

بررسی نقش شفافیت سازمانی در توسعه سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: شهرداری‌های غرب مازندران)

مهدی دیهیم‌پور^{۱*}، کمال میاننداری^۲

۱. دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲. استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۴/۲۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۷/۱۶)

چکیده

شفافیت سازمانی آشکاربودن مبنای تصمیم‌های حکومتی و سازوکارهای حاکم بر توزیع قدرت و درآمد است که به‌عنوان مؤثرترین ابزار مبارزه با فساد اداری برای استقرار دولتی کارا و ایجاد جامعه‌ای پایدار به‌کار می‌رود؛ یعنی آزاد گذاشتن جریان اطلاعات و قابل‌دسترس بودن آن برای همه کسانی که با تصمیم‌ها در ارتباطند. شفافیت سازمانی نقش مهمی در توسعه سرمایه اجتماعی دارد. تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر شفافیت سازمانی در توسعه سرمایه اجتماعی انجام گرفت. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش متشکل از ۵۷۱ نفر از کارکنان شهرداری‌های غرب استان مازندران است که براساس جدول مورگان ۲۳۰ نفر به روش تصادفی ساده به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه است و تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel انجام گرفت. یافته‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد شفافیت سازمانی و ابعاد آن تأثیر معناداری بر توسعه سرمایه اجتماعی می‌گذارد.

کلیدواژگان

سرمایه اجتماعی، شفافیت، شفافیت سازمانی.

مقدمه

شتاب تحولات ملی و جهانی به‌ویژه مرزگستری دانش و فناوری‌ها، همه ساختارها، نهادها و کارکردهای اداره عمومی جامعه را به‌طور گریزناپذیر به چالش کشیده (رهنمود و عباسپور، ۱۳۸۶، ص ۲۶). هر روز که می‌گذرد، سازمان‌ها با چالش‌های تازه‌ای روبه‌رو می‌شوند و برای بقا در عرصه رقابت‌ها و دگرگونی‌ها نیازمند ابداع ساختارهای تازه و طراحی استراتژی‌های جدید و ابزارهای نوین می‌باشند. یکی از ابزارهایی که سازمان‌ها را در تأمین اهداف یاری می‌کند، شفافیت سازمانی است (درویش و عظیمی، ۱۳۹۵، ص ۱۵۴) که می‌تواند در محیط پرتلاطم امروزی در بهبود و توسعه امور سازمان‌ها نقش مؤثری داشته باشد و سازمان‌ها را در رسیدن به مزیت رقابتی پایدار و حفظ آن یاری کند (حسنی و شمس، ۱۳۹۱، ص ۲۶). شفافیت سازمانی که متضاد اختفا و پنهان‌کاری در سازمان است، یکی از موضوعات اخلاقی هزاره سوم محسوب می‌شود و وجود مطالعات بسیار در زمینه شفافیت سازمانی حاکی از توجه روزافزون به این مفهوم سازمانی است (Vaccaro, 2010). از دیدگاه بسیاری از محققان شفافیت پیش‌نیاز عملکرد مؤثر سازمانی است و اغلب سبب ایجاد سازمان‌هایی با اثربخشی بالا می‌شود (Burger & Owens, 2010). اهمیت شفافیت سازمانی تا آنجا است که برخی نویسندگان، شفافیت را مفیدتر از قوانین شدید و سخت‌گیرانه معرفی می‌کنند (Nielsen & Medsen, 2009). این نویسندگان اعتقاد دارند کشورهای مختلف برای تحقق اهداف خود از ظرفیت شفافیت سازمانی بهره می‌گیرند و نقش بسزایی در سلامت و انسجام سازمان‌ها دارند (صمدی و عباسی، ۱۳۹۱، ص ۸۶).

با گذر زمان و با گسترش دانش و فناوری، تغییر و تحولاتی در عرصه اداره سازمان‌ها رخ داده و به‌وضوح مشخص شده است که ایجاد فضای باز و تعامل هرچه بیشتر سازمان‌ها با یکدیگر و با آحاد جامعه به ارزش‌افزایی بیشتر سازمان‌ها منجر می‌شود (Rawlings, 2010). با عبور از هزاره دوم و ورود به هزاره سوم، توفیق سازمان‌ها را نمی‌توان فقط با انباشت ثروت مادی و تجهیز به آخرین امکانات فیزیکی و فناوری اطلاعاتی و ارتباطی ارزیابی کرد (مقیم‌ی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۳۰). در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و فیزیکی، شکل دیگری از سرمایه به‌عنوان سرمایه

اجتماعی مورد توجه روزافزون قرار گرفته است (باستانی و وزیری، ۱۳۹۳، ص ۴۶). به نظر بسیاری از صاحب‌نظران سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهم‌تری نسبت به سرمایه‌های انسانی و فیزیکی در جوامع ایفا می‌کند، به طوری که در غیاب سرمایه اجتماعی دیگر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند و پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی ناهموار و دشوار می‌شود (آقانسیری، ۱۳۹۰، ص ۶۹). در واقع، سرمایه اجتماعی را می‌توان بخشی از ثروت ملی به حساب آورد (بهروان و بهروان، ۱۳۹۲، ص ۱۱۶). سرمایه اجتماعی مفهومی چندبعدی در علوم اجتماعی و تأثیرگذار در بسیاری از حوزه‌های جامعه است و در متون نظری توسعه نیز جایگاهی ویژه یافته است. سرمایه اجتماعی با تقویت روحیه مردم برای چگونگی ارتباط با دیگران، برای افراد و جوامع نتایج مثبتی از جمله سازگاری با محیط را به همراه دارد و نوش‌داروی دردهای اجتماعی شناخته می‌شود (فقیهی و فیضی، ۱۳۸۴، ص ۱۱)، و از ویژگی خودزایی و خودمولدی برخوردار است. با استفاده مناسب از این سرمایه زمینه برای تولید و تقویت آن فراهم شده، و در واقع، نوعی تولید اجتماعی قابل مدیریت ایجاد می‌شود (حضرتی صومعه و ابوالحسن تنهایی، ۱۳۸۸، ص ۴۳). اگر سازمانی سطح بالایی از سرمایه اجتماعی داشته باشد، از مزایایی بهره‌مند می‌شود، از جمله ترویج فعالیت گروهی، رشد اعتماد در سازمان، تسهیل در روند انتقال اطلاعات و سهیم شدن در ایجاد آن، مخاطره‌پذیری با توجه به اجرای کار گروهی و روابط مبتنی بر اعتماد، افزایش خلاقیت و نوآوری، کاهش هزینه‌ها به علت سطح بالای اعتماد و روح همکاری، کاهش میزان ترک خدمت کارکنان، حفظ دانش سازمانی ارزشمند، انسجام عملی بیشتر به علت ثبات سازمانی (آیباغی اصفهانی، ۱۳۹۲، ص ۲۵). سرمایه اجتماعی در رشد سازمان‌ها نقشی تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کند، اما واقعیت این است که این مقوله در سازمان‌ها با وجود اهمیت، مغفول مانده است و کمتر بدان توجه می‌شود (زارعی متین و ملایی، ۱۳۹۳، ص ۳).

