

(مقاله مروری)

## مروری بر محیط کسب و کار در ارتباط با سرمایه اجتماعی و هنجارهای اخلاقی

سعید کیان پور\*

گروه اقتصاد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور استان همدان

(تاریخ دریافت: 95/4/5، تاریخ پذیرش: 95/7/3)

### چکیده

**زمینه:** تضمین سرمایه اجتماعی، آزادی جریان‌های محیط کسب و کار و اخلاق‌مداری را افزایش می‌دهد و مانع بروز ناهنجاری‌های اخلاقی در جامعه می‌شود. به‌منظور رسیدن به توسعه محیط کسب و کار، لزوم توجه به احیا و آماده‌سازی بسترهای لازم اعم از اعتماد و هنجارهای اخلاقی و شبکه‌ها برای احقاق سرمایه اجتماعی، احساس می‌شود. پژوهش حاضر می‌کوشد به این سوال پاسخ دهد که ارتباط سرمایه اجتماعی با محیط کسب و کار چگونه است و وضعیت شاخص‌های سرمایه اجتماعی و محیط کسب و کار در جامعه چگونه است.

**نتیجه‌گیری:** زمانی بهبود محیط کسب و کار تضمین می‌شود که چارچوبی در جامعه ایجاد گردد که ابتدا سرمایه اجتماعی تضمین‌شده است چراکه تسهیل ارتباطات در حوزه‌های مختلف سرمایه اجتماعی و تقویت هنجارهای اخلاقی می‌تواند در بهبود محیط کسب و کار نقش مهمی داشته باشد. در این شرایط با توجه به یافته‌های تحقیق شاخص‌های سرمایه اجتماعی بر محیط کسب و کار تأثیر مستقیم دارند. از این نظر، می‌توان به بهبود محیط کسب و کار از طریق ارتقای شاخص‌های سرمایه اجتماعی اقدام کرد. همچنین بر اساس برخی داده‌ها، شاخص‌های سرمایه اجتماعی و محیط کسب و کار در ایران در رتبه‌بندی‌های بین‌المللی و همچنین ارزیابی‌های داخلی در جایگاه مناسبی قرار ندارند که این می‌تواند ناقص بهبود محیط کسب و کار شود و باعث بروز ناهنجاری‌های اخلاقی گردد و ریسک‌پذیری را در جامعه افزایش دهد.

**کلیدواژگان:** سرمایه اجتماعی، محیط کسب و کار، هنجارهای اخلاقی

### سرآغاز

اجتماعی را تشکیل می‌دهند. سرمایه اجتماعی شامل هنجارهای اخلاقی و شبکه‌هایی از همکاری‌های مدنی<sup>6</sup> است که به نظر می‌رسد پیش‌شرطی برای توسعه اقتصادی و سیاسی باشد، همان‌طور که پیش‌شرطی برای حکومت کارآمد است (3). با این اندیشه‌ها بود که مفهوم سرمایه اجتماعی، برای مطالعات رشد اقتصادی و پس‌از آن، برای بهبود کسب و کارها مهم تلقی شد. در این مقاله، ارتباط سرمایه اجتماعی که خود با هنجارهای اخلاقی<sup>7</sup> گره‌خورده است با محیط کسب و کار<sup>8</sup> به شکلی مختصر مطرح می‌شود. سپس به بررسی وضعیت شاخص‌های سرمایه اجتماعی محیط کسب و کار پرداخته می‌شود.

تجربیات نشان می‌دهد که برای تقویت رشد و توسعه اقتصادی در کشورها، باید به واحدهای تولیدی توجه بیشتری کرد. محیط‌های کسب و کار اشاره به عوامل متعددی دارد که خارج از اراده و توان صاحبان آن، بر کسب و کار آنها تأثیر می‌گذارد (1). تحلیل از وضعیت اقتصادی کشورها بدون تحلیل از وضعیت سرمایه اجتماعی آنها و سایر عوامل محیطی ممکن نیست. سرمایه اجتماعی<sup>1</sup> عبارت است از مجموعه شاخص‌هایی که درباره سه مؤلفه اعتماد<sup>2</sup>، هنجارها<sup>3</sup> و شبکه‌ها طرح می‌شوند (2). به‌عبارت‌دیگر، الزامات اخلاقی<sup>4</sup> و هنجارها، ارزش‌های اجتماعی (به‌ویژه اعتماد) و شبکه‌های اجتماعی<sup>5</sup> سه جزء اصلی سرمایه

\* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: S\_kianpoor @ pnu.ac.ir

به گونه‌ای که در صورت افزایش شاخص‌های سرمایه اجتماعی، محیط کسب و کار نیز بهبود خواهد یافت.

## وضعیت شاخص‌های سرمایه اجتماعی در ایران

سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموعه شاخص‌هایی که درباره سه مؤلفه اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها طرح می‌شوند (11). این مؤلفه‌ها به چهار دسته شاخص‌های اعتماد، روابط اجتماعی، رفتارهای نوع‌دوستانه و مشارکت (سیاسی و اجتماعی) تقسیم می‌شوند و نشان‌دهنده درهم تنیدگی سه سطح اصلی زندگی اجتماعی یعنی سطوح خرد، میانه و کلان است که می‌تواند بر کیفیت محیط اقتصادی و کسب و کارها تأثیر بگذارد (12).

### • اعتماد

سطح بالایی از اعتماد در میان افراد، تعاملات اجتماعی، اخلاقی و اقتصادی در جامعه را راحت‌تر و کم‌هزینه‌تر می‌کند. از جنبه اجتماعی و اقتصادی، روشن است که این‌گونه تعاملات میان افراد، باعث ارتقای سطح رفاه جامعه می‌شود (13). شاخص اعتماد به چند زیر شاخص تقسیم شده است که عبارت‌اند از: اعتماد بین شخصی به خانواده، اقوام و خویشان و دوستان، اعتماد بین شخصی به گروه‌ها و اصناف مختلف، اعتماد مردم به یکدیگر (نگاهی به آینده)، اعتماد به قوانین اجتماعی.

