

رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و توسعه مدیریت دانش در سازمان آب منطقه ای مازندران

بنت الهدی قاسمیان سوربنی

دانشجو کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه پیام نور ساری

نام و نشانی ایمیل نویسنده مسئول:

بنت الهدی قاسمیان سوربنی

b.hoda1367gh@gmail.com

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و توسعه مدیریت دانش در سازمان آب منطقه ای مازندران می‌باشد. روش این پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری شامل ۲۵۰ کارکنان در سازمان آب منطقه ای مازندران به نمونه گیری طبقه ای ۱۴۸ نفر انتخاب شده اند ابزار های گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد ۳۶ سوالی سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال، پرسشنامه استاندارد ۲۵ سوالی مدیریت دانش لاوسون می باشد و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب $0/82$ - $0/83$ بدست آمده که از لحاظ آماری معنادار و مورد تایید می باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استنباطی از آزمون های ضریب همبستگی پیرسون و آزمون رگرسیون استفاده شده است و نتایج این تحقیق نشان داد بین بعد ساختاری و توسعه مدیریت دانش رابطه وجود دارد. بین بعد ارتباطی و توسعه مدیریت دانش رابطه وجود دارد. بین بعد شناختی و توسعه مدیریت دانش رابطه وجود دارد. و همچنین با توجه به نتایج آزمون رگرسیون سهم هر یک از مولفه ها سرمایه اجتماعی سازمانی در پیش بینی توسعه مدیریت دانش متفاوت است. بعد ارتباطی ۶۱ درصد و بعد ساختاری ۱۴ درصد بیشترین بیش بینی کننده توسعه مدیریت دانش می باشد.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی - توسعه - مدیریت دانش - سازمان آب منطقه ای -

مازندران

مقدمه

اساسی ترین مشخصه سازمانهای هوشمند قرن بیست و یکم، تأکید بر دانش و اطلاعات است برخلاف سازمانهای گذشته، سازمانهای امروزی دارای تکنولوژی پیشرفته بوده، نیازمند کسب، مدیریت و بهره برداری از دانش و اطلاعات به منظور بهبود کارایی، مدیریت و پیگیری تغییرات پایان ناپذیر هستند. دانش، ابزار قدرتمندی است که میتواند تغییرات را در جهان به وجود آورده و نوآوریها را ممکن سازد اهمیت دانش را در محیط جهانی و پیچیده امروزی نمی توان نادیده گرفت. آن سازمان هایی که می دانند چگونه اطلاعات را به طور مؤثر کسب، توزیع و مدیریت کنند، رهبران صنعت خود خواهند بود. ما امروزه به سوی دوره‌های حرکت می کنیم که مزیت رقابتی نه فقط از طریق دستیابی به اطلاعات، بلکه مهمتر از آن از طریق ایجاد دانش جدید حاصل می شود (داونپورت، ۲۰۱۰)

از آنجائیکه مهمترین چالشی که سازمانها از جمله سازمانهای دولتی با آن مواجهند، ضرورت به دست آوردن دانشی است که برتری رقابتی، قدرت خلاقیت و نوآوری و یادگیری سازمانی را در آنها تقویت و بر غنای دانش سازمانی بیفزاید. دانش موجود در سازمان، بستر مناسب را برای بروز نوآوری و به دنبال آن مزیت‌های رقابتی فراهم می‌آورد و به طور متقابل نوآوریهای سازمانی باعث غنا و افزایش روزآمد شدن پایگاه دانش سازمانی می‌شود. این مهم با پیاده‌سازی اصول مدیریت دانش در سازمان میسر می‌شود. هسته اصلی مدیریت دانش، چگونگی انتقال اطلاعات و دانش در سطح کلان و خرد بین افراد و سازمانهاست (جاهد، ۱۳۹۳).

مدیریت دانش یک مدل تجاری میان رشته ای است که با همه جوانب دانش شامل: خلق کدگذاری، تسهیم و استفاده از دانش برای ارتقاء یادگیری و نوآوری در بافت شرکت سر و کار دارد. مدیریت دانش، هم با ابزارهای تکنولوژیکی و هم با روشهای جاری سازمانی شامل تولید دانش جدید، کسب دانش با ارزش از منابع خارجی، استفاده از این دانش در تصمیم گیری، وارد کردن دانش در فرایندها، محصولات و خدمات، کدگذاری اطلاعات در اسناد و مدارک، نرم افزارها و پایگاه داده ها، تسهیل رشد دانش، انتقال دانش به سایر بخشهای سازمان و در نهایت اندازه گیری دارایی های دانشی و اثرگذاری مدیریت دانش سروکار دارد مدیریت دانش یعنی استفاده خلاق، مؤثر و کارآمد از کلیه دانش ها و اطلاعات در دسترس سازمان به نفع مشتری و در نتیجه به سود سازمان مدیریت دانش استفاده از تجربه و دانش فردی و جمعی از طریق فرآیند تولید دانش، تسهیم دانش و بکارگیری آن به کمک فناوری به منظور دستیابی به اهداف سازمان (بقایی نیا، ۱۳۹۰).

مدیریت دانش بکارگیری سرمایه فکری برای تفوق سازمان در رقابت با سازمان های همتا، همچنین پاسخ های نوآورانه ای برای چالش های جدید و اهرمی برای عمل و یک میانجی است مدیریت دانش در بهبود فرایند تولید و خدمات، مهمترین نقش را دارد. مدیریت دانش هم در تولید کالاهای مرغوب و متنوع نقش دارد و هم باعث میشود که تولید در مسیر و روش مطلوب قرار گیرد. در این راستا داشتن دانش از مشتری و مدیریت آن مهم تر است. ماریچ ارزش آفرینی یادگیری -دانش، فرایند تبدیل یادگیری به ارزش را نشان میدهد. براساس این ماریچ، سازمانها باید از بازار یاد بگیرند و این یادگیری را به دانش تبدیل کنند و این دانش را در فرایند تولید به کار برند و از طریق آن خلق ارزش نمایند نقش مدیریت دانش بر نوآوری را از منظر تولید نیز میتوان مورد بررسی قرار داد. امروزه موفقیت سازمان تا حدود زیادی وابسته به توانایی تبدیل یادگیری حاصل از تغییرات به دانشاست که در نوآوریها و تولید محصول تجلی مییابد (لی و همکاران، ۲۰۱۳)

