

بررسی رابطه رضایتمندی ارباب رجوع با سرمایه اجتماعی با توجه به نقش مداخله گر ساختار سازمانی در دادگستری های جنوب شرق کشور

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه رضایتمندی ارباب رجوع با سرمایه اجتماعی با توجه به نقش مداخله گر ساختار سازمانی در دادگستری های جنوب شرق کشور است.

ضرورت: سرمایه اجتماعی مفهومی است که طی سال های اخیر مکرراً در علوم مختلف مورد بررسی و تحقیق قرار گرفته و نقش مهمی در دستیابی به اهداف و چشم انداز سازمانی ایفا می کند.

روش شناسی: پژوهش حاضر به صورت آمیخته (کیفی- کمی) انجام شد. بخش کیفی پژوهش با استفاده از روش تئوری داده بنیاد از طریق مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته با ۲۱ نفر از خبرگان سازمانی و دانشگاهی از طریق نمونه گیری هدفمند و گلوله برفی انجام شد. در بخش کیفی پس از ۳ مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی، مدل پژوهش شامل ۶ مقوله اصلی مقوله و ۶۶ مقوله فرعی ارائه گردید. بخش کمی جهت آزمون فرضیه ها با روش حداقل مربعات جزئی صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق در بخش کمی، کلیه مراجعه کنندگان دستگاه قضا، کارکنان، قضات و کارشناسان دادگستری های جنوب شرق کشور می باشند. که با روش نمونه گیری تصادفی و بر اساس جدول مورگان ۲۵۷ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین شدند که جهت اطمینان بیشتر و کاهش خطای نمونه گیری ۳۰۰ نفر برای مشارکت در بخش کمی انتخاب شدند.

یافته ها: شرایط علی بر مقوله محوری و شرایط مداخله گر، شرایط زمینه ای و مقوله محوری بر راهبردها تأثیر داشتند؛ همچنین راهبردها بر پیامدهای ارتقای سرمایه اجتماعی در دادگستری های جنوب شرق کشور تأثیر می گذارند.

نتیجه گیری: مدل ارائه شده در این پژوهش مدل مناسبی جهت شناخت و آگاهی مدیران در زمینه مفاهیم و مقوله های تأثیرگذار بر سرمایه اجتماعی در سازمان ها می باشد.

کلیدواژه ها:

استناد: سرمایه اجتماعی، رضایتمندی ارباب رجوع، رویکرد آمیخته، نظریه داده بنیاد، مدل سازی معادلات ساختاری (PLS)

Investigating the Relationship between Client Satisfaction with Social Capital with the Interventional Role of Organizational Structure and Presenting a Desirable Model.

Abstract:

Objective: The purpose of present study is to investigate relationship between the satisfaction of employers and social capital with regard to the intervening role of organizational structure in the judiciary in the southeast of the country.

Conclusion: The model presented in this research is a suitable model for the recognition and awareness of managers in field of concepts and categories affecting social capital in organizations.

Methodology: The present research was conducted in a mixed Method (qualitative-quantitative). The qualitative part of the research was conducted using the Foundation's data theory method through in-depth semi-structured interviews with 21 organizational and academic experts through purposive and snowball sampling. In the qualitative section, after 3 stages of open coding, central coding and selective coding, research model including 6 main categories and 66 subcategories was presented. Quantitative part has been done to test hypotheses with partial least squares method. The statistical population of the research in the quantitative part is all the referents of the judicial system, employees, judges and experts of the judiciary in the southeast of the country. 257 people were determined as the

sample size by based on Morgan's table, and 300 people were selected to participate in quantitative part for more certainty and to reduce the sampling error.

Findings:

Conclusion: Causal conditions had an effect on the central category and intervening conditions, background conditions and central category had an effect on strategies; Also, the strategies affect the consequences of promoting social capital in the justices of the southeast of the country.

Originality: Social capital, employer satisfaction, Mixed Method, foundational data theory, structural equation modeling (PLS).

مقدمه

حذف کامل و جلوگیری از بروز نارضایتی در فرایند ارائه خدمات تقریباً غیرممکن است (ریاض و خان^۱، ۲۰۲۱). اقدامات و شرایطی که ممکن است منجر به نارضایتی مختلف در ارباب رجوع شوند، پیامدهای نامطلوبی برای واحدهای ارائه خدمات دارند (آلان و همکاران^۲، ۲۰۱۸). با توجه به این واقعیت که مشتریان نارضایتی خود را بیش از رضایت خود بیان می کنند، افزایش نارضایتی در مشتریان موجب انحراف از اهداف سازمانی خواهد شد. حذف این نارضایتی با بهبود روابط بین ارائه دهندگان خدمات یا محصولات و ارباب رجوع امکان پذیر است. در نتیجه وضعیت ذکر شده، اهمیت سرمایه اجتماعی آشکار می شود. سرمایه اجتماعی^۳ به مفهومی تبدیل شده است که در سال های اخیر بارها در علوم مختلف مورد بررسی و تحقیق قرار گرفته و نقش مهمی در دستیابی به اهداف سازمانی ایفا می کند. سرمایه اجتماعی یکی از دارایی های اصلی سازمان های اجتماعی بیان می شود (پوتنام^۴، ۲۰۲۱). سرمایه اجتماعی به عنوان منبعی منحصربه فرد در نظر گرفته می شود چراکه نابرابری هایی که ممکن است در توزیع انواع دیگر سرمایه های اقتصادی و فرهنگی در میان مردم به وجود آید، به عنوان چالشی تلقی می شوند که عدم تعادل ها را در حوزه مفهوم سرمایه اجتماعی افزایش می دهد. ارائه دهنده خدمات می داند که رابطه او با مشتریان از طریق مزایای مالی و خدمات با کیفیتی که به مشتریان خود ارائه می دهد، بهبود یافته و سازمان را در دستیابی به اهداف کمک می کند (شارما و همکاران^۵، ۲۰۲۱). علاوه بر این، روابط ارباب رجوع - کارمند نیز به طور مثبت یا منفی بر رفتار ایشان تأثیر می گذارد (چیراواتاناکج و راجمن^۶، ۲۰۲۱)؛ بنابراین بر اساس مبانی نظری، روابط ارباب رجوع - سازمان و ارباب رجوع - کارمند از نظر سرمایه اجتماعی اهمیت زیادی دارند و در این بین ساختار سازمانی نیز از جمله عوامل مؤثر بر این رابطه است (توران و ییلدیز^۷، ۲۰۲۳).

لذا هدف از این مطالعه بررسی رابطه بین دو متغیر پیش گفته با رویکرد ترکیبی (کیفی و کمی) است. در این راستا در بخش کیفی با استفاده از نظر خبرگان حوزه منابع انسانی و سازمانی به طراحی و ارائه مدل مفهومی تحقیق پرداخته شده است و در بخش کمی ارتباط میان دو متغیر پیش گفته بر اساس مدل تدوین شده مورد بررسی قرار گرفته است. بر این اساس در این فصل به کلیات مرتبط با تحقیق نظیر بیان مسئله، اهمیت موضوع، اهداف، فرضیات و سؤالات تحقیق و تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها پرداخته شده است.

۱. مروری ادبیات

۱.۱. سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه اجتماعی ابتدا توسط حنیفان^۸ (۱۹۱۶) در مورد مراکز مدارس روستایی مورد بحث قرار گرفت و بعداً توسط محققان دیگر توسعه یافت. هرچند عمر این مفهوم بیش از ۱۰۰ سال است، اما تاکنون هیچ تعریف روشن و واحدی برای آن ارائه نشده است. محققان مختلف از زمینه تحقیقاتی و موضوع مطالعه خود تعریف متفاوتی از سرمایه اجتماعی ارائه می دهند. مفهوم سنتی سرمایه اجتماعی تقریباً شامل چهار تعریف زیر است. اول؛ نظریه عوامل ساختاری

¹ Riaz & Khan

² Allan et al

³ Social capital

⁴ Putnam

⁵ Sharma et al

⁶ Chirawattanakij & Ractham

⁷ TORUN and YILDIZ

⁸ Hanifan

اجتماعی است^۱. کلمن^۲ (۱۹۸۸) ادعا می‌کند که سرمایه اجتماعی با توجه به کارکردهای آن تعریف می‌شود. این مفهوم یک نهاد مجزا نیست، بلکه اشکال مختلفی از نهادها است. سرمایه اجتماعی هم یک ساختار اجتماعی و هم تسهیلاتی برای افراد درون آن اجتماع است. همانند دیگر اشکال سرمایه، سرمایه اجتماعی هم مولد است و اینکه آیا افراد دارای آن هستند یا خیر، تعیین می‌کند که آیا می‌توانند به اهداف خاصی دست یابند. دوم؛ نظریه ویژگی‌های سازمانی^۳ است. رابرت^۴ (۱۹۹۳) معتقد است که سرمایه اجتماعی به ویژگی‌های سازمان‌های اجتماعی مانند اعتماد و هنجارها اشاره دارد که می‌تواند کارایی جامعه را با ترویج اقدامات هماهنگ بهبود بخشد. سوم؛ نظریه توانایی^۵ است. پورتس^۶ (۱۹۹۵) یکی از نمایندگان نظریه توانایی است. آن‌ها معتقدند که سرمایه اجتماعی به توانایی یک فرد برای بسیج منابع کمیاب در یک شبکه یا ساختار اجتماعی گسترده‌تر اشاره دارد. چهارم، نظریه منابع شبکه^۷ است. برت^۸ (۱۹۹۲) سرمایه اجتماعی را به‌عنوان دوستان، همکاران و ارتباطات عمومی‌تر تعریف کرد که از طریق آن شما به دیگر اشکال سرمایه دسترسی پیدا می‌کنید و موفقیت یا شکست رقابت شما را تعیین می‌کنند. طی سال‌های اخیر اینترنت تعریف جدیدی از سرمایه اجتماعی ارائه کرده‌است. با توسعه سریع اینترنت، به اشتراک‌گذاری اطلاعات و پلتفرم تبادل اطلاعات تا حد زیادی برای عموم مردم در دسترس قرار گرفته است (لی و همکاران^۹، ۲۰۱۵). همچنین به دلیل ماهیت مجازی اینترنت است که یک سیستم شبکه اجتماعی مجازی نسبتاً پایدار در میان عموم مردم شکل خواهد گرفت. به این ترتیب، دامنه تحقیق نظریه سرمایه اجتماعی تا حد زیادی گسترش یافته و توجه زیادی را به خود جلب کرده‌است. مردم روابط نزدیک‌تری را از طریق اینترنت برقرار کردند و مطالعه شبکه‌های اجتماعی عمیق‌تر و عمیق‌تر شد. نظریه سرمایه اجتماعی نیز پیشرفت مشهودی داشته است (پیگ و کرانک^{۱۰}، ۲۰۲۲).

با توجه به تحقیق هازلتن و کنان^{۱۱} (۲۰۰۰)، سرمایه اجتماعی می‌تواند به سه بعد تقسیم شود: ساختار، رابطه و ارتباطات. اول، بعد ساختاری عمدتاً از دیدگاه کاربران است که در آن به‌صورت انتخابی در فعالیت‌های جامعه شرکت می‌کنند. این امر به نقش کاربران در جامعه و آشنایی و ارتباط با دیگر اعضای جامعه بستگی دارد که تا حد زیادی مشارکت و اشتیاق در مرحله بعدی فعالیت‌های جامعه را تعیین می‌کند. دوم، بعد رابطه. کاربران تمایل به پیروی از اصل اعتماد، سود متقابل و به رسمیت شناختن دارند و ارتباط با دیگر کاربران در جامعه را حفظ می‌کنند. تحت یک رابطه خوب با دیگران و تضمین ارزش مطلق، به‌طور انتخابی به خودشان کمک می‌کنند، به دیگران در جامعه کمک می‌کنند و ارزش آن‌ها را در کمک متقابل درک می‌کنند. آن‌ها انتخاب خواهند کرد که تحت یک رابطه خوب به جامعه اعتماد کنند، تصمیم بگیرند که از جامعه استفاده کنند و مایل باشند که وقت خود را صرف آن کنند. سوم، بعد ارتباطی. بر اساس ارتباط تعاملی مداوم و طولانی‌مدت، افراد می‌توانند یک رابطه اعتماد متقابل ایجاد کنند و با پیشرفت تدریجی ارتباط، قوانین و رفتارهای متقابل را شکل می‌دهند. این بعد به‌طور چشمگیری بر شکل‌گیری و اکتساب سرمایه اجتماعی تأثیر می‌گذارد.