### 1- اعتماد بین شخصی به اعضای خانواده، اقوام و خویشان و دوستان

## تأثیر سرمایه اجتماعی بر محیط کسب و کار

محیط اقتصادی متأثر از پیوندها و روابطی است که در محیط اجتماعی وجود دارند (4). با افزایش هزینه مبادلاتی به سطحی که باعث اخلاص جدی در مبادلات اقتصادی می‌شود، روندهای کسب و کار تا سطحی کند می‌شود که دیگر توزیع مناسب فرصت‌ها و ایجاد خلاقیت و نوآوری ناممکن می‌شود (5). در چنین محیطی، امکان رقابت اقتصادی و بهبود بهره‌وری تضعیف شده و رشد اقتصادی به شدت کاهش پیدا می‌کند (6). سرمایه اجتماعی، عامل اصلی توسعه اقتصادی و کارآمدی حکومت و فقدان آن عامل اصلی توسعه نیافتگی اقتصادی و عدم کارآمدی حکومت است که همراه با مخاطرات اخلاقی نیز هست (7). در این رویکرد، میان توسعه اقتصادی و اجتماعی، بهبود محیط اقتصادی، تقویت اخلاق نوآوری جمعی و کارآمدی دولت از یک سو و کیفیت سنت‌های مدنی از سوی دیگر، ارتباط مستقیمی وجود دارد (8). تنها درجایی که سرمایه اجتماعی بین گروهی از قوت زیادی برخوردار است، می‌توان شاهد وجود و تعدد نهادهای مختلف مدنی و در نهایت موفقیت آن شهر، محله یا جامعه بود (9). با ایجاد سطحی از اعتماد دوطرفه، افراد بیشتر تمایل پیدا می‌کنند تا در فعالیت‌های مرتبط با کسب و کارها هر چند دارای ریسک، شرکت کنند. آنها می‌دانند که در صورت وجود اعتماد متقابل، ریسک کاهش پیدا کرده و کسب و کارشان رونق پیدا می‌کند (10). در مجموع، نوعی همبستگی مثبت میان شاخص‌های سرمایه اجتماعی و محیط کسب و کار وجود دارد

جدول 1: اعتماد بین شخصی به خانواده، اقوام و خویشان و دوستان (14)

عنوان	هرگز (درصد)	خیلی کم (درصد)	کم (درصد)	متوسط (درصد)	زیاد (درصد)	خیلی زیاد (درصد)	صدرصد (درصد)	تعداد نمونه آماری
شما اعضای خانواده خود را تا چه حد قابل اعتماد می‌دانید؟	0/3	0/5	1	9/7	22	26/6	39/6	16801
شما اقوام و خویشان خود را تا چه حد قابل اعتماد می‌دانید؟	3/7	5/3	8/5	33/5	27/2	15/3	6/5	16732
شما دوستان خود را تا چه حد قابل اعتماد می‌دانید؟	4/5	6/9	9/7	34/4	25	13/7	5/6	16703

استاد دانشگاه	5/5	20/7	73/8
گروه‌ها به سه بخش تقسیم می‌شوند. گروه اول، شامل معلمان، استادان دانشگاه، پزشکان و ورزشکاران است که در میان مردم، از اعتماد بالایی برخوردارند؛ گروه دوم بنگاهداران (شامل بنگاه‌های املاک و خودرو)، رانندگان تاکسی، کسبه و تجار و بازاریان است که به‌وضوح مورد بی‌اعتمادی جامعه هستند و گروه سوم که کارگران، پلیس راهنمایی و رانندگی، قضات، نیروی انتظامی، روزنامه‌نگاران، هنرمندان و ارتشی‌ها را شامل می‌شود که در وضعیت بینابین اعتماد و بی‌اعتمادی عمومی قرار دارند. در واقع، به‌جز معلمان و استادان دانشگاه به صورت نسبی تمامی گروه‌های مهم و تأثیرگذار و صاحب نفوذ در جامعه از اعتماد کم یا متوسطی در جامعه برخوردارند. بی‌اعتمادی نزدیک به یک‌چهارم مردم به قضات و دادگاه‌ها، نشان‌دهنده تجربیات منفی اخلاقی طیف وسیعی از مردم در مراجعاتشان به دادگاه‌ها است (16).			

### 3- اعتماد مردم به یکدیگر

در این قسمت، دودسته جدول ارائه می‌شود. دسته اول، یافته‌های پژوهشی است که به بررسی نگرش شهروندان<sup>11</sup> به یکدیگر می‌پردازد و دسته دوم، یافته‌های پژوهشی دیگر است که قابل‌اعتماد بودن یا نبودن مردم را از دیدگاه خودشان را مطرح می‌کند.

داده‌ها، از تداوم نقش خانواده در کشور به‌عنوان کانون بروز اعتماد حکایت می‌کنند. شاید بتوان گفت که شکاف میان اعتماد به خانواده نسبت به دیگرانی که در زمره خانواده به‌شمار نمی‌آیند، حتی می‌تواند به‌منزله نشان‌های از سطح نازل سرمایه اجتماعی باشد. سرمایه اجتماعی لازم برای تداوم بقای جامعه را باید در محیط اجتماعی و مبتنی بر اعتماد عام به دیگران جست. از این‌رو، این نگرش منفی به غیرخودی‌ها و عموم مردم، سست‌کننده پایه‌های انسجام اجتماعی<sup>9</sup> و همبستگی ملی<sup>10</sup> و اخلاقی در ایران محسوب می‌شود.