اهمیت سرمایه اجتماعی در شهرداری‌ها دوبرابر است. از یک طرف، شهرداری‌ها به‌عنوان متولیان مدیریت کلان‌شهری، عهده‌دار وظایف و مسئولیت‌های بی‌شماری‌اند؛ و از طرف دیگر، شهروندان از قطعات اصلی پازل رشد و توسعه شهرها محسوب می‌شوند، بنابراین، شهرداری‌ها و

شهروندان در حکم یک خانواده‌اند که باید منسجم و هماهنگ با یکدیگر حرکت کنند و هدف شهرداری، جلب و افزایش رضایت شهروندان از خدمات شهری دریافتی و حذف یا کاهش موانع فاصله‌ای با شهروندان و ایجاد یک رابطه صمیمی و ساده با آنان است. علی‌رغم عهده‌داری وظایف متنوع و گوناگون، عمده شهروندان از این وظایف یا بی‌اطلاع‌اند، یا اطلاعات آنان کافی و کامل نیست. بعضاً وجود بوروکراسی‌های اداری متعدد در روند اجرایی امور، و قوانین و مقررات دست‌وپاگیر موجب شکل‌گیری نوعی حس بدبینی و سوءظن نسبت به عملکرد این نهاد شده است، که تداوم آن در بلندمدت موجب خدشه‌دار کردن و کاهش سرمایه اجتماعی این نهاد می‌شود. به نظر می‌رسد علت و ریشه این امر در نبود یا کاهش شفافیت سازمانی است. بنابراین، دغدغه ذهنی محققان در این پژوهش پاسخگویی به این پرسش است که آیا شفافیت سازمانی بر توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر می‌گذارد؟

مبانی نظری

شفافیت سازمانی

واژه شفافیت برگرفته از واژه «Transparentem» است. در گذشته، این واژه به‌معنای «قابل رؤیت بودن نور از خلال» به‌کار گرفته می‌شد که این تعریف استعاره‌ای، به مرور زمان تبدیل به «بهراحتی دیده شدن از میان» شده است (Vaccaro, 2010). شفافیت اصطلاح گسترده‌ای است که بر دسترسی آزاد به تصمیم‌گیری و آزادی اطلاعات دلالت دارد (Pencek, 2008) که عرضه این اطلاعات برای مصرف‌کننده، به‌منظور رسیدن وی به انتخاب آگاهانه، موجب افزایش شفافیت در ارزیابی عملکرد شده (English, 2003)، و می‌تواند موجب افزایش رقابت و ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری شود (Hahn, 2008, p.367). برخی پژوهشگران معتقدند میزان شفافیت به ادراک ذی‌نفعان بستگی دارد. از نظر این پژوهشگران شفافیت عبارت است از ادراک ذهنی فرد از مطلع بودن درباره خصوصیات و فعالیت‌های طرف دیگر (Hultman & Axelsson, 2004).

به اعتقاد لینستد و نارین، مفهوم شفافیت بر قابلیت دسترسی به اطلاعات دلالت دارد و به‌معنای امکان نگاه کردن به درون یک‌چیز، به‌منظور فهمیدن آنچه در آن می‌گذرد، است. یک سازمان شفاف

سازمانی است که افراد درون و برون آن بتوانند به منظور شکل دادن به نظراتشان درباره اقدامات و فرایندهای آن سازمان، اطلاعات موردنیازشان را به دست آورند. ایده اصلی شفافیت سازمانی از نظریه اصیل و وکیل نشأت گرفته و یکی از ابزارهای در دست اصیل برای کنترل وکیل است (Lindstedt & Naurin, 2008). از این منظر، شفافیت عبارت است از آشکاربودن مبنای تصمیم های حکومتی و سازوکارهای حاکم بر توزیع قدرت و درآمد که به عنوان مؤثرترین ابزار مبارزه با فساد اداری برای استقرار دولتی کارا و ایجاد جامعه ای پایدار به کار گرفته می شود، یعنی آزاد گذاشتن جریان اطلاعات و قابل دسترس بودن آن برای همه کسانی که با تصمیم ها در ارتباط اند (Eneascab, 2002).

راولینز برای اندازه گیری شفافیت در سازمان ها چهار عامل را شناسایی کرد که عبارت اند از (Rawlings, 2008):

- بعد اطلاعات: عناصر مورد بررسی عبارت اند از مرتبط بودن، صحت داشتن، کامل بودن، معتبر بودن، مورد تأیید بدون اطلاعات.
- بعد مشارکت: عناصر مورد بررسی عبارت اند از دریافت بازخور، عرضه اطلاعات تفصیلی و جزء به جزء، سهولت در دستیابی به اطلاعات.
- بعد پاسخگویی: عناصر مورد بررسی عبارت است از میزان پوشش اطلاعات تسهیم شده دربرگیرنده همه جنبه ها و مسائل سازمانی.
- بعد اختفا و پنهان کاری: عناصر مورد بررسی عبارت اند از میزان تلاش سازمان برای مخفی نگاه داشتن اطلاعات و میزان صداقت در سازمان.

تجزیه و تحلیل موارد یاد شده این امکان را برای ذی نفعان فراهم می کند تا بتوانند به شیوه ای اثربخش، شفافیت سازمان مورد نظرشان را مشخص کنند (Rawlings, 2008). غالباً انتظار می رود شفافیت سازمانی نتایج مثبتی از قبیل مشارکت بیشتر کارمندان، ایجاد اعتماد نسبت به مدیریت سازمان، افزایش خلاقیت، یادگیری از خطاها و اشتباهات، بهبود عملکرد، افزایش رضایت شغلی کارمندان، کاهش رفتارهای مخرب کارمندان و افزایش شفافیت و وضوح نقش به بار آورد (Voglgessng & Lester, 2009).

سرمایه اجتماعی و توسعه

در عصر حاضر فقط داشتن ثروت مادی و تجهیز به آخرین امکانات و فناوری‌ها نمی‌تواند تضمین‌کننده موفقیت سازمان‌ها قلمداد شود، زیرا این شکل از دارایی‌ها (سرمایه‌ها) به تنهایی فاقد کارایی مؤثر است (حق‌شناس و همکاران، ۱۳۸۶، ص ۲۵)، و برای تقویت، رشد و توسعه اقتصادی در سازمان‌ها باید به محیط اجتماعی کسب‌وکار توجهی خاص کرد که سرمایه اجتماعی یکی از متغیرهای تأثیرگذار محیط اجتماعی محسوب می‌شود (عطار، ۱۳۹۴، ص ۱۴۴). بر این اساس، سرمایه اجتماعی اهرمی توفیق‌آفرین و بستری مناسب برای بهره‌وری سرمایه‌های انسانی و فیزیکی، و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان قلمداد می‌شود (احمدی و فیض‌آبادی، ۱۳۹۰، ص ۳۹).

سرمایه اجتماعی در جامعه‌شناسی ریشه دارد و پیشینه آن را می‌توان در آثار جامعه‌شناسان کلاسیک از جمله دورکیم^۱، جورج زمیل^۲، بوردیو، جیمز کلمن^۳ و رابرت پانتام جست‌وجو کرد (زارعی متین و ملایی، ۱۳۹۳). بوردیو از پیشگامان طرح مفهوم سرمایه اجتماعی است که آن را طی سال‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ گسترش داد و بر این باور است که میزان سرمایه اجتماعی یک فرد، بسته به اندازه شبکه ارتباطات وی می‌تواند به‌طور مؤثری تغییر می‌یابد (Bourdieu, 1986). پونتام سرمایه اجتماعی را آن دسته از عناصر و ویژگی‌های نظام اجتماعی (مانند اعتماد اجتماعی، هنجارهای معامله متقابل و شبکه‌های اجتماعی) می‌داند که هماهنگی و همکاری را بین افراد جامعه و برای دستیابی به سود متقابل تسهیل می‌کند (Putnam, 1993). علی‌رغم اهمیت موضوع، در تعریف سرمایه اجتماعی توافق نظر وجود ندارد، در کل، سرمایه اجتماعی نوعی علاج مشکلات جامعه مدرن تلقی شده است. این مفهوم به پیوندها و ارتباطات میان اعضای شبکه به‌مثابه منبع باارزشی که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود، اشاره

1. Durkheim
2. George Zemel
3. James Coleman

می‌کند. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از منابع است که جزء ذاتی سازمان‌های اجتماعی است و برای رشد شناختی و شخصیتی افراد جامعه مفید است. به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی عبارت است از عناصر اجتماعی که برای رشد سرمایه انسانی مورد نیاز است (زارعی متین و ملایی، ۱۳۹۳، ص ۱۲۲) و شبکه‌های قوی، روابط مبتنی بر اعتماد و مشارکت را در اجتماعات آشکار می‌کند (Chuang & Tsai, 2010). از دیدگاه سازمانی، گوشال و ناهایت سرمایه اجتماعی را جمع منابع بالقوه و بالفعل موجود و قابل دسترس، از طریق شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی تعریف می‌کنند (حسن‌زاده و مقیمی، ۱۳۸۹، ص ۱۲۳).

تحقیقات بی‌شماری در حوزه سرمایه اجتماعی انجام گرفته است، اما هنوز مؤلفه‌ها و ابعاد اصلی سرمایه اجتماعی ناشناخته باقی مانده است. چالش اساسی این مطالعات، نبود اجماع بین اندیشمندان درباره شاخص‌ها و رویکردهای ارزیابی جنبه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی است (Harper, 2002). به نظر پاتنام، سرمایه اجتماعی ویژگی‌های بسیار مختلفی دارد که شناسایی ابعاد آن در اولویت است (Putnam, 2000, p.107). محققان از زوایای مختلفی مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی را طبقه‌بندی کرده‌اند و مدل‌های گوناگونی را در این زمینه طراحی کرده‌اند. یکی از معروف‌ترین آن‌ها، مدل ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) است که دربرگیرنده سه بعد است: بعد ساختاری، بعد شناختی و بعد رابطه‌ای (طبرسا و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۸۶).