ناهاپیت و گوشال^{۱۲} (۱۹۹۸) در نظر می‌گیرند که سرمایه اجتماعی می‌تواند به سه جنبه تقسیم شود: ساختار، شناخت و سرمایه رابطه. اول، سرمایه ساختاری به‌طور عمده نشان‌دهنده رابطه بین اعضای جامعه است که بر دسترسی اعضای جامعه به منابع مربوطه تا حد زیادی تأثیر می‌گذارد. برای جامعه آنلاین، اگر اعضا فاقد تعامل مؤثر باشند، منجر به این می‌شود که رابطه آن‌ها دیگر نزدیک نباشد، اعضا نمی‌توانند اطلاعات موردنیازشان را به دست آورند و سپس بر شکل‌گیری سرمایه تأثیر بگذارند؛ دوم، سرمایه شناختی به جامعه‌ای اشاره دارد که می‌تواند منابع متنوعی بر اساس ارزش‌های مشترک اعضای جامعه فراهم کند. با یکپارچه‌سازی همه انواع منابع، اعضای جامعه می‌توانند درک مؤثر اعضای جامعه از رفتار جمعی را بهبود ببخشند، به‌طور فعال با دیگران ارتباط برقرار کنند، اطلاعات مربوطه بیشتری را پس از ارتباط مؤثر به دست آورند و اعتماد را در جامعه ایجاد کنند؛ ثالثاً سرمایه ارتباطی. این رابطه‌ای است که توسط اعضای جامعه به دلیل ارتباط مستمر در یک دوره طولانی ایجاد شده است. این دیدگاه می‌تواند به‌صورت عینی نشان دهد که آیا اعضا رابطه‌ای پایدارتر و مؤثرتر ایجاد کرده‌اند یا خیر، آیا رابطه‌ای نزدیک تشکیل داده‌اند (پیگ و کرانک^{۱۳}، ۲۰۱۴). از آنجاکه سرمایه اجتماعی یک مفهوم مهم جامعه‌شناختی است، محققان توجه زیادی به نقش آن در بسیاری از موقعیت‌های اجتماعی کرده‌اند. به‌عنوان مثال، برخی از محققان بر تأثیر سرمایه اجتماعی بر استرس درک شده در

1 theory of social structural factors
2 Coleman
3 theory of organizational characteristics
4 Robert
5 ability theory
6 Portes
7 theory of network resources
8 Burt
9 Lee et al
10 Pigg & Crank
11 Hazleton and Kennan
12 Nahapiet and Ghoshal
13 Pigg & Crank

گروه‌های خاصی از افراد مانند افراد مسن تمرکز کرده‌اند (سیمونز و همکاران^۱، ۲۰۲۱). برخی از محققان بر تأثیر سرمایه اجتماعی در محیط کار تمرکز کرده‌اند (شانگ و سان^۲، ۲۰۲۱، سیدر و همکاران^۳، ۲۰۲۱).

سرمایه اجتماعی کل حجم سرمایه در یک اقتصاد است. این مقوله نه تنها ساختمان‌ها، ماشین‌آلات و دیگر وسایل به کاررفته در تولید کالاهای قابل فروش در بازار، بلکه سرمایه‌های استفاده‌شده در تولید کالاها و خدمات غیر قابل فروش در بازار (مانند مدارس، جاده‌ها، تجهیزات نظامی) را نیز در برمی‌گیرد. پاتنام محور اصلی در بحث سرمایه اجتماعی را ارزش‌های حاصله از شبکه‌های اجتماعی می‌داند. این ارزش‌ها جمعی است، مردم با آن آشنا هستند و تمایل دارند در روابط اجتماعی آن‌ها را به ظهور رسانده و در تعاملات آن‌ها را بکار گیرند. سرمایه اجتماعی فقط شامل احساسات گرم و عاطفی نیست بلکه گستره وسیعی از اختیارات خاص کیفی را شامل می‌شود که اعتماد، کنش متقابل، اطلاع‌یابی و تعاون می‌تواند از محصولات ارتباطات اجتماعی باشد.^۴

کانال‌هایی که سرمایه اجتماعی از طریق آن‌ها عمل می‌نماید عبارت‌اند از: الف) جریان‌های اطلاع‌رسانی همچون آشنایی با مشاغل، آشنایی با کاندیداتورها، تبادلات فکری و مجادلات و غیره. ب) هنجارهای حاصل از کنش متقابل در شبکه‌های ارتباطی درون گروهی و برون گروهی. ج) اعمال جمعی که هم مروج سرمایه اجتماعی است و هم از کانال‌های اصلی سرمایه اجتماعی بهره می‌گیرد (تبدیل ذهنیت ما به من از طریق وحدت و مشارکت‌های تقویت‌شده توسط شبکه‌های ارتباطی). برقراری ارتباط چهره به چهره بین افراد بومی، برقراری معاملات تجاری بین یهودیان بدون آزمون پاک‌دامنی یکدیگر از قبل و یا ارتباط بیماران سرطانی از طریق پست الکترونیکی و حمایت از یکدیگر، نمونه‌هایی از سرمایه‌های اجتماعی هستند.^۵

سرمایه اجتماعی یک مجموعه از نهادهای زیربنایی اجتماع نیست، بلکه حلقه اتصال‌دهنده افراد در قالب نهادها، شبکه‌ها و تشکلهای داوطلب است. توجه به نقش مهم سرمایه اجتماعی تأثیر مطلوب و کارسازی حتی بر رسمی‌ترین روابط نهادی و ساختارهایی مثل دولت، رژیم سیاسی، حاکمیت قانون، سیستم قضایی و آزادی شهروندی خواهد داشت.^۶ سرمایه اجتماعی با مشخصه‌هایی همچون اعتماد، همکاری، همدلی و احساس مسئولیت در سه سطح بررسی می‌شود:

الف) سطح فردی یا خرد مثل همکاری و رابطه دوستانه افراد با یکدیگر.

ب) سطح گروهی یا میانه مثل همکاری خودجوش هیئت‌های عزاداری.

ج) سطح اجتماعی یا کلان مثل عملکرد نهادهای دموکراتیک.

جامعه‌شناسان پی برده‌اند که در هر جامعه‌ای که افراد آن به اشکال مختلف عضوی از گروه یا انجمن یا صنفی هستند، دارای اعتمادبه‌نفس بیشتر نسبت به جامعه می‌شوند و درصد اعتماد و احساس مسئولیتشان نسبت به گروه و حتی بیرون گروه بسیار بیشتر می‌شود. از طرفی انجمن یا کانون مربوطه از حقوق مادی، حیثیتی و معنوی اعضا حمایت می‌کند. مهم‌ترین عامل نفوذ حکومت‌های دیکتاتوری در کشورها، بخصوص بین جنگ‌های جهانی اول و دوم، نبود گروه‌های کوچک، اتحادیه‌ها، اصناف و کانون‌هایی بوده است که مردم در درون آن‌ها انسجام یابند. از طرفی در کشورهایی چون آمریکا، امکان روی کارآمدن قدرت‌های خودکامه و دیکتاتور بسیار کم بوده، زیرا مردم در دسته‌های کوچک و انجمنی متشکل هستند و از منافع و حقوق خود دفاع می‌کنند. مردم در آمریکا معمولاً عضو یک یا چند انجمن هستند و حتی برای جزئی‌ترین نیازهای اجتماعی شان همفکران و هم‌رأیی‌هایی دارند. از فواید سرمایه اجتماعی، تسهیل کنترل اجتماعی، حمایت‌های مختلف اجتماعی، شکل‌گیری شبکه‌های فرا خانوادگی، استفاده از کمک‌های مالی و مددیت را می‌توان نام برد.^۷

سرمایه اجتماعی را می‌توان در دو سطح کلان^۸ و خرد^۹ موردتوجه قرار داد. در سطح کلان درباره جایگاه کلی یک سازمان در زمینه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و شبکه‌های ارتباطات بیرونی و در سطح خرد به دو نوع سرمایه اجتماعی موجود در داخل سازمان می‌توان اشاره کرد.

الف) سرمایه اجتماعی خرد در سطح شناختی^{۱۰} در رابطه با پدیده‌هایی نظیر ارزش‌ها، نگرش‌ها، تعهدات، مشارکت و اعتماد موجود در سیستم اجتماعی سازمان است.

ب) سرمایه اجتماعی خرد در سطح ساختاری^{۱۱} که در رابطه با ساختارها و فرآیندهای مدیریتی نظیر پاسخگویی مدیران و رهبران در قبال عملکردشان، میزان تصمیم‌گیری و اقدام بر اساس کار گروهی است.

سرمایه اجتماعی را می‌توان تأثیر اقتصادی مؤلفه‌های فرهنگی یک سیستم اجتماعی دانست که در آن مؤلفه‌هایی نظیر اعتماد، مشارکت داوطلبانه، هنجارهای حرفه‌ای، پاسخگویی و موارد مشابه باعث می‌شود تا هزینه‌های مدیریتی نظیر نظارت و کنترل رسمی، رایزنی‌های مدیریتی، کندی ناشی از سیستم بوروکراتیک و

1 Simons et al

2 Shang, & Sun

3 Sader et.al

4 Bowling Alone by Robert Putnam U2002 Povertynet

5 Bowling Alone by Robert Putnam U2002 Povertynet

6 WWW. irancsos.net

7 WWW. CHN.ir

8 Level Macro

9 Level Micro

10 cognitive social capital

11 Structural social capital

موارد دیگر پایین آمده و امکان استفاده از زمان و سرمایه در جهت انجام فعالیت‌ها با بهره‌وری بیشتر فراهم گردد. سرمایه اجتماعی را می‌توان هم در بعد کلان اجتماعی و هم در سطح خرد مورد بررسی قرار داد. سرمایه اجتماعی را می‌توان با استفاده از الگوهای مختلف اندازه‌گیری کرد. رویکرد اجتماعی اندازه‌گیری آن، منجر به الگوهای مبتنی بر اندازه‌گیری کمی مؤلفه‌هایی نظیر اعتماد متقابل، شعاع اعتماد، مسئولیت‌پذیری، مشارکت داوطلبانه و عضویت در نهادهای مدنی و حرف‌های و رویکرد اقتصادی آن منجر به الگوهای برای اندازه‌گیری ارزش اقتصادی سرمایه اجتماعی گردیده است. نکته قابل توجه دیگر در بحث سرمایه اجتماعی وجوه مثبت و منفی سرمایه اجتماعی است. فوکویاما نیز در تعریف سرمایه اجتماعی به این مفهوم می‌پردازد. سرمایه اجتماعی را به سادگی می‌توان به عنوان وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میان‌شان مجاز است، در آن سهیم هستند. مشارکت در ارزش‌ها و هنجارها به خودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی‌گردد، چرا که این ارزش‌ها ممکن است ارزش‌های منفی باشد. به طور مثال جنوب ایتالیا به عنوان منطقه بی‌بهره از سرمایه اجتماعی عمومیت یافته است، اما این بدان معنا نیست که در آنجا هنجارهای اجتماعی قوی و استواری وجود ندارد، (اشاره بر هنجارهای گروه فامیلا) بلکه هنجارهای موجود به ارتقای همکاری اجتماعی کمکی نخواهد کرد. شواهد و دلایل فراوانی ثابت کرده است که این امر هم برای دولت و هم توسعه اقتصادی نتایج منفی به بار آورده است. او شاخص‌های سرمایه اجتماعی را اعتماد، شکایابی، برابری، قانون‌مداری، عضویت در گروه‌ها و فعالیت‌های اجتماعی، سطح بالای دانش عمومی، آموزش‌های حرفه‌ای گسترده و عمومی، موفقیت‌های علمی - پژوهشی بیان می‌دارد و نقطه مقابل آن یعنی فقدان سرمایه اجتماعی را مساوی با وجود نژادپرستی، پارتی‌بازی، آشنا پروری، بی‌تفاوتی، تبعیض جنسی، طلاق، فروپاشی خانواده، افت تحصیلی، سوءاستفاده جنسی، آدم کشی، اعتیاد و پخش مواد مخدر می‌داند. فوکویاما روش‌های عمده‌ای را که از طریق آن هنجارهای اجتماعی همچون تعاون، اعتماد و یا قانون‌مداری می‌تواند ایجاد شود، در یک طبقه‌بندی چهارگانه مطرح می‌سازد:

۱- هنجارهایی که به لحاظ نهادی ساخته شده - منظور هنجارهایی که از طریق نهادهای رسمی مثل دولت در ایجاد قوانین و نظام‌های قانونی مؤثرند و از لحاظ ساختی در دودسته بیان می‌دارد:

الف) هنجارهای ساخت یافته به شکل نهادهای عقلانی - در این ساخت نهادهای رسمی در ایجاد هنجارهای جمع گرایانه فعالیت می‌نمایند، مثل نظام بلشویکی در دولت‌های کمونیستی، نظام شورایی، قانون در جوامع دموکراتیک، تحصیلات دولتی باهدف آموزش اجباری و همگانی، توسعه حقوق مالکیت و یا پذیرش مهاجران برای انتقال ارزش‌های فرهنگی.

ب) هنجارهای ساخت یافته به شکل نهادهای غیرعقلانی - در این نوع هنجارهای غیرعقلانی تعبیر می‌شود آن گونه که مارکس هنجارهای تحت نظام سرمایه‌داری را غیرعقلانی و یا در اندیشه‌های پست مدرنیسم مثل فوکو این هنجارهای غیرعقلانی خوانده می‌شود.

۲- هنجارهای ساخت یافته به شکل خودجوش - این هنجارها از ساخت کنش‌های متقابل اعضای گروه‌های اجتماعی که در آن تعهد و برنامه‌ریزی‌های از قبل تعیین شده ندارد، پدیدار می‌شود. نظم خودانگیخته در طبیعت و یا انطباق‌پذیری خود به خودی در بازار از این گونه هنجارهاست.

۳- هنجارهای ساخت یافته بر پایه ساخت مندی برون‌زاد - منظور این است که هنجارها از جایی غیر از همان اجتماعی که در آن بکار رفته است سرچشمه می‌گیرد مثل نقش نهاد دین، نقش ایدئولوژی و فرهنگ و تجربه مشترک تاریخی.

