

رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش

در یک شرکت بیمه دولتی

خدایار ایبلی¹

تاریخ دریافت مقاله: 1390/10/20

مجتبی زارع خلیلی²

تاریخ پذیرش مقاله: 1391/06/11

چکیده

باتوجه به اهمیت سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش، این تحقیق به منظور مطالعه رابطه سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در یک شرکت بیمه‌ای به روش توصیفی - همبستگی انجام گرفت. جهت جمع‌آوری داده‌های مربوط به سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش از پرسش‌نامه‌های محقق‌ساخته استفاده شده است که روایی آنها توسط استادان مجرب در این زمینه تأیید شد و به‌علاوه پایایی آنها از طریق ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب 0/84 و 0/80 به‌دست‌آمد. جهت تحلیل داده‌ها از آزمون‌های همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده گردید. نتایج آزمون همبستگی پیرسون حاکی از آن بود که بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به‌علاوه نتایج آزمون همبستگی نشان داد که تمامی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با مدیریت دانش، رابطه مثبت و معناداری دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نیز حاکی از آن بود که از بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، چهار بعد شبکه‌ها، اعتماد، روابط و فهم متقابل به عنوان متغیرهای پیش‌بین، معیار ورود به معادله نهایی رگرسیون برای توضیح تغییرات مدیریت دانش (متغیر ملاک)، را دارند و مؤلفه‌های تعهد، ارزش‌ها و همکاری به دلیل نداشتن سهم معنادار در پیش‌بینی مدیریت دانش از معادله حذف شدند.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش، شرکت بیمه

1. دانشیار دانشگاه تهران
(Email: Khoabli@ut.ac.ir)

2. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

(Email: m.mojtaba1381@gmail.com)

1. مقدمه

در حال حاضر صنعت بیمه به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه‌یافتگی، از سویی به عنوان یکی از نهادهای عمده اقتصادی مطرح است و از دیگر سوی فعالیت‌های سازمان‌ها و شرکت‌های دیگر را پشتیبانی می‌کند. به عبارت دیگر صنعت بیمه با گردآوری حق بیمه‌های دریافتی در توسعه اقتصادی دارای نقش اساسی و حیاتی است که با ایجاد امنیت و اطمینان برای فعالیت‌های خدماتی، تولیدی و... در جامعه روند سازندگی، پیشرفت و ترقی را تسهیل می‌کند. علاوه بر ضرورت و اهمیت صنعت بیمه در فعالیت‌های اقتصادی، به علت گسترش دفاتر و شرکت‌های بیمه‌ای در کشور، رقابت در این صنعت روز به روز شدیدتر و سخت‌تر می‌شود، در این وضعیت همه سازمان‌ها از جمله شرکت‌های بیمه‌ای باید برای کسب بالاترین میزان بهره‌وری، بیشترین استفاده خود را از منابع دانشی موجود و همچنین اداره مدیریت دانش به نحو مطلوب به عمل آورند. بنابراین باید عنوان کرد که تغییر سریع ذائقه مشتریان، نیاز به ارائه محصولات جدید، عدم اطمینان از آینده و چالش بازاریابی و مسائلی از این دست باعث شد بسیاری از شرکت‌های بیمه برای حفظ بقا و ماندن در میدان رقابت، استراتژی‌های به کارگیری مدیریت دانش را به عنوان راهبرد اصلی خود انتخاب کنند.

البته اثربخشی سیستم مدیریت دانش و به کارگیری موفقیت‌آمیز سرمایه‌های دانشی در تمامی شرکت‌ها از جمله شرکت‌های بیمه‌ای نیز بستگی به توانایی‌های شرکت‌ها در ایجاد شبکه‌های ارتباطی مؤثر برای تسهیم و کاربرد دانش خلق‌شده در این شرکت‌ها دارد، زیرا در صورت عدم وجود شبکه‌های ارتباطی هماهنگ و یکپارچه، اجرای فرایندهای سیستم مدیریت دانش در سازمان دچار اختلال شده و باعث انحراف سازمان از اهدافش می‌شود. از این رو شرکت‌ها و سازمان‌های بیمه‌ای که خواهان ایجاد یا حفظ مزیت رقابتی‌اند، ملزم به توسعه و گسترش منابع دانشی خود در تمام فعالیت‌های سازمان و همچنین عوامل تسهیل و تسریع این منابع دانشی از جمله سرمایه اجتماعی هستند.

2. سرمایه اجتماعی سازمانی

از دوران گذشته توجه به سازمان‌ها به عنوان بازیگران اجتماعی و نیز دقت صاحب‌نظران به نیازها و مسائل اجتماعی مرتبط با سازمان، زمینه مساعدی را برای گسترش مفهوم سرمایه اجتماعی در حیطه سازمان ایجاد نموده است (قلی‌پور، 1387). سرمایه اجتماعی سازمانی دوران طفولیت خود را به سر می‌برد. اگر چه فاکتورهای گوناگون سرمایه اجتماعی در تئوری‌های سازمانی برای مدت زمان طولانی وجود داشته، اما این مفهوم اخیراً در تجزیه و تحلیل سازمانی وارد شده است (Timberlake, 2005).

سرمایه اجتماعی سازمانی، یک دارایی است که هم برای سازمان (از طریق ایجاد ارزش برای ذی‌نفعان) و هم برای اعضای سازمان (از طریق ارتقای مهارت کارکنان) مفید و سودمند است (Leana & Van Buren, 1999).

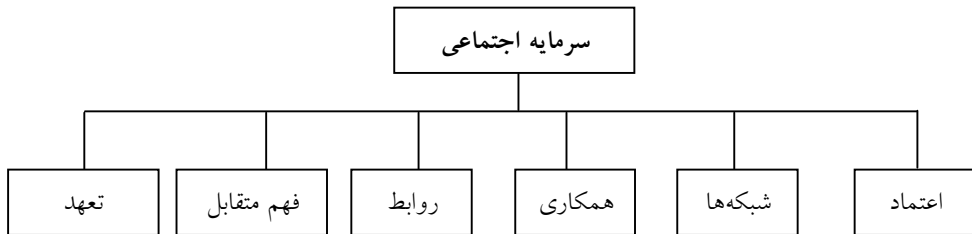
به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی سازمانی ناظر بر بعد غیر رسمی سازمانی که مبتنی بر شبکه‌های ارتباطی سازمانی است و همچنین اعتماد متقابل (مکمل بعد رسمی سازمان) است.

3. ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه ویلانوا و جوسا¹

ویلانووا و جوسا سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای مدیریتی در نظر گرفته‌اند که شامل هفت مؤلفه است: اعتماد (هنجارها)، ارزش‌های مشترک، روابط، همکاری، تعهد متقابل، فهم متقابل و شبکه‌ها. سرمایه اجتماعی به این ابعاد متکی است و بدون وجود حتی یکی از این ابعاد نیز قابل تصور نمی‌باشد.

1. Vilanova and Josa, 2003

شکل 1. ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه ویلانوا و جوسا



- **شبکه‌ها:** یکی از جنبه‌های بسیار مهم سرمایه اجتماعی که در این مقاله مطرح است، عضویت در شبکه‌هاست. شبکه‌ها در توسعه هویت و خودباوری فرد بسیار مهم هستند. از طریق شبکه‌هاست که افراد ارتباطات خود را با دیگران ایجاد می‌کنند. پیامدهای مهمی در پیوستن به یک شبکه به خصوص برای تازه‌واردان در سازمان وجود دارد. از طریق عضویت در شبکه‌های اجتماعی و سازمانی است که کارکنان می‌توانند احترام همکاران و هم قطاران خود را به دست آورند. شبکه‌ها تعهد و وفاداری بین اعضا و حمایت سازمانی را به وجود می‌آورند (حسن پور و نیاکان، 1386).

- **اعتماد:** اعتماد انتظار رفتار منظم، صادقانه و همکارانه از دیگر افراد است که در یک اجتماع بر اساس هنجارها نمود پیدا می‌کند. در یک محیط پویا با اطلاعات ناقص، اعتماد برابر با زمینه اولیه صداقت، تمایل به ریسک‌پذیری، همکاری و تلاش در جهت اهداف و تمایلات گروه است (Weber and Weber, 2007). هنگامی که روابط شخصی یا نهادی از اعتماد بالایی برخوردار باشد، افراد عموماً تمایل دارند در تبادلات اجتماعی مشارکت و به طور مشخص همکاری کنند، اعتماد با افزایش تعاملات، کاهش هزینه کنترل، کاهش فرصت‌طلبی، عملکرد سازمانی را بهبود می‌بخشد (Pors, 2007). تمایل به همکاری متقابل، احتمال رفتارهای سودجویانه و انگیزه‌های منفی در سازمان را کاهش می‌دهد و هرچه قدر میزان اعتماد افزایش یابد، تمایل به راه‌حل‌های همکارانه بیشتر می‌شود (شریفیان ثانی، 1380).

- **ارزش‌ها:** بر طبق این رویکرد سرمایه اجتماعی یک پدیده ذهنی است که از

مجموعه‌ای از ارزش‌ها و نگرش‌های مؤثر یا تعیین‌کننده افراد در مورد نحوه ایجاد ارتباط با همدیگر تشکیل شده است. به این ترتیب، سرمایه اجتماعی بر آن ارزش‌ها و نگرش‌های فرهنگی تأکید می‌کند که افراد را به همکاری، تفاهم و همدلی با یکدیگر متمایل می‌سازد. همچنین موجب پیوند اعضای سازمان به همدیگر می‌شود و افراد را از محاسبه‌گران خودخواه و خودپرست و دارای وجدان اجتماعی و حس تعهد متقابل ضعیف، به اعضای اجتماعی که دارای منافع و تصورات مشترک درباره روابط اجتماعی و حس مشترک‌اند، تغییر می‌دهد (نیوتن، 1387).

- روابط: منظور از روابط، ارتباطات میان دو شخص یا دو گروه است که می‌تواند صورت‌های گوناگونی چون همکاری، مبادله، وصلت و دوستی به خود بگیرد. وجود روابط عاطفی فراگیر در ساختاردهی سازمان به کارکنان اجازه می‌دهد به ارزش‌ها و توانمندی‌های سازمانی به شیوه‌های سازمان‌یافته پاسخ دهند (منوریان، عسگری و آشنا، 1386). روابط اجتماعی، ایجادکننده کانال‌های اطلاعاتی هستند که میزان زمان و سرمایه‌گذاری مورد نیاز را برای گردآوری اطلاعات کاهش می‌دهند (دموری، منصور و طاهری، 1387).

- همکاری: بیانگر یک عمل جمعی است که اعضای سازمان با دیگران در جامعه یا گروه خود در موارد مشترک اقدام می‌نمایند (محمدی، 1384). همکاری منجر به تبادل دانش قوی‌تر، بازتر و واقعی‌تر می‌شود. او شرح می‌دهد دانش در حضور تناسب کوششی توسعه می‌یابد، تبادلی که در آن کارایی عملکرد گروهی افزایش می‌یابد (امینی، 1386).

- تعهد: تعهد را می‌توان اصولاً به پیوند روانی فرد یا گروه به سازمان تعریف کرد که در آن احساس درگیر بودن شغلی، وفاداری و باور به ارزش‌های سازمان جای دارد. این جنبه از سرمایه اجتماعی شامل تصور برگه‌های اعتباری می‌باشد که از انتظارات و تعهدات متقابل ناشی شده است. برای این شکل از سرمایه اجتماعی، دو عنصر بسیار حیاتی هستند: سطح اعتماد و محیط اجتماعی که بازپرداخت تعهدات و گسترش میزان

واقعی تعهداتی که بر عهده گرفته شده است را تضمین می‌کند. همچنین تلافی تعهدات و انتظارات به‌طور کلی، احساس ارزش‌های مشترک و احساس هویت مشترک را بازتاب می‌نماید. گسترش واقعی تعهدات همچنین به وسیله تعدادی عوامل از قبیل نیاز افراد به کمک تحت تأثیر قرار خواهد گرفت. بنابراین می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی مکانیسمی را برای بررسی و تأیید انتظارات فراهم می‌کند (Spellerberg, 2001).

- فهم متقابل: همدلی یا فهم متقابل را به عنوان وحدت دل‌ها هم آورده‌اند، اما بیشتر منظور، پیدا کردن حس مشترک است. فهم متقابل یعنی اینکه فرد بتواند زندگی دیگران را حتی در زمانی که در آن شرایط قرار ندارد، درک کند. فهم متقابل به فرد کمک می‌کند تا بتواند انسان دیگر را حتی وقتی با آنها متفاوت است، بپذیرد و به آنها احترام بگذارد. فهم متقابل، روابط اجتماعی را بهبود می‌بخشد و به ایجاد رفتارهای حمایت‌کننده و پذیرنده، نسبت به انسان‌های دیگر منجر می‌شود. مهارت‌های مذکور سبب ایجاد دوستی مقابل بین اعضای سازمان می‌شود و سبب توسعه و بهبود روابط اجتماعی می‌گردد، به‌طوری‌که پیوندهای بین اعضا در این شبکه قوی‌تر می‌شود (صیادی، 1388).

