقش اساسی در سرمایه اجتماعی را دارد، سبب می‌شود تا ایجاد و تقویت اعتماد سبب تاثیر مثبت در هر دو گردد. وجود ارتباط مثبت دوسویه بین مدیر و کارکنان و خصوصاً اعتماد کارکنان به مدیر، سبب ایجاد و تقویت سرمایه اجتماعی می‌گردد که بهره‌وری و کارآیی را در سازمان بدنبال خواهد داشت. درک اینکه مهم‌ترین دارایی یک سازمان، نیروی انسانی آن است، سبب می‌-



شود تا برای نگهداری و ایجاد انگیزه بیشتر در کارکنان بدنبال راههای مؤثر همچون تقویت سرمایه اجتماعی در سازمانها باشیم.

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 ارتقای سازمانی مؤثر بوده و نه فقط کارکنان و مدیران بلکه سایر سازمان‌ها نیز می‌توانند با به کارگیری روش‌های مناسب مانند اعتمادسازی 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 ارباب‌رجوع در سازمان در جهت افزایش سرمایه اجتماعی کارکنان اقدام کرده و در نهایت به تحقق سرآمدی و تعالی سازمانی دست یابند.

سازمان‌ها تا زمانی که برای بقا تلاش می‌کنند و خود را نیازمند حضور در عرصه ملی و جهانی می‌دانند باید اصل بهبود مستمر و اعتماد بین کارکنان را سرلوحه فعالیت خود قرار دهند. این اصل حاصل نمی‌شود مگر اینکه زمینه دستیابی به ارتقاء سرمایه اجتماعی امکان‌پذیر باشد (بورديو، ۱۹۸۶: ۱۷۹).

سرمایه اجتماعی مسئله‌ای نیست که بتوانیم به راحتی از کنار آن بگذریم چون اثر مستقیم در اعتماد و بی‌اعتمادی سازمانی کارکنان ما خواهد داشت. سرمایه اجتماعی، بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و



بهبود عملکرد سازمان قلمداد می‌شود. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان، این سرمایه را ایجاد کنند. راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازد.

حال می‌توان گفت، سرمایه اجتماعی حاصل انباشت منابع بالقوه و بالفعلی است که در شبکه‌ای بادوام از روابط کم و بیش نهادینه شده در بین افرادی که با عضویت در یک گروه ایجاد می‌شود و در روابط میان افراد تجسم می‌یابد (بورديو، ۱۹۸۶: ۱۳۷).

در کنار سرمایه اجتماعی امروزه اهمیت اعتماد به خصوص اعتماد سازمانی در روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و سازمانی به طور چشم‌گیری مورد توجه قرار گرفته است. در مطالعات سازمانی نیز اعتماد به عنوان عامل بنیادی برای سازمان‌های اثربخش نام برده می‌شود و متخصصین رهبری و محققان به اهمیت ایجاد اعتماد در بین کارکنان اذعان دارند. مطالعات ادبیات سازمانی نشان می‌دهد که اعتماد یک عامل حیاتی و ضروری برای موفقیت فردی و سازمانی می‌باشد (دانایی‌فرد و همکاران، ۲۰۰۹: ۹۰).

محور اساسی و تکیه‌گاه روابط اجتماعی، اعتماد است، اعتماد سازمانی باعث می‌شود که افراد در روابط اجتماعی خود با دیگران هرگونه بدگمانی را کنار گذاشته و روابط صمیمانه‌ای را برقرار کنند که بدون اعتماد چنین روابطی شکل نمی‌گیرد. زمانی که سطح اعتماد در سازمانی بالا است. کارکنان به رهبری سازمان احساس اطمینان پیدا کرده و آن را عملاً نشان می‌دهند (کاظمی جقنب، ۲۰۰۴: ۱۲۵).

