

نقش سرمایه اجتماعی در بهبود عملکرد دانشگاه فرهنگیان

زهرة روغنیان¹

عضو هیئت علمی دانشگاه فرهنگیان

پردیس شهید مقصودی همدان

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش سرمایه اجتماعی در بهبود عملکرد دانشگاه فرهنگیان مورد مطالعه قرار گرفته است. در این پژوهش سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از مهم ترین عامل تاثیرگذار در روند فعالیت های سازمان محسوب می شود. سرمایه اجتماعی، پدیده ای مدیریت پذیر است؛ به این معنا که می توان آن را براساس سیاستگذاری ها در حوزه های مشخصی در سازمان بازسازی یا به فرایند شکل گیری آن کمک کرد. مفهوم سرمایه اجتماعی در برگرفته مفاهیمی همچون اعتماد، همکاری و همیاری و روابط متقابل و مشارکت میان اعضای یک گروه یا یک جامعه است که نظام هدفمندی را شکل می دهند و آن ها را در جهت دستیابی به هدف های ارزشمند هدایت می کند. با تقویت و نهادینه سازی مولفه های سرمایه اجتماعی سازمانی در دانشگاه فرهنگیان، می توان عملکردهای آموزشی، پژوهشی و فرهنگی را بهبود بخشید. بنابراین به نظر می رسد یکی از مهم ترین وظیفه مدیران در دانشگاه فرهنگیان فراهم نمودن بستر و زمینه مناسب برای تقویت و درونی کردن مولفه های سرمایه اجتماعی است تا از این طریق بتوانند به هدف های ارزشمند و متعالی دست یابند.

کلمات کلیدی: سرمایه اجتماعی، بهبود عملکرد، اعتماد، مشارکت و همکاری، تعهد سازمانی، روابط متقابل

مقدمه و بیان مساله:

در عصر حاضر، تأثیر و نقش سرمایه اجتماعی، در کنار سایر عوامل، می تواند نقش بسیار مهمی در موفقیت سازمان ها ایفا کند. سرمایه اجتماعی با ایجاد و گسترش شبکه های روابط جمعی و گروهی و تقویت همبستگی میان افراد سازمان می تواند در گسترش و تثبیت فرهنگ سازمانی مطلوب نقش بسیار مؤثری ایفا نماید. در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه ها اثربخشی خود را از دست می دهند و بدون آن پیمودن راه های پیشرفت و تکامل فرهنگی، آموزشی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در سازمان ها ناهموار و دشوار خواهد بود. این مطالعه به طور مختصر به تأثیر و نقش سرمایه اجتماعی در بهبود عملکرد دانشگاه فرهنگیان می پردازد. تا این مهم به همراه ویژگی های طرح افقی سازی سازمانی به عنوان یکی دیگر از ارکان مهم، نقش آفرین و مکمل، ما را در تحقق چشم انداز، رسالت و مأموریت دانشگاه فرهنگیان با کمترین هزینه و بیشترین بهره وری زمینه هم افزایی را بیش از پیش فراهم سازد.

امروزه در کنار سرمایه های انسانی، مالی و اقتصادی، سرمایه استراتژیک دیگری در سازمان ها و جوامع، مطرح شده است با عنوان «سرمایه اجتماعی»، این مفهوم، از مفاهیم نوین در جامعه شناسی است که ارتباط بسیار نزدیکی با سرمایه

Z_roghanian@yahoo.com

¹ دانشجوی دکتری جامعه شناسی، رشته سیاستگذاری فرهنگی

انسانی به عنوان مهم ترین منبع سازمان ها دارد. سرمایه اجتماعی، بستر بسیار مناسبی را برای بهره برداری و بهره وری نیروی انسانی در سازمان های مختلف فراهم می آورد. از سوی دیگر، بهره گیری از سرمایه های دیگر سازمانی نیز در پرتو این سرمایه امکان پذیر است و همین نکته بر اهمیت این سرمایه در سازمان اشاره دارد.