بی شک توجه به مدیریت دانش در بهبود فرایند تولید و خدمات، مهمترین نقش را دارد. مدیریت دانش هم در تولید آنجا که مدیریت دانش بیش از هر جنبه ای دیگر، ماهیتی انسانی دارد از طرفی از میان زیرساخت ها و توانمندسازهای گوناگون مدیریت دانش به نقش حیاتی و تعیین کننده عوامل انسانی -اجتماعی در تسهیل اقدامات مدیریت دانش پرداخته می شود و تلاش می شود تأثیر ویژگی های روابط میان فردی و میان گروهی در قالب مدل تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش به گونه ای معتبر و قابل اتکا تشریح شود. زیرا اغلب اقدامات مدیریت دانش در تعاملات میان فردی انجام می شوند یا ایجاد تعاملات مؤثر و پویای میان فردی می توانند اثربخشی این اقدام ها را تسهیل کنند. مدیریت دانش در سازمان تلاش دارد تا با اشاعه دانش صریح زمینه بهره‌برداری از دانش و تولید دانش جدید را فراهم کند. جکی اسوان^۱ در این باره آورده است: «منظور مدیریت دانش، اشاعه دانش صریح است. حاصل مدیریت دانش، بهره‌برداری و تولید دانش جدید است.» سوزی آلارد نیز بر این باور است: «هدف مدیریت دانش، تولید دانش صحیح است که قادر به ایجاد فرایندهای صحیح در زمان و شکل درست و به منظور ایجاد ارزش درست باشد. اغلب اوقات، دانش صحیح، دانش جدیدی است که در انحصار سازمان نبوده و بسیار گران قیمت، کند و غیرقابل استحصال از منابع خارجی سازمان است. بنابراین، خلق دانش، بخش ضروری اجرا و هدایت مدیریت دانش در سازمان است.» لذا سازمانهای امروزی و مدیریت اثر بخش آنها با استفاده از تئوریهای سازمان و علم مدیریت، شاید بزرگترین پیشرفت انسان در قرن حاضر باشد. به همین لحاظ اهمیت پیشرفت مدیریت و شکل گیری دانش مربوطه را همتراز پیشرفتهای شگفت انگیز فنی و تکنولوژیکی دانسته اند زیرا پیشرفتهای فنی بشر خود ناشی از توان او در تشکیل کارافرینی ناشی از خلاقیت و نوآوری است مدیریت دانش

¹ . Jacky Swan

را از حالت تفننی و تجملی در آورده و آن را به یک سرمایه ملی تبدیل می کند و موجبات توسعه ی اقتصادی، اجتماعی، علمی، فرهنگی و ... را فراهم می نماید لذا در این چارچوب است که پرداختن به ارتباط بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش که در این تحقیق مورد توجه قرار گرفته، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (عسگری و همکاران، ۱۳۹۱).

یکی از عواملی که در این سالها اخیر ارتباط تنگاتنگی با مدیریت دانش دارد سرمایه اجتماعی می باشد چون انسان به طور ذاتی در تعامل و تقابل با دیگران نیازهای خود را برطرف ساخته و گذران امور می کند، اثرات این کنشهای متقابل و نقش آنها تا حدی است که حذف آن زندگی را غیر ممکن می سازد، اما در این میان، جامعه‌شناسان با نگرشی کنجکاوانه در جوامع به شناسایی این کنشها پرداخته و به مجموع عواملی پی بردند که آن را سرمایه اجتماعی^۲ نامیده‌اند. اصطلاح سرمایه اجتماعی قبل از سال ۱۹۱۶، در مقاله ای توسط هانی فان^۳ از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد، اما نخستین بار در اثر کلاسیک جین جاکوب^۴: مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی (۱۹۶۱) به کار رفته است (الوانی و همکاران، ۱۳۹۲).

سرمایه اجتماعی از سالهای ۱۹۹۰ برای نخستین بار از سوی جامعه‌شناسان فرانسوی و آمریکایی چون توکویل^۵، بوردیو^۶ در جامعه شناسی مطرح شد و نظریه پردازانی همچون جاکوب (۱۹۱۶)، لوری^۷ (۱۹۷۷) تعاریف متعددی از سرمایه اجتماعی ارائه کرده‌اند. لوری (۱۹۷۷) سرمایه اجتماعی را مجموعه منابعی می داند که در ذات روابط خانوادگی و در سازمان اجتماعی وجود دارد و برای رشد شناختی یا اجتماعی کودک و جوان سودمند است، این منابع برای افراد مختلف متفاوت است و می تواند مزیت مهمی برای کودکان و نوجوانان، در رشد سرمایه انسانی شان باشد سرمایه اجتماعی دو وجه یا دو نوع دارد: سرمایه اجتماعی درون گروهی (مثل خانواده) و سرمایه اجتماعی برون گروهی. سرمایه اجتماعی درون گروهی دارای مشخصه های اعتماد، همکاری، همدلی و احساس مسئولیت است (کلمن^۸، ۲۰۱۰).

نیروی انسانی از دیرباز مورد توجه و عنایت اندیشمندان بوده و هست. در قرون گذشته به دلیل عدم پیچیدگی مشاغل، کمیت نیروی انسانی بیشتر مدنظر بود، اما از زمان انقلاب صنعتی به این سو که پیچیدگی مهارت ها افزایش یافت کیفیت استفاده از نیروی انسانی بیشتر مدنظر قرار گرفت تا جوابگوی نیازهای فزاینده جمعیت باشد اکثر کارها هرگز تنها یک سلسله عملیات یا یک روند مقرر شده نیستند، بلکه یک سلسله روابط اجتماعی هم وجود دارد که غالباً کار شخص را برای وی مهم و یا معنی می سازند (نوبی، ۱۳۹۰).

طرح مفهوم رفاه اجتماعی مبتنی بر جامعه در دهه پایانی سده بیستم نقش اساسی سرمایه اجتماعی را پررنگ تر از هر زمان دیگر نشان داد سرمایه اجتماعی بر خلاف سایر سرمایه ها به صورت فیزیکی وجود ندارد، بلکه حاصل تعاملات و هنجارهای گروهی و اجتماعی بوده و از طرف دیگر افزایش آن می تواند موجب پایین آمدن جدی سطح هزینه های اداره جامعه و نیز هزینه های عملیاتی سازمان ها گردد سرمایه انسانی با تغییر نگرش افراد، مهارتها و تواناییهای آن ها را افزایش می دهد و سرمایه اجتماعی نیز هنگامی به وجود می آید که روابط میان کارکنان به شیوه ای دگرگون شده باشد که هر کدام از آنان بتوانند به راحتی نقش و وظیفه خود را انجام دهند از این رو، فضای مبتنی بر تفاهم، صداقت، اعتماد و همکاری باعث افزایش رضایت شغلی کارکنان و در نهایت بهره وری سازمان می شود (سرمایه اجتماعی در این است که چگونه و تا چه میزان می تواند اقدامات مدیریت دانش را تسهیل کند و کدام یک از ابعاد آن در این رابطه تأثیر بیشتری دارد. و چگونه می توان با توسعه ابعاد سرمایه اجتماعی در سازمان، شرایط مساعدتری برای انجام اقدامات مدیریت دانش در سازمان فراهم ساخت (لین^۹، ۲۰۱۲).