مفهوم سرمایه اجتماعی در واقع پل ارتباطی جدیدی بین جامعه‌شناسی، علوم-سیاسی و اقتصادی خواهد بود تا با نگرش جدیدتر به بررسی ارزش‌های اجتماعی، مخصوصاً ارزش ارتباطات مردمی برای دستیابی به اهداف مشترک کلان پردازیم. افراد جامعه‌ای که قادر باشند در فضایی اعتمادی از شبکه‌های اجتماعی و اطلاعاتی به طور گسترده برای تشخیص و استفاده از فرصت‌های تجاری، سیاسی، تأمین مالی،



تأمین شغلی و چیدمان بهتر تخصیص منابع سود جویند، سرمایه اجتماعی بیشتری دارند (فیلد، ۱۳۸۷: ۱۱).

مدیر سازمان‌ها باید به این سرمایه به عنوان محور اصلی مدیریت در سازمان‌ها توجه کنند تا نیل به اهداف راحت‌تر صورت گیرد، از طرف دیگر اعتماد سازمانی نقش زیربنایی را به منظور بسط و توسعه سرمایه اجتماعی ایفا می‌نماید. از این رو سرمایه اجتماعی و اعتماد سازمانی رابطه تنگاتنگی باهم دارند.

اعتماد سازمانی ابزاری است برای صرفه‌جویی در قدرت، زیرا حضور اعتماد، نگرانی، شک و نیاز به مراقبت و کنترل را کاهش می‌دهد. در حقیقت اعتماد سازمانی بزرگترین تسهیل‌گر کارآیی سازمانی است، که با داشتن اعتماد سازمانی مدیران و کارکنان به یکدیگر اطمینان داشته‌اند و بدون وجود اعتماد، سازمان‌ها هیچ‌گونه شانس برای تحقق اهداف و استراتژی‌های خود ندارند و اعتماد سازمان نوعی ارزش اساسی انسانی است که باید در هر سازمانی توسعه داده شود، ایجاد اعتماد برای بخش‌های مکمل، به منظور دستیابی به مزایای بالقوه سازمانی، بسیار مهم و حیاتی است.

در وضعیت موجود سازمان‌های جامعه، یکی از مسائل حاد و پراهمیت فقدان روابط اجتماعی و فقدان اعتماد سازمانی است. کارکنان در سازمان‌ها از اعتماد و اطمینان اندک برخوردارند. به همین دلیل ارتباط مناسب در گروه‌ها و یا تیم‌های مربوطه برقرار نمی‌شود که پیامد آن پیدایش مسائل مزمن سازمانی است.

میزان سرمایه اجتماعی در هر گروه یا جامعه‌ای نشان‌دهنده میزان اعتماد افراد به یکدیگر است. همچنین وجود میزان قابل قبولی از سرمایه اجتماعی موجب تسهیل کنش‌های اجتماعی می‌شود، بطوری که در مواقع بحرانی می‌توان برای حل مشکلات



از سرمایه اجتماعی به عنوان اصلی‌ترین منبع حل مشکلات و اصلاح فرایندهای موجود سود برد (علوی، ۱۳۸۶: ۳۴).

سازمان‌های امروزی که با تغییرات و چالش‌های مختلفی روبرو هستند که مهم‌ترین رکن در کنار سرمایه اجتماعی، ایجاد اعتماد سازمانی بین کارکنان می‌باشد. «لاولر» بیان می‌کند که تغییرات مستمر در محیط کار، شبکه‌های مدیریت مشارکتی و استقرار تیم‌های کاری را ایجاد کرده و اعتماد در سیستم‌های کاری و مدیریت، ضرورت ایجاد اعتماد سازمانی را دوچندان ساخته است. در تیم‌های خودگردان، اعتماد جایگزین کنترل و مشاهده مستقیم سرپرست می‌شود، اعتماد سازمانی منجر به تقویت کارکنان و افزایش مشارکت در تصمیم‌گیری شده و محیطی فعال برای کار در سازمان فراهم می‌سازد (قربانی و باب‌الحوائجی، ۱۳۹۲: ۲).