سرمایه اجتماعی چیست؟

از سرمایه اجتماعی تعاریف مختلفی ارائه شده است. یکی از تعاریف مطرح این است که سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و پایین آمدن سطح هزینه های تبادلات و ارتباطات می شود (Fukuyama, 1997)، بانک جهانی نیز سرمایه اجتماعی را پدیده ای می داند که حاصل تأثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسانی و هنجارها بر روی کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است و تجارب این سازمان نشان داده شده است که این پدیده، تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد. سرمایه اجتماعی برخلاف سایر سرمایه ها به صورت فیزیکی وجود ندارد، بلکه حاصل تعاملات و هنجارهای گروهی و اجتماعی است و از طرف دیگر افزایش آن می تواند موجب پایین آمدن جدی سطح هزینه های اداره جامعه و نیز هزینه های عملیاتی سازمان ها می شود. سرمایه اجتماعی را می توان حاصل پدیده هایی ذیل در یک سیستم اجتماعی دانست:

اعتماد متقابل، تعامل اجتماعی متقابل، گروه های اجتماعی، احساس هویت جمعی و گروهی، احساس وجود تصویری مشترک از آینده، کارگروهی.

برخی معتقدند این مفهوم به پیوندها و ارتباط ها میان اعضای یک شبکه، به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل، موجب تحقق اهداف اعضا می شود.

سرمایه اجتماعی، نقشی بسیار مهم تر از سرمایه فیزیکی (مادی)، و انسانی در سازمان ها و جوامع ایفا می کند و شبکه های روابط جمعی و گروهی، انسجام بخش میان «انسان ها» و «سازمان ها با انسان ها» و «سازمان ها با سازمان ها» است. و بدون سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه ها، اثر بخشی خود را از دست می دهند.

بر خلاف سرمایه سنتی، این سرمایه، در عمل با استفاده کردن و به کار بردن، افزایش می یابد (سلیمی و همکاران، ۱۳۸۳)، در گذشته، سرمایه اجتماعی یک شایستگی ضروری برای سازمان ها محسوب نمی شد؛ اما در حال حاضر، تغییرات پُر شتاب محیطی فناوری اطلاعات، نیازهای رو به رشد برای اطلاعات و آموزش، نیازهای ضروری برای نوآوری و خلاقیت، پیشرفت مداوم، تغییر به سوی طراحی ساختار سازمان های مسطح و منعطف، ارتباط بین سازمان و

شبکه ذی نفعان، تأمین کنندگان و رقبا ایجاب می کند که رهبران سازمان ها سرمایه اجتماعی را به منزله یک شایستگی مشخص سازمانی ایجاد کنند (رحمانپور، ۱۳۸۷)، رونالد برت^۱ (۲۰۰۰)، معتقد است سرمایه اجتماعی به سیما و ترکیب اجتماعی سازمان اشاره می کند که از طریق آن، ویژگی هایی هم چون اعتماد، هنجارها و باورهای مشترک و نیز شبکه (برای بهبود قابلیت ها و تسهیل هماهنگی در عمل) شکل می گیرد. **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 و زندگی اجتماعی را در سازمان، دلنشین تر و مطلوب تر می سازند، اطلاق کرد.**

نظریه های سرمایه اجتماعی:

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

۲- نظریه شکاف ساختاری: مطابق نظریه شکاف ساختاری، اگر یک فرد در شبکه اجتماعی خود با همکارانی که با هم در ارتباط نیستند یا حداقل ارتباط اندکی با هم دارند، ارتباط برقرار کند، نهایت استفاده را خواهد برد. (سایبرت، ۲۰۰۱)

منظور از شکاف در این نظریه، فقدان ارتباط میان دو فرد در یک شبکه اجتماعی است، که مزیتی برای سازمان تلقی می شود.

۳- نظریه منابع اجتماعی: این نظریه که ریشه های آن به مطالعات «لین و کاتور» در سال ۱۹۸۱ می رسد، پیوندهای موجود در شبکه را بدون وجود منابع داخل آن کارآمد نمی داند. از دیدگاه این نظریه فقط منابع موجود در درون شبکه است که می تواند به عنوان یک سرمایه قلمداد شود (لین، ۱۹۸۱)، به عبارتی، نظریه پیوندهای ضعیف و شکاف ساختاری هر دو بر «ساختار» شبکه ها معطوف هستند در حالیکه نظریه منابع اجتماعی به «محتوی شبکه» توجه دارد.