به‌طور کلی سرمایه اجتماعی به این ویژگی‌ها (اعتماد، ارزش، روابط، همکاری، تعهد متقابل، فهم متقابل و شبکه‌ها) متکی است. سرمایه اجتماعی حتی بدون یکی از این ویژگی‌ها و مشخصات نمی‌تواند وجود داشته باشد. بنابراین با توجه به ماهیت سرمایه اجتماعی و اینکه تأکید اصلی آن بر روی اعتماد، ارتباطات و شبکه‌های سازمانی متمرکز است، می‌تواند در سازمان‌ها با خلق فرصت‌ها و موقعیت‌های رقابتی و ریسک‌پذیر، موجب بروز و شکل‌گیری عملکرد نوآورانه در سازمان و همچنین افراد شود. به عبارت دیگر با افزایش ارتباطات و پیوندهای اثربخش - سرمایه اجتماعی - در سازمان، نوعی تلافی افکار و ایده‌ها و همچنین اعتماد همه جانبه به‌وجود می‌آید که این به نوبه خود خلق و تسهیم دانش در سازمان را تسریع و تسهیل می‌کند.

4. مدیریت دانش

مدیریت دانش اصطلاح تازه‌ای است که جایگاه مهمی در نظریه و علم مدیریت پیدا کرده است. این مفهوم برای توصیف فراگردهایی مورد استفاده قرار می‌گیرد که از طریق آنها سازمان‌ها برای رسیدن به برتری رقابتی به تولید و سازماندهی دانش پرداخته و آن را در دسترس همه کارکنان قرار می‌دهند. به عبارت دیگر در حال حاضر مدیریت دانش به طور فزاینده‌ای به عنوان عنصری مهم و حیاتی در استراتژی سازمان‌ها در نظر گرفته می‌شود و سازمان‌هایی که به طور موفقیت‌آمیزی تسهیم دانش را در بین کارکنان خود تشویق می‌کنند، بهبود عملکرد سازمانی خود را تضمین می‌کنند (Ingram and Argote, 2000).

بنابراین همان‌طور که ملاحظه می‌کنید، مدیریت دانش فرایندهای متنوع و متفاوتی از قبیل: تولید دانش جدید، دستیابی به دانش از منابع خارجی، ارائه دانش در اسناد و پایگاه‌های داده‌ها، گنجاندن دانش در فرایندها، محصولات و خدمات، انتقال دانش موجود در سراسر سازمان، استفاده از دانش در دسترس برای تصمیم‌گیری، تسهیل رشد دانش از طریق فرهنگ و محرک‌ها، ارزیابی ارزش دارایی‌های دانشی و اثرات مدیریت دانش را در برمی‌گیرد (Rowley, 1999).

1-4. فرایند مدیریت دانش

نیومن (1999) در مدل عمومی دانش، جریان دانش را در چهار فعالیت عمده سازمان نشان می‌دهد که فعالیت‌های عمده اشاره شده عبارت‌اند از: خلق و اکتساب دانش؛ سازماندهی و ذخیره دانش؛ تسهیم و انتقال دانش؛ به‌کارگیری دانش (اکبرپور و کاظمی، 1386):

- **خلق دانش¹**: ایجاد و خلق دانش به توانایی سازمان به منظور ایجاد و خلق راه حل‌ها و ایده‌های کارآمد و جدید اشاره دارد. از طریق شکل‌دهی و ترکیب مجدد دانش جدید با دانش گذشته، سازمان قادر خواهد بود مفاهیم و واقعیت‌های جدیدی را خلق نماید

(Bhatt, 2001).

- **ذخیره دانش¹**: این مرحله مشتمل بر تبدیل نمودن دانش به شکل قابل فهم برای ماشین به منظور استفاده آتی از آن می‌باشد. به‌طورکلی این مرحله به مستندسازی دانش جدید و ذخیره سازی آن اشاره داشته و به گونه‌ای است که کلیه ذی‌نفعان بتوانند به سادگی از این دانش بهره گیرند (طالبی، محمودی و رحیمی، 1386).

- **تسهیم دانش²**: تسهیم دانش و تجربه به مثابه اساسی‌ترین کارکرد مدیریت دانش است (نعمتی و جمشیدی، 1386). در این مرحله تعاملات و ارتباطات متعدد و مستمر بین تکنولوژی و فنون و مهارت‌های افراد لازم است تا سازمان بتواند به صورت اثر بخشی دانش را گسترش دهد (Lin and Lee, 2006).

- **به‌کارگیری دانش**: به‌طورکلی دانش سازمانی باید در جهت محصولات، خدمات و فرایند سازمانی به‌کار گرفته شود. اگر سازمانی به راحتی نتواند شکل صحیح دانش را در جای مناسب آن مشخص نماید در عرصه‌های رقابتی با مشکل مواجه خواهد شد.

در حال حاضر سازمان‌هایی که قادر هستند به‌طور طبیعی منابع دانش را اداره کنند، اغلب نسبت به سازمان‌های دیگر که در اداره مدیریت دانش حرفه‌ای نیستند دارای یک مزیت رقابتی می‌باشند (Nahapiet and Ghoshal, 1998). انتقال اطلاعات و دانش در سطح کلان و خرد بین افراد و سازمان‌ها بستگی به افرادی دارد که این انتقال را تسهیل و تسریع می‌کنند. در نتیجه تمام عواملی که مشوق ارتباط بین فردی یا مانع آن باشند، بر مبادلات اطلاعاتی افراد نیز تأثیرگذار خواهند بود (Hoffman, Hoelscher and Sherif al, 2005). بنابراین چنانچه سازمانی بتواند هر چه بیشتر تعاملات اثربخش را در میان کارکنان خویش در داخل گروه‌ها و واحدهای سازمانی افزایش دهد، بیشتر می‌تواند نسبت به اثربخشی مبادلات اطلاعاتی میان افراد خویش و در نتیجه، مدیریت اثربخش دانش سازمانی اطمینان حاصل کند (Bhatt, 2001). بنابراین به طور نظری می‌توان استدلال کرد که