در سازمان‌ها روابط اجتماعی در ایجاد تقویت اعتماد سازمانی تأثیر بنیادی دارد. اعتماد یکی از عناصر مهم و کلیدی سرمایه اجتماعی گروه‌ها و سازمان‌ها را تشکیل می‌دهد. مطالعات ادبیات سازمانی نیز بر اهمیت سرمایه اجتماعی برای تقویت روابط و همکاری و تسهیل کنش‌ها اعتماد سازمانی به عنوان پیش‌نیاز اثربخشی سازمانی تأکید داشته‌اند. اعتماد سازمانی برای موفقیت سازمانی، انجام تغییرات مداوم در نقش‌ها و تکنولوژی‌ها، و همچنین طراحی مشاغل و مسئولیت‌ها ضروری می‌باشد. با توجه به اهمیت این دو متغیر وجود سرمایه اجتماعی و اعتماد سازمانی از شروط لازم و ضروری برای پیشرفت سازمان‌ها و از منابع حیاتی برای کسب مزیت رقابتی در موقعیت رقابتی است.

نقش اعتماد در ایجاد سرمایه اجتماعی

برای شکل‌گیری سرمایه اجتماعی، اعتماد آغازین مورد نیاز است؛ اما پس از تولید سرمایه اجتماعی و شکل‌گیری رابطه اعتماد، اعتماد به خودی خود قوی می‌شود. قوی شدن اعتماد به معنای افزایش سرمایه اجتماعی است و به همین ترتیب سرمایه اجتماعی و اعتماد به تقویت هم می‌پردازند (زارعی متین و دیگران، ۱۳۸۷: ۳۵).

بین اعتماد و سرمایه اجتماعی رابطه‌ای دوسویه وجود دارد. بطوری که با افزایش سرمایه اجتماعی، دایره شمول اعتمادسازمانی بین کارکنان گسترش و وسیع می‌گردد و در واقع گروهی که فرد عضویت آن را پذیرفته و اجتماعی که او به آن تعلق دارد بزرگتر می‌شود و با ارتباط میان کارکنان احساس تعلق اجتماعی به گروه تقویت و همزمان با آن امنیت ایجاد می‌گردد، بنابراین در چنین فضایی از میزان آسیب‌پذیری کاسته می‌شود و در نتیجه دلیلی بر اضطراب و نگرانی و ترس وجود ندارد و به‌جای آن دوستی‌ها افزایش می‌یابد و با تقویت دوستی، تعهد و احساس اعتماد سازمانی بین کارکنان در ابعاد مختلف شکل می‌گیرد. کارکنان در سازمان نسبت به یکدیگر احساس مسئولیت می‌کنند. وجود شرایط اعتمادسازمانی در بین کارکنان، افراد را در کنار هم نگه می‌دارد و آنها را قادر می‌سازد که به همدیگر اعتماد کنند و به‌صورت باز عمل کنند. افرادی که به همکاران خود اعتماد دارند و احساس همبستگی عمیقی با آنها دارند، نسبت به همکارانشان و کار آنها ملاحظه و اهمیت بیشتری قائل هستند و به آنها کمک می‌کنند تا وظایف خود را بهتر انجام دهند. علاوه بر این، اعتماد سازمانی باعث می‌شود در بین کارکنان احساس عدالت، توجه و حمایت سازمان از آنها ایجاد شود و کارکنان مطمئن باشند که سازمان در تعامل با آنها فرصت‌طلبانه عمل نمی‌کند، همچنین در این شرایط، کارکنان باور دارند که سازمان از آنها مراقبت



می‌کند و نسبت به مسائل آنها حساس است. چنین کارکنانی علاقه زیادی به مشارکت و قبول مسئولیت در زندگی سازمانی دارند. این کارکنان با کمک مشتاقانه به دیگران به ویژه آنان که مشکلاتی مرتبط با کار دارند، سبب می‌شوند عملکرد کمی سازمان بهبود یابد. احتمالاً این کارکنان در صورت لزوم قادرند بیش از حد مرسوم کار کنند، دارای وجدان کاری زیاد هستند، کمتر از شرایط سختی کاری شکایت می‌کنند، مبادرت به انجام اقداماتی می‌نمایند که تصویر سازمان را در اجتماع بهبود بخشد. علت چنین فعالیت‌هایی این است که چنین کارکنانی به سازمان، همکاران و مدیران خود اعتماد دارند، سازمان را پشتیبان خود دانسته و در واقع خود را از سازمان جدا نمی‌دانند (بردبار، ۱۳۸۹: ۷).