شکل ۱. ابعاد سرمایه اجتماعی (Nahapit & Ghoshal, 1998, p.242)

الف) بعد شناختی: به منابع، تعبیر، تفاسیر و سیستم معانی مشترک میان گروه‌ها اشاره می‌کند. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد عبارت‌اند از زبان، کدها و حکایت‌های مشترک (Lazarova & Taylor, 2009, p.123).

ب) بعد ساختاری: به دفعات تعاملات و وجود ارتباطات در سراسر سطوح سلسله‌مراتب و عملکرد بین افراد اشاره می‌کند (Whipel et al., 2015)؛ یعنی شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارت‌اند از روابط شبکه‌ای بین افراد، پیکربندی شبکه‌ای و سازمان مناسب (Nahapit & Ghoshal, 1998, p.254).

ج) بعد رابطه‌ای: روابط خاصی که اعضای سازمان با یکدیگر را توصیف می‌کند که به دلیل سابقه تعاملاتشان با یکدیگر برقرار می‌کنند، و رفتارشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، مانند احترام و دوستی. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارت است از اعتماد، هنجارها، الزامات، انتظارات و هویت (Lazarova & Taylor, 2009, p.123).

در دسته‌بندی دیگری که گروه کندی^۱ در دانشگاه‌ها هاروارد انجام داده‌اند، ابعاد سرمایه اجتماعی را به این شرح معرفی کردند: اعتماد (اعتماد اجتماعی، اعتماد میان نژادهای مختلف)، مشارکت سیاسی (عادی و نقادانه)، مشارکت و رهبری مدنی (رهبری مدنی و مشارکت مدنی)، پیوندهای غیررسمی (بخشش و روحیه داوطلبی، مشارکت مذهبی، تنوع معاشرت‌ها و دوستی‌ها) (الوانی و سیدنقوی، ۱۳۸۱، ص ۱۴-۱۱). عوامل ساخت سرمایه اجتماعی را می‌توان به چهار دسته تقسیم کرد که عبارت‌اند از (کاووسی، ۱۳۹۲، ص ۸۳):

۱. عوامل نهادی: نهاد به معنای قانون، رسم، عرف، عادت یا سازمانی است که در زندگی سیاسی یا اجتماعی مردم، مؤثر واقع می‌شود و نظام هدفداری را برای رفع نیازهای یک اجتماع سازمان‌یافته، ایجاد می‌کند (نهادهای حکومت آموزش و بازار).
۲. عوامل خودجوش: هنجارهایی که به صورت خودجوش، به جای قانون و دیگر نهادهای رسمی، از کنش‌های متقابل اعضای یک اجتماع به وجود می‌آیند (نهادهای مدنی).
۳. عوامل بیرونی: منظور از این دسته عوامل، هنجارهایی‌اند که از جایی، غیر از همان اجتماعی که در آن به کار رفته‌اند، سرچشمه می‌گیرند، مانند دین، ایدئولوژی و فرهنگ یا تجربه مشترک تاریخی (نهاد مذهب).

۴. عوامل طبیعی: در این دسته از عوامل، دو دسته فرعی از جمله روابط خویشاوندی و همبستگی قومی و نژادی قرار می‌گیرند (نهاد خانواده).

توسعه سرمایه اجتماعی یک فرایند یادگیری اجتماعی است و زمانی رخ می‌دهد که کنش‌های هدفمند فردی به‌عنوان نیرویی محرک در پس الگوهای رفتاری غیرارادی سرمایه اجتماعی قرار گیرند. اگر این ارتباط برقرار نشود، کنش‌های فردی انسان‌ها در اجتماع نمی‌تواند اشکال مؤثر و قدرتمند سرمایه اجتماعی را حفظ کند (Chamlee-Wright, 2008). توسعه سرمایه اجتماعی به‌طور ویژه از عواملی که تکامل روابط اجتماعی را شکل می‌دهند، تأثیر می‌پذیرد. از نظر ناهاپیت و گوشال، چهار عامل تأثیرگذار بر این روند زمان، تعامل، بستگی و وابستگی متقابل است. بنابراین، باید به‌منظور توسعه سرمایه اجتماعی روی زمان سرمایه‌گذاری کرد، زیرا زمان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه سرمایه اجتماعی است و همه اشکال سرمایه اجتماعی به ثبات و تداوم ساختارهای اجتماعی بستگی دارند. همچنین، روابط اجتماعی از طریق تعاملات حفظ و تقویت می‌شود. در حقیقت، از طریق استفاده بیشتر از سرمایه اجتماعی این نوع سرمایه ازدیاد می‌یابد (Nahapiet & Ghoshal, 1998). از نظر کلمن، ارتباطات سنتی و وابستگی‌های متقابل که به‌واسطه روابط خویشاوندی، جغرافیایی و ساختارهای مذهبی وجود داشته، به‌دلیل پیشرفت‌های فناوری دنیای معاصر فرسوده شده است. به این ترتیب، امروزه نیاز به ساختارهای منطقی مشخص است (Coleman, 1993). محققان در مطالعات خود ابعاد و مؤلفه‌های توسعه سرمایه اجتماعی را به این شرح بیان کرده‌اند: اخلاق شهروندی یعنی صبر، اعتماد و همبستگی (Marshall, 1950, p.102)، ادراک عدالت سازمانی (پورعزت، ۱۳۸۲)، مشارکت، شبکه‌های ارتباطی، مذاکرات برد-برد و تعهد (Kreinter & Kinicki, 2004)، اعتماد و صداقت بین افراد، ساختارهای سازمانی منعطف و افقی با رسمیت کم، مدیریت مشارکتی، اشتراک اطلاعات و تسهیم دانش (Chang et al., 2010)، اجتماعی‌سازی کارکنان (Fang et al., 2011)، برگزاری آموزش‌ها و وجود مراکز آموزشی (Abili, 2010)، رفتار شهروندی (Nejatbakhsh Esfahani et al., 2012)، مسئولیت اجتماعی سازمان‌های خدمت‌دهنده نسبت به خدمت‌گیران (الوانی، ۱۳۷۸)، هویت جمعی (کلمن، ۱۳۷۷). امروزه در همه

دنیا، نهادهای دولتی، یکی از عوامل مهم تشکیل دهنده یا نابودکننده سرمایه اجتماعی اند. مجموعه اقداماتی که از سوی این نهادها برای دستیابی به هدف توسعه سرمایه اجتماعی مؤثر است، عبارتند از تقویت و تشویق نهادهای اجتماعی، صنفی، حرفه‌ای و تشویق به ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی که از راه‌حل‌های ساختاری برای افزایش سرمایه اجتماعی است. تقویت مؤلفه‌های فرهنگی مانند احساس هویت جمعی و سازمانی مشترک، احساس تعلق به آینده‌ای مشترک، تأمین امنیت شهروندان برای حضور داوطلبانه در نهادهای اجتماعی، اجتناب از تصدی‌گری مردمی برای جلب مشارکت آنها (منظور و یادی‌پور، ۱۳۸۷، ص ۱۵۶). شایان ذکر است گرچه سرمایه اجتماعی غالباً یک ویژگی اجتماعی تلقی می‌شود، اندازه‌گیری میزان آن از طریق پرسش از افراد و جمع‌بستن پاسخ‌ها انجام می‌گیرد. این موضوع مسئله‌ساز است، زیرا مقدار سرمایه اجتماعی جمعی را نمی‌توان با جمع‌بستن مقدار سرمایه اجتماعی افراد به‌دست آورد (Harper, 2002).