-
1. Store Of Knowledge
 2. Knowledge Sharing

سرمایه اجتماعی می‌تواند توانایی سازمان برای اداره دانش را افزایش دهد، زیرا سرمایه اجتماعی ظرفیت‌هایی را برای ایجاد تنوع در کارها ایجاد می‌کند (Nahapiet and Ghoshal, 1998). وجود سرمایه اجتماعی همچنین می‌تواند جذب دانش، تهیه و تدوین دانش و انتقال آن را افزایش دهد. سرمایه اجتماعی، این فرایندهای مدیریت دانش را افزایش می‌دهد، زیرا به سازمان‌ها در ترکیب و تبادل منابع، تشویق رفتارهای تعاونی، فعالیت‌های جمعی اثربخش‌تر کمک می‌کند و این اقدامات خود اساسی برای به‌کارگیری مدیریت دانش در سازمان‌ها است (Hoffman, Hoelscher and Sherif 2005). البته علاوه بر مبانی نظری اشاره‌شده در زمینه ارتباط بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش، یافته‌های تحقیقات نیز از آن حمایت می‌کند. هلنا و همکاران¹ در پژوهش خود تحت عنوان «سرمایه اجتماعی، اکتساب دانش و بهره‌برداری دانش» به بررسی اثرات سرمایه اجتماعی بر ارتباطات مشتریان کلیدی با اکتساب دانش و همچنین استفاده از دانش پرداختند و به این نتیجه رسیدند که تعامل اجتماعی و ابعاد پیوند شبکه‌ای سرمایه اجتماعی با اکتساب دانش - که از فرایندهای مدیریت دانش است - به طور وسیعی مرتبط است. به بیان دیگر سرمایه اجتماعی از طریق افزایش دستیابی به منابع خارجی دانش، تبادلات و جذب دانش و همچنین افزایش کارایی انتقال دانش، اکتساب و خلق دانش در سازمان را افزایش می‌دهد.

هافمن و همکاران² در تحقیق دیگری ارتباط میان سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش و کسب عملکرد بالاتر توسط سازمان را نشان داده‌اند. یافته‌های پژوهش آنها نشان داد که سازمان‌های با سطوح بالای سرمایه اجتماعی نسبت به سازمان‌های با سطوح پایین سرمایه اجتماعی، دارای قابلیت‌های مدیریت دانش بیشتری هستند. بدین ترتیب که سرمایه اجتماعی با ایجاد کانال‌های ارتباطی و اطلاعاتی و همچنین شبکه‌های اجتماعی

1. HELENA and Harry , 2001

2. Hoffman, Hoelscher and Sherif, 2005

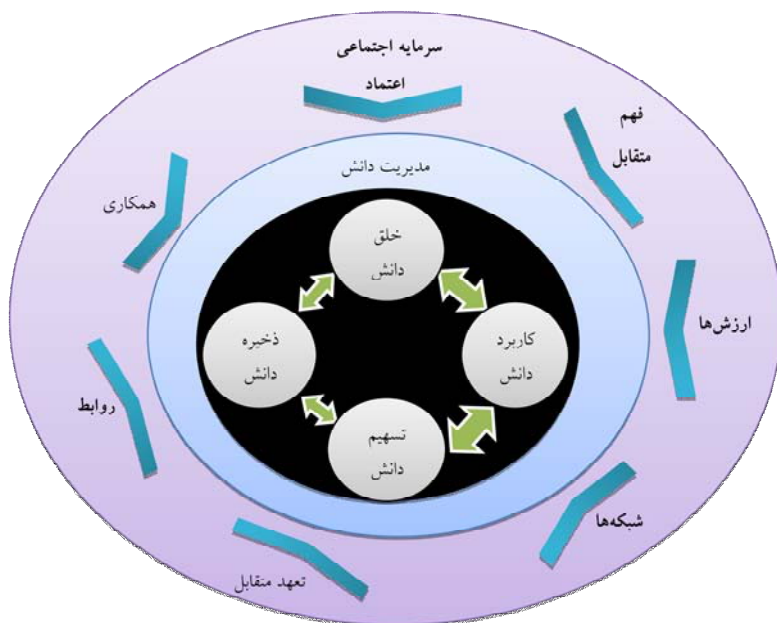
در سازمان، موجب توسعه ارتباطات بین فردی می‌شود، که این تعاملات و ارتباطات به نوبه خود باعث تسهیل و تسریع خلق، تسهیم و کاربرد دانش در بین اعضای سازمان می‌شود. به بیان دیگر سرمایه اجتماعی با اداره دارایی‌های دانشی و فکری در سازمان، شرایط به کارگیری فرایندهای مدیریت دانش در سازمان را تسهیل می‌کند.

امینی (1386) در پژوهش خود تحت عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر چرخه مدیریت دانش در سازمان بازرگانی و شرکت‌های تابعه» به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش پرداخته است، نتایج به دست آمده نشان داد که بین ابعاد سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و با گسترش سرمایه اجتماعی در سازمان، فرایند مدیریت دانش نیز تسهیل می‌گردد. الوانی، ناطق و فراچی (1386) در تحقیق خود تحت عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه مدیریت دانش سازمانی در گروه‌های سازمانی شرکت داده‌پردازی ایران» به این نتیجه رسیدند که وجود سرمایه اجتماعی در گروه‌های سازمانی شرکت داده‌پردازی ایران بر توسعه فعالیت‌های نرم (فعالیت‌های انتقال و خلق دانش) فرایند مدیریت دانش مؤثر بوده است. به بیان دیگر در فعالیت‌هایی مانند خلق و انتقال دانش آنچه بیش از هر عامل دیگر ضروری و تأثیرگذار است، عامل انسانی و تعامل افراد است که این نیز در سرمایه اجتماعی متبلور می‌شود. البته در این تحقیق رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی با توسعه فعالیت‌های سخت (فعالیت‌های کسب، ثبت و کاربرد دانش) وجود نداشته است.

بنابراین با توجه به پیشینه و ادبیات مرتبط با پژوهش حاضر، می‌توان عنوان کرد که هرکدام از ابعاد سرمایه اجتماعی مدل ویلانوا و جوسا به نوعی با فرایندهای مدیریت دانش ارتباط داشته و آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به بیان دیگر انتقال اطلاعات و دانش در سطح کلان و خرد بین افراد و سازمان‌ها بستگی به افرادی دارد که این انتقال را تسهیل و تسریع می‌کنند. در نتیجه، تمام عواملی که مشوق ارتباط بین فردی یا مانع آن باشند، بر مبادلات اطلاعاتی و دانشی افراد نیز تأثیرگذار خواهند بود.

(Haffman, Hoelscher and sherif, 2005). بنابراین در فعالیتهایی مانند خلق و انتقال دانش آنچه بیش از هر عامل دیگر ضروری و تأثیرگذار است، عامل انسانی و تعامل افراد است که این نیز در سرمایه اجتماعی متبلور می‌شود. به عبارت دیگر این تعاملات و ارتباطات (سرمایه اجتماعی)، فرایندهای مدیریت دانش را تسریع و تسهیل می‌کنند.