نتیجه گیری

با دقت در تعاریف سرمایه اجتماعی متوجه خواهیم شد که این مفهوم، بر مفاهیمی همچون: اعتماد، همکاری و روابط متقابل بین اعضای یک سازمان و گروه، تکیه و تأکید می‌کند. 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 کارآیی 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.

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 می‌تواند شناخت جدیدی را از سیستم‌های اقتصادی - اجتماعی ایجاد و مدیران را در هدایت بهتر سیستم‌ها یاری‌کننده سرمایه اجتماعی را می‌توان حاصل پدیده‌های 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.

مطابق نظر کلمن، پاتنام، بوردیو، فوکویاما و... هرچه میزان سرمایه اجتماعی در بین کارکنان یک سازمان بیشتر باشد، تحقق اهداف آن همچون اعتماد سازمانی، امکان‌پذیرتر است. میزان گستره روابط اجتماعی که از آن تحت عنوان سرمایه اجتماعی نام برده می‌شود در ایجاد و تقویت اعتماد بین کارکنان تأثیر بنیادی دارد.



بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش می‌توان گفت که با افزایش سرمایه اجتماعی، دایره شمول اعتماد سازمانی بین کارکنان گسترش یافته و وسیع می‌گردد و در واقع گروهی که فرد عضویت آن را پذیرفته و اجتماعی که او به آن تعلق دارد بزرگتر می‌شود. با تقویت دوستی، تعهد و احساس اعتماد سازمان بین کارکنان در ابعاد مختلف شکل می‌گیرد کارکنان در سازمان نسبت به یکدیگر احساس مسئولیت می‌کنند.

در مجموع می‌توان گفت برای رشد و توسعه همه‌جانبه سازمان پیش‌نیاز اساسی این است که تمام اعضای سازمان باید به نقش مؤثر اعتماد سازمانی در برقراری روابط منظم و منطقی بین کارکنان اهمیت بدهند، در سازمان‌های امروزی که با تغییرات و چالش‌های مختلفی روبرو هستند یکی از مهم‌ترین رکن‌ها، ایجاد اعتماد سازمانی بین کارکنان می‌باشد، باید عوامل و شرایط به وجود آورنده آن شناخته و تقویت شود؛ باید متغیرهای سرمایه اجتماعی شناخته شود و به بهترین نحو ممکن مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

- ۱) ابراهیمی، سیدعباس، محمدی فاتح، اصغر، حاجی پور، ابراهیم (۱۳۹۱)، «بررسی نقش اعتماد در تسهیم دانش شغلی کارکنان دانشگاه تربیت مدرس»، فصلنامه مدیریت نظامی، ۴۷: ۱۶۲-۱۳۵.
- ۲) ازکیا، مصطفی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۶)، توسعه روستایی با تأکید جامعه روستایی ایران، تهران: نشر نی.
- ۳) اعتصامی، منصور؛ فاضلی کبریا، حامد (۱۳۹۳)، «تدوین الگوی پیشنهادی مؤلفه‌های مدیریتی سرمایه اجتماعی با نگاهی به مفاهیم نهج البلاغه»، مجله سیاست-گذاری اقتصادی، ۱۲: ۴۵-۲۵.
- ۴) اکبری، امین (۱۳۸۵)، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت سیاسی و اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- ۵) الوانی، سیدمهدی؛ دانایی فرد، حسن (۱۳۸۴)، مدیریت دولتی و اعتماد عمومی، نشریه دانش مدیریت مالی، ۵۵: ۲۹-۱۳.
- ۶) الوانی، سیدمهدی؛ سیدنقوی، میرعلی (۱۳۸۵)، سرمایه اجتماعی، مفاهیم و نظریه ها، مجله مطالعات مدیریت، دانشگاه علامه طباطبائی، ۳۴ و ۳۳: ۶۳-۳.
- ۷) الوانی، سیدمهدی؛ عصار، محمدتقی؛ عابدینی، لیلا (۱۳۹۰)، «بررسی رابطه اعتماد با تسهیم دانش در معاونت آموزش ناجا و مراکز تابعه»، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، ۳: ۴۰۰-۳۸۹.
- ۸) امامقلی، فاطمه (۱۳۹۰)، «نقش سرمایه اجتماعی در عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: مدیریت شعب بانک تجارت استان قزوین)»، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۷: ۶۷-۵۹.
- ۹) بردبار، غلامرضا (۱۳۹۰)، اعتمادسازی کیمیایی مفقود در سازمان های نوین ایران، تهران: نشر آگاه.