نقش شفافیت سازمانی در توسعه سرمایه اجتماعی

براساس گزارش بانک جهانی، سازمان‌ها و نهادهای دولتی در فرایند توسعه اجتماعی و اقتصادی نقش محوری دارند و نه تنها فراهم‌کننده مستقیم شرایط رشد، بلکه شریک، عامل تسریع و تسهیل‌کننده در روند توسعه محسوب می‌شوند (The World Bank Group, 1999). توجه روزافزون دولت و نهادهای دولتی به نیازهای آحاد جامعه هستیم و شاهدیم که دولت‌ها با تأسی از مفهوم حکمرانی خوب، ضمن فراهم‌کردن شرایط لازم برای برخورداری مردم از حقوق شهروندی‌شان، به دنبال آنند که از طریق دخالت بیشتر مردم در حکمرانی، نه تنها مشروعیت و مقبولیت سازمان‌های دولتی را افزایش دهند، بلکه به بهبود حکمرانی یاری رسانند. بنابراین، شفافیت یک جزء لازم در مدیریت دولتی محسوب می‌شود و بی‌گمان در چنین شرایطی به مردم به دیده سرمایه اجتماعی می‌نگرند، نه ابزار حکومت. افزایش شفافیت در اقدامات سازمان‌ها و نهادهای دولتی به بالارفتن سطح اعتماد مردم منجر می‌شود و این امر نیز موجب فزونی سطح مشارکت عمومی می‌شود که در نهایت، مشروعیت و مقبولیت نهادهای دولتی را به دنبال می‌آورد. این امر به شکل‌گیری اعتماد

عمومی منجر می‌شود و در نهایت، سرمایه اجتماعی را به وجود می‌آورد. چنین روندی مستلزم ایجاد اعتماد مردم به نهادها و سازمان‌های دولتی است که وحدت را در سیستم‌های اجتماعی، ایجاد و حفظ می‌کند و ارزش‌های دموکراتیک را پرورش می‌دهد و بی‌توجهی به این موضوع می‌تواند اداره سازمان‌های دولتی را با شکست و ناکامی و در نهایت، نظام حاکم را با بحران مشروعیت روبه‌رو کند.

در زمانی که فناوری اطلاعات و ارتباطات سازمان‌ها را به گفته بوفهولز^۱ (۱۹۹۹) مانند ماهی در تنگ بلورین به گونه‌ای شفاف در معرض داوری‌ها و قضاوت‌های شهروندان در درون و بیرون سازمان‌ها قرار داده است و زمانی که عمل، اندیشه و عزم مدیران سازمان‌ها در آینه شبکه‌های جهانی ارتباطات و اطلاعات به وضوح منعکس می‌شود، بهترین راهبرد برای سازمان‌ها، ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی است (Wart & Van war, 2013). به‌ویژه با گسترش شبکه‌های اجتماعی (مانند تلگرام، ویبر، اینستاگرام و...) که در آن بازخورد همه اقدامات سازمان‌ها و کارکنان آن‌ها در هر رده و پست سازمانی، به سرعت در بین اقشار جامعه اطلاع‌رسانی می‌شود، این موضوع، تشدید شده است. بدین ترتیب، مرزهای خصوصی خلوت سازمانی و محدوده‌های درونی و بیرونی از میان رفته است و مردم به مدد این فناوری‌ها توانسته‌اند عملکرد سازمان‌ها را زیر ذره‌بین و داوری قرار دهند و موشکافانه درباره سازمان‌ها اظهار نظر کنند. در حقیقت، سرمایه اجتماعی در یک جامعه به شدت متأثر از عملکرد دستگاه‌های دولتی است که هرگونه شفاف‌سازی در نحوه انجام دادن امور و پاسخگویی در زمینه چگونگی تحقق اهداف و مصرف منابع، نقش بسزایی در بالابردن این پدیده دارد.

در زمینه نقش شفافیت سازمانی در توسعه سرمایه اجتماعی تاکنون تحقیقی انجام نگرفته است، اما مفاهیم یادشده به تنهایی و در ارتباط با متغیرهای دیگر بررسی شده‌اند. در جدول ۱ به تعدادی از مطالعات انجام گرفته اشاره شده است.

جدول ۱. پیشینه تحقیق

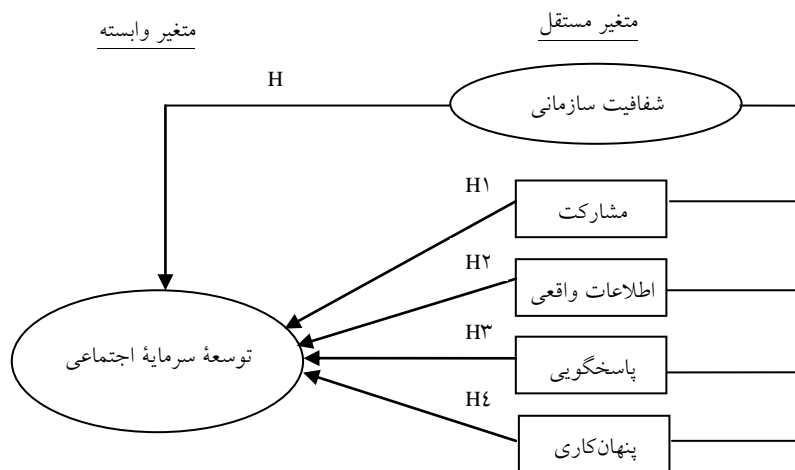
نام محقق	عنوان تحقیق	نتایج
نرگسیان و شیرازی (۱۳۹۲)	نقش مدیریت ارتباط با شهروند در ارتقای مشارکت عمومی، پاسخگویی عمومی و شفافیت سازمان‌های دولتی	بین این چهار متغیر رابطه معناداری وجود داشته است و مشارکت عمومی نقش میانجی را ایفا می‌کند.
کردنائیج و همکاران (۱۳۹۳)	فرهنگ سازمانی حلقه مفقوده شفافیت سازمانی و عملکرد سازمان	تأثیر شفافیت سازمانی بر عملکرد سازمان مثبت و معنادار است و فرهنگ سازمان نیز به‌عنوان متغیر واسطه بر این رابطه اثر می‌گذارد.
عبداللهی و توکلی (۱۳۹۳)	نقش فناوری اطلاعات در شفاف‌سازی و کاهش فساد سازمان‌های دولتی	توسعه دولت الکترونیکی در کشورها موجب افزایش شفافیت و کاهش فساد در فعالیت‌ها و اقدامات دولت می‌شود.
مصطفی‌زاده و صادقی (۱۳۹۳)	بررسی عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه اجتماعی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی	شاخص‌هایی مانند رفتار شهروندی سازمانی، تعهد سازمانی، نوع شخصیت، شکیبایی، صمیمیت و ادراک عدالت، نقش درخور توجهی در توسعه سرمایه اجتماعی ایفا می‌کنند.
یوسف‌زاده و کیاکجوری (۱۳۹۴)	بررسی رابطه مهارت‌های مدیران و سرمایه اجتماعی سازمان	رابطه بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و سرمایه اجتماعی مثبت و معنادار است.
طبرسا و همکاران (۱۳۹۴)	بررسی تأثیر حکمرانی خوب بر سرمایه اجتماعی	نتایج حاکی از تأثیرگذاری حکمرانی خوب بر سرمایه اجتماعی است و حاکمیت قانون بیشترین تأثیر را بر سرمایه اجتماعی دارد.
نرگسیان و همکاران (۱۳۹۴)	تأثیر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر شفافیت و اعتماد عمومی با اثر میانجیگری مشارکت عمومی	اثر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت مدنی و سیاسی و همچنین اثر این دو نوع مشارکت بر شفافیت و اعتماد عمومی معنادار و تأیید می‌شود.
حسین‌پور و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه	نتایج، بیانگر تأثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه و نیز تأثیر مثبت و معنادار رفتارهای شهروندی سازمانی بر رفتارهای کارآفرینانه است.
موسوی و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی سرمایه اجتماعی سازمانی و سلامت سازمانی (با تأکید بر شفافیت و پاسخگویی)	همبستگی متوسطی بین سرمایه اجتماعی سازمانی با سلامت سازمانی وجود دارد.