شکل 2. مدل مفهومی پژوهش



5. هدف‌های پژوهش؛

- مشخص کردن رابطه بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش؛
- مشخص کردن رابطه بین شبکه‌ها و مدیریت دانش؛
- مشخص کردن رابطه بین اعتماد و مدیریت دانش؛
- مشخص کردن رابطه بین روابط و مدیریت دانش؛
- مشخص کردن رابطه بین فهم متقابل و مدیریت دانش؛
- مشخص کردن رابطه بین تعهد و مدیریت دانش؛
- مشخص کردن رابطه بین ارزش‌های مشترک و مدیریت دانش؛
- مشخص کردن رابطه بین همکاری و مدیریت دانش.

6. پرسش‌های پژوهش

- آیا بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد؟
- آیا بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (اعتماد، شبکه‌ها، فهم متقابل، تعهد، همکاری، روابط، ارزش‌ها) با مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد؟
- آیا مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی سازمانی، توانایی پیش‌بینی متغیر مدیریت دانش را دارند؟

7. جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری تحقیق 1226 نفر از کارکنان، مدیران و معاونین یک شرکت بیمه‌ای است که تعداد 140 نفر از آنها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و بر اساس فرمول لوی و لمشو¹ انتخاب شدند.

8. ابزارهای پژوهش

8-1. پرسش‌نامه سرمایه اجتماعی

اولین ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسش‌نامه محقق ساخته سرمایه اجتماعی

است که هفت بعد شبکه‌ها، اعتماد، همکاری، فهم متقابل، روابط، ارزش‌ها و تعهد را مورد بررسی قرار می‌دهد. این پرسش‌نامه در 28 گویه تنظیم شده و براساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت (خیلی موافقم = 5، موافقم = 4، نظری ندارم = 3، مخالفم = 2 و خیلی مخالفم = 1) ساخته شده است. روایی آن توسط استادان و صاحب‌نظران مجرب در این زمینه تأیید شد. علاوه‌براین به منظور تعیین پایایی ابزار از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است که آلفای کرونباخ به‌دست آمده برای هر یک از مؤلفه‌های پرسش‌نامه یعنی؛ شبکه‌ها، اعتماد، همکاری، روابط، ارزش‌ها، فهم متقابل و تعهد به ترتیب برابر با 0/88، 0/85، 0/80، 0/83، 0/86، 0/85، 0/80 بوده و آلفای کلی پرسش‌نامه نیز 0/82 است که همگی حاکی از پایایی مناسب ابزار تدوین شده می‌باشد.

2-8. پرسشنامه مدیریت دانش

ابزار اندازه‌گیری مدیریت دانش در این پژوهش، پرسش‌نامه محقق‌ساخته است که بر اساس مطالعات مربوط به مدیریت دانش و بررسی پرسش‌نامه‌های مشابه تدوین گردیده است. این پرسش‌نامه دارای چهار بعد خلق دانش، تسهیم دانش، به‌کارگیری دانش و ذخیره دانش است که هر کدام از این ابعاد به ترتیب دارای 7، 5، 6 و 7 گویه می‌باشد. روایی آن توسط استادان و صاحب‌نظران مجرب در این زمینه تأیید شد. علاوه‌براین به منظور تعیین پایایی ابزار از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است که آلفای کرونباخ به‌دست آمده برای هر یک از مؤلفه‌های پرسش‌نامه یعنی؛ خلق دانش، تسهیم دانش، ذخیره‌سازی و به‌کارگیری دانش به ترتیب برابر با 0/85، 0/84، 0/82، 0/82 بوده و آلفای کلی پرسش‌نامه نیز 0/84 است که همگی حاکی از پایایی مناسب ابزار تدوین شده می‌باشد.

9. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

روش آماری مورد استفاده در این پژوهش، آمار استنباطی شامل، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام‌به‌گام است. بنابراین جهت بررسی رابطه‌ها از ضریب همبستگی پیرسون و جهت نشان دادن احتمال پیش‌بینی‌کنندگی متغیر مدیریت دانش

توسط مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی از رگرسیون چندگانه گام به گام استفاده شده است.

10. یافته‌های پژوهش؛

10-1. یافته‌های توصیفی

براساس شاخص‌های توصیفی، افراد نمونه از 63 مرد و 77 نفر زن تشکیل می‌شوند. در رابطه با تحصیلات نیز 2/9 درصد دارای مدرک دیپلم، 20 درصد دارای مدرک فوق دیپلم، 73/6 درصد دارای مدرک لیسانس و 3/6 فوق لیسانس بودند.

10-2. آمار استنباطی

در این قسمت براساس اطلاعات فراهم آمده، به بررسی و تحلیل سؤالات پژوهشی مطرح شده پرداخته می‌شود. با توجه به اینکه نرمال بودن توزیع نمونه‌ها با استفاده از آزمون K-S مورد تأیید قرار گرفته است. در این بخش از آزمون‌های آماری همبستگی، رگرسیون گام به گام از نوع پارامتریک، استفاده شده است.

در پاسخ به سؤال اول پژوهش که آیا بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول 1 ارائه شده است.

جدول شماره (1): همبستگی بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه‌ای

متغیرها	نوع همبستگی	میزان همبستگی	مجذور R^2 (R)	جهت همبستگی	سطح معنی داری
سرمایه اجتماعی سازمانی و مدیریت دانش	پیرسون	0/684	0/468	مثبت	0/01

بین دو متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی و مدیریت دانش رابطه مستقیم و مثبتی ($r = 0/684$) وجود دارد که این رابطه در سطح آلفای 0/01 معنی دار است. به عبارت دیگر وجود سرمایه اجتماعی در هر سازمانی منجر به تسهیل و تسریع مدیریت دانش می‌شود و تمایل به تسهیم و به‌کارگیری دانش را در افراد سازمان

افزایش می دهد. همچنین ضریب تعیین محاسبه شده نشان می دهد که متغیر سرمایه اجتماعی 0/46 درصد از واریانس متغیر مدیریت دانش را تبیین می کند.

در پاسخ به سوال دوم پژوهش که آیا بین ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول 2 ارائه شده است.

جدول شماره 2. همبستگی بین ابعاد سرمایه اجتماعی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه ای

متغیر	اعتماد	شبکه ها	فهم متقابل	تعهد	همکاری	ارزش ها	روابط	سطح معناداری
مدیریت دانش	0/50	0/62	0/43	0/43	0 / 31	0/21	0/35	0/000

باتوجه به جدول 2 می توان گفت که تمامی ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی (اعتماد، شبکه ها، فهم متقابل، تعهد، همکاری، روابط، ارزش ها) رابطه مثبت و معناداری با مدیریت دانش در این شرکت بیمه ای دارند. میزان همبستگی هر یک از متغیرها به ترتیب برابر 0/50، 0/62، 0/43، 0/43، 0/31، 0/35، 0/21 است که در سطح آلفای 0/01 معنی دار است. به عبارت دیگر می توان گفت که وجود هر کدام از ابعاد سرمایه اجتماعی در سازمان منجر به تسهیل و تسریع مدیریت دانش در سازمان می گردد.