در عصر دانایی محوری، مدیریت دانش به مهم ترین وظیفه سازمان هایی تبدیل شده که به دنبال استفاده بهینه از این سرمایه ارزشمند و ناملموس اند. اجرای موفقیت آمیز پروژه های مدیریت دانش در سازمان به ایجاد زمینه ها و شرایط مناسب و تقویت کننده ای نیاز دارد براین اساس، تمام عواملی که مشوق ارتباط بین فردی یا مانع آن باشند، مورد توجه مدیریت دانش است. پذیره اصلی مدیریت دانش، استفاده بهینه از امکانات سازمان، به یاری کیفیت روابط متقابل بین اعضای سازمان است که اعتماد، محبت و دوستی در جهت حفظ ارزشها و هنجارهای سازمان شکل دهنده آن است. «ناهاپیت و گوشال» (۱۹۹۸) گسترش اعتماد و شبکه روابط بین افراد می باشد و آن را یکی از قابلیتها و داراییهای مهم سازمانی تلقی می کنند. به نظر آنها، کیفیت مناسب سرمایه اجتماعی موجود در سازمان، یاری دهنده خلق و تسهیم دانش در سازمان است و به عنوان مزیت سازمانی پایدار باید مورد تأکید باشد. وجود اعتماد، تعهد و وجود شبکه های اجتماعی در سازمان

2. Social Capital

3. Hani Fan

4. Jane Jacobs

5. Tocqueville

6. Bourdieu

7. Laurie

8. Coleman

9. Lin

که اجزای سرمایه اجتماعی می باشند، موجب توسعه مدیریت دانش اعضا می شود از طرف دیگر، تحقیقات ساباتیینی (۲۰۰۵) نشان می دهند که اگر روابط بین کارکنان خالی از استرس و حاوی اعتماد و همکاری باشد، کارکنان تمایل بیشتری برای سخت کوشی دارند و با رصد کردن کار همکاران کمتر اجازه ی سهل انگاری و کم کاری به آنها می دهند (حقیقتیان و همکاران، ۱۳۹۰).

از طرفی انتقال اطلاعات و دانش در سطح کلان و خرد بین افراد و سازمانها بستگی به افرادی دارد که این انتقال را تسهیل و تسریع می کنند. در نتیجه تمام عواملی که مشوق ارتباط بین فردی و یا مانع آن باشد بر مبادلات اطلاعاتی افراد نیز تاثیرگذار خواهد بود، به همین دلیل اهمیت ارتباطات و تعاملات مبتنی بر اعتماد میان افراد در گسترش و کار برد دانش مورد تاکید قرار گرفته است. چنانچه سازمانی بتواند هر چه بیشتر تعاملات اثربخش را در میان کارکنان خویش، در داخل گروهها و واحد های سازمانی افزایش دهد بیشتر می تواند نسبت به اثربخشی مبادلات اطلاعاتی میان افراد خویش، و در نتیجه مدیریت اثربخش دانش سازمانی اطمینان حاصل کند(بها، ۲۰۱۰).

بنابراین ایجاد و گسترش فرهنگ و جوی در سازمان که این نوع ارتباطات و تعاملات را ترغیب کند از ضرورتهای مدیریت دانش است آنجائیکه نقش نیروی انسانی کارآمد و پرانگیزه مستقیم در وظایف خطیر و پراهمیت منابع انسانی اثر می گذارد. منابع انسانی عمده ترین سرمایه اجتماعی و عامل راهبردی هر به حساب می آید و سرمایه اجتماعی جمع منابع بالقوه و بالفعل موجود و قابل دسترس، از طریق روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی و یکی از قابلیت ها و دارایی های مهم سازمانی است که می تواند به سازمان ها کمک بسیار نماید و برای آنها در مقایسه با سازمانهای دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند. این سرمایه متشکل از سه جزء منابع نهفته در ساختار اجتماعی، قابلیت دسترسی افراد به این گونه منابع اجتماعی و استفاده یا گردآوری این گونه منابع اجتماعی در کنش های هدف مند است برخوردار از کارکنانی متعهد، آگاه و وفادار، از جمله مهمترین عوامل موفقیت در هر سازمان است. اولویت اصلی در هر سازمانی باید جلب رضایت و حفظ کارکنان متعهد و شایسته باشد. ناکامی در تحقق این امر، به معنای از دست دادن کارآیی، عدم رشد و از دست دادن کسب و کار است. نیروی انسانی متعهد در سازمان، با کردار و اعمال خود و اتخاذ تصمیمات صحیح و بموقع، می تواند زبان های مادی را به زودی جبران و تأمین کند. در واقع، همواره برای سازمان ارزش افزوده، ثروت و فایده ایجاد می کند و بر سرمایه های مادی سازمان می افزاید (لندری و همکاران، ۲۰۱۳).

به دنبال به کارگیری دانش و مستندسازی نتایج حاصل از آن داده‌ها، اطلاعات و دانش جدیدی تولید می‌شود. با توجه به سیاست‌گذاری وزارت کشور در جهت حمایت از تولید علم و دانش جدید، نقش مدیریت دانش در اشاعه دانش و بهره‌برداری و کاربردی کردن آن در استانداری‌ها اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد. بنابراین، خلق دانش و تولید علم هنگامی تحقق می‌یابد که بتوان دانش‌های نهفته تمام عناصر دانشی مراکز را در سطح خرد و کلان استخراج و در بدنه استانداردها جاری نمود. این مهم هنگامی تحقق می‌یابد که دانش به شکل مطلوبی مدیریت گردد. این مدیریت اعم از منابع انسانی، سازمانی و... می‌باشد. البته به نظر می‌رسد که برای رسیدن به هدف مورد نظر سازمان‌ها در کنار توجه ویژه به مدیریت دانش، باید مدیریت دانش نیز در استانداردهای مورد توجه قرار گیرد؛ زیرا کاستی‌های فراوانی از این نظر وجود دارد لذا با توجه به مشکلات ارتباطات و تعاملات میان افراد در توسعه مدیریت دانش در استانداردها، این تحقیق در پی دستیابی به شناخت بیشتر از عوامل موثر بر اجرای مناسب این راهبرد می باشد زیرا در صورت عدم وجود شبکه‌های ارتباطی هماهنگ و یکپارچه، اجرای فرایندهای سیستم مدیریت دانش در استانداری دچار اختلال شده و باعث انحراف سازمان از اهدافش می شود. از اینرو استانداری‌ها که خواهان ایجاد یا حفظ مزیت رقابتی اند، 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. در همین راستا با توجه به تعاریف و ابعاد مدیریت دانش و نیز سرمایه اجتماعی که در هر دو بر ارتباطات و تعاملات میان افراد تاکید می شود و همچنین با توجه به نقش استانداردها در کسب، بکارگیری و توسعه علم و دانش و نقش ارتباطات و کنش های اجتماعی در این امر، تلاش می شود تا چگونگی ارتباط میان سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش و نیز ارتباط سرمایه اجتماعی با پنج فعالیت اصلی مدیریت دانش، شامل کسب دانش، ثبت و ضبط دانش، انتقال دانش، خلق دانش و کاربرد دانش در بخش های تابعه بررسی شود و میزان اثرپذیری مدیریت دانش از سرمایه اجتماعی مورد آزمون قرار گیرد و راهکارهایی جهت توسعه آن ارائه گردد بنابراین با توجه به مطالبی که ذکر شد در مقابل این سوال که آیا بین سرمایه اجتماعی سازمانی و توسعه مدیریت دانش رابطه وجود دارد؟ با توجه به مطالبی که ذکر شد در این تحقیق با توجه به اهمیت این موضوع بدان پاسخ داده می شود.