### 2- اعتماد بین شخصی به گروه‌ها و اصناف (اعتماد نهادی)

در جدول 2، میزان اعتماد ایرانیان به صاحبان مشاغل و اصناف کشور با نمونه 4500 نفری از ساکنان 15 سال و بالاتر مراکز استان‌های کشور توسط برخی پژوهشگران اندازه‌گیری شده است.

جدول 2: اعتماد به مشاغل خاص (درصد) (15)

مشاغل / میزان اعتماد	کم	متوسط	زیاد
قضات	31/8	35/1	33/1
رانندگان تاکسی	28/8	49/6	21/6
بنگاهداران	77/3	19/7	3
تجار و بازاریان	49/4	39	11/5
نیروی انتظامی	20/3	25/2	54/5
معلمان	5/2	17/5	77/3

جدول 3: رواج خصوصیات اخلاقی در جامعه (17)

ویژگی اخلاقی	هرگز	کم	تا حدودی	زیاد	صد در صد	میانگین
راست‌گویی و پرهیز از دروغ‌گویی	19/5	44/9	20/5	12	3/3	2/35
امانت‌داری و حفظ اسرار و اموال دیگران	10	36/4	25/1	23/3	5/1	2/77
گذشت، فداکاری، عفو و بخشش	10/6	30/7	22/3	30/2	6/2	2/91
انصاف و رعایت عدالت	17/4	40	22/7	16/3	3/5	2/49
درستکاری و پرهیز از تقلب	18	43/9	21/3	13/8	3/1	2/40
صراحت در بیان و شجاعت در حقیقت‌گویی	13/7	37/8	23/4	20	5	2/65

دیگران، 36/4 درصد رواج گذشت، فداکاری، عفو و بخشش، 19/8 درصد رواج انصاف و رعایت عدالت، 16/9 درصد رواج

طبق نتایج این بررسی، 18/3 درصد رواج راست‌گویی و پرهیز از دروغ‌گویی، 28/4 درصد رواج امانت‌داری و حفظ اسرار و اموال

کشورهایی است که از این موهبت فرهنگی - اخلاقی برخوردارند (19).

#### • روابط اجتماعی<sup>12</sup>

این شاخص، به چند زیر شاخص تقسیم می شود که عبارت اند از: در تماس بودن با دیگران، روابط با همکاران و در نهایت روابط با مراجع اقتدار (مانند شهردار، رئیس پلیس، مدیران بانک و...)

#### 1- روابط اجتماعی از نظر در تماس بودن با دیگران

سوال این بخش این بود که آیا افراد، با این نظر موافق اند که افراد زیادی در مجاورت آنها زندگی می کنند که همدیگر را نمی شناسند و باهم ارتباطی ندارند؟ در پژوهشی این امر مورد بررسی قرار گرفته و نتایج آن در جدول 7 ارائه شده.

جدول 7: در تماس بودن با دیگران (20)

درصد	نگرش
16/6	به شدت موافق
37/3	موافق
37	مخالف
9	به شدت مخالف
2/62	میانگین

حدود 54 درصد افراد با این نظر موافق یا به شدت موافق اند که افراد زیادی در مجاورت آنها زندگی می کنند که به هیچ عنوان با یکدیگر ارتباطی ندارند و 46 درصد مخالف یا به شدت مخالف این نظر بودند. عدد میانگین هر 6 شهر اندازه گیری شده (2/62) نیز نشان از تماس کم و خیلی کم افراد با یکدیگر دارد. داده ها، نشان دهنده ضعف افراد جامعه در ارتباط برقرار کردن با یکدیگر است.

#### 2- روابط اجتماعی از نظر روابط با همکاران

در این پژوهشی دیگر از افراد پرسیده شد که آنها تا چه اندازه با همکاران خود دوست هستند و با آنها روابط اجتماعی دارند؟ (جدول 8)

درستکاری و پرهیز از تقلب و 25 درصد نیز رواج صراحت در بیان و شجاعت در حقیقت گویی را در جامعه تأیید کرده اند.

#### جدول 4: رواج صفات خوب اخلاقی مثل صداقت، راست گویی، گذشت و امانت داری بین مردم در پنج سال آینده (پیمایش ملی) (16)

نگرش	درصد
بیشتر خواهد شد	15/7
کمتر خواهد شد	83/3
فرقی نخواهد کرد	1

#### جدول 5: رواج صفات بد اخلاقی مثل دورویی، تظاهر، تقلب و کلاهبرداری بین مردم در پنج سال آینده (16)

نگرش	درصد
بیشتر خواهد شد	87/4
کمتر خواهد شد	7/4
فرقی نخواهد کرد	5/2

#### جدول 6: وضعیت اعتماد مردم به یکدیگر طی 10 سال آینده (18)

نگرش	درصد
بهتر می شود	12/8
بدتر می شود	60
فرقی نمی کند	21/4
نمی دانم	5/8

یافته های حاصل از امواج مختلف پیمایش جهانی ارزش ها در پاسخ به این سؤال که «آیا اغلب مردم قابل اعتماد هستند یا باید در مواجهه با آنها احتیاط کرد؟» را می توان به این صورت تفسیر کرد. 26 درصد از پاسخگویان در کشورهای مورد بررسی دارای اعتماد تعمیم یافته بوده اند و 74 درصد نیز از اعتماد تعمیم یافته کمتری برخوردار بوده اند. در این تحقیق رقم اعتماد اجتماعی در ایران، 10/6 گزارش شده است. وضعیت مطلوب اعتماد اجتماعی در کشورهای حوزه اسکاندیناوی یعنی سوئد (68)، دانمارک (66/5)، نروژ (74/2) و فنلاند (58/9) را می توان به عنوان مصداق عینی این ادعا قلمداد کرد و می توان چنین نتیجه گرفت که سرمایه گذاری در جهت ارتقای سرمایه اجتماعی در کشورهایی که با بحران اعتماد روبرو هستند، دشوارتر از