در پاسخ به سؤال سوم پژوهش به منظور بررسی تأثیری که هر یک از مؤلفه های سرمایه اجتماعی سازمانی بر مدیریت دانش دارد، از تحلیل رگرسیون چند متغیری گام به گام استفاده شده که نتایج آن در جدول 3 ارائه شده است.

جدول 3. نتایج حاصل از رگرسیون گام به گام برای بررسی رابطه مؤلفه‌های پیش‌بین

سرمایه اجتماعی با مدیریت دانش

گام‌ها	متغیرهای پیش‌بین	R	R ²	B	Beta	T	P
گام اول	شبکه‌ها	0/62	0/38	0/18	0/62	9/28	0/000
گام دوم	شبکه‌ها	0/67	0/45	0/16	0/53	8/13	0/000
	فهم متقابل			0/27	0/15	4/11	0/000
گام سوم	شبکه‌ها	0/70	0/49	0/12	0/42	5/90	0/000
	فهم متقابل			0/26	0/15	4/10	0/000
	اعتماد			0/24	0/09	3/55	0/001
گام چهارم	شبکه‌ها	0/72	0/52	0/12	0/40	5/73	0/000
	فهم متقابل			0/22	0/12	3/41	0/001
	اعتماد			0/23	0/09	3/45	0/001
	روابط			0/16	0/10	2/62	0/010

جهت بررسی اینکه آیا مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی سازمانی پیش‌بینی‌کننده مدیریت دانش در این شرکت بیمه‌ای هستند، از تحلیل رگرسیون استفاده شد. نتایج به دست آمده از جدول 3 حاکی از آن است که از میان ابعاد هفت‌گانه سرمایه اجتماعی سازمانی، تنها ابعاد شبکه‌ها با ضریب بتای 0/40، بعد اعتماد با ضریب بتای 0/23 و بعد فهم متقابل با ضریب بتای 0/22 و در نهایت روابط با ضریب بتای 0/16 به عنوان متغیرهای پیش‌بین، معیار ورود به معادله نهایی رگرسیون برای توضیح تغییرات مدیریت دانش در این شرکت بیمه‌ای (متغیر ملاک)، هستند. اما دیگر ابعاد سهم معنی‌داری در پیش‌بینی مدیریت دانش نداشته‌اند. به عبارت دیگر در پیش‌بینی مدیریت دانش، سهم ابعاد (ارزش‌ها، تعهد، همکاری) بسیار ناچیز بوده است. همچنین همان‌طور که در جدول 3 مشاهده می‌کنید، چهار مؤلفه شبکه‌ها، اعتماد، روابط و فهم متقابل توانسته‌اند جمعاً با هم 0/52 درصد از واریانس مدیریت دانش این شرکت بیمه‌ای را تبیین نمایند.

11. نتیجه گیری

نتایج به دست آمده از رابطه بین متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه‌ای در سطح معناداری 0/01 نشان داد که رابطه‌ای مثبت و معنادار بین دو متغیر فوق وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش سرمایه اجتماعی سازمانی، فرایندهای مدیریت دانش در سازمان به طور مؤثر اجرایی خواهند شد. در واقع می‌توان گفت که هر چقدر سطح سرمایه اجتماعی سازمانی بالاتر رود، آنها دانش محورتر خواهند بود. این نتیجه با یافته‌های های امینی، 1386؛ الوانی، ناطق و فراهی 1387؛ دموری، منصور و طاهری، 1388؛ Hoffman, Hoelscher and sherif, 2005؛ Manning, 2009؛ هم‌خوانی و مطابقت دارد. بنابراین همان‌گونه که ملاحظه می‌کنید محققان زیادی بر اهمیت تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر مدیریت دانش در سازمان‌ها تأکید می‌کنند.

سرمایه اجتماعی می‌تواند جذب دانش، تهیه و تدوین دانش و انتقال آن را افزایش دهد. سرمایه اجتماعی این فرایندهای مدیریت دانش را افزایش می‌دهد، زیرا به سازمان‌ها در ترکیب و تبادل منابع، تشویق رفتارهای تعاونی، فعالیت‌های جمعی اثربخش‌تر کمک می‌کند و این اقدامات خود اساسی برای به‌کارگیری مدیریت دانش در سازمان‌هاست (Hoffman, Hoelschel and Sherif 2005). اکتساب، خلق و به‌کارگیری دانش اساساً فرایندهای اجتماعی هستند. بنابراین وسعت ارتباطاتی که سرمایه اجتماعی یک سازمان را می‌سازد بر فرصت‌های اکتساب دانش تأثیرگذار است (Suseno, 2006). Ratten and سرمایه اجتماعی تبادل میان‌واحدی منابع، نوع‌آوری محصول، ایجاد سرمایه فکری، اثربخشی تیم‌های میان‌وظیفه‌ای را تسهیل می‌کند و نرخ گردش نیرو را کاهش می‌دهد. از این رو سرمایه اجتماعی، سازمان‌ها را برای اکتساب دانش توانمند می‌سازد. به عبارت دیگر با افزایش ارتباطات و پیوندهای اثربخش - سرمایه اجتماعی - در سازمان، نوعی تلاقی افکار و همچنین اعتماد همه جانبه به وجود می‌آید که استقرار فرایندهای مدیریت دانش - خلق، ذخیره، تسهیم و کاربرد دانش - در سازمان را تسریع

و تسهیل می‌کند.