ادامه جدول ۱. پیشینه تحقیق

نام محقق	عنوان تحقیق	نتایج
برتوت (۲۰۱۰)	بررسی نقش سیستم‌های اطلاعاتی و آنلاین در ایجاد فرهنگ شفافیت	دولت الکترونیکی و شفافیت، ابزارهای اجتماعی در برای کاهش فساد اداری به شمار می‌روند.
باهرونیستروسی (۲۰۱۲)	تأثیر شفافیت بر فساد اداری	نقش قوانین و کیفیت محیط را دو فضای سازمانی و غیرسازمانی بررسی و قانون‌گذاری دولت را عاملی مهم و تعیین‌کننده در کاهش فساد اداری مطرح کردند.
زهیر و همکاران (۲۰۱۶)	نقش مشارکت ذی‌نفعان میان شفافیت و کیفیت و کمیت روابط عملکرد	شفافیت یکی از اصول اساسی حاکمیت شرکتی است و بین اصول شفافیت و مشارکت به‌عنوان یک عنصر حاکمیتی در عملکرد کمی و کیفی شرکت‌های بزرگ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

مدل مفهومی تحقیق

مدل مفهومی تحقیق برگرفته از مدل شفافیت سازمانی راولینز و تلفیق آن با مدل سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال بوده و مبنای تعیین فرضیه‌های تحقیق است. این مدل در شکل ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر بیان می‌شود:

فرضیه اصلی

- شفافیت سازمانی بر توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر معنادار می‌گذارد.

فرضیه‌های فرعی

فرضیه‌های فرعی به شرح زیر بیان می‌شوند:

۱. مشارکت بر توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر معنادار می‌گذارد.
۲. اطلاعات واقعی بر توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر معنادار می‌گذارد.
۳. پاسخگویی بر توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر معنادار می‌گذارد.
۴. پنهان‌کاری بر توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر معنادار می‌گذارد.

روش تحقیق

این تحقیق بر مبنای هدف از نوع کاربردی و از نظر روش، توصیفی-همبستگی و مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش ۵۷۱ نفر از کارکنان شهرداری‌های غرب مازندران بودند. نمونه آماری شامل ۲۳۰ نفر براساس جدول مورگان و به روش تصادفی ساده انتخاب شد و پرسشنامه‌ها میان آن‌ها توزیع شد. برای سنجش شفافیت سازمانی و سرمایه اجتماعی به ترتیب، پرسشنامه استاندارد راولینز (۲۰۰۸) شامل ۲۶ گویه و پرسشنامه ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) شامل ۳۶ گویه که با طیف لیکرت تنظیم شده بودند، به کار گرفته شد. گرچه ابعاد پرسشنامه بسیار روشن و گویا بود، برای اطمینان بیشتر، پرسشنامه تنظیم شده بین گروه ۱۷ نفری توزیع شد و پایایی پرسشنامه‌ها با روش آلفای کرونباخ به ترتیب، ۰/۸۱ و ۰/۸۵ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی بالای پرسشنامه‌ها بود. روایی محتوا و ظاهری پرسشنامه‌ها نیز به دلیل به کارگیری مکرر محققان در تحقیقات خود، و همچنین، نظرهای استادان و خبرگان تأیید شد. داده‌های جمع‌آوری شده با ضریب همبستگی پیرسون (برای بود یا نبود رابطه و

شدت آن در بین متغیرها) و مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) تحلیل شد. در محاسبه ضریب همبستگی پیرسون، نرم افزار SPSS و برای مدل سازی معادلات ساختاری، نرم افزار Lisrel به کار گرفته شد. با توجه به نتایج آزمون K-S مبنی بر نرمال بودن داده ها، برای تحلیل داده ها آزمون های پارامتریک به کار گرفته شد.

برای سنجش رابطه علی میان متغیرهای تحقیق، مدل سازی معادلات ساختاری اجرا شد. ابتدا برای تعیین میزان توان مدل عاملی از قبل تعیین شده، با مجموعه ای از داده های مشاهده شده تحلیل عاملی تأییدی انجام گرفت. به عبارتی، اینکه تعداد شاخص هایی که روی یک عامل بار شده اند، با آنچه براساس نظریه و مدل نظری انتظار می رفت، انطباق دارد، یا نه، بررسی می شود. برای اینکه مدل ساختاری یا همان نمودار مسیر تأیید شود، ابتدا باید شاخص های نیکویی برازش (GFI)، شاخص نیکویی برازش تنظیم شده (AGFI) و شاخص RMSEA برازش مناسبی داشته باشند، همچنین، مقادیر آماره تی و ضرایب استاندارد معنادار باشند. مقدار قابل قبول شاخص نیکویی برازش و شاخص نیکویی برازش بزرگتر از ۹۰ درصد است. شاخص بد برازش مدل RMSEA است که همان میانگین مجذور خطاهای مدل یا زیرمدل است و حداکثر مجاز آن ۰/۰۸ است، یعنی مقادیر کمتر از ۰/۰۸ قابل قبول است. البته مقادیر کمتر از ۰/۰۵ خیلی خوب است. مقدار قابل قبول شاخص t-Value نیز اعداد بزرگتر از ۱/۹۶ است. در این صورت در سطح ۹۵ درصد می توان معناداری آن را تأیید کرد. جدول ۲ این نتایج را برای تحقیق حاضر نشان می دهد.

جدول ۲. شاخص های برازش

شاخص t-Value	شاخص RMSEA	شاخص نیکویی برازش تنظیم شده (AGFI)	شاخص نیکویی برازش (GFI)	زیرمدل
۲/۰۹	۰/۰۸	۰/۹۰	۰/۹۳	مشارکت
۲/۰۵	۰/۰۷	۰/۹۲	۰/۹۰	اطلاعات واقعی
۲/۰۲	۰/۰۶	۰/۹۱	۰/۹۱	پاسخگویی
۲/۰۱	۰/۰۶	۰/۹۱	۰/۹۲	پنهان کاری
۲/۰۳	۰/۰۷۵	۰/۸۹	۰/۹۴	شفافیت سازمانی

براساس جدول ۲، همه شاخص‌ها در محدوده قابل قبول قرار دارند و مدل برازش می‌شود.

یافته‌ها

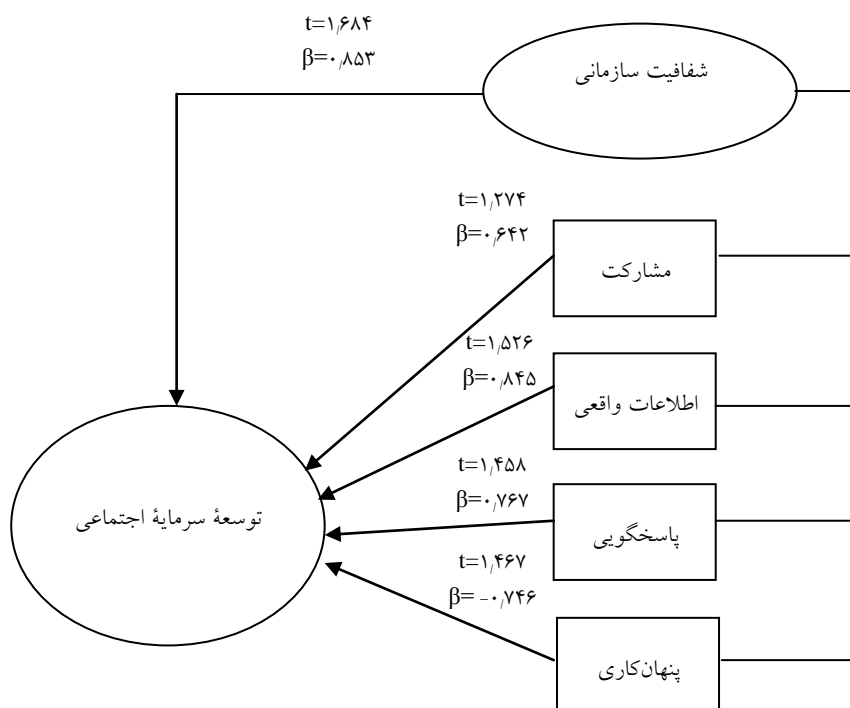
براساس نتایج آمار توصیفی، ۵۴ نفر (۲۳ درصد) از آزمودنی‌ها را کارمندان زن و ۱۷۷ نفر (۶۷ درصد) را مردان تشکیل داده‌اند. ۲۲ نفر از آزمودنی‌ها (۱۰ درصد) مجرد، و ۲۰۹ نفر (۹۰ درصد) متأهل بودند. تحصیلات ۱۱ درصد (۲۵ نفر) کمتر از کاردانی، ۴۷ درصد (۱۰۹ نفر) کارشناسی و ۴۲ درصد (۹۷ نفر) کارشناسی ارشد و بالاتر بود. ۷۳ نفر از آن‌ها (۳۲ درصد) سابقه خدمت کمتر از ۱۰ سال، ۹۸ نفر (۴۲ درصد) بین ۱۰-۲۰ سال و ۶۰ نفر (۲۶ درصد) بیشتر از ۲۰ سال سابقه کار داشتند و ۱۰ درصد (۲۳ نفر) در مشاغل معاونت یا مدیر، ۲۲ درصد (۵۰ نفر) رئیس اداره، ۳۰ درصد (۶۸ نفر) کارشناس مسئول و ۳۸ درصد (۹۰ نفر) در مشاغل سطوح مختلف کار می‌کردند. به منظور بررسی ارتباط میان متغیرهای تحقیق، ابتدا آزمون همبستگی اجرا شد. به دلیل نرمال بودن متغیرها، ضریب همبستگی پیرسون محاسبه شد (جدول ۳). نتایج مبین وجود همبستگی میان متغیرها و ابعاد آن‌ها با یکدیگر بوده، که در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است.