۴- هنجارهای ساخت یافته برگرفته از طبیعت - در این نوع نظام‌های طبیعی از جمله ساختار خانواده و نظام خویشاوندی به عنوان قوی‌ترین شکل ارتباط اجتماعی در شکل‌گیری هنجارهای ایجادکننده سرمایه اجتماعی مؤثر است. قومیت و نژاد نیز در این دسته قرار می‌گیرد. کلمن نیز سرمایه اجتماعی را هم‌سطح و موازی با سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی می‌داند که زیرساختی برای شکل‌گیری تعاون و مشارکت در یک جامعه است. او سرمایه اجتماعی را جنبه‌ای از سرمایه انسانی می‌داند که گروهی است و از وابستگی‌های متقابل بین افراد و ساختار اجتماعی ناشی می‌گردد. هدف کلمن از وارد کردن ساختار اجتماعی در نظریه اجتماعی بیان و تأکید بر این مطلب است که چگونه انتخاب‌های افراد تا حد زیادی از هنجارهای اجتماعی، فشار گروه همگنان و عوامل گروهی تأثیر می‌پذیرد. علاوه بر این کلمن معتقد است افراد در مناسبات اجتماعی خود آن کنش‌هایی را انتخاب می‌کنند که با در نظر گرفتن سود و زیان آن‌ها فایده یا سودمندی‌شان حداکثر باشد و این بحث را در قالب «نظریه انتخاب عقلایی» مطرح می‌سازد. کلمن این نظریه را آن گونه که در اقتصاد کاربرد دارد، می‌آورد. بدین ترتیب این منابع اجتماعی - ساختار را دارایی سرمایه‌ای برای فرد، یعنی سرمایه اجتماعی در نظر می‌گیرد. سرمایه اجتماعی با کارکردش توصیف می‌شود. سرمایه اجتماعی شیئی واحد نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند: همه آن‌ها شامل جنبه‌ای از یک ساخت اجتماعی هستند و کنش‌های معین افرادی را که در درون ساختار هستند تسهیل می‌کنند. سرمایه اجتماعی، مانند شکل‌های دیگر سرمایه مولد است و دستیابی به هدف‌های معینی را که در نبودن آن دست‌یافتنی نخواهد بود امکان‌پذیر می‌سازد. بنابراین سرمایه اجتماعی به عنوان مفهومی جدید در کنار دیگر انواع سرمایه حداقل در سطحی برابر با آن‌ها دارای اهمیت است و با مؤلفه‌هایی همچون اعتماد، صداقت، مشارکت، قانون‌مداری، همکاری و مساعدت با دیگران، تعاون، ایثار و همدلی قابل شناسایی است و منابع ایجاد سرمایه اجتماعی به‌قرار زیر است:

۱- اجتماعات بسته همچون خانواده، گروه‌های خویشاوندی، گروه‌های دوستی ۲- ایدئولوژی و نظام‌های عقیدتی همچون مذهب، باورها و اعتقادات فرهنگی ۳- انجمن‌ها و شبکه‌های ارتباطی خودجوش و مردمی ۴- نهادهای سازمان‌های رسمی همچون مدرسه، دانشگاه، سازمان‌های تجاری و تبلیغی و اطلاع‌رسانی.

۲/۱. عناصر و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی دارای ابعاد و مؤلفه‌های فراوانی است که متناسب با فرهنگ جامعه می‌باشد؛ مؤلفه‌هایی چون اعتماد، مشارکت در نهادهای مدنی و مؤسسات خیریه، ارتباطات مناسب با دیگران، تعهد و مسئولیت، همکاری و روحیه کار گروهی و احساس هویت جمعی در این زمینه مدنظر می‌باشد. باین‌وجود به نظر ما مؤلفه‌های اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی و مشارکت اجتماعی که در یک رابطه متعامل باهم قرار گرفته و هرکدام تقویت کننده دیگری است از مؤلفه‌های اصلی سرمایه اجتماعی محسوب می‌شوند. این سه مؤلفه از مفاهیم کلیدی نیز هستند (منظور و یادی پور، ۱۳۸۷).

۱،۲،۱. اعتماد اجتماعی^۱

اعتماد، لازمه شکل‌گیری پیوندها و معاهدات اجتماعی است. اعتماد اجتماعی، ایجادکننده 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) بوده و امنیت اجتماعی نیز زاینده آن‌ها می‌باشد. آنتونی گیدنز^۲، اعتماد و تأثیر آن بر فرآیند توسعه را زیربنا و زمینه‌ساز اصلی در جوامع مدرن می‌داند، هر جا که سطح اعتماد اجتماعی بالا باشد، مشارکت و همیاری مردم در عرصه‌های اجتماعی بیشتر و آسیب‌های اجتماعی کمتر است (اکبری، ۱۳۸۳).

اعتماد اجتماعی حسن ظن فرد نسبت به افراد جامعه است. عناصر و جنبه‌های یک رابطه مبتنی بر اعتماد عبارت‌اند از صداقت، صراحت، سهم کردن دیگران در اطلاعات و عقاید و افکار و احساسات، احترام و ارزش قائل شدن برای طرف مقابل، حمایت از توانایی‌ها و شایستگی‌های طرف مقابل، تمایلات همیارانه و یاریگریانه و رفتارهای اعتمادآمیز. برای ایجاد اعتماد اجتماعی باید شرایطی فراهم شود تا مردم در کنار یکدیگر احساس آرامش و امنیت کنند. به این منظور باید برای رفع تضادها و نابسامانی‌ها در برقراری نظم و ثبات در جنبه‌های اقتصادی - اجتماعی سیاسی و فرهنگی جامعه تلاش کرد، زیرا اعتماد اجتماعی در چهارچوب روابط صحیح، عادلانه و منصفانه شکل می‌گیرد (آقاخشی و افشاری راد، ۱۳۹۵).

اعتماد در قانون انگلیسی - آمریکائی ارتباط بین اشخاص است در شرایطی که یکی دارای قدرت و مدیریت و دارایی و دیگری خواهان بهره‌بری از این امتیازات است. تردی گویر اعتماد اجتماعی را پایه و اساس زندگی توأم با اخلاق - مسئولیت و نیکوئی می‌داند و معتقد است پیوندهای اجتماعی در سایه اعتماد شکل گرفته و ساخته می‌شود. او در کتاب اعتماد اجتماعی و ارتباطات انسانی وجود و عدم وجود اعتماد را در مناسبات اجتماعی انسان‌ها مطرح می‌کند. به‌طور مثال او نقش اعتماد را در روابط بین پزشکان و بیماران و یا سیاستمداران و نهادهای مورد مطالعه قرار می‌دهد از نظر گویر اعتماد اجتماعی حسی است که باعث تعاون می‌شود و فقط در این حالت است که انسان در عین تفاوت‌ها قادر به حل مشکلات خواهد بود. او با هرگونه جداسازی بین دنیا و زندگی روزمره انسان بازندگی منطقی و محاسباتی رسمی مخالف است و عامل اتصال این دو جلوه از زندگی انسان را اعتماد معرفی می‌کند. او اصل بنیادی در ارتباطات انسانی چه به‌صورت رسمی و چه غیررسمی را اعتماد و آن را قانون ارتباطات انسانی نام می‌نهد. برعکس نظام‌های پلیسی را بیرونی و فشار آور، در برقراری اعتماد و اخلاق میان مردمان می‌داند و نه تنها آن را اصلاً توصیه نمی‌کند بلکه مخرب هم می‌داند. او هرگونه برخورد تصنعی و بیرونی در برقراری اعتماد را تقبیح کرده و آن را «اخلاق به حداقل رسانده شده و مشروعیت یافته»^۳ می‌داند؛ و توجیه آن را عدم سقوط اخلاق و اعتماد در زمانی می‌داند که حکومت‌ها و یا دولت‌های مشروع سقوط می‌کنند؛ و نهادهای حکومتی را ایجادکننده اعتماد نمی‌بیند چراکه از نظر او اعتماد یک حس است که مردم آن را می‌خواهند و انجام می‌دهند و هرگونه اعتمادسازی نهادینه‌شده را تنها متمسکی برای توجیه انواع تبعیضات و ستم‌های قدرتمندان فرض می‌کند و آن را اعتماد غم‌انگیز معرفی می‌کند. اعتماد حس است قرار داد نیست و نمی‌توان آن را برای مردم دیکته کرد و خیلی کوتاه‌بینانه خواهد بود اگر به این ارزش نیکوی بشری و مقدس جنبه دستوری و اداری داده شود. فرانسیس فوکویاما این نوع اعتماد ساختگی از نظر گویر را در تقسیم‌بندی منابع سرمایه اجتماعی در دسته منابع ساخته‌شده و عقلانی قرار می‌دهد. نحای‌ترین شکل ساخت بندی عقلانی را دولت‌های کمونیستی نظیر اتحادیه جماهیر شوروی (سابق) و چین بر عهده داشتند... بلشویک‌ها نه تنها امیدوار بودند که نهادهای رسمی سیاسی و اقتصادی را جمع‌گرا کنند، بلکه علاوه بر آن می‌خواستند یک انسان شورایی طراز نوین بیافرینند که از منافع شخصی خودخواهانه تغییر مسیر دهد و به سمت سعادت تمامی بشریت جهت یابد... تجربه برنامه هفتادساله به این عظیمی در زمینه سازندگی اجتماعی، با شکست کامل روبرو شد و همه این را می‌دانند. میلیاردها روبل و سال‌ها نیروی انسانی برای ترویج و تبلیغ و اجتماعی کردن سوگیرانه منجر به این شد که جمعیت خودخواه‌تر، در هم رفته‌تر و فردگراتر از دوره قبل از بلشویک‌ها شدند (فوکویاما، ۱۹۹۵).

آنتونی گیدنز اعتماد را اتکا یا اطمینان به‌نوعی کیفیت یا صفت یک شخص، اطمینان به حقیقت یک گفته می‌داند (گیدنز، ۱۹۹۴). گیدنز در تفسیری که از دنیای مدرن دارد جایگاه خاصی را برای اعتماد قائل است شاید بتوان گفت او در بین اندیشمندان اجتماعی - سیاسی مشخص‌ترین فردی است که با صراحت حرکت به‌سوی توسعه را از منظر اعتماد می‌نگرد.

او شکل اعتماد در جوامع مدرن را متفاوت از جوامع پیش از مدرن می‌داند و اعتماد فعال را معرفی می‌کند. چراکه به‌طور مثال در جهان قدیم فقط حدود سی سال پیش اگر شما مرد یا زن بودید نقش‌های معینی را در جامعه داشتید که رابطه شما را تثبیت می‌کردند و این رابطه‌ها بر مبنای همان نهادهای از پیش مستقر بنا

1 social Trust

2 Anthony Giddens

3 legalistic & minimalistic ethic

می‌شد؛ اما اکنون باید روابط را بر مبنای ارتباط ساخت. یعنی باید اعتماد دیگری را جلب کرد. از همین رو است که برای ایجاد اعتماد بایستی مکانیسم‌ها و زمینه‌های مناسب وجود داشته باشد و نمی‌توان آن را کلیشه‌وار به مردم تحمیل کرد تا مناسبات اجتماعی را بر روی آن سوار کنند. دیگر نمی‌توان گفت: اوضاع همین است، بلکه بایستی شرایطی را فراهم آوریم که مردم بتوانند منابعشان را بسیج کنند. ما نیازمند تعادلی جدید میان مسئولیت جمعی و مسئولیت فردی هستیم. مسئولیت فردی مستلزم منابع طبیعی و منابع اقتصادی است... که بر ذمه حکومت است (گیدنز، ۱۳۹۷).

گیدنز در تبیین اعتماد ابتدا دو مفهوم «از جاکندگی»^۱ و «دوباره جایگیری» را توضیح می‌دهد. منظور او از جاکندگی یعنی کنده شدن روابط اجتماعی از محیط‌های هم‌کنش و دوباره جایگیری و تجدید ساختار این محیط‌ها در زمان‌ها و مکان‌های نامحدود است. او اساساً ویژگی جوامع مدرن را با همین دو مفهوم پایه‌ریزی می‌کند و دو مکانیسم اصلی که بر از جاکندگی تأثیر می‌گذارد عبارت‌اند از: ۱- نشانه‌های نمادین ۲- نظام‌های تخصصی.

منظور از نشانه‌های نمادین وسایل تبادل است که بدون ویژگی‌های افراد یا گروه‌هایی که آن‌ها را در هر برهه خاص بکار می‌گیرند می‌تواند به گردش درآید. یکی از مهم‌ترین اشکال نشانه‌های نمادین پول است، پول به‌عنوان یک کالای ناب تعمیم ارزش مبادله را خارج از محدوده زمانی - مکان می‌سازد. پول امروزی پول کامل و مستقل از وسایلی است که می‌تواند خود را به‌صورت ناب در گستره‌ای وسیع نمایان سازد. ویژگی پول امروزی انجام معاملات فاصله‌دار است. برای عمومیت یافتن این نشانه سمبلیک و از جاکندگی آن اعتماد نیاز است. نظام‌های تخصصی نیز مانند نشانه‌های نمادین برای از جاکندگی و دوباره جایگیری نیازمند اعتماد است. نظام‌های تخصصی با تکنولوژی جدید شکل می‌گیرند و کنش‌های انسانی را می‌سازند. انسان با اعتماد به علم تغذیه دستورات و توصیه‌های آن را جهت سلامتی بکار می‌گیرد، با اتکا و اعتماد به علم شیمی از محصولات و فرآورده‌های سنتتیک استفاده می‌کند، انسان با اتکا به یافته‌های پزشکی، مراقبت‌های بهداشتی فردی و همگانی در جهت سلامتی فردی و جمعی بکار می‌گیرد و البته همه این موارد نیاز به عامل دیگری هم دارد که گیدنز به‌دقت به آن اشاره دارد، آن‌هم اعتماد توأم با ریسک است. انسان امروزی مجبور است با تحولات تکنولوژیکی و ساخت‌های رسمی که زندگی او را احاطه کرده است درصدی از خطر (عدم اعتماد) را با اعتماد به نظام‌های تخصصی با نگرشی عقلانی بپذیرد بدیهی است که اگر وزنه خطر در کنش‌های اجتماعی در سطحی کلان سنگین‌تر باشد اعتماد کاهش یافته در مقابل بی‌اعتمادی رشد کرده و اختلال در مناسبات اجتماعی انسان و نهایتاً سیستم‌های اجتماعی ایجاد می‌شود. گیدنز ده عنصر را در تعریف از اعتماد دخیل می‌داند.