دیگر نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که بین ابعاد سرمایه اجتماعی (اعتماد، شبکه‌ها، فهم متقابل، تعهد، همکاری و روابط) با متغیر مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد که با یافته‌های الوانی، ناطق و فراحی، 1387؛ امینی، 1386؛ منوریان، عسگری و آشنا 1386؛ هم‌خوانی دارد. ابعاد سرمایه اجتماعی به ویژه اعتماد، شبکه‌ها، روابط و همکاری با تسهیم اثربخش اطلاعات، کنترل تغییر اطلاعات و کاهش هزینه‌های اجرایی و مدیریتی، افراد را به مشارکت و همکاری با یکدیگر و همچنین خلق و تسهیم دانش‌های جدید ترغیب می‌کند، که این امر به نوبه خود فرایندهای مدیریت دانش در سازمان را تسهیل می‌کند. برای خلق و تسهیم دانش باید سطح بالایی از اعتماد و خوش‌بینی در روابط اعضای سازمان با یکدیگر وجود داشته باشد. روابط مبتنی بر اعتماد موجب شفافیت سیاسی، ارتباطات مؤثر و مهارت‌های همکاری می‌شود (منوریان، عسگری و آشنا 1386). به بیان دیگر اعتماد، تبادل اطلاعات بین طرفین را تسهیل می‌کند و باعث می‌شود که افراد با اعتماد به طرف مقابل و انتظار از این که طرف مقابل از این اطلاعات خود سوء استفاده نمی‌کند، اطلاعات را در اختیار طرف مقابل قرار دهند (شارع‌پور، 1384) که این امر می‌تواند تسهیم و کاربرد دانش و اطلاعات در سازمان و در بین اعضاء را تسریع و تسهیل کند. از طرف دیگر شبکه‌ها در نقش یک منبع اطلاعاتی مهم عمل می‌کنند، این منبع قادر است تأثیری بسزا در شناسایی و بهره‌برداری از دانش و اطلاعات موجود در سازمان داشته باشد. به بیان دیگر شبکه اجتماعی صحیح کمک می‌کند به نایابی منابع فائق آیم. شبکه‌های اجتماعی با پیوندهای مستقیم و غیرمستقیم، قوی یا ضعیف تأثیر مهمی بر اکتساب و انتقال دانش دارند (Weber and Weber, 2007). یک شبکه پایدار، عمیق و غنی از روابط و هنجارهای مشترک، باعث تسهیل کسب اعتماد، خودباوری و تسهیم دانش می‌گردد. همچنین تعاملات داوطلبانه، آشکار و شفاف، امکان گسترش عمیق‌تر پیوندهای غیررسمی، شخصی و رفتاری را فراهم می‌سازند و این عوامل اثر تعیین‌کننده‌ای در

موفقیت مدیریت دانش دارند (منوریان، ناطق و همکاران 1386). مدیریت دانش، یک فعالیت اجتماعی است، لذا همکاری و همیاری مدیریت و کارکنان، عامل اصلی کارکرد مطلوب مدیریت دانش در سازمان است (زوراقی، 1388). البته این همیاری و همکاری زمانی اثربخش خواهد بود که تمام اعضای سازمان به واسطه وجود ارزش‌های مشترک در میان خود و مدیران سطوح مختلف با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و به این ارزش‌ها تعهد داشته باشند.

یافته‌ها همچنین نشان داد که از هفت بعد سرمایه اجتماعی سازمانی، چهار بعد آن یعنی شبکه‌ها، اعتماد، فهم متقابل و روابط هر یک به ترتیب 0/40، 0/23، 0/22 و 0/16 مدیریت دانش را در یک شرکت بیمه‌ای پیش‌بینی می‌نمایند. همچنین یافته‌ها نشان داد که ابعاد همکاری، تعهد و ارزش‌ها، پیش‌بینی‌کننده مناسبی برای مدیریت دانش در یک شرکت بیمه‌ای نمی‌باشند.

در واقع می‌توان گفت که تمام عواملی که مشوق و محرک اعتماد بین فردی و سازمانی و همچنین توسعه شبکه‌ها و روابط بین افراد یا برعکس مانع این اعتمادسازی و روابط باشند، بر استقرار و توسعه سیستم مدیریت دانش در سازمان تأثیرگذار خواهند بود. بنابراین چنانچه سازمانی بتواند هر چه بیشتر جو اعتمادسازی و همچنین تعاملات و همکاری‌های بین شبکه‌ای را در میان کارکنان خویش در داخل گروه‌ها و واحدهای سازمانی افزایش دهد، بیشتر می‌تواند نسبت به اثربخشی مبادلات اطلاعاتی میان افراد خویش و در نتیجه، مدیریت اثربخش دانش سازمانی اطمینان حاصل کند. به عبارت دیگر در اجرای اثربخش فرایندهای مدیریت دانش، نوع تعاملات و ارتباطات انسانی حائز اهمیت است. بدین ترتیب که با افزایش اعتمادسازی و همچنین ارتباطات بین شبکه‌ای اثربخش میان افراد در سازمان، فرایندهای توزیع و گسترش دانش و اطلاعات تسهیل و تسریع می‌شود. همچنین در پرتو سرمایه اجتماعی موجود در سازمان، می‌توان شبکه‌های داخلی و خارجی مناسب را برای تسهیل جریان دانش ارتقاء داد و از طریق ارتباطات و تعاملات بین فردی، خلق، تسهیم و کاربرد دانش در سازمان را تسریع کرد.

از طرف دیگر در مورد عدم معنادار شدن سهم مؤلفه‌های تعهد، ارزش‌ها و همکاری در پیش‌بینی و تبیین مدیریت دانش می‌توان عنوان کرد که اولاً ضرایب همبستگی این مؤلفه‌ها در مقایسه با مؤلفه‌های دیگر سرمایه اجتماعی که وارد معادله رگرسیون شده‌اند و تغییرات مدیریت دانش را پیش‌بینی کرده‌اند، کمتر است، علاوه بر این مبانی نظری و پیشینه پژوهش نیز سهم مؤلفه‌های تعهد، ارزش‌ها و همکاری را در مقایسه با تغییرات ناشی از وجود اعتماد، فهم متقابل و شبکه‌ها کمتر برآورد کرده‌اند، که این نیز می‌تواند عدم وجود سهم معنادار مؤلفه‌های تعهد، ارزش‌ها و همکاری در پیش‌بینی و تبیین تغییرات مدیریت دانش در این شرکت بیمه‌ای در پژوهش حاضر را تأیید کند. به عبارت دیگر اگرچه بین مؤلفه‌های تعهد، ارزش‌ها، همکاری و مدیریت دانش در این شرکت بیمه‌ای همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد، اما تأثیر این ارتباط و رابطه به حدی نیست که بتواند تغییرات مدیریت دانش را تبیین و پیش‌بینی کند.

12. پیشنهادها

12-1. پیشنهادات کاربردی

- در این بخش بر اساس نتایج حاصل از اطلاعات جمع‌آوری شده و آزمون‌های آماری انجام شده با توجه به عوامل سرمایه اجتماعی، پیشنهادهایی ارائه می‌شود.
- اعضای سازمان نسبت به تعهدات و وعده‌های خود در قبال یکدیگر سخت پایبند باشند؛
 - ایجاد و توسعه همکاری در سازمان از طریق انجام دادن کارها به صورت گروهی و تیمی؛
 - حمایت عاطفی و اجتماعی سازمان و مدیران آن از اعضای سازمان؛
 - اعضای سازمان اطلاعات، دانش و دیگر منابعشان را برای انجام وظایف با یکدیگر ترکیب کنند؛
 - ایجاد و تقویت مهارت پذیرش متقابل میان اعضای سازمان با یکدیگر و مدیران سازمان.