مدیریت سرمایه اجتماعی و نقش آن در بهبود عملکرد دانشگاه فرهنگیان:

با استفاده از سرمایه اجتماعی می توانیم متوجه شویم که چرا یک سازمان یا مجموعه به صورت موفقیت آمیز حرکت می کند و چرا سازمانی در مسیر شکست قرار دارد. سرمایه اجتماعی بر همکاری و هماهنگی نیروهای انسانی سازمان و هنجارهایی که همکاری و هماهنگی در سازمان را افزایش می دهند، تأکید دارد. **با دقت در تعاریف سرمایه اجتماعی متوجه خواهیم شد که این مفهوم، بر مفاهیمی هم چون: اعتماد، همکاری و روابط متقابل بین اعضای یک سازمان و**

¹ Ronald Burt

گروه، تکیه و تأکید می کند. ما نیز براساس همین تأکید، ابتدا به برخی جنبه های سرمایه اجتماعی و سازمان، و سپس به برخی عوامل مؤثر بر آن اشاره می کنیم:

۱- اعتماد:

اعتماد، پدیده حسّاس و شکننده ای است که برای به وجود آمدن به زمان بسیاری نیاز دارد؛ ولی به راحتی می توان آن را از بین برد و دستیابی مجدّد به آن، کار ساده ای نیست. هم چنین از آن جا که اعتماد، اعتماد می آورد، باید گفت بی اعتمادی هم موجب تشدید بی اعتمادی می گردد (پارسیان و اعرابی، ۱۳۷۸).

اعتماد، از جمله مفاهیمی است که به تکرار، در بحث های 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 تحولی، تشکیل گروه و کار گروهی، ایجاد همکاری و ایجاد تغییر سازمانی موفقیت آمیز، بسیار ضروری و لازم است (رحمانپور، ۱۳۸۲).

رنسیس لیکرت^۱ (۱۹۶۲)، نظریه سیستم های مدیریتی خود را براساس اعتماد متقابل و تعامل میان مدیران و کارکنان 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 سازمان های آن ها 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 می کنند، روندهای سازمانی بهبود پیدا کرده، کارها سریع تر صورت می گیرد و فرآیندهای درون سازمانی به صورتی مؤثرتر و کارآتر انجام می شود. البته این اعتماد، علاوه بر روابط بین اعضا در درون یک سازمان، می تواند به عنوان عنصر اساسی در ارتباط سازمان و اجتماع پیرامون آن، به ویژه ارباب رجوع و ذی نفعان آن مطرح باشد که در صورت تحقق چنین موضوعی، سازمان در اجتماع پیرامون خود، از محبوبیت و پذیرش بیشتری برخوردار می شود و قدرت تعامل آن با سیستم های مجاور، هر بیشتر افزایش می یابد.

۱-۱ ابعاد اعتماد:

رابینز استیفن^۲ (۲۰۰۳)، برای اعتماد، پنج بُعد عنوان می کند:

۱-۱-۱ صداقت: دوستی، پاکی، یک رنگی و دارای حقیقت بودن

۱-۱-۲ شایستگی: داشتن دانش و مهارت در زمینه های فنی و روابط انسانی

۱-۱-۳ ثبات و پایداری: قابلیت اعتماد، توان پیش بینی، قضاوت خوب، به هنگام رویارویی با اوضاع و شرایط مختلف

۱-۱-۴ وفاداری: حفظ آبرو و حیثیت و اسرار دیگری

۱-۱-۵ رو راستی: تبادل نظر، دادن اطلاعات به صورت آزاد

¹ Rensis Likert

² Robbins, Stephen

۲- پابندی به اخلاقیات:

مدیرانی که اصول اخلاقی را در عملکردها و تصمیمات سازمانی به کار می‌گیرند، با ایجاد روابطی مبتنی بر اخلاقیات سرمایه اجتماعی ایجاد می‌کنند. البته در تعریف و تبیین اصول اخلاقی دشواریهای بسیاری وجود دارد و به سادگی نمی‌توان اصول اخلاقی واحدی را که مورد توافق و قبول همگان باشد، به دست آورد. اندیشمندان مدیریت اصول اخلاقی را در نوشته‌های خود به صورت‌های گوناگون بیان داشته‌اند.

دوبل^۱ (۲۰۰۹)، از سه دسته معیار اخلاقی نام می‌برد: احساس مسئولیت در مقابل حکومت، مسئولیت فردی، دوراندیشی و خیرخواهی. توجه به این سه عامل مجموعاً فرد را در سازمان به تصمیم‌گیری اخلاقی قادر می‌سازد. از چهار منبع دیگر برای تدوین اصول اخلاقی نام برده می‌شود: مصلحت عمومی، مصلحت حکومتی، مصلحت سازمانی و مصلحت شخصی. با استفاده از این چهار منبع می‌توان اصول اخلاقی جامعی را برای سازمان تدوین کرد که از چهار جهت عمومی، حکومتی، سازمانی و شخصی، مصلحت‌ها را در نظر داشته و عمل براساس آن‌ها تضمین‌کننده و توسعه‌دهنده سرمایه اجتماعی باشد و در کل نیل به ابعاد توسعه را راحت‌تر کند.