۱- اعتماد به غیبت در زمان و مکان - یعنی ارتباطات چهره به چهره و روابط خودمانی جای خود را به ساختارهای رسمی اجتماعی داده است. انسان امروز مجبور است بدون اینکه فعالیت‌هایش پیوسته در معرض دید باشد و یا دیگران را ببیند به نظام‌ها اعتماد کند و از دستاوردهای آن استفاده کند.

۲- اعتماد اساساً به احتمال وابسته است. فرض اعتمادپذیری مستلزم پذیرش صداقت و درستی امین است (امین یا اعتماد شونده می‌تواند فرد یا نهاد اجتماعی باشد). بدیهی است شکست در این صداقت لطمات روان‌شناختی به اخلاق اعتماد وارد می‌کند.

۳- اعتماد از ایمان سرچشمه می‌گیرد بنابراین آن را با اشکال فشاری و از بیرون نمی‌توان القاء نمود.

۴- اعتماد معطوف به نشانه‌های نمادین و نظام‌های تخصصی است.

۵- اعتماد به میزان زیادی بال‌ایمان به دانش فنی همراه است.

۶- اعتماد به اطلاعات همگانی توأم با شفافیت - درستی و صداقت نسبت به اطلاعات است و آموزش اولین عنصر شکل‌گیری شناخت در نگرش است.

۷- اعتماد به احتمال وجود خطر که البته در حداقل باشد و به نتایج مطلوب بیانجامد.

۸- اعتماد به وجود امنیت اجتماعی.

۹- اعتماد به سیستم‌های امنیتی - نظارتی.

۱۰- اعتماد به سیستم‌های اطلاع‌رسانی.

گیدنز ارزش‌هایی که می‌تواند در جوامع جدید امنیت راستین و اعتماد اجتماعی را برانگیزاند به شرح زیر توضیح می‌دهد:

برابری در همه عرصه‌ها (نژادی - جنسی - قومی) در برابر قانون.

حمایت از قشرهای آسیب‌پذیر.

اعتماد به اصل دموکراسی.

آزادی به مثابه استقلال فردی.

کثرت‌گرایی با اعتقاد به جامعه جهانی.

اعطای حقوق فردی توأم با مسئولیت متقابل از جانب افراد به‌عنوان یک اصل اخلاقی.

- اعتقاد به دموکراتیزه کردن مضاعف یعنی تفویض قدرت به سطوح پایین در همه امور حکومتی. کلمن با طرح نظریه انتخاب عقلانی، اعتماد را وجه اصلی در برقراری ارتباط بین فرد امین و فرد اعتماد‌کننده طرح می‌سازد. بدین معنا که انسان‌ها در کنش‌های اجتماعی خود هدفمندند و جهت تأمین منافعشان حرکت

می کنند، حال اگر این اعتماد در حد مطلوب وجود داشته باشد ارتباط و یا به نوعی معامله کنشی بین افراد رخ می دهد و اگر در حد مطلوب وجود نداشته باشد کنش ها دچار مشکل می شوند. کلمن برای برقراری رابطه اعتماد شرط هایی را مطرح می سازد.

برقراری اعتماد متضمن قرار دادن منابع، در دست طرف هایی است که آن ها را برای نفع خود، نفع اعتماد کننده، یا هر دو به کار خواهند برد. اگر امین قابل اعتماد باشد، فردی که اعتماد می کند در وضعیت بهتری است تا اینکه اعتماد نکرده باشد، در صورتی که اگر امین قابل اعتماد نباشد، اعتماد کننده در وضعیت بدتری خواهد بود تا چنانچه اعتماد نمی کرد.

۳- لازمه برقراری کنش اعتماد این است که اعتماد کننده به طور ارادی منابع را در اختیار طرف دیگر بگذارد، بدون هیچ گونه تعهد واقعی از جانب طرف دیگر مثل گذاشتن سند نزد شخص ثالث، حواله یا برات کتبی، عقد قرارداد و غیره تا قول های شفاهی، تعهدات اخلاقی و یا دیگر ضمانت های رسمی و مادی افرادی که فاقد دوستان بالقوه دیگری هستند که به آن ها اعتماد کنند باید بسیار بیشتر اعتماد کنند و به زمان بسیار کمتری برای اعتماد پیدا کردن به دوست بالقوه نیازمندند تا افرادی که دوستان بالقوه فراوان دیگری دارند. کلمن این بحث را در قالب وجود نیاز به عنوان پیش شرط در برقراری رابطه اعتماد مطرح می سازد. پس هر چه رابطه توأم با اعتماد طولانی تر، با تکرار و با منفعت بیشتر همراه باشد، کنش ها عمیق تر و موفق تر خواهد بود.

در اجتماع بسته توافقاتی های شفاهی کفایت می کند، زیرا اشتها به قابل اعتماد بودن اهمیت اساسی دارد و به سرعت انتقال پیدا می کند. دانشمندان علوم سیاسی معتقدند مجالس قانون گذاری نیز اجتماعات بسته ای هستند که از تداوم زیادی برخوردارند. نمایندگان مجلس اگر نسبت به توافقاتی که در آن ها مورد اعتماد قرار گرفته اند (دادوستدها و ائتلاف ها) کوتاهی کنند، از نظر تمایل نداشتن هم قطارانشان برای توافق با آن ها در آینده متحمل زیان خواهند شد. در نتیجه پیمان شکنی و از دست دادن منافع در آینده عقلانی نیست (کلمن، ۱۳۷۷).

اما اجتماعات بسته مضراتی هم دارد، مثلاً استخدام خویشاوندان می تواند عملکردها را از حد معمول پایین تر ببرد تا نسبت به جایی که افراد بر اساس لیاقت ها بکار گرفته می شوند. دیگر اینکه اجتماع بسته مانع نوآوری می شود و اندیشه ها در درون این اجتماعات بدون استفاده و انتقال می ماند.^۱

فوکویاما نیز با بحث شعاع اعتماد بر نقاط ضعف محدود شدن کنش ها در اجتماعات بسته تأکید دارد. تمامی گروه های اجتماعی دارای میزان خاصی از شعاع اعتمادند که به مفهوم میزان گستردگی دایره همکاری و اعتماد متقابل اعضای یک گروه است. چنانچه یک گروه اجتماعی برون گرایی مثبت نسبت به اعضای گروه های دیگر نیز داشته باشد، شعاع اعتماد این گروه از حد داخلی آن نیز فراتر رفته، سرمایه اجتماعی بیشتری نیز ایجاد خواهد کرد.

شعاع اعتماد در فرهنگ های مختلف به گونه های متفاوتی مشاهده می شود. به طور مثال در فرهنگ مردم چین و بیشتر ساکنان آمریکای لاتین، سرمایه اجتماعی زیادی در بین خانواده ها و گروه های دوستانه شخصی وجود دارد، اما این گروه ها به شدت دارای اعتماد کمی نسبت به افراد خارج گروه خود هستند. برای این گروه ها اعتماد به افراد خارج گروه بسیار مشکل و حتی غیرممکن است. در چنین فرهنگ هایی هرکسی خود را فقط متعلق به یک خانواده یا گروه می داند. بنابراین در این فرهنگ ها، شرکت ها عمدتاً ماهیت خانوادگی داشته و به ندرت از محدوده اولیه خود بزرگ تر می شوند. این امر باعث می شود که فعالیت این شرکت ها محدود شده و به احتمال زیاد عمر آن ها نیز کوتاه گردد و در نسل های بعدی این خانواده ها، از بین بروند. نقش اصلی در اقتصاد این کشورها به عهده سرمایه اجتماعی و شعاع اعتماد موجود در روابط تجاری و تبادلات بین شبکه های اعتماد خانوادگی است.^۲

اعتماد موجب پایین آمدن سطح هزینه های تعاملات اجتماعی و اقتصادی و اقدامات مختلف می گردد. افزایش اعتماد متقابل در یک شرکت می تواند به نحو قابل توجهی کارایی سیستم ها را بالا ببرد و بعضی از صاحب نظران مدیریت، ارزش آن را برای یک سازمان از اطلاعات بالاتر می دانند.^۳

بنابراین اعتماد به عنوان عامل اصلی در توسعه (به زعم گیدنز) و یکی از مهم ترین مؤلفه های سرمایه اجتماعی است. با وجود اعتماد است که کنش های اجتماعی بر پایه انتخاب عقلانی شکل می گیرد و تداوم می یابد (به زعم کلمن) اعتماد اگر از سطح روابط خونی و خویشاوندی خارج نگردد و نتواند با محیط بیرون پیوند یابد نمی تواند سرمایه اجتماعی مناسبی را ایجاد نماید. به عبارتی دیگر هر چه شعاع اعتماد گسترده تر باشد از بعد فردی و محدود خارج شده و تعمیم یافته شود، منافع جمعی و کلان را ایجاد می نماید.^۴

۲.۲.۱. انسجام اجتماعی^۵

امیل دورکیم از اولین جامعه شناسانی است که مفهوم انسجام و همبستگی اجتماعی را مورد مطالعه قرار داده است و وجود آن را برای هر جامعه ای لازم می داند. جان اتان ترنر به نقل از دورکیم می گوید؛ انسجام وقتی رخ می دهد که عواطف افراد به وسیله نمادهای فرهنگی تنظیم شوند، جایی که افراد متصل به جماعت و اجتماعی شده باشند، جایی که کنش ها تنظیم شده و به وسیله هنجارها هماهنگ شده اند و جایی که نابرابری ها قانونی تصور می شود (اکبری، ۱۳۸۳).

بنابراین جوامع مادامی که جمعیت آن ها اندک بوده و جوامعی ساده با باورها و ارزش های محدود و ساده بودند، انسجام در آن ها مکانیکی بوده است، اما دورکیم معتقد است جوامع سنتی در روند تکاملی خود تحت تأثیر عواملی، تغییراتی را در خود پیدا می شوند. مهم ترین این عوامل از نظر دورکیم، پیشرفت تقسیم کار است

1 Radius of Trust

2 WWW. Fukuyama. org/ 2014. htm

3 WWW. Prusak.org

4WWW. Fukuyama. org/ 1999. htm

5Social Solidarity

که باعث تحولی عظیم در این جوامع گشته و در حقیقت به دلیل تقسیم کار است که جامعه سنتی مبتنی بر انسجام مکانیکی به جامعه صنعتی مبتنی بر همبستگی ارگانیکی تبدیل می گردد. لذا وجود تقسیم کار است که جامعه‌ای با ماهیتی سنتی را به جامعه‌ای تحول یافته و با ماهیتی صنعتی بدل می کند. تقسیم کار هر چه پیچیده تر و تخصصی تر می شود، توافق روی دایره‌های اخلاقی کاهش می یابد و تمایزات بین افراد رشد می کند. در این شرایط وفاق حاصل از انسجام مکانیکی جای خود را به وفاق جدیدی می دهد که برخاسته از انسجام ارگانیکی نظم جدید است. اما در این زمینه که چه چیزی تقسیم کار را ایجاد و تشدید می کند، دورکیم می گوید: بین تراکم مادی و تراکم اخلاقی پیوند نزدیکی وجود دارد. او به عناصری چون افزایش تراکم جمعیت، افزایش و تشکیل شهرنشینی، تعداد و سرعت راه‌های ارتباطی و حمل و نقل اشاره دارد. دورکیم معتقد است رشد و افزایش تعاملات افراد به پیچیدگی و تخصصی تر شدن تقسیم کار و تراکم اخلاقی می انجامد و به تعبیر گئی روشه از این جریان متحرک عمومی، لاجرم درجه بسیار بالایی از فرهنگ حاصل خواهد شد و بنابراین همین شدت روابط است که تمدن را در جوامعی می سازد که انسجامش دیگر از نوع ارگانیکی است.

۳،۲،۱. مشارکت اجتماعی

مفهوم مشارکت، قدمتی به درازای تاریخ زندگی اجتماعی بشر دارد که در طول حیات طولانی خود روند تکامل و دگرگونی را پشت سر گذاشته و به اقتضای شرایط زمانی و مکانی خود، تعاریف مختلفی به خود دیده است. کائوتری اعتقاد دارد که مشارکت به قدمت تاریخ بشری پیشینه دارد چراکه نظر و عمل مشارکت در بطن هر جامعه و در مفاهیمی چون دل بستگی، اتحاد، همکاری، انجمن و مانند آن‌ها نهفته است و از قدیم شالوده پیدایش اجتماعی انسان شناختی نوع بشر تلقی شده است (اکبری، ۱۳۸۳). مشارکت اجتماعی بر آن دسته از فعالیت‌های ارادی دلالت دارد که از طریق آن‌ها اعضای یک جامعه در امور محله، شهر و روستا شرکت کرده و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در شکل دادن حیات اجتماعی مشارکت دارند (محسنی تبریزی، ۱۳۹۶).