2-12. پیشنهادهای پژوهشی

- با توجه به اینکه مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی یک مفهوم مربوط به زمینه است و همچنین شاید بتوان گفت که ناملموس‌ترین جنبه سازمانی است و با استفاده از پرسش‌نامه نمی‌توان آن را واکاوی کرده و به‌طورکامل شناخت، پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آتی با روش‌های کیفی و به‌ویژه آمیخته این مفاهیم را مورد بررسی قرار دهند.

- به محققینی که در رابطه با موضوع پژوهش حاضر قصد انجام تحقیق در یک شرکت بیمه‌ای را دارند پیشنهاد می‌شود پژوهش خود را در قالب ارائه مدلی جامع برای مدیریت دانش در یک شرکت بیمه‌ای، انجام دهند.

منابع

1. الوانی، م.، ناطق، ت. و فراچی، م.م.، 1386. نقش سرمایه اجتماع در توسعه دانش سازمانی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوم، شماره 5.
2. اکبرپور شیرازی، م. و دره کاظمی صفت، 1386. مطالعه تطبیقی مدل‌های سنجش آمادگی سازمانی جهت پذیرش مدیریت دانش. مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش، تهران: مؤسسه اطلاع‌رسانی نفت، گاز و پتروشیمی، مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
3. امینی، 1386. تأثیر سرمایه اجتماعی بر چرخه مدیریت دانش. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
4. حسن پور، الف. و نیاکان، ن.، 1386. سرمایه اجتماعی و جنسیت در محیط کار. ماهنامه تدبیر، ش 183.
5. دموری، د.، منصور، ح. و طاهری دمنه، ح.، 1388. بررسی ارتباط مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی (از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه یزد). مدیریت در دانشگاه اسلامی، سال سیزدهم، ش 1.
6. زوراقی، ر.، 1388. چشم‌اندازی بر راهبردها، ابزارها و مهارت‌های مدیریت دانش شخصی. فصلنامه کتاب. ش 78.
7. شارع‌پور، م.، 1384. سرمایه اجتماعی و نقش آن در حیات اجتماعی و اقتصادی. مجله رشد آموزش علوم اجتماعی، ش 29، ص 16.
8. شریفیان ثانی، م.، 1380. سرمایه اجتماعی: مفاهیم اصلی و چارچوب نظری. فصلنامه رفاه اجتماعی، ش 2، صص. 5-8.
9. صیادی، غ.، 1388. بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و یادگیری سازمانی (مطالعه موردی کارشناسان دانشگاه تهران). دانشگاه تهران. پایان‌نامه، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.
10. طالبی، ک.، محمودی، ح. ر. و رحیمی، م.، 1386. ارائه چارچوبی جهت پیاده‌سازی

مدیریت دانش در کسب و کارهای کوچک و متوسط. تهران: اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش، سالن همایش های برج میلاد.

11. قلی پور، 1387. جامعه شناسی سازمان ها: رویکرد جامعه شناسی به سازمان و مدیریت. تهران: سمت.

12. محمدی، م.ع، 1384. سرمایه اجتماعی و سنجش آن. تهران: انتشارات دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی.

13. منوریان، ع، عسگری، ن. و آشنا، م، 1386. ابعاد ساختاری و محتوایی سازمان های دانش محور. اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش. تهران: سالن همایش های برج میلاد.

14. نعمتی، م.ع. و جمشیدی، ل، 1386. بررسی رابطه و تأثیر فرایند تسهیم دانش و تجربه بر توسعه سرمایه اجتماعی در میان اعضای واحدهای فناور مرکز رشد دانشگاه شهید بهشتی، اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش، سالن همایش های برج میلاد.

15. نیوتن، ک، 1387. سرمایه اجتماعی و دموکراسی. ترجمه محمدزاده. ش 65 و 66
16. Argote, L. and Ingram, P., 2000. "Knowledge transfer: a basis for competitive advantage in firms. *Organizational Behavior Human Decision processes*. 82, 1, pp 69-150.

17. Bhatt, G. 2001, Knowledge management in organizations: examining the interaction between technologies, techniques, and people, *Journal of Knowledge Management*, 5.1, pp. 68-75.

18. Chang Lee, S., In, W., 2005. "KMPI: measuring knowledge management performance". *Information and Management*. 42, pp.82-469.

19. Helena, Y. A and Harry J. S. 2001. Social capital, knowledge acquisition, and Knowledge exploitation in young technology-based firms. *Strategic Management Journal* .pp1 587-613

20. Hoffman, J., & Hoelscher, M. L., and Sherif, K. 2005. Social capital, knowledge management and sustained superior performance. *Journal of Knowledge Management*, 9 3. pp. 93-100.

21. Jifeng Mu, G. P. and & Edwin, L. 2008. Interfirm networks, social capital, and knowledge flow. *JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT*. 12 (4), pp. 86-100.

22. Leana, C. R and Harry J., 1999, Organizational Social and employment

- practices; *Academy of management Review*; 24, (3), pp. 53-55.
23. Lin, H.F. and Lee, G.G. 2006. "Effects of socio-technical factors on organizational intention to encourage knowledge sharing, *Journal of decision making*, 44, (1), pp. 74-88
24. Manning, P., 2009. Explaining and developing social capital for knowledge management purposes. *JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT*. 14., (1), pp. 83-99
25. Nahapiet, J and Ghoshal, S. 1998. Social capital, intellectual capital and organizational advantage. *Academy of Management Review*". 23, (2).
26. Pors, N.O. 2007. Globalisation, culture and social capital: library professionals on the move. *Library Management*. 28, (4-5).
27. Ratten, V. suseno, Y. 2006. Knowledge management ,social capital, and alliance learning. *International Journal of Educational Management*. 20, (1), PP. 60-72
28. Rowley.J, 1999. What is knowledge Management. *Library Management*.20, (8), pp. 416
29. Schneider, J.A, 2009. Organizational social capital and nonprofits. *nonprofit and Voluntary Sector Quartely*, 38, (4), pp.643-62.
30. Spellerberg, A, 2001. *Framwork for the measurement of social capital in New Zealand*. Published by Statistics New Zealand, The Taritatau,Wellington, New Zealand
31. Timberlake, SH, 2005. Social capital and gender in workplace. *journal of management development*, 24, (1), pp.34-44.
32. Vilanova, E.P., and Josa, R.T., 2003. *Social capital as a managerial phenomenon*. Working Paper, Tampere University of Technology.
33. Weber, B and Weber, C.H., 2007. Corporate venture capital as a means of radical innovation: Relational fit, Social capital, and knowledge transfer. *Journal of Engineering &Technology* .01.ool