جدول ۳. نتایج همبستگی بین ابعاد شفافیت سازمانی با ابعاد سرمایه اجتماعی

بعد ساختاری	بعد رابطه‌ای	بعد شناختی	سرمایه اجتماعی
مشارکت	۰/۴۶۱	۰/۴۹۶	۰/۵۶۹
اطلاعات واقعی	۰/۴۲۳	۰/۴۴۱	۰/۴۹۲
پاسخگویی	۰/۴۶۳	۰/۵۲۶	۰/۶۷۱
پنهان‌کاری	-۰/۶۷۸	-۰/۵۸۱	-۰/۵۴۸
شفافیت سازمانی	۰/۵۱۲	۰/۵۴۰	۰/۵۹۲

برای آزمون فرضیه‌های تحقیق یا همان رابطه علی میان متغیرها، تحلیل مسیر انجام گرفت. براساس شکل ۳، ضریب بتای استاندارد شده برای تأثیر مشارکت بر توسعه سرمایه اجتماعی برای ۰/۶۴۲ و سطح معناداری برابر با صفر به دست آمد. بنابراین، فرضیه فرعی اول تحقیق تأیید

شد. همچنین، تأثیر اطلاعات واقعی بر توسعه سرمایه اجتماعی با ضریب ۰/۸۴۵ و سطح معناداری صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید شد. بر این اساس، فرضیه فرعی دوم تحقیق تأیید می‌شود. براساس نتایج، ضریب بتای استاندارد شده برای تأثیر پاسخگویی بر توسعه سرمایه اجتماعی ۰/۷۶۸ به دست آمد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. بر این مبنای، فرضیه فرعی سوم تحقیق تأیید می‌شود. از طرفی، پنهان‌کاری با ضریب -۰/۷۴۶- بر توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر منفی و معنادار دارد که به این ترتیب، فرضیه فرعی چهارم تحقیق تأیید می‌شود. یعنی با کاهش یک واحد پنهان‌کاری ۰/۷۴۶ واحد سرمایه اجتماعی افزایش می‌یابد. در نهایت، شفافیت سازمانی با ضریب ۰/۸۵۳ بر توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معنادار می‌گذارد. بنابراین، فرضیه اصلی تحقیق تأیید می‌شود.



شکل ۳. مدل ساختاری روابط بین متغیرهای تحقیق

بنابراین، می‌توان گفت فرضیه‌های تحقیق مبنی بر تأثیر ابعاد شفافیت سازمانی بر توسعه سرمایه اجتماعی معنادار است و ارتباط علی تأیید می‌شود و مقادیر تی بیان‌کننده این است که تأثیر همه شفافیت سازمانی و ابعاد آن بر توسعه سرمایه اجتماعی معنادار است.

بحث و نتیجه

از موضوع‌های مهمی که سازمان‌های هزاره سوم باید به آن توجه ویژه‌ای داشته باشند، شوک آینده است که تحت تأثیر تلاطم و ناپایداری محیط و دامنه تغییرات آن قرار دارد. بنابراین، سازمان‌ها برای بقا و موفقیت در عرصه رقابت‌ها و دگرگونی‌ها نیازمند ابداع ساختارهای تازه و طراحی استراتژی‌های جدید می‌باشند؛ یکی از این راهبردها، شفافیت سازمانی است. از طرفی، اتکا صرف به ثروت‌های مادی و مجهز بودن به فناوری‌ها و امکانات متعدد، ضامن موفقیت سازمان‌ها نیست. سازمان‌ها برای تقویت، رشد و توسعه نیازمند شکل دیگری از سرمایه به نام سرمایه اجتماعی هستند که منبعی برای دستیابی به اهداف تلقی می‌شود و اثربخشی سرمایه‌های دیگر به آن بستگی دارد. بنابراین، هدف از این پژوهش، بررسی نقش شفافیت سازمانی در توسعه سرمایه اجتماعی در شهرداری‌های غرب استان مازندران بود. نتایج آزمون همبستگی حاکی از وجود ارتباط مثبت و معنادار شفافیت سازمانی و سرمایه اجتماعی است. همچنین، میان ابعاد شفافیت سازمانی و توسعه سرمایه اجتماعی ارتباط معنادار وجود دارد.

نتایج آزمون فرضیه‌های فرعی تحقیق نشان داد، ضریب استاندارد برای ارتباط و تأثیر بعد مشارکت شفافیت سازمانی بر توسعه سرمایه اجتماعی برابر با ۰/۶۴۲ است. در تفسیر این نتیجه می‌توان گفت با افزایش سطح مشارکت در دریافت بازخور، عرضه اطلاعات تفصیلی و سهولت دسترسی به اطلاعات توسط کارکنان و شهروندان، میزان توسعه سرمایه اجتماعی افزایش می‌یابد. مقدار ضریب استاندارد برای تأثیر بعد اطلاعات بر سرمایه اجتماعی برابر با ۰/۸۴۵ است که این تأثیر مثبت و معنادار است. در تبیین این رابطه می‌توان گفت افزایش شفافیت عناصر بعد اطلاعات (صحت‌داشتن، مرتبط بودن، کامل بودن و مورد تأیید بودن) موجب توسعه سرمایه اجتماعی می‌شود. تأثیر مثبت و معنادار پاسخگویی بر توسعه سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد با افزایش میزان

پاسخگویی (پوشش اطلاعات تسهیم‌شده و دربرگیرنده همه جنبه‌ها و مسائل سازمانی)، میزان توسعه سرمایه اجتماعی زیاد می‌شود. در نهایت، پنهان‌کاری بر توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر معکوس و معنادار دارد. بدین معنا که با کاهش میزان پنهان‌کاری (میزان تلاش سازمان برای مخفی کردن اطلاعات)، میزان توسعه سرمایه اجتماعی افزایش می‌یابد.

ضریب استاندارد برای تأثیر شفافیت سازمانی بر توسعه سرمایه اجتماعی، برابر با ۰/۸۵۳ به‌دست آمد که نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار است. در تفسیر این ارتباط می‌توان گفت با افزایش سطح شفافیت سازمانی به‌منظور آشکاربودن مبنای تصمیم‌های حکومتی، سازوکارهای حاکم بر توزیع قدرت و درآمد به‌عنوان مؤثرترین ابزار مبارزه با فساد اداری برای استقرار دولتی کارا و ایجاد جامعه‌ای پایدار، و آزادگذاشتن جریان اطلاعات و قابل‌دسترس‌بودن آن برای همه کسانی که در ارتباط با تصمیم‌ها هستند، میزان توسعه سرمایه اجتماعی زیاد می‌شود.

نتایج تحقیق حاکی از آن است که متغیر شفافیت سازمانی با ابعاد مشارکت، اطلاعات واقعی، پاسخگویی و پنهان‌کاری با سرمایه اجتماعی رابطه معنادار دارد. در نتیجه، افزایش این ابعاد موجب فزونی پیوندهای شبکه‌ای، روابط شبکه‌ای و ارتقای همگنی گروه‌ها، اعتماد، تعهدات و انتظارات متقابل و هویت مشترک، قدرت و جسارت بیشتری را به اعضای سازمان‌ها می‌بخشد. بر این اساس، همان‌طور که نتایج نشان داد میان شفافیت سازمانی و توسعه سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد، یعنی می‌توان دریافت با افزایش شفافیت سازمانی، میزان توسعه سرمایه اجتماعی بهبود می‌یابد. از این منظر به شهرداران و مدیران دوایر تابعه شهرداری‌های غرب استان مازندران پیشنهاد می‌شود بیش از گذشته به تقویت و بهبود شفافیت سازمانی بپردازند.