مشارکت اجتماعی با مشارکت مردمی قرابت نزدیکی دارد، زیرا مشارکتی است که از متن جامعه برمی آید و عرصه‌های مختلف زندگی اجتماعی را در برمی گیرد. چنین مشارکتی در برنامه‌های عمران اجتماعی به ویژه در سطح روستاها، جایگاه ویژه‌ای دارد که غفلت از آن و فراهم ساختن بسترهای لازم برای بسط بهره‌گیری مناسب از آن، برنامه‌های عمران اجتماعی را در سطوح مختلف دچار مشکل و نارسایی می کند. نمود عینی مشارکت اجتماعی، وجود نهادهای مشارکتی چون انجمن‌ها، گروه‌ها، سازمان‌های محلی و غیردولتی است.

تعدد و گسترده‌گی سازمان‌های محلی و غیردولتی در یک جامعه، شاخص و بیانگر وجود مشارکت اجتماعی در آن جامعه است؛ تا جایی که جامعه مدنی به واسطه بسط و گسترش مشارکت‌های اجتماعی و نهادهای مدنی تعریف می شود. نهادهای مدنی، تشکلهایی مردمی و غیردولتی هستند که در حداصل توده‌های مردم با دولت به وجود می آیند و بخشی از مردم را برای دست یابی به هدفی مشخص در یکی از حوزه‌های اجتماعی، سازمان دهی می کنند. دامنه فعالیت این نهادها که به منظور مشارکت سازمان یافته مردم تشکیل می گردند، بسیار گسترده است. اتحادیه‌های صنفی، احزاب سیاسی، بنگاه‌های اقتصادی خصوصی، شرکت‌های تعاونی، گروه‌های هنری، مطبوعات، مؤسسات خیریه و حتی اجتماعات محلی مشتمل بر ساکنان یک خیابان و محله، می توانند مثال‌هایی از نهادهای مدنی باشند (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳).

موضوع این تحقیق بررسی رابطه رضایتمندی ارباب رجوع با سرمایه اجتماعی با توجه به نقش مداخله گر ساختار سازمانی و ارائه یک مدل مطلوب در دادگستری‌های جنوب شرق کشور می باشد. متغیر سرمایه اجتماعی اولین متغیری است که در این تحقیق مورد توجه قرار گرفته است (به عنوان متغیر ملاک)، متغیری که تلاش می شود تغییرات آن توسط رضایتمندی ارباب رجوع (به عنوان متغیر پیش بین) و مؤلفه‌های آن و ساختار سازمانی (به عنوان متغیر مداخله گر) و مؤلفه‌های آن تعبیر، تفسیر و تشریح شود. در این پژوهش با توجه به سه متغیر تحقیق از نظری‌های ذیل استفاده خواهد شد:

۱) جیمز فیتز مونس و مو نو فیتز مونس، نظریه‌ای را در خصوص رضایتمندی ارباب رجوع ارائه نموده و بیان می کنند که سه رکن برای بررسی رضایتمندی در سازمان‌های خدماتی ارائه شده است. این سه رکن عبارت‌اند از:

۱- خدمت مورد انتظار: تابعی از تجربیات گذشته، نیازهای شخصی و ارتباطات کلامی است. (شریفی کلویی، ۱۳۸۹)

۲- خدمت دریافت شده: ادراک مشتری از خدمت است که پس از دریافت خدمت ایجاد می شود. (شریفی کلویی، ۱۳۸۹)

۳- کیفیت خدمت درک شده: رابطه بین دو متغیر خدمت مورد انتظار و خدمت دریافت شده، کیفیت خدمت درک شده را شکل می دهد. به عبارتی، مشتری، انتظارات خود را با ارزش دریافت شده مقایسه می کند اگر انتظار برآورده نشود، نارضایتی به وجود می آید و هر چه تفاوت این دو متغیر بیشتر باشد؛ میزان نارضایتی نیز افزایش می یابد. (شریفی کلویی، ۱۳۸۹). بر این اساس مهم‌ترین ابزار که امروزه از آن برای سنجش رضایتمندی ارباب رجوع استفاده می شود از مؤلفه‌های زیر تشکیل شده است:

۱- وضعیت اطلاع رسانی.

۲- خصوصیات کارکنان در سنجش اعتماد مراجعان.

۳- خصوصیات کارکنان در نحوه رفتار با ارباب رجوع.

۴- فضا و تجهیزات فیزیکی.

۲) از دیدگاه ناهایت و گوشال، سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به رضایتمندی ارباب‌رجوع در بسیار کمک کرده و برای آن‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند. این محققان، جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می‌دهند: ابعاد شناختی، ارتباطی و ساختاری. (حسن‌زاده ثمرین و مقیمی، ۱۳۸۹)

۱- بعد شناختی سرمایه اجتماعی: اشاره به منابعی دارد که فراهم‌کننده مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است. (حسن‌زاده ثمرین و مقیمی، ۱۳۸۹)

۲- بعد ساختاری سرمایه اجتماعی: اشاره به ارتباطات میان بازیگرانی دارد که به‌طور متوالی در حال تسهیم اطلاعات هستند. محققان استدلال کرده‌اند که برخورداری از چنین اطلاعاتی منجر به ارتقاء توانایی سازمان در جذب (تحلیل) و تلفیق دانش می‌شود که این امر یک مزیت رقابتی را برای سازمان ایجاد می‌نماید. بعد ساختاری سرمایه اجتماعی شامل الگوی پیوندهای میان شبکه و ترکیب سازمان‌دهی شبکه و تناسب سازمانی می‌شود. این بعد از شکل ساختاری، نوع، مرکزیت و نقش مرزبانی مشارکت‌کنندگان در شبکه منتج می‌شود. (حسن‌زاده ثمرین و مقیمی، ۱۳۸۹)

۳- بعد ارتباطی (رابطه‌ای) سرمایه اجتماعی: ماهیت روابط در یک سازمان را در برمی‌گیرد. به عبارت دیگر، درحالی که بعد ساختاری بر این امر متمرکز می‌شود که آیا کارکنان در یک سازمان، اصلاً به هم متصل هستند یا خیر، بعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این ارتباطات متمرکز می‌گردد (به‌طور مثال، آیا این روابط بوسیله اعتماد، صمیمیت، عشق و مانند آن مشخص می‌شود یا خیر؟) این بعد شامل اعتماد، هنجارها، تعهدات و هویت می‌شود. (حسن‌زاده ثمرین و مقیمی، ۱۳۸۹).

۳) رابینز، معتقد است که پیچیدگی، رسمیت و تمرکز، نسبت به سایر ابعاد ساختار سازمانی در ایجاد ساختار سازمانی مؤثر، نقش مهم‌تری دارند که به‌طور خیلی خلاصه تعریف این ابعاد به شرح زیر می‌باشد:

۱- پیچیدگی ساختار سازمانی: عبارت است از میزان تفکیکی که در سازمان وجود دارد که از مجرای سه بعد افقی، عمودی و فضایی یا جغرافیایی سنجیده می‌شود.

۲- رسمیت ساختار سازمانی: عبارت است از میزانی که مشاغل سازمانی استاندارد شده‌اند که این موضوع با متغیرهای نمودار سازمانی و راهنمای سازمانی شناخته می‌شود.

۳- تمرکز ساختار سازمانی: عبارت است از تراکم قدرت در یک نقطه و عدم تمرکز نیز یعنی عدم تراکم یا تراکم کم. البته باید توجه داشت که تمرکز به میزان پراکندگی اختیارات تصمیم‌گیری برمی‌گردد، نه تفکیک جغرافیایی. (اعرابی، ۱۳۸۵).

۲. پیشینه پژوهش

عبودی و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی را با عنوان «نقش ابعاد سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی اداره کل ورزش و جوانان استان فارس» انجام دادند. هدف از تحقیق حاضر تعیین ارتباط بین ابعاد سرمایه اجتماعی با تعهد سازمانی کارکنان در اداره کل ورزش و جوانان استان فارس بود. روش تحقیق از نوع توصیفی - همبستگی و جامعه آماری آن را ۱۵۲ تن از کارشناسان این اداره، در سال ۱۳۹۲ تشکیل دادند. نتایج پژوهش حاکی از آن بود که سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری با تعهد سازمانی دارد. همچنین بین ابعاد سرمایه اجتماعی با تمامی ابعاد تعهد سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. با توجه به وجود رابطه هم خطی بین متغیرها و فرض استقلال خطاها از یکدیگر، متغیرهای پیش‌بین (سرمایه اجتماعی)، ۳۰٪ تغییر در میزان تعهد سازمانی را تبیین می‌نمایند. خوشفر و جندقی (۱۳۹۶) پژوهشی را با عنوان «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و عدالت سازمانی با تعهد سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان آموزش و پرورش مرکز استان گلستان)» انجام دادند. یافته‌ها نشان داد بین سرمایه اجتماعی با تعهد سازمانی رابطه معناداری وجود ندارد، در حالیکه بین عدالت سازمانی و تعهد سازمانی رابطه معناداری مشاهده شد. بعلاوه نتایج آزمون رگرسیون نشان داد، در مجموع ۹/۰۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته (تعهد سازمانی) توسط متغیر (عدالت رویه‌ای) تبیین می‌شود. نصیری ولیک بنی و شایگانی (۱۳۹۵) پژوهشی را تحت عنوان «بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و توسعه‌سازمانی» انجام دادند، هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و توسعه‌سازمانی بود. روش تحقیق، توصیفی از نوع همبستگی بوده که جامعه آماری آن را کلیه کارکنان دانشگاه بوعلی سینا به تعداد ۷۷۷ نفر در سال ۱۳۹۳ تشکیل دادند. با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای-نسی و بر اساس جدول کرجسی و مورگان تعداد ۲۶۰ نفر (۱۹۶ نفر مرد و ۶۴ نفر زن) انتخاب شدند. جهت گردآوری داده‌های مورد نیاز از دو پرسشنامه ساختار سازمانی فرنک و توسعه‌سازمانی پیتر و کراوفورد استفاده شد. نتایج نشان داد که بین ساختار سازمانی و توسعه‌سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ و همچنین به‌جز بعد پیچیدگی ابعاد رسمیت و تمرکز هم با توسعه‌سازمانی رابطه وجود دارد. مولوی و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان «تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر رضایتمندی مشتریان و ارباب‌رجوعان» انجام دادند. هدف از انجام این تحقیق بررسی تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر رضایتمندی مشتریان و ارباب‌رجوعان بود. به این منظور ۱۵۰ نفر از کارکنان تعدادی از ادارات شهرستان مهاباد به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای و ۱۵۰ نفر از مشتریان این ادارات که به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده بودند به پرسشنامه‌های تحقیق جواب دادند. داده‌ها توسط نرم‌افزار spss و آزمون رگرسیون ساده مورد آزمون قرار گرفتند و نتایج نشان

داد رفتار شهروندی سازمانی و ابعادش (نوع دوستی، وجدان کاری، جوانمردی، فضیلت شهروندی و احترام و تکریم) دارای تأثیر مثبت و معناداری بر رضایتمندی مشتریان و ارباب رجوعان دارد. امیرخانی و سعیدی (۱۳۹۴) پژوهشی را تحت عنوان «بررسی تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر میزان رضایتمندی ارباب رجوع بامطالعه موردی دانشگاه علوم پزشکی شیراز» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که رفتارهای کارکنان در ارائه خدمات به مشتریان، تأثیر قابل توجهی بر ادراک مشتریان از کیفیت خدمات دارد، به ویژه رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که کارکنان، هم برای مشتریان (ارباب رجوع) و هم برای سازمان انجام می دهند. این رفتارها، رفتارهای شهروندی سازمانی نامیده می شوند. بیمارستان ها و مراکز ارائه دهنده خدمات درمانی از نظر کیفیت خدمات بسیار مهم هستند و از مهم ترین عواملی که می تواند رفتارها، نگرش ها و تعامل پرستاران و پزشکان را در ارائه هر چه بهتر کیفیت خدمات بکار گیرد؛ بنابراین هدف از این پژوهش بررسی تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر میزان رضایتمندی ارباب رجوع است. لذا نتایج حاکی از وجود رابطه معنادار بین رفتار شهروندی سازمانی و رضایتمندی ارباب رجوع است. رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان پردازند و در این راستا توجه به وجدان کاری، نوع دوستی، آداب اجتماعی بیشتر مد توجه قرار گیرد.