۳- مشارکت:

مشارکت و همکاری متقابل در سازمان‌ها، یکی دیگر از مفاهیم مورد توجه و یکی از جنبه‌های سرمایه اجتماعی است. در مفهوم مشارکت، دو نکته نهفته است که اندیشه برابری ارزش انسان‌ها، اساسی‌ترین و بنیادی‌ترین آن دو است. اندیشه دیگر نهفته در آن، به مشارکت به عنوان یک فراگرد، اشاره می‌کند که از طریق آن، کارکنان به تحول جایگاه و منزلت و مسئولیت یا دگرگونی‌هایی دیگر، دست می‌یابند و خود را جزئی از تحولات «درون سازمان» به شمار می‌آورند که باعث تعهد و دلبستگی و گسترش پیوند میان افراد می‌شود (طولابی، ۱۳۸۱)، مشارکت دادن کارکنان، چنانچه ناشی از باور داشتن به «مدیریت روابط انسانی» باشد، نشانه‌ای از توجه به رشد و شخصیت انسان‌هاست و در جهت تأمین نیاز کارکنان به کسب احترام و خودیابی فوق‌العاده اثربخش خواهد بود (سلیمی، ۱۳۸۰)، اهمیت مشارکت کارکنان در امور سازمان، سبب به وجود آمدن مفهوم «مدیریت مشارکتی» به عنوان یک سبک مدیریتی در سازمان‌ها گردیده است.

مدیریت منابع انسانی عبارتست، از رویکردی استراتژیک به جذب، توسعه، مدیریت، ایجاد انگیزش و دستیابی به تعهد منابع کلیدی سازمان؛ یعنی افرادی که در آن یا برای آن کار می‌کنند (Armstrong, 1993).

۳-۱ مدیریت مشارکتی عبارت است:

از مجموعه گردش کار و عملیاتی که تمام کارکنان، اعم از مدیران، همکاران و زیردستان را در یک سازمان، در روند تصمیم‌گیری‌های مربوط به آن سازمان، دخالت می‌دهد و شریک می‌سازد. این نوع مدیریت، بر همکاری و مشارکت علاقه‌مندانه اعضای سازمان در روند فعالیت آن مبتنی است و می‌خواهد از ایده‌ها و نظریات نیروهای سازمان در جهت رفع مشکلات سازمانی بهره‌جوید.

¹ double

۲-۳ مشارکت وسیع تر:

امکان ایجاد اعتماد بیشتری را فراهم می آورد و شرکت کنندگان در آن، تجربیاتی را به دست می آورند و فرصت پیدا می کنند شاهد و ناظر خیرخواهی، قابلیت اعتماد، شایستگی، درستکاری و وسعت نظر شرکا و همکاران خود باشند. پاول^۱ (۱۹۹۷)، از این اعتماد فراوان جمعی، به عنوان سرمایه اجتماعی نام می برد و با آن، مانند یک ثروت واقعی برخورد می کند. ساشکین^۲ (۱۹۹۵)، استدلال می کند که مشارکت، از طریق: افزایش تعهد سازمانی، رضایت، چالش زدایی و ایجاد امنیت، به بهبود عملکرد و افزایش بهره وری می انجامد. اتخاذ تصمیمات بهتر، بالا رفتن روحیه خود شکوفایی، بالا رفتن اثربخشی و کارایی سازمان و افزایش تعهد و تکامل فردی، از استدلال هایی هستند که پدیده مشارکت را در سازمان ها تأیید می کنند.

به زعم صاحب نظران، ایجاد احساس مالکیت در کارکنان، ایجاد انگیزه در افراد، افزایش زندگی کاری، گسترش ارزش های عالی انسانی، از بین بردن فرهنگ عزلت نشینی در سازمان و کاهش تعداد فشارهای عصبی و کاهش مدیران میانی، از مزایای مدیریت مشارکتی در قالب مفهوم بهره وری است. البته برای برقراری نظام مشارکت در سازمان و بهره گیری از همکاری کارکنان در روند تصمیم گیری های سازمانی باید شرایط و بسترهای لازم از سوی مدیریت سازمان به وجود آید. عوامل متعددی در مشارکت و همکاری نیروهای انسانی در سازمان نقش دارند که بدون توجه به آن ها نتایج مناسبی در سازمان به دست نخواهد آمد.