جدول 8: دوستی و ارتباط با همکاران (20 و 21)

نگرش	درصد میانگین 6 شهر
خیلی زیاد	14/2
خیلی کم	35/8
کم	23/5
خیلی کم	11
هرگز	15/5
میانگین	3/22

جدول 10: نگرش به این که هر کس پول و پارتی نداشته باشد، حقش پایمال می شود. (22)

نگرش	درصد میانگین 28 استان
مخالف	12/3
مردد	7/1
موافق	80/6

جدول نشان می دهد 50 درصد از افراد با همکاران خود خیلی زیاد و زیاد ارتباط و دوستی دارند و 50 درصد دیگر نیز کم، خیلی کم و هرگز با همکاران خود ارتباط ندارند. با توجه به میانگین، این زیر شاخص، نه در وضعیت مطلوب و نه در وضعیت نامطلوب اخلاقی - فرهنگی قرار دارد.

جدول 11: ارزیابی جمعیت نمونه آماری از وضعیت رشوه خواری، اختلاس، پارتی بازی و... در کشور طی 10 سال آینده (درصد) (18 و 20)

عنوان	بهبتر می شود	فرقی نمی کند	بدتر می شود	نمی دانم
درصد	9/4	13/5	68/9	8/2

3- روابط اجتماعی از نظر روابط با مراجع اقتدار

افراد جامعه با وجود نگرش منفی به کانال های غیررسمی، تنها این کانال ها را برای پیشبرد امور خود مفید می دانند. نکته مهم این است که نه تنها نگرش آنها در زمینه گسترش اختلاس و پارتی بازی در زمان حاضر منفی است، بلکه ارزیابی آنها از آینده نیز بدبینانه است.

هرچند داده های قابل اتکایی برای سنجش میزان ارتباط افراد با مراجع اقتدار<sup>13</sup> (مانند استانداری ها و فرمانداری ها، نمایندگان مجلس، نمایندگان شوراها، پلیس، ادارات دولتی و...) وجود ندارد، اما می توان با سنجش نگاه افراد جامعه به مقولاتی همچون شیوع پارتی بازی و امکان احقاق حق، درکی نسبی از نوع ارتباط افراد با مراجع اقتدار به دست آورد. روشن است که وقتی در جامع های افراد از کانال های رسمی برای ارتباط با مراجع اقتدار استفاده نمی کنند، تنها مسیر برای ارتباط برقرار کردن و پیشبرد امور خود، کانال های غیررسمی و غیراخلاقی است. سه جدول زیر، نگرش افراد را نسبت به استفاده از کانال های غیررسمی در آینده را نشان می دهد. در برخی پژوهش ها این موارد مورد بررسی قرار گرفته (جداول 9، 10 و 11)

• رفتارهای نوع دوستانه

این شاخص به دو زیر شاخص تقسیم می شوند که عبارت اند از: کمک به فقرا و مشارکت در فعالیت های مرتبط با منافع عمومی.

1- رفتارهای نوع دوستانه از نظر کمک به فقرا

در پژوهشی از افراد پرسیده شد که آنها چقدر در فعالیت های مربوط به جمع آوری اعانه برای فقرا شرکت می کنند؟ (جدول 12)

جدول 12: کمک به فقرا (14)

عنوان	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	هرگز
درصد میانگین	10/8	36/47	28	11/8	12/7

جدول 9: مسئله پارتی بازی تا چه اندازه در جامعه، جدی و مهم است؟ (22)

نگرش	درصد میانگین 28 استان
زیاد/خیلی زیاد/صد در صد	87
متوسط	8
کم/خیلی کم/هرگز	5

با توجه به جدول، نزدیک به 47 درصد از پاسخگویان در فعالیت های مربوط به جمع آوری اعانه برای فقرا شرکت می کنند که وضعیت متعادلی را در کمک به فقرا نشان می دهد.

## 2- رفتارهای نوع دوستانه از نظر شرکت در فعالیت‌های مرتبط با منافع عمومی

با وجود اینکه داده‌های قابل اتکایی برای سنجش رفتارهای نوع دوستانه در میان مردم وجود ندارد، اما برخی از پژوهش‌ها نشان‌دهنده تمایل نسبی بخش بزرگی از افراد جامعه برای شرکت در کارهای نوع دوستانه و مشارکت برای رفع مشکلات دیگران است (23 و 24). در این پژوهش‌ها از افراد سؤال شد که آنها فکر می‌کنند چند درصد از مردم در فعالیت‌های مرتبط با منافع عمومی، یعنی فعالیت‌هایی که سودی برای افراد ندارد، شرکت می‌کنند؟ (جدول 13)

جدول 13: شرکت در فعالیت‌های مرتبط با منافع عمومی (درصد) (23 و 24)

عنوان	-75	75-50	50-25	-0	میانگین
درصد	13/4	18/1	43/5	25	45/21
میانگین				100	

این جدول، نشان می‌دهد که بیش از 68 درصد افراد معتقدند که کمتر از 50 درصد مردم در فعالیت‌های مرتبط با منافع عمومی شرکت می‌کنند که نشان از نگرش منفی افراد به یکدیگر است.