کرانتسون^۱ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی ساختار سازمانی اداره آموزش و پرورش استرالیا» نشان داد که ساختار سازمانی آموزش و پرورش در استرالیا، سلسله مراتبی، متکبر و بوروکراتیک باقی مانده است. با وجود این اساس مدیریت مدارس (تمرکززدایی) در دهه اخیر از این سو به آن سو حرکت کرده است؛ بنابراین اختیار زیادی برای مدارس آشکار ساختند، اما عمده تصالح ها و دگرگونی های ساختار آموزش و پرورش، مدارس و تحصیلات نتیجه زیادی برای تغییر قوانین بوروکراتیک مرکزی نداشته است. برناردو^۲ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «ساختار سازمانی در سازمان های بزرگ» نشان داد که بین تمرکز سلسله مراتب اختیار و ساختار سازمانی همبستگی مثبتی وجود دارد یعنی هر چه مشارکت کارکنان در فرایند تصمیم گیری بیشتر باشد ساختار سازمانی آن سازمان از رسمیت کمتری برخوردار است. اوگبانا و همکاران^۳ (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «عملکرد و ساختارهای سازمانی نوآور» نشان دادند که تغییر ساختارهای سنتی به ساختارهای جدید با ویژگی هایی مانند توسعه مسئولیت ها، توانمندسازی، همکاری و مشارکت و از بین بردن سلسله مراتب سازمانی مشخص می گردد. کوشنیک و توبیاس^۴ (۲۰۱۴)، در تحقیق پیمایشی خود که بر روی ۱۴۱۹ تن از همشهریان خود در محله با عنوان «بی نظمی، سرمایه اجتماعی و نقض هنجار» انجام داده اند، علاوه بر بحث در مورد نظریه «پنجره شکسته»، آن ها چارچوب کلاسیک جرم منطقی را با علائم بی نظمی، کنترل اجتماعی محلی و تعاملات خود اصلاح نمودند و با آزمایش مفاهیم خود، نتایجی از سه آزمایش زمینه ای را ارائه نمودند که نشان دهنده آن بود که بی نظمی فیزیکی و نیز بی نظمی اجتماعی با نقض هنجارها صورت می گیرد؛ و نقض بیشتر هنجارهای مشابه و هنجارهای مختلف را تسریع می نماید. آن ها شواهدی دال بر این ارائه دادند که تأثیرات بی نظمی تا حد معناداری در مجاورت با سرمایه اجتماعی پایین، نمایانگر می شوند.

۳. شکاف تحقیق و تعریف مسئله

بررسی رابطه میان رضایت مندی ارباب رجوع و سرمایه اجتماعی در مطالعات معدودی در نظر گرفته شده است ولیکن شایان ذکر است نوآوری تحقیق حاضر به شرح ذیل است:

اول؛ استفاده از نظر خبرگان حوزه منابع انسانی و سازمانی در شناسایی شاخص های موثر در رابطه میان رضایت مندی ارباب رجوع و سرمایه اجتماعی ارائه مدل مفهومی

دوم؛ استفاده از رویکردهای آماری در اعتبارسنجی مدل پیشنهادی

سوم؛ در تقریباً تمامی مطالعات بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رضایت مندی ارباب رجوع مورد توجه قرار گرفته است ولیکن در مطالعه حاضر نسبت به بررسی تأثیر رضایت ارباب رجوع بر سرمایه اجتماعی در کنار دیگر شاخص های توضیحی پرداخته شده است.

۴. روش شناسی

در این مطالعه، به منظور تحلیل داده ها، از روش ترکیبی بهره گرفته شده است. روش ترکیبی، تلفیقی از دو روش تحقیق کیفی و کمی است. در بخش کیفی، از روش تحلیل محتوا برای تحلیل داده ها استفاده شده است. در این روش متغیرها و مضامین الگوی مفهومی تحقیق با استفاده از رویکرد شناسه گذاری و طی سه مرحله شناسه گذاری باز، محوری و انتخابی مورد شناسایی قرار گرفتند. در مرحله کد گذاری باز، داده های گردآوری شده از پرسش نامه باز مورد بررسی قرار گرفته و مفاهیمی استخراج شد. پس از شناسه گذاری باز، در شناسه گذاری محوری، ابتدا پدیده محوری پژوهش بر اساس تأکیدات پرسش شونده گان و مبانی نظری

¹ Crantson

² Bernardo

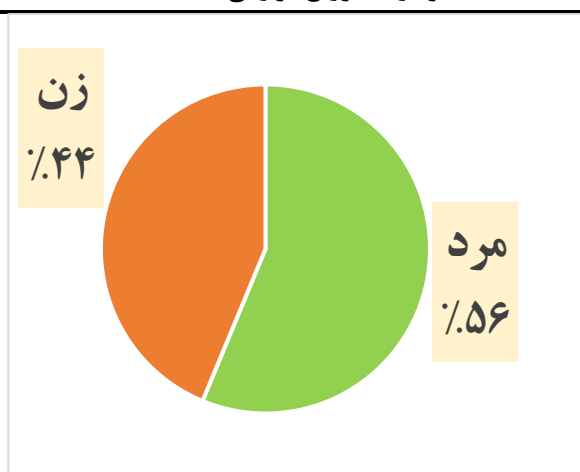
³ Ogbonna

⁴ Keuschnigg and Tobias

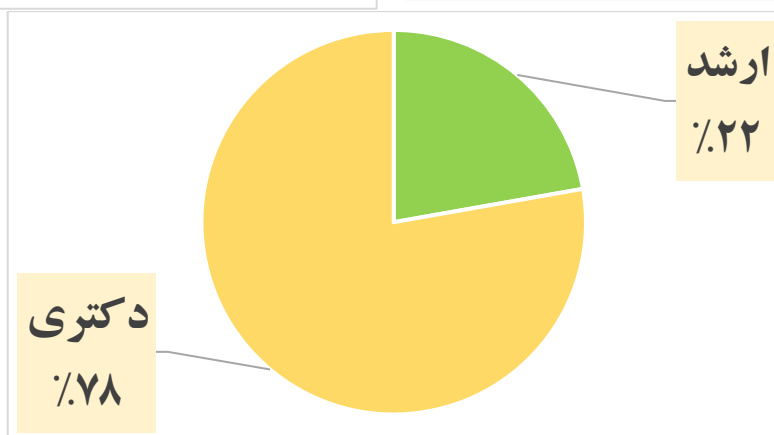
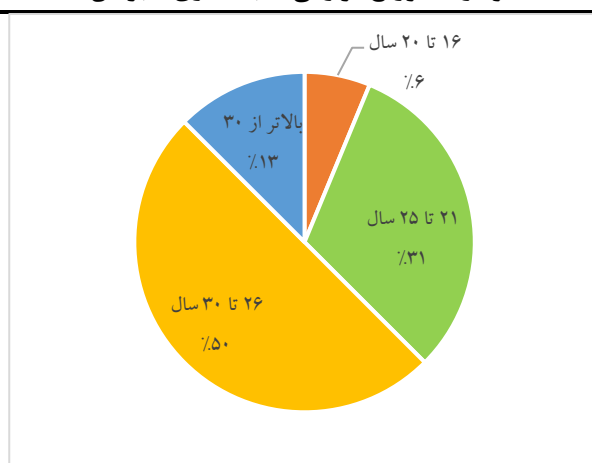
تحقیق تعیین شد. سپس مقوله‌ها مورد شناسایی قرار گرفته و نحوه تعاملات آن‌ها به شکل یک مدل پارادایمی طراحی شد. شناسه‌گذاری انتخابی، سومین مرحله از روش شناسه‌گذاری است. این مرحله درواقع فرایند پالایش نظریه و مرحله اصلی نظریه‌پردازی است. به عبارت دیگر، بر اساس نتایج دو مرحله پیشین شناسه‌گذاری، به تولید نظریه پرداخته و به این ترتیب مقوله محوری را به شکلی نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده و مقوله‌هایی که نیازمند بهبود و توسعه بیشتری بودند، اصلاح شد (درویشی و همکاران، ۱۳۹۳). در بخش کمی پژوهش نیز از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (حداقل مربعات جزئی) با نرم‌افزار PLS نسخه ۳ استفاده شده است. در این راستا اطلاعات و داده‌ها در دو مرحله گردآوری و تحلیل شده است. اول، در گام نخست به منظور تدوین ادبیات موضوعی و تبیین چارچوبی برای تدوین الگو، طی یک پرسشنامه باز، پس از انجام هماهنگی، از طریق مراجعه حضوری، پست سفارشی و پست الکترونیک از ۲۱ نفر از خبرگان تحقیق مورد نظرخواهی قرار گرفت. لازم به توضیح است اشباع نظری پس از بررسی پرسشنامه‌ها و مصاحبه‌ها با ۱۶ نفر رسیده شد و دیگر موضوع جدیدی استنباط نگردید. دوم، مدل مفهومی تحقیق تعیین شد که درنهایت از ۳۰۰ نفر مطلع در حوزه منابع انسانی و سازمان با روش نمونه‌گیری و جدول مورگان مورد اعتبارسنجی قرار گرفت.

بیشتر مصاحبه‌ها در دفتر کار افراد ترتیب داده شد. محقق تمامی مصاحبه‌ها را هدایت نمود. اتخاذ این رویه باعث شد تا محقق بتواند اطلاعات حاصل از مصاحبه‌های پیشین را در مصاحبه‌های بعدی به کار بندد. به این ترتیب که بعد از انجام هر مصاحبه نقاط مبهم یا ضعف الگو و مقوله‌ها مشخص و نفر بعدی با توجه به تخصص مورد نیاز برای رفع ابهامات انتخاب شد. جمع‌آوری داده‌ها تا مرحله اشباع نظری مقوله‌ها و به بیان واضح‌تر تا جایی که امکان دستیابی به داده‌های جدید دیگر فراهم نبود، ادامه یافت. پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، کدگذاری انجام گرفت. همچنین استراتژی اعتبارسنجی نتایج در این مطالعه از طریق روش حداقل مربعات جزئی تأیید شد. بر این اساس پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، کدگذاری روایت‌های آنان در دو سطح کدگذاری اولیه، محوری و گزینشی (انتخابی) انجام گرفت. کدگذاری در مرحله اول با توجه به کلی بودن و باز بودن، کدگذاری اولیه محسوب می‌شود. در مرحله بعد از این نوع کدگذاری، می‌بایست کدگذاری ثانویه انجام بگیرد که در آن کدهای اولیه به علت تعداد فراوان در قالب مقوله‌های مشابه یا همان کدهای ثانویه به یک کد مفهومی تبدیل می‌شوند (کدگذاری محوری) و درنهایت نیز کدگذاری گزینشی یا انتخابی انجام می‌گیرد.

نمودار ۵- توزیع فراوانی جنسیت



نمودار ۴- توزیع فراوانی سابقه کاری خبرگان



نمودار ۶- توزیع فراوانی تحصیلات خبرگان

۵. چارچوب پژوهش

تحلیل داده‌ها در رویکرد تحلیل محتوا بر اساس سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی صورت می‌گیرد. مراحل کدگذاری باز و محوری همراه با جدول و شکل، به‌عنوان مراحل اولیه نظریه‌پردازی و نیز کدگذاری انتخابی به‌عنوان مرحله نظریه‌پردازی توضیح داده می‌شود. لازم به توضیح است متغیرهای تحقیق حاضر از قبل مشخص شده‌اند و لذا هدف از مصاحبه با خبرگان این حوزه صرفاً شناسایی کدها مفاهیم به‌منظور تدوین پرسشنامه‌های مرحله کمی برای اندازه‌گیری ضرایب اثرگذاری این متغیرها بر یکدیگر بوده است.

کدگذاری باز

در این مرحله داده‌های گردآوری شده از پرسشنامه باز بررسی شده و سعی می‌شود مفاهیمی از عمق موارد مطرح شده، استخراج گردد. علت نام‌گذاری این مرحله به کدگذاری باز، این است که بدون محدودیت به نام‌گذاری مقوله‌ها پرداخته شده است. به عبارتی در کدگذاری باز، با تفکری باز به نام‌گذاری مقوله‌ها پرداخته شده و محدودیتی در تعداد کدها و مقوله‌ها وجود ندارد.