روش

روش تحقیق در پژوهش حاضر، با توجه به موضوع تحقیق از نوع توصیفی-همبستگی می باشد در این نوع تحقیق، به مطالعه رابطه موجود بین دو متغیر یا دو پدیده توجه می شود؛ چون پژوهش حاضر درباره نوع و میزان رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و توسعه مدیریت دانش کارکنان را که طی آن، نوع و میزان همبستگی مذکور، مورد مطالعه قرار می گیرد، می توان از این نوع تحقیق به حساب آورد. جامعه آماری این پژوهش، شامل کارکنان سازمان آب منطقه ای مازندران می باشد که طبق آمار بدست آمده از کارشناسی آمار و بودجه مدیریت تعداد کل کارکنان شاغل برابر با ۲۵۰ نفر می باشد. روش نمونه گیری بصورت طبقه ای بوده و تعداد نمونه براساس جدول نمونه گیری آماری کرجسی- مورگان (تعیین حجم نمونه از روی حجم جامعه) صورت گرفته که بر این اساس تعداد ۴۸ نفر انتخاب شده اند برای تجزیه و تحلیل داده ها تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS و آمار توصیفی و استنباطی انجام گرفته است. یعنی بعد از جمع آوری اطلاعات از نمونه ی مورد نظر به وسیله ی پرسشنامه، اطلاعات را کد گذاری و بعد از کد گذاری داده وارد کامپیوتر شده و با استفاده از نرم افزار SPSS داده ها در دو سطح توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل می شود. از آمار توصیفی برای تهیه و تنظیم جداول، نمودار، فراوانی، درصد فراوانی و جهت تحلیل توصیفی داده های حاصل از اجرای تحقیق استفاده می گردد از آمار استنباطی به منظور تعیین معنا دار بودن فرضیه ها تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون رگرسیون استفاده می گردد.

ابزار پژوهش

به منظور گردآوری داده های پژوهشی از دو پرسشنامه استفاده شده است عبارتند از: پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) دارای ۳ بعد ساختاری، ارتباطی و شناختی می باشد که هفت خرده مقیاس شبکه ها، اعتماد، همکاری، فهم متقابل، روابط، ارزش ها، تعهد را مورد بررسی قرار می دهد و در ۳۶ گویه تنظیم شده و براساس مقیاس پنج گزینه ای لیکرت (خیلی موافقم = ۵، موافقم = ۴، نظری ندارم = ۳، مخالفم = ۲ و خیلی مخالفم = ۱) ساخته شده است یکی از روش های آزمون اعتبار ساختاری، مقایسه یافته های پژوهش با نتایج پژوهش های مشابه است اگر نتایج به دست آمده به هم نزدیک باشد، اعتبار ساختاری ابزار اندازه گیری تأیید می شود. شاه طالبی و همکاران (۱۳۹۰) ضریب اعتبار این پرسشنامه رو با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱ بدست آمده و همچنین بختیار نصرآبادی (۱۳۸۸). در پژوهشی ضریب پایایی پرسشنامه سرمایه اجتماعی از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱ بدست آمده است روایی محتوایی پرسش نامه سرمایه اجتماعی با توجه به استفاده آن در تحقیقات مختلف (دهقانی و همکاران ۱۳۹۳، نوابخش و همکاران ۱۳۹۱، شاه طالبی و همکاران ۱۳۹۰، دیانی و همکاران ۱۳۸۹، خداداد ۱۳۸۹، کاملی و همکاران ۱۳۸۹، نصرآبادی ۱۳۸۸) روایی محتوایی مناسبی بر خوردار است. این تاکیدی برای استفاده از این پرسش نامه می باشد. همچنین برای سنجش مدیریت دانش پرسشنامه لاوسون دارای ۲۵ سوال می باشد و این پرسشنامه بر اساس مقیاس لیکرت (کاملاً مخالفم، ۱؛ مخالفم، ۲؛ نظری ندارم، ۳؛ موافقم، ۴؛ کاملاً موافقم؛ ۵) می باشد. اندازه گیری شده است روش نمره گذاری: دارای شش خرده مقیاس می باشد ۱-دانش آفرینی ۲-جذب دانش ۳-سازماندهی دانش ۴-ذخیره دانش ۵-انتشار دانش ۶-کاربرد دانش می باشد. روایی و پایایی محتوایی پرسش نامه مدیریت دانش با توجه به استفاده آن در تحقیقات مختلف (سالزهی و همکاران ۱۳۹۱، یوسفی و همکاران ۱۳۹۱، رستمی و همکاران ۱۳۸۹، بیدختی و همکاران ۱۳۸۹، نصیری ۱۳۸۷، منتظری و همکاران ۱۳۸۵) از روایی محتوایی مناسبی بر خوردار است این تاکیدی برای استفاده از این پرسش نامه می باشد.

یافته ها

سوال اول: آیا بین بعد ساختاری و توسعه مدیریت دانش رابطه وجود دارد؟

جدول ۱: تحلیل آماری سوال اول

Sig	میزان خطا (α)	r_m	N	شاخص های آماری متغیرها
۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۶۵۲	۱۴۸	بعد ساختاری توسعه مدیریت دانش

$P < ۰/۰۵^*$

باتوجه به جدول ۱۶ چون مقدار سطح معنی داری (Sig=0/00) کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد و همچنین ضریب همبستگی محاسبه شده (۰/۶۵۲)، با ۹۵٪ اطمینان می توان نتیجه گرفت که بین بعد ساختاری و توسعه مدیریت دانش رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. به عبارتی دیگر با افزایش بعد ساختاری ، توسعه مدیریت دانش نیز افزایش می یابد و بالعکس.

سوال دوم: آیا بین بعد ارتباطی و توسعه مدیریت دانش رابطه وجود دارد؟

جدول ۲: تحلیل آماری سوال دوم

Sig	میزان خطا (α)	r _p	N	شاخص های آماری متغیرها
۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۷۶۶	۱۴۸	بعد ارتباطی توسعه مدیریت دانش

P<۰/۰۵*

باتوجه به جدول ۲ چون مقدار سطح معنی داری (Sig=0/00) کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد و همچنین ضریب همبستگی محاسبه شده (۰/۷۶۶)، با ۹۵٪ اطمینان می توان نتیجه گرفت که بین بعد ارتباطی و توسعه مدیریت دانش رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. به عبارتی دیگر با افزایش بعد ارتباطی ، توسعه مدیریت دانش نیز افزایش می یابد و بالعکس.

سوال سوم: آیا بین بعد شناختی و توسعه مدیریت دانش رابطه وجود دارد؟

جدول ۳: تحلیل آماری سوال سوم

Sig	میزان خطا (α)	r _p	N	شاخص های آماری متغیرها
۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۴۷۳	۱۴۸	بعد شناختی توسعه مدیریت دانش

P<۰/۰۵*

باتوجه به جدول ۳ چون مقدار سطح معنی داری (Sig=0/00) کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد و همچنین ضریب همبستگی محاسبه شده (۰/۴۷۳)، با ۹۵٪ اطمینان می توان نتیجه گرفت که بین بعد شناختی و توسعه مدیریت دانش رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. به عبارتی دیگر با افزایش بعد شناختی ، توسعه مدیریت دانش نیز افزایش می یابد و بالعکس.