### • مشارکت

به نظر محققان و صاحب‌نظران، مشارکت افراد در قالب شبکه‌های مشارکت مدنی، اقتصادی و سیاسی، پدیدآورنده و تجمیع‌کننده انرژی آن جامعه برای رشد، پیشرفت و ترقی است، زیرا تنها با گردهم آمدن و مشارکت گروهی است که خلاقیت و نوآوری ممکن می‌شود. می‌توان این شاخص را به دو گونه مشارکت سیاسی و مشارکت اجتماعی تقسیم کرد (25).

### 1- مشارکت سیاسی<sup>14</sup>

به‌رغم وجود داده‌های آماری در زمینه شرکت در انتخابات (که نمی‌توان آن را معیار کاملی برای «مشارکت» سیاسی دانست)، در زمینه تمایل افراد به مشارکت سیاسی، اعداد و ارقام اندکی موجود است. در یک پیمایش ملی، تنها یک پرسش به‌طور مستقیم در مورد اهمیت مشارکت سیاسی در نظر مردم مطرح شده است (جدول 14).

جدول 14: بررسی وضعیت نگرش نسبت به مهم‌ترین مسائل جامعه (درصد) (14)

عنوان	حفظ نظم و قانون (امنیت)	دخالت مردم در سیاست (مشارکت)	مقابله با تورم و گرانی (رفاه)	آزادی بیان و مطبوعات (آزادی)
به چهار مسئله در کشور اشاره می‌شود. به نظر شما کدام یک از آنها بیشترین اهمیت را دارد؟	46/2	8/4	31/5	13/9
به جز این موارد که ذکر شد، دومین مسئله از نظر اهمیت کدام است؟	29/4	14/5	39/8	16/2

مسئول معنی ندارد؛ امری که باعث تضعیف تمایل به مشارکت سیاسی می‌شود و کاهش منافع اخلاقی را در پی خواهد داشت (جدول 15).

داده‌های این پژوهش، نشان می‌دهد که نه فقط مشارکت سیاسی کمترین اهمیت را در اولویت اول مردم دارد، بلکه در میان دومین انتخاب هر فرد نیز آخرین انتخاب محسوب می‌شود. نکته دیگر در پژوهش‌ها این است که، اعتقاد به تساوی افراد در برابر قانون، زمینه لازم را برای مشارکت سیاسی افراد فراهم می‌کند. به نظر می‌رسد در نگرش شهروندان ایران، نوعی تصور منفی در زمینه اجرای برابر قانون وجود دارد، به گونه‌ای که به گمان بسیاری از شهروندان، اجرای قانون برای برخی از مقامات

می‌افتد مؤثر باشند، پاسخ افراد به این پرسش، در جدول زیر به نمایش درآمده است (جدول 16).

**جدول 16: باور به مؤثر بودن در تصمیم‌گیری‌ها (20)**

عنوان	خیلی زیاد	کم زیاد	خیلی کم	هرگز نمی‌دانم	درصد میانگین
	28/6	26/4	16/5	18/5	2/95

حدود 62 درصد افراد بر این باور بودند که کم/خیلی کم/هرگز در تصمیم‌گیری‌هایی که در اطراف آنها انجام می‌شود (شامل امور محلی و شهری) نقش دارند. جدول، نشان می‌دهد که اکثریت افراد پذیرفته‌اند که امور و روندهایی که در اطراف آنها اتفاق می‌افتد، از اراده آنها خارج است. با توجه به این موضوع، پرسش مهم این است که چرا شهروندان، خود را ناتوان در تأثیرگذاری بر تصمیماتی می‌بینند که در مجاورت آنها اتفاق می‌افتد؟ پاسخ به این پرسش از دو حالت خارج نیست: یا تمام وسایل برای مشارکت شهروندان در امور فراهم است، اما آنها عدم دخالت و عدم مشارکت را به‌عنوان امری مطلوب انتخاب کرده‌اند و یا آنها عدم مشارکت را نوعی ویژگی منفی تلقی می‌کنند، اما کانال‌هایی برای مشارکت بیشتر و تأثیرگذاری بر تصمیمات نمی‌یابند. بدین معنا، عدم مشارکت به‌نوعی بر آنها تحمیل شده است. در نظرسنجی زیر از افراد پرسیده شده که «آیا به نظر آنان، ضرورتی برای افزایش نقش شهروندان در اداره بهتر شهر وجود دارد؟»

**جدول 17: ضرورت افزایش نقش شهروندان در اداره بهتر شهر (درصد) (28)**

عنوان	خیلی زیاد	کم زیاد	خیلی کم	هرگز نمی‌دانم	درصد میانگین
	30	36	5	14	8

66 درصد افراد بر این باورند که «افزایش نقش شهروندان در اداره بهتر شهر» زیاد و بسیار زیاد ضروری است. بنابراین،

**جدول 15: بعضی‌ها معتقدند در جامعه ما، قانون در مورد مسئولین و مردم به یکسان اجرا می‌شود؟ شما با این نظر بیشتر موافقید یا مخالف؟ (درصد) (16 و 14)**

نگرش	درصد میانگین 28 استان
صددرد مخالف/مخالف	55/5
مردد	16/2
موافق/صددرد موافق	28/3

شهروندانی که در تجربیات روزمره خود، تبعیض در اجرای قانون در برابر دولتمردان و یا نیروهای نظامی و انتظامی را مشاهده می‌کنند، به شکل تدریجی ارزش درونی هنجار قانون‌گرایی در ذهن آنها کاهش و دامنه بی‌هنجاری به قوانین متعدد (مدنی، جزایی و...) گسترش پیدا می‌کند (26)