۴- تعهد سازمانی:

تعهد سازمانی بر مبنای نظریه آلن دی پر^۳ (۱۹۹۷)، حالتی روانی است که اولاً روابط کارکنان را با سازمان، مشخص می کند و ثانیاً به طور ضمنی اشاراتی بر تداوم و یا قطع عضویت فردی در سازمان دارد. پورتر و همکارانش مؤلفه های تعهد سازمانی را شامل این موارد می دانند: (Steers & porter, 1991).

۱- اعتقاد به اهداف و ارزش های سازمان.

۲- تمایل شدید به راه و روش سازمان

۳- خواست عمیق به ادامه عضویت در سازمان

تعهد را نمی توان تحمیل کرد و این مسئله، امری درونی است و معمولاً زمانی که افراد را در امور مشارکت دهیم، این احساس تقویت می شود.

افراد متعهد، هم چون منبعی از توان و انرژی هستند که با قدرت به سمت آرمان و هدف خویش به پیش می روند. گروهی از انسان های متعهد، می توانند نیرویی را خلق کنند که هر ناممکنی را ممکن سازد.

¹ Powell

² Sashkin

³ Allen D

۵- عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی در سازمان:

اکنون به سه جنبه مهم و اساسی سرمایه اجتماعی، یعنی اعتماد، مشارکت و تعهد سازمانی، به صورت اختصار پرداختیم. هر چند سرمایه اجتماعی در سازمان، دارای جنبه های متعدّد دیگری نیز هست؛ لیکن با توجه به اختصار و اهمیت، به این سه جنبه اساسی پرداخته شد و در ادامه، در باره برخی از عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی صحبت خواهیم کرد، لیکن پیش از آن باید به این نکته اشاره کنیم که مفاهیمی که در این مقاله ارائه می شوند، همگی دارای ارتباط متقابل باهم هستند و این ویژگی مفاهیم علوم اجتماعی است که این موضوع را به خوبی در توضیحات هر یک از مفاهیم درک می کنیم. در مورد عوامل مؤثر نیز باید بگویم هم سرمایه اجتماعی بر این عوامل تأثیر می گذارد، و هم این عوامل بر سرمایه اجتماعی. البته بازهم ما به تمامی عوامل مؤثر نخواهیم پرداخت و در میان عوامل مؤثر به سه عامل: فرهنگ سازمانی، جریان اطلاعاتی و ارتباطات سازمانی در سازمان، اشاره می نمایم.

۵-۱ فرهنگ سازمانی:

فرهنگ سازمانی، عبارت از الگویی منحصر به فرد از مفروضات، ارزش ها و هنجارهای مشترک است که فعالیت جامعه پذیری الگو و نیز عملیات سازمان را شکل می دهد. بسیاری از صاحب نظران در این مورد اتفاق نظر دارند که مقصود از فرهنگ سازمانی، نوعی استنباط مشترک است که اعضا نسبت از یک سازمان دارند و همین ویژگی، موجب تفکیک دو سازمان از یکدیگر می شود. نقش فرهنگ سازمانی در ارتباط با سرمایه اجتماعی بسیار مهم است. این که؛ در فرهنگ سازمانی، چه ارزش ها و باورهایی جایگاه محوری دارند؟ و از سوی دیگر، فرهنگ سازمان از چه قداستی برخوردار است؟ آیا سازمان، دارای فرهنگ قوی است یا ضعیف؟ و ... هر یک می توانند بر میزان سرمایه اجتماعی سازمان، تأثیر بگذارند و البته سرمایه اجتماعی هم بر فرهنگ سازمان، تأثیر دارد.

۵-۲ جریان اطلاعات:

شریان حیاتی یک سازمان، شبکه ارتباطات آن است و خون جاری در آن نیز اطلاعات است و اهمیت ارتباط برای سازمان به مانند اهمیت رگ های خون بدن انسانی است که با اختلال در آن ها فعالیت سازمانی او دچار اختلال شده و چه بسا از حرکت بایستد. ارتباطات در سازمان ها نیز همین نقش را بازی می کنند.

یکی از نقش های رهبران سازمانی، دادن اطلاعات مؤثر، به موقع و کافی به کارکنان است. آن دسته از رهبران که تمایلی ندارند افراد را در اطلاعات سهیم کنند، هرگز کارکنانشان را در اداره موفقیت آمیز سازمانشان شریک نخواهند کرد و هرگز، سازمان توانمندی نخواهد داشت (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۰ ص ۸۱).