سوال چهارم: آیا سهم هر یک از مولفه ها سرمایه اجتماعی سازمانی در پیش بینی توسعه مدیریت دانش متفاوت

است؟

جدول ۴: خلاصه ی تحلیل رگرسیون

سطح معنی داری	F تغییر	درجات آزادی	ضریب تبیین تعدیل شده	ضریب تبیین	همبستگی چندگانه	مدل
۰/۰۰۰	۱۰۶/۲۴	۳ و ۱۴۳	۰/۶۸۴	۰/۶۹۰	۰/۸۳۱	۱

همانگونه که در جدول ۴ مشاهده می شود ضریب همبستگی چندگانه میان متغیرها برابر به $0/831$ و مجذور ضریب همبستگی چندگانه برابر با $0/690$ می باشد که حاکی از آن است $69/0$ درصد از واریانس توسعه مدیریت دانش با توجه به مؤلفه های سرمایه اجتماعی سازمانی قابل تبیین است. همچنین مقدار f حاصل از تحلیل واریانس بیانگر معنی دار بودن رگرسیون می باشد ($F_{3,143}=106/24, P<0/01$). جهت تعیین سهم نسبی هر یک از مؤلفه های سرمایه اجتماعی سازمانی در پیش بینی توسعه مدیریت دانش ضرایب بتای رگرسیونی در جدول زیر گزارش شده است.

جدول ۵: خلاصه ضرایب رگرسیونی چند گانه

متغیر	ضریب بتای استاندارد نشده	ضریب استاندارد بتا	t	مقدار معناداری نرمال
عرض از مبدا	۷/۲۷۷	-	۲/۰۶۷	۰/۰۴۱
بعد ساختاری	۰/۳۰۳	۰/۱۴	۲/۱۷۱	۰/۰۳۲
بعد ارتباطی	۱/۰۹۷	۰/۶۱	۱/۲۹۴	۰/۰۰۰
بعد شناختی	۰/۴۵۵	۰/۲۶	۴/۹۸۳	۰/۰۰۰

در جدول ۵ ضرایب رگرسیونی ارائه شده است که بیانگر سهم نسبی هر یک از مؤلفه های سرمایه اجتماعی سازمانی در پیش بینی توسعه مدیریت دانش است. نتایج حاکی از آن است که مؤلفه ی بعد ارتباطی با بیشترین میزان بتا ($\beta=0/61, t=1/294, P<0/05$)، بیشترین سهم را در پیش بینی توسعه مدیریت دانش به خود اختصاص داده است. به بیانی دیگر از میان مؤلفه های سرمایه اجتماعی سازمانی در ، فقط بعد ارتباط قدرت تاثیر گذاری بر توسعه مدیریت دانش را داشت.

بحث و نتیجه گیری

یافته‌های سوال اول تحقیق نشان داد که: بین بعد ساختاری و توسعه مدیریت دانش رابطه وجود دارد. به عبارتی دیگر با افزایش بعد ساختاری، توسعه مدیریت دانش نیز افزایش می‌یابد و بالعکس. و این نتایج با بررسی‌های عبدالملکی و همکاران (۱۳۹۳) نتایج بیانگر آن است که فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی اثر مثبت و معنادار بر مدیریت دانش دارند و مدیریت دانش اثر مثبت و معنادار بر خلاقیت و نوآوری دارد. از سوی دیگر نتایج نشان داد خلاقیت بر نوآوری اثر مثبت و معنادار دارد. در پژوهش نعمتی و همکاران (۱۳۹۰) نتایج بیانگر آن است که بین فرآیند تسهیم دانش و تجربه و مفهوم سرمایه اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که بین ابعاد فردی، گروهی، فرهنگی و فناوری تسهیم دانش و تجربه با مفهوم سرمایه اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد، اما بین بعد ستادی تسهیم دانش و تجربه با مفهوم سرمایه اجتماعی رابطه معنی داری مشاهده نمی‌شود. همچنین در پژوهش ویلانوا (۲۰۱۴) نتایج بیانگر آن است که ابعاد سرمایه اجتماعی به ویژه ساختاری 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. در همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت عوامل ساختاری سرمایه اجتماعی را بوجود می‌آورد و در این سازمان کارکنان در کار یکدیگر مداخله نمی‌کنند، حیطة وظایف مشخص است، افراد شایسته انتخاب شده، گروه‌های گوناگون وجود دارد، قرار دادن افراد شایسته به عنوان الگو و وجود یک سیستم مطلوب کاری در آنها وجود دارد و به طور کلی فضای مناسب در سازمان‌ها وجود دارد. این موارد که نشان دهنده این است که در سازمان فضای صمیمی وجود دارد و افراد شایسته در رأس قرار دارند که به تولید دانش می‌شود موارد ساختاری سرمایه اجتماعی از ملزومات سازمان‌های موفق است و از ویژگی‌های سازمان‌های بزرگ و موفق دنیا است و نیاز است در تمامی سازمانها ویژگی‌های ساختاری سرمایه اجتماعی توسعه یابد. با توجه به اینکه بعد ساختاری از سرمایه اجتماعی به پیکربندی غیرشخصی پیوندهای بین افراد و یا واحدهای اجتماعی اشاره دارد. وجوه مهم تحت این بعد شامل پیوند شبکه، ترتیبات شبکه، و ثبات شبکه می‌باشد. پیوند شبکه در بردارنده شیوه‌های خاصی است که اعضای واحد اجتماعی با یکدیگر مرتبط شده‌اند و با یکدیگر همکاری می‌کنند. ترتیبات شبکه تعیین کننده الگوی‌های پیوند میان اعضای واحدهای اجتماعی است و شامل سلسله مراتب شبکه، میزان ارتباط پذیری و تراکم شبکه می‌باشد. ثبات شبکه نیز نشان دهنده این است که تا چه اندازه شبکه ایجاد شده برای یک هدف خاص ممکن است برای اهداف دیگر استفاده شود. این بعد به طور کلی شامل وجود سیستم مطلوب کاری، تشکیل گروه‌های کاری و انتخاب مناسب افراد در امور مختلف است. هنگامی که در سازمان سیستم مطلوب کاری برقرار است بدین معناست که چیدمان گروه کاری به درستی انجام شده و امور سازمانی بر اساس تخصص گروه بندی شده است. جایگیری هر یک از کارکنان سازمانی در گروه تخصصی زمینه‌آشنایی آنان با ویژگی‌های زمینه کاری را فراهم آورده و آنان را بیش از پیش نسبت به امور محوله آگاه می‌گرداند. از این رو می‌توان انتظار داشت کلیه فعالیت‌های مرتبط با شغل که در شرح شغل سازمانی مندرج است کاملاً آگاهانه انتخاب و ساماندهی می‌گردد. ضمن آن که آشنایی کامل کارکنان با نحوه انجام کار ضمن برخورداری از سیستم مطلوب کاری آنان را تشویق می‌کند که امور محوله را به بهترین شیوه به انجام برسانند. بدیهی است در چنین محیط کاری ایده پردازی به منظور بهینه نمودن سیستم کاری شکل گرفته و مدیریت دانش توسعه می‌یابد لذا رابطه بین بعد ساختاری و توسعه مدیریت دانش منطقی به نظر می‌رسد.