### ۱. مشارکت اجتماعی<sup>15</sup>

مشارکت اجتماعی هم می‌تواند غیررسمی باشد (مانند افرادی که در همسایگی هم زندگی می‌کنند و در فعالیتی بین خود مشارکت می‌کنند، بازی‌های گروهی و مهمانی‌های دوستانه مانند برگزاری جشن تولد) هم می‌تواند رسمی باشد (مانند عضویت در نهادهای). به نظر می‌رسد کیفیت مشارکت رسمی اجتماعی، به دلیل تأثیر آن بر محیط اجتماعی بزرگ‌تر، دارای پیامدهای بیشتری برای محیط اقتصادی باشد. محققان و صاحب‌نظران معتقد هستند که انجمن‌های داوطلبانه و غیر انحصاری که ویژگی‌شان سطح بالای تعامل رودرروست، در چرخه مطبوع اعتماد درگیرند، زیرا عادت‌های همکاری، همبستگی و همدلی عمومی را تلقین می‌کنند و مهارت‌های لازم برای فعالیت پویاتر و خلاقانه‌تر افراد در حوزه‌های مختلف جامعه را افزایش می‌دهند (27). در این بخش، شاخص مشارکت اجتماعی به چند زیر شاخص تقسیم شده است: باور به نقش داشتن در تصمیم‌گیری‌ها، تمایل به سرمایه‌گذاری به‌صورت فردی یا جمعی و عضویت در نهادهای مدنی.

○ باور افراد به اینکه در تصمیم‌گیری‌ها، نقش دارند در پژوهشی از افراد سؤال شد که تا چه اندازه بر این باورند که آنها می‌توانند در فرآیند تصمیم‌گیری‌هایی که در اطرافشان اتفاق

○ عضویت در نهادهای مدنی

جدول 19: میزان همکاری و عضویت در نهادهای مدنی (14)

ردیف	همکاری با نهادهای مدنی		عضویت	
	ندارد	دارد	ندارد	دارد
1	79/4	20/6	90/5	9/5
2	61/2	38/8	77/7	22/3
3	76	24	81/7	18/3
4	71/3	28/7	88/1	11/9
5	93/4	6/6	95/7	3/4
6	95/2	4/8	97/2	2/8
7	97/9	2/1	98/7	1/3
8	77/7	22/3	80/3	19/7
9	96/4	3/6	98	2
10	93/2	6/8	94/9	5/1

براساس یافته‌های برخی پژوهش‌ها (جدول 19)، میزان همکاری 55/2 درصد افراد با نهادهای مدنی کم، 33 درصد متوسط و 11/8 درصد زیاد بوده است. بر اساس این جدول، تنها 12 درصد جامعه را می‌توان در زمره کسانی قرار داد که عضویت آنها در نهادهای مدنی زیاد است. البته همین میزان نیز نشان‌دهنده کمیت عضویت است و کیفیت عضویت را نشان نمی‌دهد.

محیط کسب و کار ایران

داده‌های پژوهش‌های موجود بیانگر آن است که ایران از 10 شاخص انجام کسب و کار، در 4 شاخص رتبه 150 و بالاتر، در 3 شاخص رتبه بالاتر از 125، در 2 شاخص رتبه بالاتر از 80 و تنها در 1 شاخص رتبه بالاتر از 50 دارد. در مجموع، ایران در هیچ‌کدام از شاخص‌های انجام کسب و کار دارای رتبه مطلوبی نیست (30 و 31). نگاهی به داده‌های سری زمانی از سال 2011 تا 2014 نیز نشان‌دهنده نزول شاخص‌های محیط کسب و کار در ایران دارد.

می‌توان با توجه به این جدول، به پرسش قبلی چنین پاسخ داد که شهروندان جامعه (حداقل جمعیت نمونه آماری) بر این باورند که عدم مشارکت، امری نامطلوب است و نقش شهروندان در اداره بهتر شهر باید افزایش یابد، اما کانال‌ها و مجاری مؤثری برای اعمال این نقش و عملی کردن این باور پیدا نمی‌کنند.

○ تمایل افراد به سرمایه‌گذاری به صورت فردی یا جمعی

در پژوهشی از افراد پرسیده شد که اگر آنها مبلغ قابل توجهی پول داشته باشند و بخواهند پولشان را از طریق خرید یک‌خانه سرمایه‌گذاری کنند، کدام یک از این دو راه را انتخاب می‌کنند: الف) یک‌خانه 200 متری را به‌تنهایی بخرند یا ب) یک‌خانه 600 متری را با شراکت با افراد دیگر بخرند؟ پاسخ افراد در جدول زیر نشان داده شده است. (جدول 18).

جدول 18: تمایل به سرمایه‌گذاری به صورت فردی یا جمعی (20)

عنوان	انتخاب گزینه الف (تعداد)		انتخاب گزینه ب (تعداد)		میانگین
	الف	الف (درصد)	ب	ب (درصد)	
تعداد و درصد پاسخ‌ها	3085	89	381	11	1/11

بیشتر افراد (89 درصد) بر این باورند که در صورت امکان سرمایه‌گذاری در مسکن، حتی با وجود کسب سود بیشتر به صورت اشتراکی، باز هم به صورت فردی سرمایه‌گذاری می‌کنند. این تمایل روانی افراد به کار کردن و سرمایه‌گذاری به صورت فردی، اساس نگرش جمعی و کار کردن در قالب شبکه‌های اجتماعی و بروز خلاقیت و نوآوری در محیط کسب و کار را تضعیف می‌کند (29).