مشارکت و سهیم شدن کارکنان در اطلاعات، موجب برقراری جو اعتماد و صمیمیت و مسئولیت پذیری می شود. چنانچه به افراد، اطلاعات لازم و ضروری کار داده نشود، جو بی اعتمادی ایجاد می شود و دیگر نمی توان از آنان، رفتار مسئولانه را انتظار داشت. جو بی اعتمادی، موجب اختلاف در تصمیم گیری می شود. آدم های بدون اطلاعات، نمی توانند تصمیمات مناسب را اتخاذ کنند و از سوی دیگر، افراد با داشتن اطلاعات، ناگزیرند مسئولانه عمل کنند.

۳-۵ ارتباطات سازمانی:

مدیران به سبب کمی وقت، هر زمان که با همکاران و زیردستان خود ارتباط برقرار می کنند، فرصت کافی برای پیگیری پیام ها، تأمین بازخورد و یا ارتباطات از پایین به بالا را ندارند. در چنین شرایطی ایجاد و توسعه محیطی مبتنی بر اعتماد متقابل میان مدیران و کارکنان، می تواند برقراری ارتباطات را تسهیل کند و مدیرانی که بتوانند چنین جوی را در سازمان به وجود آورند، به اعتبار خود می افزایند و در نتیجه، پیام های آن ها بهتر درک خواهد شد (جزایری، ۱۳۸۴)، تمایل به انجام دادن کار گروهی (در سازمان)، به دلیل روش های کاری چند مهارتی و جایگزین شدن ساختار سلسله مراتبی به جای ساختارهای سنتی سازمان، رو به افزایش است. امروزه، سازمان ها به سمت حذف مرزهای مشاغل حرکت کرده، به لحاظ ساختاری و فرهنگی، فعالیت هایی را درهم ادغام و به جای طراحی مشاغل، مجموعه ای از فعالیت ها را تعیین می کنند، تا گروهی از کارکنان باهم فکری هم، آن ها را انجام دهند (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۱، ص ۶۵)، تشکیل گروه ها در سازمان، نقش بسیار حیاتی در ایجاد شبکه های ارتباطی در سازمان دارند و سازمان هایی که در آن ها کارگروهی و گروه های کاری فعال حضور دارند، دارای سرمایه اجتماعی بالاتری نسبت به سایر سازمان ها هستند.

نتیجه گیری:

همان گونه که بیان شد، هدف این نوشتار معرفی مفاهیم و موضوعات سرمایه اجتماعی سازمانی و نقش کاربردی آن در بهبود عملکرد آموزشی، پژوهشی و فرهنگی دانشگاه فرهنگیان می باشد. در مجموع می توان گفت که سرمایه اجتماعی عبارت است از تأثیر اقتصادی حاصل از تسهیلاتی که شبکه های اعتماد و مؤلفه های فرهنگی در یک سیستم اجتماعی را به وجود می آورند. شبکه های اعتماد علاوه بر کاهش هزینه های مدیریتی، موجب می شوند که زمان و سرمایه بیشتری اختصاص به فعالیت های اصلی پیدا کند و علاوه بر آن موجب انتقال دانش اعضای گروه ها به یکدیگر می شود و جریان مناسبی را از یادگیری و دانش در بین آن ها فراهم می سازد و این امر نیز می تواند در کاهش هزینه های مدیریتی و توسعه اجتماعی و سازمانی بسیار مؤثر باشد. سرمایه اجتماعی، پدیده ای مدیریت پذیر است؛ به این معنا که می توان آن را براساس سیاستگذاری ها در حوزه های مشخصی در سازمان بازسازی یا به فرایند شکل گیری آن کمک کرد. این امر در صورتی ممکن است که مدیران عالی و سیاستگذاران سازمان اطلاعات درستی از وضعیت موجود سرمایه اجتماعی در سازمان داشته باشند.

پیشنهادهای اجرایی:

در این بخش به منظور ایجاد، حفظ و توسعه سرمایه اجتماعی در دانشگاه فرهنگیان پیشنهادات اجرایی به شرح ذیل توصیه می گردد.