- ۱۰) پاتنام، رابرت (۲۰۰۵)، سرمایه اجتماعی و سازمان، ترجمه داوود مقیمی، تهران: انتشارات اندیشه.
- ۱۱) پناهی، بلال (۱۳۸۷)، «اعتماد و اعتمادسازی در سازمان»، مجله پیک نور، ۴: ۸۸-۱۰۳.
- ۱۲) تاجبخش، کیان (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی، اعتماد و دموکراسی، تهران: نشر شیرازه.
- ۱۳) تقوی فرد؛ محمدتقی و همکاران (۱۳۹۳)، «نقش اعتماد سازمانی در تسهیم دانش بین کارکنان»، فصلنامه مدیریت فناوری اطلاعات، ۱۰: ۷۹-۹۹.
- ۱۴) جدیدی، محسن (۱۳۹۰)، اعتماد سازمانی، اعتمادسازی در میان کارکنان یک سازمان، مجله مدیریت دولتی، ۳: ۱-۱۰.
- ۱۵) حسن زاده، رمضان (۱۳۸۹)، روشهای تحقیق در علوم رفتاری، چاپ نهم، نشر ساوالان.
- ۱۶) حق شناس، معصومه (۱۳۸۴)، مفهوم سرمایه اجتماعی و ابعاد آن، مجلات ادبیات و هنر و حدیث زندگی، ۲۷: ۴-۱.
- ۱۷) خنیفر، حسین و همکاران (۱۳۸۸)، «بررسی رابطه بین مؤلفه های اعتماد و تعهد سازمانی کارکنان»، نشریه مدیریت دولتی، ۲: ۱۸-۳.
- ۱۸) دانایی فرد، حسن (۱۳۸۸)، بررسی نقش شایستگی مدیریتی مدیران و ارتقاء اعتماد درون سازمانی در بخش دولتی، پژوهش مدیریت، ۴: ۵۹-۹۰.
- ۱۹) دلاویز، علی (۱۳۸۵)، بررسی سرمایه اجتماعی در بین معلمان شهرستان مریوان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز.
- ۲۰) دشتی، محمد (۱۳۸۶)، ترجمه نهج البلاغه، نامه ۵۳، ۳: ۴۱۹.
- ۲۱) دانایی فرد، حسن؛ رجب زاده، علی؛ حصیری، اسد (۱۳۸۸)، «ارتقاء اعتماد درون سازمانی در بخش دولتی: بررسی نقش شایستگی مدیریتی مدیران»، مجله پژوهشهای مدیریت، ۴: ۵۹-۹۰.