شدید (نسبت به بنگاه‌داران و تجار و بازاریان) تا اعتماد کامل (به معلمان و استادان دانشگاه) را در برمی‌گیرد. مجموعه داده‌های مربوط به اعتماد، زمانی نگران‌کننده می‌شوند که به داده‌های مربوط به باور مردم با افت ارزش‌های اجتماعی و گسترش ضد ارزش‌ها در جامعه مراجعه کرد. در کنار هم قرار گرفتن این دو مجموعه ارقام، به‌روشنی از وجود بی‌اعتمادی گسترده در جامعه حکایت می‌کند. شاخص روابط اجتماعی نیز از وضعیت خوبی در ایران برخوردار نیست. به گفته شهروندان، در تماس بودن با دیگران را امری مطلوب نمی‌دانند. حدود 70 درصد شهروندان دارای ارتباطات اجتماعی و اخلاقی ضعیفی هستند که این امر به افت شدید سرمایه اجتماعی در این شهرها منجر شده است. رفتارهای نوع‌دوستانه، به‌عنوان سومین شاخص سرمایه اجتماعی، از وضعیت خوبی برخوردار نیست. بیش از 92 درصد مردم خیلی کم در فعالیت‌های نوع‌دوستانه شرکت می‌کنند. سرمایه اجتماعی، کالایی است عمومی که با فعالیت‌های نوع‌دوستانه افراد در مجامع عمومی تولید و تقویت می‌شود. باوجود اینکه در فرهنگ ایرانی، پیام‌های اخلاقی زیادی درباره تشویق افراد به شرکت در فعالیت‌های نوع‌دوستانه، وجود دارد، اما آمارهای موجود حکایت از ضعف شدید این جنبه از سرمایه اجتماعی در ایران دارد. در مورد مشارکت اجتماعی نیز نتیجه به دست آمد که سطح مشارکت اجتماعی بسیار پایین است. به‌رغم میل شدید افراد به مشارکت، اکثریت افراد بر این باورند که نقش کمی در تصمیم‌گیری‌ها دارند یا اصلاً نقشی ندارند. نهادهای مدنی مدرن نیز چندان مورد توجه مردم قرار نگرفته‌اند. نکته مهم، قرار گرفتن احزاب و گروه‌های سیاسی در مرتبه آخر است. این به معنای تشکل‌گریزی جامعه در ایران است. بر اساس یافته‌های پژوهش، میان وضعیت شاخص‌های سرمایه اجتماعی و هنجارهای اخلاقی و وضعیت محیط کسب‌وکار رابطه همبستگی مستقیم وجود دارد. بدین ترتیب می‌توان انتظار داشت که محیط کسب‌وکار نیز دارای وضعیت نامناسبی باشد. داده‌ها نشان می‌دهند که کشور ما نه تنها در هیچ‌کدام از شاخص‌های محیط کسب‌وکار جایگاه مناسبی ندارد، بلکه در این اواخر نیز تقریباً اغلب این شاخص‌ها با افول رتبه مواجه شده و وضعیت

جدول 20: رتبه ایران در شاخص سهولت کسب‌وکار و نماترهای آن در سال‌های اخیر (32)

سال	2014	2013	2012	2011
شروع کسب‌وکار	107	87	50	43
کسب مجوز ساخت‌وساز	169	166	166	162
دسترسی به انرژی الکتریکی	169	163	164	-
ثبت مالکیت	168	165	165	159
دریافت اعتبار	86	83	97	96
حمایت از سهام‌داران خرد	147	150	167	166
پرداخت مالیات	139	129	125	118
تجارت خارجی	153	143	139	131
اجرای قراردادهای حل‌وفصل ورشکستگی	51	53	54	48
رتبه کلی	129	126	125	117
تعداد کشورها	152	145	144	140
	189	185	183	183

## نتیجه‌گیری

در مجموع، مرور پژوهش‌های موجود در این زمینه همگی از سطح نازل عوامل حکایت می‌کند که در این تحقیق، به‌عنوان شاخص‌های سرمایه اجتماعی معرفی شده بودند و خود سطح پایین ناهنجاری‌های اخلاقی را رقم خواهند زد. این داده‌ها در گزارش‌های برخی مؤسسات بین‌المللی نیز تأیید شده است. مؤسسه لگاتوم در گزارش خود در مورد وضعیت جهانی کامیابی، ایران را از نظر سرمایه اجتماعی و ناهنجاری‌های اخلاقی در میان 142 کشور در سال 1388 در رتبه 120 قرار داده است. در گزارش سال 1392 این مؤسسه، ایران در منطقه قرمز رنگ یعنی منطقه کشور‌های دارای سرمایه اجتماعی اندک قرار گرفته است. بررسی ما نشان داد که هرچند هنوز حوزه‌های اجتماعی را می‌توان یافت (مانند درون خانواده) که در آنها شاخص اعتماد دارای وضعیت مطلوبی است، اما به محض خارج شدن از حوزه خانواده، با افت شدید اعتماد روبرو هستیم که نشان از کاهش ذخایر سرمایه اجتماعی و اخلاقی است. همچنین مشاهده شد که اعتماد مردم به گروه‌های مختلف اجتماعی طیف بسیار گسترده‌ای را شامل می‌شود و به صورت نسبی از بی‌اعتمادی