۱- جلب اعتماد:

از جمله اقدامات مهم در این زمینه، تلاش مدیران دانشگاه فرهنگیان برای اعتماد سازی بین اعضای واحدها و گروه های سازمانی است. اعتماد نیز صرفاً با ایجاد روابط و ارتباطات مستمر موفق و تدریجی شکل می گیرد. انسان ها پس از کسب شناخت مناسب و تدریجی از یکدیگر، به هم اعتماد پیدا می کنند. لذا جهت تحقق این مهم شایسته است مدیران

سازمان ها نسبت به جلب اعتماد (روبط مبتنی بر اعتماد متقابل، صداقت و همکاری)، بین کارکنان به شرح ذیل اقدام نمایند:

۱-۱ ارتباطات: کارکنان را باید با تشریح سیاست ها و تصمیمات و ارائه بازخور دقیق آگاه ساخت و محدودیت ها و مشکلات را برای آن ها بیان کرد.

۲-۱ حمایت کردن: دست یابی به مقام مافوق و ایجاد ارتباط با او باید آسان باشد تا کارکنان براحتی بتوانند از کمک مدیران، نصایح و رهنمودهای آنان و حمایت برای افراد گروه بهره مند باشند.

۳-۱ احترام گذاشتن: تفویض اختیار و واگذاری واقعی برای تصمیم گیری بهترین شیوه احترام گذاری مدیریتی است. دیگر این که گوش شنوا و تحمل شنیدن طرح و برنامه افراد را داشته باشیم و در صورت نپذیرفتن طرح پیشنهادی به گونه ای با ارائه دهنده طرح، رفتار کنیم که میل و رغبت او در مشارکت تضعیف نشود.

۴-۱ منصف بودن: شناسایی و اعتبار سریع قایل شدن برای افرادی که شایستگی دارند، تلاش کنیم اطمینان حاصل شود که شاخص های ارزشیابی و ارزیابی عملکرد، عینی و یکسان باشد.

۵-۱ شایستگی: رشد و ارتقاء کارکنان در سازمان باید بر اساس تلاش، تعهد و توانایی (تخصصی، فنی و حرفه ای) آن ها انجام شود.

۶-۱ مشارکت دادن کارکنان در تدوین اهداف و ارزش های مشترک درون سازمانی و تصمیم گیری های مشترک سازمانی
۲- ایجاد، تقویت و تاکید بر کدهایی مشترک کارکنان جهت ایجاد تعلق سازمانی به منظور مشارکت حداکثری کارکنان جهت دست یابی به چشم انداز و اهداف دانشگاه فرهنگیان
۳- لحاظ کردن این اصول در نظام ارزشیابی و ارزیابی عملکرد سالیانه کارکنان و تاثیر نمره آن در بعد مادی و معنوی کارکنان

۴- برنامه ریزی و اجرای مناسب های خاص مذهبی و ملی جهت حفظ و تقویت کدهای مشترک کارکنان

۵- ایجاد و تقویت فرهنگ سازی، به منظور توسعه کارگروهی، اعتماد متقابل و انتقال تجربیات بین کارکنان

۶- بازنگری در ساختار سازمانی جهت تقویت و ارتقای ارتباطات و تعاملات اعتماد ساز درون سازمانی

۷- از جمله مسائلی که موجب از میان رفتن سرمایه اجتماعی در درون سازمان می شود، جدایی مدیران از کارکنان و سازمان (نظیر ساختار سلسله مراتبی)، است. مدیران باید به جای مدیریت (رئیس، مرئوسی و اقدامات دستوری)، با افقی سازی سازمان و بهره مندی از کارگروهی و تصمیم گیری مشارکتی نسبت به ایجاد و تقویت توسعه سرمایه اجتماعی در سازمان اقدام نمایند.

۸- ایجاد و تقویت فرهنگ سازی، جهت بهره مندی از خرد جمعی به جای خرد فردی

۹- تشویق و تقویت گروهها، انجمن های تخصصی و حرفه ای در دانشگاه فرهنگیان با مشارکت داوطلبانه کارشناسان، متخصصان و کارکنان می تواند موجب تقویت شبکه های اعتماد شود. ایجاد چنین نهادهایی در سطوح درون سازمانی

افزایش بعد ساختاری سرمایه اجتماعی در سازمان ها را در پی خواهد داشت. بنابراین نقش مدیران سازمان ها در این رابطه تشویق و هدایت کلی ایجاد و تقویت چنین نهادهایی است.

۱۰- چرخش مشاغل، یکی از اهداف مهم چرخش شغلی، ایجاد و تقویت سرمایه انسانی و اجتماعی است چرخش مشاغل، این فرصت را به کارکنان می دهد که ضمن شناخت وظایف و فعالیت های سایر مشاغل و افزایش توانمندی خود، ارتباطات و تعامل خود را با هم دیگر افزایش دهند.