یافته‌های سوال دوم تحقیق نشان داد که: بین بعد ارتباطی و توسعه مدیریت دانش رابطه وجود دارد. به عبارتی دیگر با افزایش بعد ارتباطی، توسعه مدیریت دانش نیز افزایش می‌یابد و بالعکس. و این نتایج با بررسی‌های دیانی و همکاران (۱۳۹۴) بین میزان سرمایه اجتماعی و میزان اجرای مدیریت دانش رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. از میان ابعاد مدیریت دانش، سرمایه اجتماعی بیشترین ارتباط را با بعد تولید دانش دارد و کمترین ارتباط نیز میان سرمایه اجتماعی و بعد ارائه دانش است. همچنین، بین ابعاد شناختی، رابطه‌ای، و ساختاری سرمایه اجتماعی با میزان اجرای مدیریت دانش رابطه مثبت و معنادار برقرار است و در میان ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بیشترین ارتباط را با میزان اجرای مدیریت دانش دارد، در پژوهش عسگری و همکاران (۱۳۹۱) بیانگر آن است که ابعاد سرمایه اجتماعی تأثیر قابل توجهی بر تسهیل اقدامات مدیریت دانش در سازمان دارد، در پژوهش هاو و همکاران (۲۰۱۲) نتایج بیانگر آن است که پاداش سازمانی تأثیر منفی بر تمایل به تسهیم دانش ضمنی داشته، اما تأثیر مثبتی بر تمایل به تسهیم دانش آشکار نیز داشته است. همچنین نتیجه تحقیق نشان داده است که سرمایه اجتماعی بطور معنی داری بر افزایش تمایل کارکنان به تسهیم دانش ضمنی و آشکار داشته است. و همچنین در پژوهش کرون و همکاران (۲۰۱۲) نتایج بیانگر آن است که میان سرمایه اجتماعی و انتقال دانش در سازمان ارتباط معناداری وجود دارد همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت سرمایه اجتماعی جمع منابع بالقوه و بالفعل موجود و قابل دسترس، از طریق شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی و یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار نماید و برای آنها در مقایسه با سازمانهای دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند. به عبارتی دیگر سرمایه اجتماعی شبکه‌ای از روابط و پیوندهای مبتنی بر اعتماد اجتماعی بین فردی و بین گروهی و تعاملات افراد با گروه‌ها، سازمان‌ها و

نهادهای اجتماعی است که قرین همبستگی و انسجام اجتماعی و برخورداری افراد و گروه‌ها از حمایت اجتماعی و انرژی لازم برای تسهیل کنش‌ها در جهت تحقق اهداف فردی و جمعی را فراهم می‌کند. این سرمایه متشکل از سه جزء منابع نهفته در ساختار اجتماعی، قابلیت دسترسی افراد به این گونه منابع اجتماعی و استفاده یا گردآوری این گونه منابع اجتماعی در کنش‌های هدف مند است. توانایی سرمایه اجتماعی در تسهیم و خلق دانش یکی از دلایل اصلی پیامدهای محیط کاری موثر و کارا از جمله تولید دانش است. در پرتو شکل‌گیری روابط پویای درون گروهی و برون گروهی حاصل از سرمایه اجتماعی تیم‌های کاری مبتنی بر اعتماد در سازمان شکل گرفته و انرژی لازم برای تسهیل کنش بین آنها فراهم می‌گردد. شکل‌گیری تیمهای دانشی در سازمان به عنوان پیامدی از پیامدهای سرمایه اجتماعی زمینه را برای بروز ایده پردازی در سازمان فراهم کرده و کارکنان سازمانی را تشویق می‌کند تا مسائل سازمانی را به شیوه‌ای نو و جدید حل کنند. از این رو می‌توان انتظار داشت در پرتو افزایش سرمایه اجتماعی درون سازمانی مدیریت دانش توسعه می‌یابد لذا رابطه بین بعد ارتباطی و توسعه مدیریت دانش منطقی به نظر می‌رسد.

یافته‌های سوال سوم تحقیق نشان داد که: بین بعد شناختی و توسعه مدیریت دانش رابطه وجود دارد. به عبارتی دیگر با افزایش بعد شناختی، توسعه مدیریت دانش نیز افزایش می‌یابد و بالعکس. و این نتایج با بررسی‌های مهدیان راد و همکاران (۱۳۹۱) نتایج بیانگر آن است که معنادار بودن تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش دارد، در پژوهش منینگ (۲۰۱۵) نتایج بیانگر آن است که با افزایش بعد شناختی سرمایه اجتماعی سازمانی، فرایندهای مدیریت دانش در سازمان به طور مؤثر اجرایی خواهند شد. در واقع میتوان گفت که هر چقدر سطح بعد شناختی سرمایه اجتماعی بالاتر رود، آنها دانش محورتر خواهند بود، و همچنین در پژوهش‌های ناهاپیت و همکاران (۲۰۱۰)، تیمون و همکاران (۲۰۱۳) نتایج بیانگر آن است که با افزایش ارتباط بین سرمایه اجتماعی و مدیریت نتیجه آن را کسب عملکرد بالاتر توسط سازمان بیان کرده است که با نتایج پژوهش همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت بعد شناختی به آن دسته از جنبه‌ها که بازنمایی‌ها، تفاسیر و سیستم مفهومی به اشتراک گذارده شده بین اعضای گروه را فراهم می‌کند، توجه داشته و وسعت سهیم شدن اعضای تیم پروژه در ادراکی مشترک و گسترش یک رویه شناختی مشترک در میان اعضا را منعکس می‌کند. همچنین این بعد به منابعی اشاره دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم‌های مشترک در میان گروه‌ها است. مهمترین جنبه‌های این بعد زبان مشترک و حکایت‌های مشترک است. زبان ابزاری است که از آن طریق افراد با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و اطلاعات را تبادل می‌کنند. ضمن آن که زبان مشترک قابلیت ترکیب اطلاعات را افزایش می‌دهد؛ حکایت‌های مشترک نیز شامل داستان‌ها و استعاره‌هایی است که در یک جامعه موجب حفظ مجموعه‌های معانی می‌شود. در تقسیم بندی دیگری بعد رابطه‌ای در برگیرنده هدف‌های مشترک و دیدگاه مشترک است. هدف مشترک میزان درک و دیدگاه مشترک اعضای واحد اجتماعی نسبت به اهداف و نتایج فعالیت‌های گروه است و فرهنگ مشترک نیز در بردارنده میزان هنجارهای رفتاری مشترک در میان اعضا می‌باشد. به عنوان مثال تا چه میزان تمایل در میان اعضا وجود دارد تا در فعالیت‌های گروهی سازمان شرکت کنند نشان دهنده میزان فرهنگ مشترک میان اعضا می‌باشد. داستانها و استعاره‌های سازمانی مستتر در این بعد، همچنین وجود زبان مشترک که قابلیت ترکیب دانش را منجر می‌گردد باعث می‌شود که افراد در سامانه‌ای سازمانی به انتقال تجارب خود از طریق داستان‌گویی پرداخته و شیوه‌های متعدد انجام کار را به اشتراک گذارند. از این رو می‌توان انتظار داشت افزایش سرمایه شناختی کارکنان منجر به تولید دانش گردد لذا رابطه بین بعد شناختی و توسعه مدیریت دانش منطقی به نظر می‌رسد.