## منابع

- Jain TR, Mukesh T, Ranjun T. (2010). Business environment. Delhi: V.K. Rnterprises. Pp. 15-27.
- Putnam RD, Bowling A. (2000). The collapses and revival of American community. New York: Simon and Schuster. Pp.26-28.
- Klein J, Lambertz C, Stahl O. (2013). Adverse selection and moral hazard in anonymous markets. ZEW Discussion Papers; (9): 13-050.
- Attallahi A. (2015). Relationship between maral intelligence and social capital. Ethics in Science & Technology; 10(3):29-41. (In Persian).
- Das TK, Teng BS. (2001). Trust, control and risk in strategic alliances: an integrated framework. Organization Studies; 22(2).
- Child J, Mollering G. (2003). Contextual confidence and active trust development in the Chinese business environment. Organization Science; 14(1): 20-22.
- Wolleb G. (2008). Introduction: social capital and economic development. In: Dario C, Van Deth JW. (eds.).The handbook of social capital. New York: Oxford University Press. Pp.30-33.
- Swain N. (2003). Social capital and its uses. European Journal of Sociology; 44(02).
- Putnam R. (2001). Democracy and civil traditions, translated by: MT Delightful. Malaysia: Salam Publications. p.38.
- Deirdre C. (2007). Social capital and job creation in rural Europe. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. p. 45-46.
- Raju K. (2013). Anti-competitive effects on intellectual property rights: emerging jurisprudence and lessons for India. Journal of Intellectual Property Law; 18(2).
- Deth W, Van. (2008). Measuring social Capital. In: Dario C, Van Deth JW. (eds.). The handbook of social capital. New York: Oxford University Press. P.89.91.
- William K, Akhilesh K, Verma k, Franco V, Giuliano F. (2013). Influence of epicentral distance on local seismic response in Kolkata city, India. Journal of Earth System Science; 10(1007):12.

محیط کسب و کار در کشور بدتر شده است. این داده‌ها نشان می‌دهند که نهادهای دولتی باید به سرعت در زمینه بهبود محیط کسب و کار اقدام کنند. توضیح اینکه هرچند تحقیق حاضر، تحقیق علی نیست؛ اما بر اساس یافته‌ها می‌توان گفت که نامناسب بودن وضعیت متغیر سرمایه اجتماعی و اخلاقی و متغیر محیط کسب و کار، نشان‌دهنده وجود رابطه (مستقیم یا غیرمستقیم) میان این متغیرها است.

## ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاقی امانت‌داری علمی رعایت و حق معنوی مؤلفین آثار محترم شمرده شده است.

## واژه‌نامه

1. Social Capital	سرمایه اجتماعی
2. Confidence	اعتماد
3. Norms	هنجارها
4. Moral Obligations	الزامات اخلاقی
5. Social Networks	شبکه‌های اجتماعی
6. Civil Partnership	همکاری‌های مدنی
7. Ethical Norms	هنجارهای اخلاقی
8. Business Environment	محیط کسب و کار
9. Social Cohesion	انسجام اجتماعی
10. National Solidarity	همبستگی ملی
11. The Attitude of Citizens	نگرش شهروندان
<b>12. Community Relations</b>	روابط اجتماعی
<b>13. References Authority</b>	مراجع اقتدار
<b>14. Political Participation</b>	مشارکت سیاسی
15. Social Participation	مشارکت اجتماعی

24. Shiani M, Mousavi M, Ghahfarokhi S. (2010). Social capital of young people in Iran. *Iranian Journal of Sociology*; 1(3). (In Persian).
25. Huck S, Gabriele L. (2012). Competition fosters trust. *Games and Economic Behavior*; 76(1): 195-209.
26. Renani M, Moayedfar R. (2012). Moral decay cycles and economic (and social capital development in Iran). Tehran: New Deal. Pp.60-65. (In Persian).
27. Aviva A, Einav L, Finkelstein A. (2012). Moral hazard in health insurance: how important is forward looking behavior? *National Bureau of Economic Research*. p.34.
28. Opinion Polls Center of Iranian Students . (2007). Studying the tendency of citizens to participate in elections. Tehran: Ayspa Publication. Pp. 3-10. (In Persian).
29. Hamilton Gary G. (1998). Patterns of Asian network capitalism: the cases of Taiwan and South Korea. In: Mark FW. (ed.). *Networks, markets and the Pacific Rim*. New York: Oxford University Press. Pp.30-48.
30. Kianpoor S. (2015). Property rights and its ethical implications. *Ethics in Science & Technology*; 10(3):9-19. (In Persian).
31. Kianpoor S. (2014). Bilaterally effect of ethic and business environment on economic development. *Ethics in Science & Technology*; 9(2):21-30. (In Persian).
32. Kianpoor S, Tavalae R. (2014). Measuring and improving the business environment. 1<sup>st</sup> Ed. Tehran: Hegmataneh Press. Pp. 50-110. (In Persian).
14. Kheirkhahan J. (2014). Examines the role of social capital in improving the business environment. *Majlis Research Center*; (14037):22-27. (In Persian).
15. Sobhaninejad M, Feli J, Ghobadi M. (2011). Iranian study of social trust to businesses and guilds country, community, cultural studies. *Institute for Humanities and Cultural Studies*; 1(1, 2). (In Persian).
16. Office National Plans. (2004). values and attitudes of Iranians: the national report, the second wave. Iran: The Ministry of Culture and Islamic Guidance .p.115-117. (In Persian).
17. Pakseresht S. (2016). Social capital in Iran, the challenges and strategies. Iran: Forthcoming. (In Persian).
18. Karimi S. (2005). Sensing hope for the political future. Tehran: The Iranian Students Polling Center (Ayspa). Pp.45-50. (In Persian).
19. Castillo M, Marco B, Petrie V. (2013). Gender differences in bargaining outcomes: A field experiment on discrimination. *Journal of Public Economics*; 99: 35-48.
20. Athar S. (2013). Introduction to the theoretical foundations of social capital (social capital status in Iran). Iran: Yazd University Press. Pp.17-20. (In Persian).
21. Ghahari H, Kalantari M, Ghezlbash S. (2014). The social situation in the province, *Social Welfare*; 3(51). (In Persian).
22. National Plan Office. (2002). Iranian values and attitudes, the national report, the ministry of culture. Tehran: National Publications. Pp.34-38. (In Persian).
23. Shiani M, Mousavi M. (2012). Situational analysis of social capital in the city of Kerman. *Social Welfare*; 11(41). (In Persian).