۱۱- تأکید مداوم بر آموزش کارکنان دانشگاه فرهنگیان: ایجاد و استفاده از سرمایه اجتماعی به تغییر رفتار و طرز تفکر نیاز دارد. برنامه های آموزشی جامع، الگوی مطلوب برای افرادی است که قصد دارند رفتارهای جدید را بیاموزند، مشاهده، کشف و اجرا کنند. از این رو، یکی از وظایف مهم مدیران برای ایجاد سرمایه اجتماعی، این است که فرصت های مداوم و مشخصی برای آموزش درون سازمانی و برون سازمانی تدوین و برنامه سالانه برای تمامی سطوح مشاغل تهیه و به کارکنان ابلاغ کنند. نتیجه این دوره ها نه تنها کارکنان را در انجام وظایفشان توانمند می کند بلکه باعث می شود انسجام کارکنان بیشتر شود.

موفق و موید باشید

زهره روغنیان

منابع:

- الوانی، سید مهدی و سید نقوی میرعلی (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی، مفاهیم و نظریه ها، فصلنامه مدیریت، تهران، شماره ۳۴-۳۳
- بررسی رابطه بین جو سازمانی و میزان اعتماد در محیط کار، از نظر دبیران مدارس متوسطه شهر اصفهان»، قربانعلی سلیمی و همکاران، فصل نامه مدیریت در آموزش و پرورش، ش ۳۷-۴۰ (۱۳۸۳)، ص ۷۸ - ۸۰.
- بیکر واین (۱۳۸۲). مدیریت و سرمایه اجتماعی، ترجمه سید مهدی الوانی و محمد رضا ربیعی، تهران انتشارات سازمان مدیریت صنعتی
- مارکوس رابرت، تصمیم سازی، ترجمه: صفا ایرج، تهران: ایزایران، ۱۳۸۲
- رابینز، استیفن (۱۳۷۶). تئوری سازمان: ساختار، طراحی، کاربردها، ترجمه سید مهدی الوانی و حسن دانایی فرد، تهران: نشر صفار
- رحمانپور، لقمان (۱۳۸۲)، «مدیریت سرمایه اجتماعی: رویکردی اثربخش در مدیریت منابع انسانی»، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۱۹.
- فقیهی، ابوالحسنی، فیضی، طاهره (۱۳۸۵)، «سرمایه اجتماعی: رویکردی نو در سازمان» دانش مدیریت، فصلنامه دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، سال نوزدهم، شماره ۷۲، صص ۴۶-۲۳.
- استیفن رابینز، مبانی رفتار سازمانی، ترجمه: علی پارسائیان و محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۷۸، ص ۱۱۸.
- محمد عباس زادگان، مبانی سازمانی و مدیریت، تهران: شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۹.
- احمد بزآز جزایری، مدیریت بر مبنای توانمندسازی کارکنان، ماه نامه تدبیر، ش ۱۶۲ (آبان ۸۴).
- محمد علی حقیقتی و همکاران، مدیریت رفتار سازمانی، تهران: ترمه، ۱۳۸۰، ص ۸۱.
- محمد علی حقیقتی و همکاران، مدیریت رفتار سازمانی، تهران: ترمه، ۱۳۸۰، ص ۸۱.

- رابرت هلر، مدیریت گروه ها، تهران: سارگل، ۱۳۸۱.
- زینب طولابی، مشارکت و تصمیم گیری، فصل نامه مدیریت در آموزش و پرورش، ش ۲۹ - ۳۰ (بهار و تابستان ۸۱).
- محمد حسین سلیمی، مشارکت و مدیریت مشارکتی در آموزش و پرورش، مدیریت در آموزش و پرورش، ش ۲۸ (زمستان ۸۰)
- Armstrong, M. 1993. A handbook of personnel management practice. 4th ed. London: Kogan Page.
- Fukuyama f (1997). Economic globalization and culture”, the merrill lynch forum.
- Robbins, S. P., (2003, p, 145), "organizational Behavio, New Dehli:practice, Hall of India.
- Seibert, S. Kraimer. M; Linden, Robert. (2001). "A Social Capital Theory of Career Success". Academy of Management Journal, Vol. 44. No2.
- STEERS, R.M&PORTER, L.W “MOTIVATION AND WORK BEHAVIOR”. MCGRAW-HILL, INC, 5th ed 1991.