از آنجا که سازمان‌های شفاف پاسخگویی اعمال، گفتارها و تصمیم‌های خود هستند، اطلاعات را در دسترس دیگران قرار می‌دهند. این سازمان‌ها زمانی قابلیت پاسخگویی دارند که جوابگویی مأموریت و نقش‌هایی باشند که به ذی‌نفعان خود وعده داده‌اند و از این طریق منابع در دسترس خود را بهتر به‌کار گیرند و باعث افزایش رضایتمندی و بهبود عملکرد شوند. رقابت فزاینده کسب‌وکار، ضرورت حس همکاری صمیمانه و تشریک مساعی بین کارکنان را بیش‌ازپیش

برجسته کرده است، توجه به سرمایه اجتماعی به عنوان نوعی خاص از سرمایه که با متغیرهایی مانند اعتماد، آگاهی، مشارکت عمومی، همبستگی و نگرانی درباره دیگران سروکار دارد، در عصری که ماشینی شدن و مدرنیته در راستای تحقق اهداف اقتصادی و انباشت سرمایه‌های اقتصادی در صدد تضعیف این مؤلفه‌ها است، می‌تواند احیاکننده روح اعتماد و همبستگی در واحدهای شهرداری باشد. مسئولان و متولیان شهرداری می‌توانند با برگزاری دوره‌های آموزشی برای مدیران برای آشنایی با اهمیت مفاهیم شفافیت سازمانی و سرمایه اجتماعی و به‌کارگیری شاخص‌های این مفاهیم در سیستم ارزیابی عملکرد مدیران و تشویق مدیرانی که این شاخص‌ها در مجموعه تحت مدیریت ایشان از سطح بالاتری برخوردار است، پردازند. همچنین، با افزایش مشارکت کارکنان برای ارتقای سطح نتایج کاری از طریق تقویت هنجارهای احساس مفیدبودن و بهره‌وربودن و هویت‌بخشی به کارکنان و تحریک کارکنان سازمان برای مشارکت بیشتر در جلسات و مراسم‌های گوناگون به منظور توسعه شبکه‌های اجتماعی سازمان، ایجاد اعتماد بالاتر بین کارکنان از طریق برقراری ارتباطات باز و شفاف، اطلاع‌رسانی صحیح و انتشار اخبار خوب و بد سازمان، ملاقات مستمر کارکنان با مدیران ارشد و پاسخگویی صریح و شفاف مدیران ارشد، ارزیابی عملکرد رودررو با همه ذی‌نفعان به‌ویژه پیمانکاران و مشاوران که باعث ایجاد فضای تفاهم و اعتماد بین سازمان و ذی‌نفعان خواهد شد، پردازند. استفاده از مفهوم و ابزارهای دولت الکترونیکی (مانند سایت‌های خبری و شبکه‌های اجتماعی) برای اطلاع‌رسانی در زمینه همه فعالیت‌های شهرداری‌ها از قبیل طرح‌های عمرانی تحت اقدام، طرح‌های عمرانی که در آتیه مد نظر است، منابع مالی و چگونگی هزینه‌کرد این منابع، تشریح فرایند امور جاری مرتبط با ارباب‌رجوعان (مانند چگونگی اخذ پروانه ساخت)، راه‌اندازی برپایی نمایشگاه‌هایی برای ارائه دستاوردها و عملکرد شهرداری‌ها در مناسبت‌های مختلف برای عرضه به عموم مردم، نیز از پیشنهاد‌های کاربردی دیگر در زمینه توسعه سرمایه اجتماعی با به‌کارگیری شفافیت سازمانی است.

منابع و مأخذ

۱. آقانصیری، مریم (۱۳۹۰). تأثیر سرمایه اجتماعی بر ارتقای بهره‌وری نیروی کار. ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۳۷، صفحات ۸۱-۶۹.
۲. آبیانغی اصفهانی، سعید (۱۳۹۲). طراحی و تبیین مدل مواجهه با فرسایش سرمایه اجتماعی در سازمان. رساله دکتری، رشته مدیریت، پردیس فارابی دانشگاه تهران.
۳. احمدی، علی‌اکبر، و فیض‌آبادی، حوریه (۱۳۹۰). بررسی ارتقای سرمایه اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمان (نمونه موردی: سازمان‌های ستادی شهرداری تهران). فصل‌نامه مدیریت دولتی، دوره ۳، شماره ۶، صفحات ۷۸-۶۰.
۴. الوانی، سیدمهدی، و سیدنقوی، میرعلی (۱۳۸۱). سرمایه اجتماعی، مفاهیم و نظریه‌ها. فصل‌نامه مدیریت، شماره ۳۴، صفحات ۲۶-۳.
۵. الوانی، سید مهدی (۱۳۷۸). نقش مدیریت در ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی. ماهنامه تدبیر، شماره ۱۰۰، صفحات ۳۲-۲۹.
۶. باستانی، علیرضا، و رزمی، سید محمدجواد (۱۳۹۳). رتبه‌بندی غیرمستقیم استان‌های ایران بر حسب سرمایه اجتماعی. فصل‌نامه رفاه اجتماعی، دوره ۱۴، شماره ۵۵، صفحات ۷۷-۴۵.
۷. بهروان، حسین، و بهروان، ندا (۱۳۹۲). تحلیل محتوای مفهوم سرمایه اجتماعی در احادیث امام رضا (ع). فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ششم، شماره ۳، صفحات ۱۴۹-۱۱۵.
۸. پورعزت، علی اصغر (۱۳۸۲). طراحی سیستم خط‌مشی‌گذاری برای تحقق عدالت اجتماعی بر مبنای حکومت حق‌مدار علوی. رساله دکتری مدیریت سیاست‌گذاری عمومی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
۹. حسن‌زاده ثمرین، تورج، و مقیمی، سید محمد (۱۳۸۹). اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی. فصل‌نامه مطالعات راهبردی، سال ۱، شماره ۳، صفحات ۱۴۳-۱۲۳.
۱۰. حسنی، علی، و شمس، عبدالمجید (۱۳۹۱). راهکارهای مبارزه با فساد اداری براساس ارزش‌های اسلامی. مجله اسلام و پژوهش‌های مدیریتی، شماره ۵، صفحات ۱۰۴-۸۱.

۱۱. حسین پور، داود، خاباشی، محمد، گنجی زاده، حامد، و رشید، علی اصغر (۱۳۹۵). «بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه. فصلنامه سرمایه اجتماعی، دوره ۳، شماره ۳، صفحات ۴۶۳-۴۸۲.
۱۲. حضرتی صومعه، زهرا، و ابوالحسن تنهایی، حسین (۱۳۸۸). بررسی نظری پژوهش‌های سرمایه اجتماعی در جامعه ایران. فصلنامه علوم رفتاری، شماره ۱، صفحات ۲۹-۵۲.
۱۳. حق شناس، اصغر، دلوی، محمدرضا، و شفیعی، مسعود (۱۳۸۶). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه ماهنامه تدبیر، سال ۱۸، شماره ۱۸۸، صفحات ۲۵-۲۰.
۱۴. درویش، حسن، و عظیمی، فاطمه (۱۳۹۵). بررسی تأثیر شفافیت سازمانی بر کاهش فساد اداری با میانجی‌گری اعتماد سازمانی. مجله مدیریت دولتی، شماره ۱، صفحات ۱۶۶-۱۵۳.
۱۵. رهنمود، فرج‌الله، و عباسپور، باقر (۱۳۸۶). حاکمیت خوب و امکان پیاده‌سازی آن در ایران. مجله مطالعات مدیریت بهبود و تحول، شماره ۵۵، صفحات ۳۸-۲۵.
۱۶. زارعی متین، حسن، و ملایی، مصطفی (۱۳۹۳). بررسی وضعیت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در سازمان‌های اجرایی استان قم. فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۱، شماره ۱، صفحات ۱۳۷-۱۱۹.
۱۷. صمدی، عباس، و عباسی، مهرناز (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار رقابتی شرکت‌ها. مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۰، شماره ۲، صفحات ۱۰۸-۸۵.
۱۸. طبرسا، غلامعلی، قوچانی، فرخ، و بادین‌دهش، مهران (۱۳۹۴). بررسی تأثیر حکمرانی خوب بر سرمایه اجتماعی. فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۲، شماره ۲، صفحات ۱۹۸-۱۷۷.
۱۹. عبدالهی، علی، و توکلی، نازنین (۱۳۹۳). بررسی نقش فناوری اطلاعات در شفاف‌سازی و کاهش فساد سازمان‌های دولتی. مجله چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۱۸، صفحات ۹۱-۷۳.
۲۰. عطار، سعید (۱۳۹۴). سرمایه اجتماعی، محیط کسب‌وکار و نهادهای دولتی: مبانی نظری، تجربیات عملی و توصیه. مجلس و راهبرد، سال ۲۳، شماره ۸۵، صفحات ۱۶۶-۱۴۳.
۲۱. فقیهی، ابوالفضل، و فیضی، طاهره (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی در یک سازمان. پیک نور، دوره ۳، شماره ۱۱، صفحات ۴۰-۳۴.