یافته‌های سوال چهارم تحقیق نشان داد که: سهم هر یک از مولفه‌ها سرمایه اجتماعی سازمانی در پیش بینی توسعه مدیریت دانش متفاوت است این نتایج با بررسی‌های الوانی و همکاران (۱۳۹۲) نتایج بیانگر آن است که وجود سرمایه اجتماعی در گروه‌های سازمانی شرکت داده پردازی ایران، بر توسعه فعالیت‌های نرم مدیریت دانش تأثیرگذار بوده است، در پژوهش خلیلی و همکاران (۱۳۹۱) نتایج بیانگر آن است که بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به علاوه 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 پیشین، 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، در پژوهش چو و همکاران (۲۰۱۳) نتایج بیانگر آن است که ابعاد سرمایه اجتماعی را شامل شبکه اجتماعی، اعتماد اجتماعی و اهداف تسهیم در نظر گرفته، ولی مفهوم مدیریت دانش را بصورت کلی در نظر گرفته اند. نتیجه تحقیق نشان داده است که شبکه اجتماعی و اهداف تسهیم رابطه معنی داری با تسهیم دانش سازمانی دارد، اما اعتماد اجتماعی تأثیر مستقیمی بر تسهیم دانش سازمانی ندارد و همچنین در پژوهش رالتوگی و همکاران (۲۰۱۰) نتایج بیانگر آن است که ساختار سازمانی منعطف، وجود سیستم‌های اطلاعاتی اثربخش و نه صرفاً مبتنی بر فناوری، طراحی سیستم پاداش دهی مناسب، و نهایتاً جلب اعتماد افراد، از جمله عوامل اساسی در مدیریت دانش است و همچنین فرهنگ سازمانی مبتنی بر اعتماد متقابل و ارتباطات اثربخش این فرایند را مورد حمایت قرار ندهد، فناوری نمی‌تواند نتیجه مطلوب داشته باشد همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت بعد

رابطه‌ای، نشانگر روابط شخصی بین افراد در سایه تقابلات مختلف است مهمترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی اعتماد، هنجارها، انتظارات رفتاری هستند که دارای معانی مشترک باشند)، بایست ها، (نشان دهنده یک تعهد برای انجام یک فعالیت در آینده است)، هویت، (فرآیندی است که افراد احساس می کنند با گروه یا فرد دیگری عضو یک مجموعه واحد هستند یعنی، فرآیندی که طی آن نوعی احساس تعلق و همبستگی شکل می گیرد) می باشد. وجود ویژگیهای مستتر در این بعد چون بایستها به عنوان تعهد فرد به شغل و فعالیت خود و همچنین احساس هویت شغلی منجر به این می گردد که فرد تمایل داشته باشد شغل خود را متعهدانه و به بهترین وجه سازمانی انجام دهد. در این حالت نیرویی درونی هدایتگر فرد نبوده بلکه تعهد فرد ترغیب کننده او در فعالیتهای سازمانی است. از این رو نیروی تعهد و هویت فرد را به انتخاب بهترین شیوه انجام کار ترغیب و تشویق می نماید. از این رو می توان انتظار داشت در سایه چنین ویژگیهایی دانش و ابداع روشهای نو برای انجام وظایف محوله افزایش یابد. با توجه به قدرت پیش بینی مدیریت دانش از طریق سرمایه ساختاری می توان این گونه نتیجه گیری نمود که توسعه مدیریت دانش نیازمند تغییرات در ساختار سازمانی به گونه ای است که ساختار از خلاقیت و ایده پردازی حمایت کرده و زمینه را برای رشد و ارتقاء آن فراهم آورد. در ساختارهای سازمانی سنتی معمولاً افراد به ثبات سازمانی عادت کرده از هر نوع تغییر و تحول سازمانی اجتناب می پذیرند. در نقطه مقابل در ساختارهای تحولی شیوه های یکنواخت انجام کار موجب نوعی فرسودگی شغلی تلقی شده و توسعه منابع انسانی را با مخاطره روبرو می سازد. از این رو می توان انتظار داشت در پرتو تغییر ساختار سازمانی به سوی ساختار مشوق تغییر، توسعه مدیریت دانش افزایش یابد. اگر سازمانها به عنوان واحدهای اجتماعی بتوانند سرمایه اجتماعی ایجاد نمایند، قادر به فعالیت بهتر و بیشتر خواهند شد. با افزایش شناخت این سرمایه از طریق سازمانها، جامعه نیز از مواهب سرمایه اجتماعی که همانا جو اعتماد و اطمینان عمومی است، بهره مند خواهد شد. در این شرایط سرمایه اجتماعی بین سازمانها و شهروندان شکل گرفته و در پرتو آن جامعه از روابط مبتنی بر اعتماد برخوردار می شود. سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت ها و دارایی های مهم سازمانی است که می تواند به سازمان در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار نماید و مزیت سازمانی خلق کند لذا تفاوت سهم هر یک از مولفه ها سرمایه اجتماعی سازمانی در پیش بینی توسعه مدیریت دانش منطقی به نظری رسد در پایان به برخی از پیشنهادها که بر اساس یافته های تحقیق بدست آمده اشاره می گردد:

- پیشنهاد می شود تیم سازی افزایش هویت سازمانی در سطح سازمان به گونه ای که کارکنان و مدیران سازمان خود را عضو یک خانواده مشترک (خانواده استناداری) بدانند در سازمان ایجاد شود
- پیشنهاد می شود مهارت پذیرش متقابل میان اعضای سازمان با یکدیگر و مدیران سازمان شامل موارد توسعه روابط دوستانه و تشویق کارکنان کمک به حل مشکلات یکدیگر، تشویق رفتارهای صادقانه و تأکید بر عمل کردن به قول ها و تعهدات، توجه بیشتر به شایسته سازی در سازمان، برخورد با رفتارهای سیاسی مخرب در سازمان، و مدیریت مؤثر تعارضات سازمانی ایجاد و تقویت شود.
- پیشنهاد می شود در طرح ریزی و برنامه ریزی ارتباطات داخلی در حوزه های ارتباطات میان فردی شامل: گسترش روابط دوستانه و تعاملات غیررسمی بین کارکنان، تشویق کارکنان به همکاری و مساعدت به یکدیگر، تقویت احساس تعهد نسبت به سازمان و همکاران، تأکید بر شایستگی و کفایت در انتساب ها و ارتقاها، تشویق کارکنان به حفظ روابط خود با دیگران، تشویق کار گروهی و روابط مبتنی بر اعتماد. در سازمان صورت گیرد.
- پیشنهاد می شود همکاری و ارتباط در سازمان از طریق انجام دادن کارها به صورت گروهی و تیمی شامل گسترش تعاملات بین فردی، ایجاد امکان تعامل مستقیم بین افراد و واحدهای هم سطح، اهمیت دادن به نقش تعاملات غیررسمی و روابط دوستانه و محبت آمیز کارکنان، برگزاری جلسات هم فکری، و آموزش مهارت های ارتباطی به کارکنان. ایجاد و توسعه گردد
- پیشنهاد می شود سازمان و مدیران آن از اعضای سازمان حمایت عاطفی و اجتماعی شامل موارد تشویق کارکنان برای کمک به حل مشکلات یکدیگر و احساس مسئولیت در مقابل همکاران، توسعه فرهنگ همکاری و مساعدت متقابل، تشویق کارکنان به تبادل دانش و تجارب خود با یکدیگر و یادگیری متقابل، تقویت حس اعتماد بین کارکنان، کار گروهی، و ارزیابی های عملکرد جمعی در برنامه ریزی خود لحاظ کنند.
- پیشنهاد می شود مدیران همواره اهداف سازمان را مد نظر قرار داشته باشند و تلاش نمایند که اهداف شخصی افراد را در راستای اهداف سازمان قرار دهند. همچنین مدیران همواره ارزشهای چندی را مورد تأکید قرار دهند و بر نهادینه شدن آن ارزشها در سازمان تأکید ورزند. ارزشهایی چون راستگویی، صداقت، عدالت و ... می تواند بر مدیریت دانش تأثیر بسزایی داشته باشد
- پیشنهاد می شود کارکنان سازمان نسبت به تعهدات و وعده های خود در قبال یکدیگر سخت پایبند باشند.
- پیشنهاد می شود اعضای سازمان اطلاعات، دانش و دیگر منابعشان را برای انجام وظایف با یکدیگر ترکیب کنند و بکار گیرند.
- پیشنهاد می شود مدیران افراد سازمان را به انتقاد سازنده نمایند و ویژگیها انتقاد سازنده را برای آنان بازگو نمایند. وجود انتقاد سازنده در سازمان به تفاهم و همکاری و در نتیجه افزایش سرمایه اجتماعی منجر می گردد