- ۲۲) رضائیان، علی (۱۳۹۰)، مبانی سازمان و مدیریت، تهران، انتشارات سمت.
- ۲۳) زارعی متین، حسن؛ حسن زاده، حسن (۱۳۸۳)، «اعتماد درون سازمانی و بررسی وضعیت موجود سازمان‌های اجرایی کشور»، مجله فرهنگ مدیریت، ۷: ۱۲۶-۷۹.
- ۲۴) زارعی متین، حسن؛ محمدیان، بهزاد؛ مدرسی، سعید (۱۳۹۵)، مدیریت سرمایه اجتماعی، چاپ اول، تهران، موسسه کتاب مهربان نشر.
- ۲۵) سیدنقوی، میرعلی (۱۳۸۴)، شناخت سرمایه اجتماعی سازمان به عنوان مفهوم چندبعدی، مجله مقالات کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران: سالن اجلاس سران.
- ۲۶) شیرازی، علی، خداوردیان، الهام، نعیمی، محمد (۱۳۹۱)، «تأثیر اعتماد سازمانی بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی»، پژوهشنامه مدیریت تحول، ۷: ۱۵۴-۱۳۴.
- ۲۷) علوی، سیدبابک (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی، ماهنامه‌ی تدبیر، ۱۲: ۱۱۶.
- ۲۸) فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹)، پایان نظم، سرمایه اجتماعی و حفظ آن، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: انتشارات جامعه ایرانیان.
- ۲۹) فیلد، جان (۱۳۸۸)، سرمایه اجتماعی، ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رمضانی، تهران: انتشارات ویر.
- ۳۰) قربانی، محمدجواد؛ باب الحوائجی، مجید (۱۳۹۱)، اعتماد سازمانی جوهره سرمایه اجتماعی، مرجع مقالات مدیریت، ۲: ۱۲-۱.
- ۳۱) کاظمی؛ مصطفی، رضانی؛ یوسف (۱۳۹۱)، «بررسی رابطه بین اعتماد به مدیریت و به اشتراک گذاشتن دانش و نقش میانجی ترس از دست دادن اعتبار و مستندسازی دانش»، پژوهش‌نامه مدیریت تحول، ۸: ۱۲۴-۱۰۷.
- ۳۲) کراماتی، سیدابوالخیر (۱۳۸۹)، مفهوم سرمایه اجتماعی، تهران: نشر نی.
- ۳۳) مبشری، محمد (۱۳۸۷)، سرمایه اجتماعی چیست؟، روزنامه همشهری، سال ۱۶، شماره ۴۶۷۹، ۳۰ مهر.



۳۴) مشفق، زهت الزمان (۱۳۸۸)، شناخت ادراک معلمان از روابط ابعاد اعتماد سازمانی با تعهد مستمر و عاطفی در آموزش و پرورش اصفهان، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ۴: ۱۷۴-۱۵۵.

۳۵) نادى، محمدعلى؛ مشفق، زهت الزمان (۱۳۸۸)، «شناخت ادراک معلمان از ابعاد اعتماد سازمانی با تعهد مستمر و عاطفی به منظور ارائه یک مدل معادلات ساختاری مناسب در آموزش و پرورش اصفهان»، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ۴: ۱۷۴-۱۵۵.

۳۶) نادری، امین؛ اسدی، علی (۱۳۹۳)، «تحلیل تأثیر سیرت نیکوی مدیران بر اعتماد، رفتار شهروندی سازمانی، و تسهیم دانش کارکنان»، مجله کتاب مهر، ۱۵: ۱۰۳-۸۲.

۳۷) Bordiu P. ۱۹۸۶. The forms of capital, in handbook of theory and research for the sociology of education. J.G richardson. Green wood press. Newyork

۳۸) Kazemi Jaghnab Hojat. ۲۰۰۴. The role of trust in scientific organizations and some factors infuencing it. Masters thesis, faculty of social sciences of Tabriz University.

۳۹) Mishra A.K, Spreitzer G.M. ۱۹۹۸. Explaining how survivors respond to downsizing: The role of trust empowerment, justice and work redesign. Academy of Management Review. ۳: ۵۶۷-۵۸۸.

۴۰) Yilmaz A. ۲۰۰۶. Journal of management development. ۲۵: ۱۰۱-۱۱۷.