۲۲. کاوسی، اسماعیل (۱۳۹۲). توسعه سرمایه اجتماعی و نقش آن در تحقق اهداف چشم‌انداز. *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال ۶، شماره ۱، صفحات ۸۹-۷۰.
۲۳. کردنائیج، اسدالله، فانی، علی اصغر، و مسعودی، زهرا (۱۳۹۳). فرهنگ سازمانی حلقه مفقوده شفافیت سازمانی و عملکرد سازمان. *مجله مدیریت فرهنگ سازمانی*، شماره ۲، صفحات ۱۸۹-۱۷۳.
۲۴. کلمن، جیمز (۱۳۷۷). *بنیادهای نظریه اجتماعی*. ترجمه منوچهر صبوری کاشانی، تهران: نشر نی.
۲۵. مصطفی‌زاده، معصومه، و صادقی، محمدرضا (۱۳۹۳). طراحی مدل توسعه سرمایه اجتماعی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی. *فصل‌نامه مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره ۱، شماره ۲، صفحات ۱۸۲-۱۶۱.
۲۶. مقیمی، سید محمد، امامی، فرزانه، و کاظمی، معصومه (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت‌بندی شاخصه‌های سرمایه اجتماعی و تأثیر آن بر عملکرد سازمانی در نظام دانشگاهی. *مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره ۹، شماره ۲، صفحات ۶۰-۲۹.
۲۷. منظور، داوود، و یادی‌پور، مهدی (۱۳۸۷). سرمایه اجتماعی عامل توسعه اجتماعی و اقتصادی. *فصل‌نامه راهبرد یاس*، شماره ۱۵، صفحات ۱۶۳-۱۴۰.
۲۸. موسوی، مرضیه، عابدی جعفری، حسن، و محمدیان، محبوبه (۱۳۹۵). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی سازمانی و سلامت سازمانی با تأکید بر شفافیت و پاسخگویی. *فصل‌نامه مطالعات رفتار سازمانی*، شماره ۱۸، صفحات ۱۷۶-۱۴۵.
۲۹. نرگسیان، عباس، و آیت‌الله‌زاده شیرازی، میرحسین (۱۳۹۲). مدیریت ارتباط با شهروند: مطالعه رابطه آن با مشارکت، پاسخگویی عمومی و شفافیت در منطقه ۳ تهران. *مجله مدیریت دولتی*، شماره ۲، صفحات ۱۶۸-۱۴۳.
۳۰. نرگسیان، عباس، هژیر افکن، حسن، و معینی، محمدرضا (۱۳۹۴). مطالعه تأثیر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر شفافیت و اعتماد عمومی با اثر میانجیگری مشارکت عمومی. *مجله مدیریت دولتی*، شماره ۳، صفحات ۶۵۶-۶۳۷.

۳۱. یوسفزاده، سعید، و کیاکجوری، داود (۱۳۹۴). بررسی رابطه مهارت‌های ارتباطی مدیران و سرمایه اجتماعی سازمان. فصل‌نامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۲، شماره ۱، صفحات ۹۵-۱۱۶.

32. Abili, Kh. (2010). Social capital management in Iranian knowledge based organizations. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 9(3), 203-210.
33. Bourdieu, P. (1986). The Forms of capital. *Handbook of Theory and Research for sociology of education*, (pp.241-258).
34. Burger, R., & Owens T. (2010). Promoting transparency in the NGO sector: examining the availability and reliability of self-reported data, world development.
35. Chamlee-Wright, E. (2008). The structure of social capital: An Austrian perspective on its nature and development. *Review of Political Economy*, 20(1), 41-58.
36. Chuang, S. C., Tu, C. J., Li, T. J., & Tsai, B. K. (2010). Social capital, cooperative performance, and future cooperation intention among recreational farm area owners in Taiwan. *Social Behavior and Personality*, 38(10), 1409-1430.
37. Coleman, J. S. (1993). The rational reconstruction of society. *American Sociological Review*, 58(1), 1-15.
38. English, L. (2003). Emasculating public accountability in the name of competition. Transformation of state audit in Victoria. *Critical Perspectives on Accounting*, 14(1), 51-76.
39. Fang, R., Duffy, M. K., & Shaw, J. D. (2011). The organizational socialization process: Review and development of a social capital model". *Journal of Management*, 37(1), 127-152.
40. Hahn, V. (2008). Committees, sequential voting and transparency. *Mathematical Social Sciences*, 56(3), 366-385.
41. Harper, R. (2002). The measurement of social capital in the UK. *Paper Prepared for the OECD-ONS conference on Social Capital Measurement*, London, 26-27.
42. Hultman, J., & Axelsson, B. (2004). Towards a typology of transparency for marketing management research. *Industrial Marketing Management*, 36(5), 627- 635.
43. Kreinter, R., & Kinicki, A. (2004). *Organizational behavior*. 6th edition, Boston: McGraw Hill-Irwin.
44. Lazarova, M., & Taylor, S. (2009). Boundary less careers, social capital, and knowledge management: Implications for organizational performance. *Journal of Organizational Behavior*, 30(1), 119-139.
45. Lindstedt, C., & Naurin, D. (2007). Transparency against corruption, A cross-Country Analysis. *Management Journal of Business Ethics*, 95, 487 – 506.
46. Marshall, T. H. (1950). *Citizenship and social class*. Cambridge: Cambridge University Press
47. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
48. Nejatbakhsh Esfahani, A., Nourian, S., & Shafiqhi Bady, M. (2012). The study of

- relationship between social capital and organizational citizenship behavior in Iran Carpet Joint Stock Company. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 3, 2720-2727.
49. Nielsen, C., & Madsen, M. T. (2009). Discourses of transparency in the intellectual capital reporting debate: Moving from generic reporting models to management defined information. *Critical Perspectives on Accounting*, 22(7), 847-854.
50. Putnam, R. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
51. Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work*. New Jersey: Princeton University Press.
52. Rawlings, B. (2008). Measuring the relationship between organizational transparency & trust. *The Measurement Standard*, 8, 425-439.
53. Ritter, T. (2013). Social capital as a determinant for good governance -An empirical analysis of the 27 EU Member State. *EGPA Annual Conference*, Edinburgh Scotland – UK, Social Sciences, 56(3), 366-385.
54. The World Bank Group (1999). Social capital for development, "What is social capital?". Available at [Http://www.worldbank.org/poverty/scapital/whastc.htm](http://www.worldbank.org/poverty/scapital/whastc.htm).
55. UN ESCAPE, (2002). *What is good governance*", at PAPP list of projects contact us. Available at <http://www.unescape.org/huset/gg/gosermace.html>.
56. Vaccaro, A. (2010). Corporate transparency and green management. *Journal of Business Ethics*, 95, 487 – 506.
57. Vogelgesng, G. B., & Lester, P. B. (2009). How leader canget results by laying it on the line. *Organizational Dynamics*, 38(4), 252-260.
58. Wart, M. W., & Van Wart, M. (2013). When public participation in administration leads to trust: An empirical assessment of managers' perceptions. *Public Administration Review*, 32(9), 1433-1449.
59. Whipple, J. M., Wiedmer, R., & Boyer, K. (2015). A dyadic investigation of collaborative competence, social capital, and performance in buyer-supplier relationships. *Journal of Supply Chain Management*, 51(2), 3-21.