جدول ۱- کدگذاری باز

مقوله‌ها	مفاهیم	کدهای مشترک
سرمایه اجتماعی	هنجارهای عمومی	کمک‌های مردمی
		اعتماد عمومی
		عدالت و انصاف
	ابعاد ساختاری	اتحاد
		جامعه‌پذیری
		همدلی
	ابعاد شناختی	باورها
		هنجارها
		ارتباطات
		قوانین و مقررات
		تعهدات و انتظارات
		زیرساخت‌های اخلاقی
		ارزش‌ها
		شبکه‌ها
		فرهنگ
	ابعاد ارتباطی	فهم متقابل
		اعتماد
		تعهد
رضایت ارباب رجوع	وضعیت اطلاع‌رسانی و پاسخگویی	پاسخگویی مؤثر
		اهمیت قائل شدن برای نیازها
		برآورده شدن انتظارات
		نیازهای جدید
		زمان صرف شده
		کیفیت ارائه خدمات
		محل مراجعه
		مراحل انجام کار
	خصوصیات کارکنان در سنجش اعتماد مراجعان	ارزش درک شده
		کیفیت درک شده
		مهارت و تخصص
		مسئولیت‌پذیری
		رعایت قانون و مقررات
		نظم و انضباط کاری
		اعتماد به صحت پاسخ‌ها و اطلاعات کارکنان

	خصوصیات کارکنان در نحوه رفتار با ارباب رجوع	اعتماد به رفع مشکل یا شکایت
		کیفیت پاسخگویی
		رعایت ادب و احترام
		سرعت انجام کار
		دقت انجام کار
	تجهیزات فیزیکی	تمایل مثبت در ارائه خدمات
		پاکیزگی و نظافت
		محل مناسب جهت استقرار ارباب رجوع
		استقرار مناسب واحدهای اداری مرتبط باهم
		امکانات لازم از قبیل دستگاه کپی و ...
ساختار سازمانی	پیچیدگی ساختار سازمانی	پیچیدگی افقی
		پیچیدگی عمودی
		پیچیدگی جغرافیایی
	رسمیت ساختار سازمانی	سطح مکتوب شدن آیین نامه ها و قوانین در سازمان
		درجه رعایت، اجرا و کنترل قوانین و مقررات
	تمرکز ساختار سازمانی	قدرت تصمیم گیری در سطوح بالای مدیریت سازمان

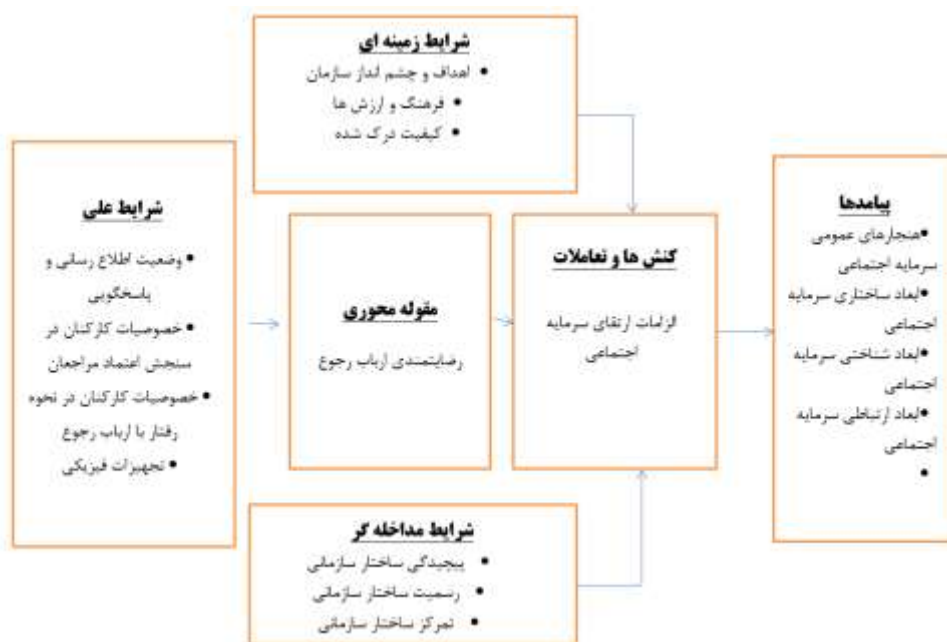
منبع: تحقیق حاضر

کدگذاری محوری

پس از کدگذاری باز، در کدگذاری محوری ابتدا پدیده محوری پژوهش که در این تحقیق رضای مندی ارباب رجوع می باشد، بر اساس تأییدات پرسش شوندهگان و مبانی نظری تحقیق تعیین شده است. سپس مقوله ها شامل شرایط علی (عواملی که منجر به به وجود آمدن پدیده محوری می شوند)، شرایط زمینه ای (شرایط خاص و تأثیرگذار)، شرایط مداخله گر (شرایط عام مؤثر) و پیامدها شناسایی شده اند. نحوه تعاملات آن ها در شکل ۱ نشان داده شده است.

کدگذاری انتخابی

سومین مرحله از روش کدگذاری، کدگذاری انتخابی است. این مرحله درواقع فرایند پالایش تئوری است. کدگذاری انتخابی مرحله اصلی نظریه پردازی می باشد. به عبارت دیگر، این مرحله از کدگذاری، فرایند یکپارچه سازی و بهبود مقوله ها برای شکل گیری نظریه است و بر اساس نتایج دو مرحله قبلی کدگذاری می باشد و به این ترتیب مقوله محوری را به شکلی نظام مند به دیگر مقوله ها ربط داده و مقوله هایی که نیازمند بهبود و توسعه بیشتری هستند را اصلاح می کند. در این مرحله پژوهشگر برحسب درک خود از متن، پدیده مورد مطالعه یا چارچوب مدل پارادایم را به هم می ریزد و به صورت ترسیمی، نظر نهایی را نشان می دهد. در طول فرایند کدگذاری انتخابی، متن پاسخ ها دوباره بررسی شد و جملات و ایده هایی که بیانگر ارتباط بین مقوله ها بودند مجدداً مورد توجه قرار گرفتند؛ در این مرحله، مقوله یا پدیده محوری را که سایر مقولات بر محور آن می گردند به طور روش دار انتخاب و با ارتباط دادن آن با سایر مقوله ها شرحی انتزاعی برای فرایندی که در پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است، ارائه شده است. نتایج کدگذاری باز و محوری، منتج به کدگذاری انتخابی، بیان می دارد که رضایت مندی ارباب رجوع تابعی از شرایط علی (وضعیت اطلاع رسانی و پاسخگویی، خصوصیات کارکنان در سنجش اعتماد مراجعان، خصوصیات کارکنان در نحوه ارتباط با ارباب رجوع و تجهیزات فیزیکی)، شرایط زمینه ای (اهداف و چشم انداز سازمان، فرهنگ و ارزش ها و کیفیت درک شده) است. این عوامل، شرایط را برای اعمال کنش ها و تعاملات (الزامات ارتقای سرمایه اجتماعی) مهیا می کند که پیامدهای (هنجارهای عمومی سرمایه اجتماعی، ابعاد ساختاری سرمایه اجتماعی، ابعاد شناختی سرمایه اجتماعی و ابعاد ارتباطی سرمایه اجتماعی) را به دنبال دارد. شکل ۱ حاصل تجزیه و تحلیل مجدد داده های پژوهش بر اساس مدل پارادایمی است و نتایج کدگذاری انتخابی در این پژوهش را نشان می دهد.



شکل ۱- مدل پارادایمی حاصل از یافته‌های مرحله کیفی تحقیق

منبع: تحقیق حاضر

بنابراین بر اساس بیان روایتی مؤلفه‌های به‌دست آمده طی پارادایم کدگذاری محوری و انتخابی، روابط بین آن‌ها را می‌توان در قالب قضایای زیر بیان نمود. لازم به توضیح است تمامی متغیرهای مندرج در مدل بر اساس نظر خبرگان تحقیق به‌دست آمده است و مدل به‌صورت بی‌طرفانه تدوین شده است.

ازجمله عوامل علی تأثیرگذار بر رضایت‌مندی ارباب‌رجوع می‌توان به وضعیت اطلاع‌رسانی و پاسخگویی، خصوصیات کارکنان در سنجش اعتماد مراجعان، خصوصیات کارکنان در نحوه رفتار با ارباب‌رجوع و تجهیزات فیزیکی اشاره نمود.

همچنین اهداف و چشم‌انداز سازمان، فرهنگ و ارزش‌ها و کیفیت درک شده زمینه خاصی را جهت اجرای کنش‌ها و تعاملات که همان الزامات ارتقای سرمایه اجتماعی است، تبیین می‌کنند.

از پیچیدگی ساختار سازمانی، رسمیت ساختار سازمانی و تمرکز ساختار سازمانی نیز می‌توان به‌عنوان بستری عام جهت اجرای کنش‌ها و تعاملات یادکرد. درنهایت نیز تأثیر رضایت‌مندی ارباب‌رجوع بر سرمایه اجتماعی تحت تأثیر شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و کنش‌ها و تعاملات، پیامدهایی همچون هنجارهای عمومی سرمایه اجتماعی، ابعاد ساختاری سرمایه اجتماعی، ابعاد شناختی سرمایه اجتماعی و ابعاد ارتباطی سرمایه اجتماعی را به همراه دارند.

قضایای فوق رابطه بین متغیرهای تأثیرگذار بر تبیین عوامل مؤثر بر رابطه میان رضایت‌مندی ارباب‌رجوع و سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن را منعکس می‌کند. بر مبنای یافته‌های مدل پارادایمی پژوهش و فرضیه‌های مذکور، مدل مفهومی ارائه‌شده در شکل ۲ روابط بین مقوله‌های اصلی حاصل از فرایند تحلیل کیفی را نشان می‌دهد

شکل ۳- نتایج معناداری ضرایب مسیر

جدول ۲- ضرایب اثرگذاری متغیرهای تحقیق

متغیر تأثیرگذار	متغیر تأثیرپذیر	ضریب	آماره t	رابطه
وضعیت اطلاع‌رسانی و پاسخگویی خصوصیت کارکنان در سنجش اعتماد خصوصیات کارکنان در نحوه رفتار با ارباب رجوع تجهیزات فیزیکی	رضایت‌مندی ارباب رجوع	۰.۵۹۸	۱.۹۸۵	معنادار
		۰.۲۵۹	۰.۲۴۶	بی‌معنا
		۱.۶۷۹	۱.۹۰۸	معنادار
		۱.۰۳۵	۸.۱۳۹	معنادار
رضایت‌مندی ارباب رجوع	الزامات ارتقای سرمایه اجتماعی	۰.۹۸۵	۲.۱۲۸	معنادار
شرایط زمینه‌ای	الزامات ارتقای سرمایه اجتماعی	۰.۲۷۵	۳.۴۷۲	معنادار
تمرکز ساختار سازمانی	الزامات ارتقای سرمایه اجتماعی	۰.۲۶۳	۲۷.۶۰۲	معنادار
رسمیت ساختار سازمانی		۰.۵۶۷	۱۰.۰۵۳	معنادار
پیچیدگی ساختار سازمانی		۱.۰۰۸	۹۰.۷۵۱	معنادار
الزامات ارتقای سرمایه اجتماعی	سرمایه اجتماعی	۰.۲۸۲	۲.۱۰۵	معنادار
سرمایه اجتماعی	هنجارهای عمومی	۰.۶۲۵	۱۳.۲۵۹	معنادار
	ابعاد ساختاری	۰.۲۰۶	۵۹.۳۳۰	معنادار
	ابعاد شناختی	۰.۱۰۸	۹۳۶	معنادار
	ابعاد ارتباطی	۰.۳۱۴	۱۱۰.۷	معنادار

منبع: تحقیق حاضر

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، از میان عوامل علی در نظر گرفته‌شده برای رضایت‌مندی ارباب رجوع، وضعیت اطلاع‌رسانی و پاسخگویی، خصوصیات کارکنان در نحوه رفتار با ارباب رجوع و تجهیزات فیزیکی دارای تأثیر مثبت و معنادار هستند. همچنین تأثیر رضایت‌مندی ارباب رجوع بر الزامات ارتقای سرمایه اجتماعی و سرمایه اجتماعی مثبت و معنادار به دست آمده است. همچنین در نهایت مدل ارائه‌شده و اعتبارسنجی شده پیامدهایی نظیر هنجارهای عمومی، ابعاد ساختاری، ابعاد شناختی و ارتباطی در حوزه سرمایه اجتماعی دارد. توجیه ضرایب به‌دست‌آمده در بخش تحلیل نتایج ارائه‌شده است.

۷. تحلیل یافته‌ها

هدف از این مطالعه بررسی رابطه میان سرمایه اجتماعی و رضایت‌مندی ارباب رجوع است. بر این اساس تلاش شد مدلی جامع به‌منظور ارتقای دقت نتایج طراحی شود. در این راستا در وهله نخست با تبیین رابطه مذکور برای ۲۱ نفر از خبرگان حوزه تحقیق تلاش شد مدلی با رویکرد گزند تئوری شامل عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، کنش‌ها و تعاملات و پیامدها برای رابطه رضایت‌مندی ارباب رجوع و سرمایه اجتماعی طراحی شود. نتایج کدگذاری باز و محوری، منتج به کدگذاری انتخابی، بیان می‌دارد که رضایت‌مندی ارباب رجوع تابعی از شرایط علی (وضعیت اطلاع‌رسانی و پاسخگویی، خصوصیات کارکنان در سنجش اعتماد مراجعان، خصوصیات کارکنان در نحوه ارتباط با ارباب رجوع و تجهیزات فیزیکی)، شرایط زمینه‌ای (اهداف و چشم‌انداز سازمان، فرهنگ و ارزش‌ها و کیفیت درک شده) است. این عوامل، شرایط را برای اعمال کنش‌ها و تعاملات (الزامات ارتقای سرمایه اجتماعی) مهیا می‌کند که پیامدهای (هنجارهای عمومی سرمایه اجتماعی، ابعاد ساختاری سرمایه اجتماعی، ابعاد شناختی سرمایه اجتماعی و ابعاد ارتباطی سرمایه اجتماعی) را به دنبال دارد. در وهله بعدی با استفاده از نمونه‌ای متشکل از ۳۰۰ نفر از مراجعین، کارمندان و کارشناسان و مدیران دادگستری‌های جنوب شرق کشور، مدل طراحی‌شده مورد آزمون و اعتبارسنجی قرار گرفت. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، تأثیر تمامی شاخص‌های شناسایی‌شده در مدل به‌جز خصوصیات کارکنان در سنجش اعتماد به لحاظ آماری بی‌معنا به دست آمد. همچنین با توجه به آزمون‌های کیفیت مدل، مدل پیشنهادی تأیید شد.

نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج تحقیق حاضر مدلی بر اساس نظر خبرگان حوزه علوم انسانی و سازمانی مبتنی بر ارتباط میان رضایت‌مندی ارباب رجوع و سرمایه اجتماعی طراحی شد. بر اساس مدل طراحی‌شده رضایت‌مندی ارباب رجوع تابعی از شرایط علی (وضعیت اطلاع‌رسانی و پاسخگویی، خصوصیات کارکنان در سنجش

اعتماد مراجعان، خصوصیات کارکنان در نحوه ارتباط با ارباب رجوع و تجهیزات فیزیکی)، شرایط زمینه‌ای (اهداف و چشم‌انداز سازمان، فرهنگ و ارزش‌ها و کیفیت درک شده) است. این عوامل، شرایط را برای اعمال کنش‌ها و تعاملات (الزامات ارتقای سرمایه اجتماعی) مهیا می‌کند که پیامدهای سرمایه اجتماعی (هنجارهای عمومی سرمایه اجتماعی، ابعاد ساختاری سرمایه اجتماعی، ابعاد شناختی سرمایه اجتماعی و ابعاد ارتباطی سرمایه اجتماعی) را به دنبال دارد. این نتیجه همسو با مطالعات شانگ و سان (۲۰۲۱)، سیمونز و همکاران (۲۰۲۱) است. لازم به توضیح است نمونه مطالعه داخلی برای این تحقیق یافت نشد. بنابراین فرضیه تحقیق پذیرفته می‌شود.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده در این تحقیق مدلی بر اساس نظر خبرگان حوزه علوم انسانی و سازمانی مبتنی بر ارتباط میان رضایت‌مندی ارباب رجوع و سرمایه اجتماعی طراحی شد. بر اساس مدل طراحی‌شده، رضایت‌مندی ارباب رجوع به‌عنوان مقوله محوری شناسایی شد که موجب ارتقای سرمایه اجتماعی می‌شود. سرمایه اجتماعی هم به‌نوبه خود پیامدهایی در ابعاد عمومی، ساختاری، شناختی و ارتباطی دارد؛ بنابراین بر اساس نتایج به‌دست‌آمده تأثیر رضایت‌مندی ارباب رجوع موجب شکل‌گیری کنش‌ها و تعاملاتی در راستای ارتقای سرمایه اجتماعی می‌شود و تأثیر به‌دست‌آمده مثبت و معنادار با ضریب ۰٫۹۸۵ و معنادار است. در توجیه ضریب به‌دست‌آمده می‌توان گفت سرمایه اجتماعی، برخلاف سایر سرمایه‌ها، به‌صورت فیزیکی وجود ندارد، بلکه حاصل تعاملات و هنجارهای گروهی و اجتماعی است که افزایش آن می‌تواند موجب کاهش قابل‌توجه سطح هزینه‌های عملیاتی سازمان‌ها گردد. با توجه به نتایج تحقیق حاضر افزایش رضایت‌مندی ارباب رجوع موجب بهبود تعاملات میان کارمندان دادگستری جنوب شرق کشور شده و از این منظر سرمایه اجتماعی را ارتقا می‌بخشد. این نتیجه همسو با نتایج مطالعات سادر و همکاران (۲۰۲۱)، آلان و کاتس (۲۰۱۴)، شانگ و سان (۲۰۲۱)، سیمونز و همکاران (۲۰۲۱) است. در میان مطالعات داخلی عمدتاً بر تأثیر سرمایه اجتماعی بر رضایت ارباب رجوع تأکید شده است. از این مطالعات نیز می‌توان به گلچین و همکاران (۱۳۸۹)، صادق وزیری (۱۳۹۸)، صالحی و همکاران (۱۳۹۸) اشاره کرد.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده ساختار سازمانی به‌عنوان متغیر مداخله‌گر بر رابطه میان رضایت‌مندی ارباب رجوع و سرمایه اجتماعی تأثیرگذار است. متغیرهای مداخله‌گر شامل تمرکز ساختار سازمانی، رسمیت ساختار سازمانی و پیچیدگی ساختار سازمانی می‌باشد. تأثیر متغیر ساختار سازمانی ر الزامات ارتقای سرمایه اجتماعی ۰٫۰۰۸ به‌دست‌آمده است؛ بنابراین با بهبود ساختار سازمانی به لحاظ متغیرهای تمرکز ساختار سازمانی، رسمیت ساختار سازمانی و پیچیدگی ساختار سازمانی الزامات ارتقای سرمایه اجتماعی بهبود پیدا می‌کند. امروزه سرمایه اجتماعی نیز به‌عنوان یکی از مزیت‌های اصلی حیات سازمان‌ها محسوب می‌شود. ساختار سازمانی می‌تواند بستر مناسبی را برای بهره‌برداری نیروی انسانی در سازمان فراهم کند تا منابع انسانی با مشارکت بیشتر، اعتماد متقابل و افزایش دانش حرفه‌ای خود، قادر به انجام تعهدات خود در برابر سازمان باشند و از این راه الزامات ارتقای سرمایه اجتماعی فراهم می‌گردد. این نتیجه همسو با مطالعات فرخی و گرجی (۱۳۹۳)، ترک‌زاده و محترم (۱۳۹۲)، موسوی و همکاران (۱۳۹۵) و لی و همکاران (۲۰۱۵) است.

پیشنهادهای کاربردی

۱- با توجه به تأثیر رضایت‌مندی ارباب رجوع بر سرمایه اجتماعی، پیشنهاد می‌شود دادگستری‌های جنوب شرق کشور برای کسب رضایت و همراهی ارباب رجوع اقداماتی مبتنی بر همراه‌سازی و شکل‌گیری کنش جمعی و تحقق حاکمیت شرکتی انجام دهند و نایبستی با اقدامات قهری، تصمیم‌گیری‌های غیر کارشناسی و دفعی، اسباب رنجش و کاهش تعلق‌خاطر ارباب رجوع را فراهم نمود. چراکه در این صورت الزامات دستیابی به اهداف سازمانی با سهولت بیشتری محقق خواهد شد.

۲- با توجه به تأثیر مثبت و معنادار ساختار سازمانی بر رابطه میان رضایت‌مندی ارباب رجوع بر سرمایه اجتماعی پیشنهاد می‌شود دادگستری‌های جنوب شرق کشور در راستای بسترسازی مناسب برای بهره‌برداری نیروی انسانی در سازمان فراهم کند تا منابع انسانی با مشارکت بیشتر، اعتماد متقابل و افزایش دانش حرفه‌ای خود، قادر به انجام مطلوب تعهدات خود در برابر سازمان باشند.

۳- با توجه به شاخص‌های شناسایی‌شده در مدل رابطه میان رضایت‌مندی ارباب رجوع بر سرمایه اجتماعی پیشنهاد می‌شود دادگستری‌های جنوب شرق کشور در استراتژی‌های سازمانی خود شاخص‌های مذکور را مدنظر قرار دهند.

تحقیقات آتی

با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاداتی به شرح ذیل برای مطالعات آتی قابل‌ارائه است:

۱. در نظر گرفتن دیگر عوامل تأثیرگذار بر سرمایه اجتماعی در حوزه فعالیت دادگستری‌های جنوب شرق کشور که در این پژوهش در نظر گرفته نشده است.
۲. بررسی و مقایسه مدل‌های اثرگذاری در رابطه میان رضایت‌مندی ارباب رجوع بر سرمایه اجتماعی در دیگر سازمان‌ها که در این پژوهش مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند.

۳. به کارگیری مدل پیشنهادی پژوهش در یک سازمان یا مؤسسه و بررسی نتایج حاصل از پیاده سازی آن.
۴. بررسی موانع به کارگیری و پیشرفت سرمایه اجتماعی و رضایت‌مندی ارباب رجوع در سازمان‌های مختلف

منابع

- آفانجشی، علی اکبر؛ افشاری راد، مینو (۱۳۸۹). فرهنگ علوم سیاسی، نشر چاپار
- اکبری، امین. (۱۳۸۳). نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت؛ بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت سیاسی و اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم اجتماعی تهران.
- ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۳). «بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در نواحی روستایی شهر کاشان»، نامه علوم اجتماعی، ش ۱۷، ص ۳-۳۱.
- امیرخانی، امیرحسین و سعیدی، مریم، ۱۳۹۴، بررسی تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر میزان رضایت ارباب رجوع با مطالعه موردی دانشگاه علوم پزشکی شیراز، همایش سراسری مباحث کلیدی در علوم مدیریت و حسابداری، گرگان
- اعرابی، محمد، (۱۳۸۵)، طراحی ساختار سازمانی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- حسن زاده ثمرین؛ تورج، مقیمی؛ سیدمحمد، (۱۳۸۹)، اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی، فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۳.
- خوشفر، غلامرضا، جندقی میرحله، فاطمه. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و عدالت سازمانی با تعهد سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان آموزش و پرورش مرکز استان گلستان). جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، ۵(۱۱)، ۶۳-۹۵. doi: 10.22080/ssi.2018.1909
- درویشی، مریم، افجه، علی اکبر، محمدیان، محمود، امیری. مقصود، (۱۳۹۳)، ارایه مدلی برای بخش بندی مصرف کنندگان در محیط های خرده فروشی چندکانالی و چندرسانه ای بر اساس متغیرهای روانشناختی و اجتماعی، رساله دکتری، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی.
- شریفی کلویی، منصور، (۱۳۸۹)، مدلی برای شناخت و آسیب شناسی سازمان ها، فصلنامه مدیریت و توسعه، فصلنامه مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت تهران، شماره ۵.
- عبودی، عبدالرضا، سجادی، سید نصرالله، زارع، فاطمه. (۱۳۹۷). نقش ابعاد سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی اداره کل ورزش و جوانان استان فارس. پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۱۴(۲۸)، ۴۵-۵۸. doi: 10.22080/jsmb.2018.5439.1777
- محسنی تبریزی، علیرضا، (۱۳۷۵)، بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه شهری؛ مورد پژوهی: شهر محلات، مدیریت شهری، دوره هشتم، شماره ۲۶.
- منظور، داود، و یادی پور، مهدی. (۱۳۸۷). سرمایه اجتماعی عامل توسعه اجتماعی و اقتصادی. راهبرد یاس، (۱۵)، ۱۴۰-۱۶۰.
- مولوی، مهران و ایرانپور، حسن و حاجی، عبدالرحیم، ۱۳۹۵، تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر رضایت مشتریان و ارباب رجوعان، <https://civilica.com/doc/570971>
- نصیری ولیک بنی، فخرالسادات، & شایگانی منبع، سمیرا. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و توسعه سازمانی. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۸(۲۶)، ۴۵-۵۱.

References

- Allan, J., & Catts, R. (2014). Schools, social capital and space. *Cambridge Journal of Education*, 44(2), 217-228.
- Bernardo, A., (2010), Hierarchical structure and search in complex organizations, *Management science*, Vol.56, No.5.
- Chirawattanakij, S., & Ractham, V. V. (2015). Knowledge adoption: The influential factors in the process. *Business Information Review*, 32(3), 158-167.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(3), 95-120.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust. The social virtues and creation of prosperity*. New York: Free press.
- Giddens, A. (1994). *The consequences of modernity*. Stanford. Cliff, Stanford University Press
- Hanifan, L. J. (1996). The rural school community center. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67(1), 130-138.
- Hazleton, V. & Kennan, W. (2000). Social capital: Reconceptualizing the bottom line. *Corporate*

Communications: An International Journal, 5(2), 81-87 .

Hoy, W. & Miskel, C. (2008). Educational Administratio. U. S. A: Mc Graw Hill.

Keuschnigg, M., & Wolbring, T. (2015). Disorder, social capital, and norm violation: Three field experiments on the broken windows thesis. *Rationality and Society*, 27(1), 96-126. <https://doi.org/10.1177/1043463114561749>

Lee, M., Heo, E., Lim, H., Lee, J. Y., Weon, S., Chae, H., et al. (2015). Developing a common health information exchange platform to implement a nationwide health information network in South Korea. *Healthcare Informatics Research*, 21(1), 21-29 .

Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266 .

Pigg, K. E. & Crank, L. D. (2004). Building community social capital: The potential and promise of information and communications technologies. *The Journal of Community Informatics*, 1(1), 58-73 .

Portes, A. (1995). *The Economic Sociology of Immigration: Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*. New York: Russell Sage Foundation.

Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital: originally published in *journal of democracy* 6 (1), *Culture and Politics: A Reader*, 223-234 .

Riaz, Z., & Khan, M. I. (2016). Impact of service failure severity and agreeableness on consumer switchover intention: Mediating role of consumer forgiveness. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 28 (3), 420-434 .

Sader, M., Chollet, B., Brion, S., & Trendel, O. (2021). Supported, detached, or marginalized? The ambivalent role of social capital on stress at work. *European Management Journal*, 21(8), 645-665 .

Shang, R. A. & Sun, Y. (2021). So little time for so many ties: fit between the social capital embedded in enterprise social media and individual learning requirements. *Computers in Human Behavior*, 120(1), 1-10 .

Sharma Bhaskar, S., & N. Khera, S. (2014). Antecedents of discretionary risky-service behavior: an exploratory study. *International Journal of Bank Marketing*, 32(6), 477-493 .

Simons, M., Reijnders, J., Peeters, S., Janssens, M., Lataster, J., & Jacobs, N. (2021). Social network sites as a means to support personal social capital and well-being in older age: An association study. *Computers in Human Behavior Reports*, 3(1), 1-8.

TORUN, B., YILDIZ, F., (2023), The Effect of Social Capital on Client's Relationship Satisfaction, *International Journal of Business & Economic Studies*, Year: 2023, Vol: 5, No: 1, pp.16-30