-پیشنهاد می‌شود در پژوهشهای آتی مطالعاتی با حجم نمونه بیشتر در سازمانهای مختلف صورت گیرد.

-پیشنهاد می‌شود در پژوهشهای آتی با توجه به اینکه مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی یک مفهوم مربوط به زمینه است و همچنین شاید بتوان گفت که ناملوس ترین جنبه سازمانی است و با استفاده از پرسشنامه نمی توان آن را واکاوی کرده و به طورکامل شناخت باید با روشهای کیفی و به ویژه آمیخته این مفاهیم را مورد بررسی قرار دهند.

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

منابع و مراجع

- [۱] الوانی، سیدمهدی؛ ناطق، تهمینه. (۱۳۹۲). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش سازمانی، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوم، شماره ۵، صص ۷۰-۳۵.
- [۲] -بقایی نیا، مریم. (۱۳۹۰). مدیریت دانش پرتو ملت، نشریه داخلی بانک ملت، سال دوم، شماره ۱۶، صص ۵۲-۴۰.
- [۳] جاهد، حسینعلی (۱۳۹۳). طراحی مدل مفهومی ارتباط مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی شناختی، مجموعه مقالات همایش ملی مدیریت دانش و علوم اطلاعات، پیوندها و برهم کنش‌ها، تهران: کتابدار.
- [۴] -حقیقتیان، منصور؛ گلمراد، مرادی. (۱۳۹۰). بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر رضایت شغلی کارکنان اداره تعاون مورد مطالعه: استان کرمانشاه، جامعه شناسی کاربردی دانشگاه اصفهان، دوره بیست و دوم، شماره ۴، صص ۱۳۰-۱۱۵.
- [۵] خلیلی، مجتبی؛ خدایار، ابیلی. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه دولتی، پژوهشنامه بیمه، سال بیست و هشتم، شماره ۲، صص ۱۵۲-۱۲۹.
- [۶] -دیانی، محمد حسین؛ مهری، پریرخ. (۱۳۹۴). بررسی بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و میزان اجرای مدیریت دانش در کتابخانه های دانشگاه فردوسی و علوم پزشکی مشهد، فصلنامه کتابداری و اطلاع رسانی، دوره سوم، شماره ۲، صص ۵۵-۱۲.
- [۷] -عبدالملکی، حسین؛ کریمی، حامد؛ سنگ آتش، اسما قانع. (۱۳۹۳). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و رضایت شغلی معلمان تربیت بدنی: مطالعه موردی استان همدان، مجله مدیریت ورزشی، دوره یک، شماره ۲، صص ۵۲-۴۱.
- [۸] عسگری، ناصر؛ محمدی فاتح، اصغر. (۱۳۹۱). نقش سرمایه های اجتماعی در تسهیل اقدامات مدیریت دانش، فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت نظامی، سال پانزدهم، شماره ۴۳، صص ۱۸۸-۱۶۵.
- [۹] -مهديان راد، امير؛ احمد فضلی، صفر. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش، پژوهشنامه مالیات، دوره دوم، شماره ۱۲، صص ۳۲۰-۲۹۱.
- [۱۰] نعمتی، محمد علی؛ جمشیدی، لاله. (۱۳۹۰). بررسی رابطه و تأثیر فرآیند تسهیم دانش و تجربه بر توسعه سرمایه اجتماعی در میان اعضای واحدهای فناوری مرکز رشد دانشگاه شهید بهشتی، اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش.
- [۱۱] -نوابی، علی. (۱۳۹۰). بررسی جامعه شناختی عوامل اجتماعی موثر بر رضایت مندی شغلی معلمان مقطع ابتدایی شهرستان نهاوند، کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی اراک.
- [12] -Bhatt, G.D. (2010). Knowledge management in organizations: examining the interaction between technologies, techniques, and people, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 5, No. 1, pp. 68-75.
- [13] Chow, S., Chan, L.a. (2013). Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing, *Information & Management*, Volume 45, Issue 7, ovember, Pages 458-465.
- [14] -Colemen, J.S. (2010), Social capital in the creation of human capital, *American Journal of Sociology*, 94, pp. 95-120.
- [15] -Crohn's R. C, Davis, J. H. (2012). examined the relationship between social capital and knowledge management, *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 2, pp. 66-242.
- [16] -Davenport, T.H. (2010). *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*, Boston, MA: Harvard Business School Press.
- [17] Hau, S., Kim, A, (2012), The effects of individual motivations and social capital on employees' tacit and explicit knowledge sharing intentions, *International Journal of Information Management* Available online 25 December. Vol. 12, No. 7, pp. 286-95.
- [18] -Landry, R., Amara, N. (2013). Does social capital determine innovation? To what extent, *Technological Forecasting & Social Change*, No. 69, pp. 681-701.
- [19] -Lin, N. (2012). *Social capital: A theory of social structure and action* New York, Cambridge University Press
- [20] -Manning, P. (2014). Explaining and developing social capital for knowledge management purposes. *Journal of decisionmaking*, 14, (1), pp. 83-99
- [21] Nahapiet, J. & S. Ghoshal (2010), *Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage*, *Academy of Management Review*, vol. 23, No. 2, p. 242-266.

- [22] -Raltogi ,A. & L. Prusak . (2010) ,examines the impact of social capital, knowledge management and corporate culture, Information Management Journal, Vol. 34, No. 1, pp. 64-7.
- [23] -Tymon, W.G , Stumpf,S.A. .(2013). Social Capital in the success of Knowledge workers,Career Development Turner International, pp. 12-20.
- [24] -vilanova, E.P(2014). Social capital as a managerial phenomenon.Working Paper, Tampere University of Technology, 38, (4), pp.643-62