

نقش سرمایه اجتماعی در اثربخشی مدیریت دانش (مطالعه موردی)

مهدی خیراندیش^۱

سید حسین آتشی^۲ و مهرداد غلامی^۳

چکیده

شرایط خاص اقتصادی حاکم بر سازمان‌ها باعث شده است تا مزیت رقابتی آنها دیگر بر پایه دارایی‌های مشهودشان نباشد. آنچه امروزه سازمان‌ها را در صحنه اقتصاد، رقابت پذیر می‌نماید اداره اثربخش دانش و نیز تأکید مستمر بر عوامل مؤثر بر دارایی‌های دانشی نظیر سرمایه اجتماعی است. بر این اساس، پژوهش حاضر به نقش سرمایه اجتماعی در اثربخشی مدیریت دانش رامورد مطالعه قرار داده است. سؤال اساسی تحقیق این است آیا میزان بالای سرمایه‌های اجتماعی به اثربخشی مدیریت دانش منتهی می‌شود؟ جامعه آماری پژوهش، دانشگاه هوایی شهید ستاری است و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به تعیین نمونه پرداخته شد. روش گردآوری داده‌ها، پرسشنامه حضوری بوده و از روش تحقیق توصیفی - میدانی استفاده شده است. نتایج حاصله، با استفاده از آزمون ضریب همبستگی و آزمون معادلات ساختاری، حاکی از وجود رابطه معنی‌داری بین همه مؤلفه‌های سرمایه‌های اجتماعی و اثربخشی مدیریت دانش است. در پایان، با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای نیز ارائه شده است.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، سرمایه اجتماعی، اثربخشی.

۱- استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه هوایی شهید ستاری

۲- دانشجوی دکتری روانشناسی تربیتی دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه تبریز

۳- مدرس دانشکده مدیریت دانشگاه هوایی شهید ستاری

مقدمه

ارتباط بین مدیریت دانش^۱ و سرمایه اجتماعی^۲ به وسیله اندیشمندان متعددی مورد بحث قرار گرفته است (منوریان و عسگری، ۱۳۸۳). سرمایه اجتماعی در به اشتراک گذاشتن بهتر دانش، ابقاء دانش سازمانی، ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد و همکاری، روح تعاون (درون سازمانی - برون سازمانی) کمک به آموزش، افزایش فعالیت‌های مرتبط با ثبات سازمانی و درک مشترک موجباتی را فراهم می‌کند. اهمیت سرمایه اجتماعی سازمانی از آن جهت است که سبب اجتماع افرادی (گروه‌ها، تیم‌ها و...) می‌شود که با همدیگر بطور موفقیت‌آمیز کارها را به پایان می‌رسانند و احساس انسجام را از طریق اعتماد و همکاری ایجاد می‌نمایند.

در چنین شرایطی، تمرکز سرمایه اجتماعی، به عنوان ساختارهای اجتماعی و تعاملات اجتماعی توجهات زیادی را به خود معطوف کرده است. یکی از نتایج اصلی گرایش به سرمایه اجتماعی رشد سازمان‌های دانش‌محور بوده است و مدیریت دانش به عاملی ارزش آفرین تبدیل شده است (لسر، ۲۰۰۰: ۵). از این رو برخی از نظریه‌پردازان سازمانی به تشریح ارتباط بین سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری و مدیریت دانش پرداخته‌اند. به طور کلی این اندیشمندان بیان می‌کنند در اقتصادهای فراصنعتی، مزیت رقابتی با درک اهمیت منابع ناملموسی حاصل می‌شود که می‌توانند با تئوری سرمایه جدید مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند (اینکپن و تسانگ، ۲۰۰۵: ۹۰). به عنوان مثال، منابع سرمایه اجتماعی که در بافت اجتماعی سازمان‌ها، تجلی می‌یابد، برای سازمان‌ها دارای - های اجتماعی کلیدی فراهم می‌سازد که از آن جمله می‌توان به انسجام و هنجارهای همکاری اشاره کرد که برای خلق، تسهیم و مدیریت دانش ضرورت دارد (مانینگ، ۲۰۰۹: ۸۵).

سرمایه اجتماعی همواره محور فعالیت‌های اقتصادی و مدیریت دانش بوده است؛ از این رو بررسی اینکه چگونه توسعه سرمایه اجتماعی می‌تواند به تغییرات اقتصادی و تکنولوژیکی مرتبط با مدیریت دانش پاسخ دهد، حائز اهمیت است (کولمن، ۱۹۹۰). ولذا شناخت مفهوم سرمایه اجتماعی از نگاه چگونگی ارتباط آن با اهداف مدیریت دانش، ضروری است. موضوعی که به زعم اندیشمندان عدم توجه به آن زمینه شکست پروژه‌های مدیریت دانش را به همراه خواهد داشت. سرمایه اجتماعی عمدتاً در بعد فرهنگی نمایان شده و عامل فرهنگ در اغلب موارد مانع عمده‌ای در عدم موفقیت پروژه‌های مدیریت دانش است (ایتهیا، ۲۰۰۳: ۲). این مهم با توجه به بعد سلسله مراتبی سازمان‌های نظامی، دارای اهمیت بیشتری است. زیرا رسمیت زیاد، خود از موانع عدم ایجاد سرمایه اجتماعی است. بر این اساس، سؤال اساسی در این پژوهش آن است که آیا اساساً رابطه‌ای بین سرمایه‌های اجتماعی و مدیریت دانش در جامعه آماری مورد نظر وجود دارد؟ آیا میزان بالای مؤلفه‌های سرمایه‌هایی اجتماعی در سازمان به ارتقاء اثربخشی مدیریت دانش یا بالعکس منتهی می‌شود؟ بر این اساس، با توجه به مؤلفه‌های اصلی این دو مفهوم، فرضیاتی تدوین شده و در جامعه آماری مورد نظر به آزمایش گذارده شده‌اند. ادعای اصلی پژوهش حاضر این است که این دو مفهوم با یکدیگر رابطه مثبت و معنی‌داری داشته و سطح بالای مؤلفه‌های سرمایه‌هایی اجتماعی به ارتقاء اثربخشی مدیریت دانش در سازمان منتهی می‌شود.

ادبیات نظری: مفهوم سرمایه اجتماعی

یکی از مشکلاتی که دانشمندان علوم مدیریت و علوم اجتماعی با آن مواجه‌اند، ارائه تعریفی جامع از سرمایه اجتماعی است. این واژه به‌وسیله بیشتر نویسندگان به عنوان شبکه‌ها، هنجارها، اعتماد و راهی که جوامع می‌توانند از طریق آن اهداف جمعی را به صورتی کارآتر انجام دهند، تعریف شده است. اندیشمندان مهمی از جمله فوکویاما

(۱۹۹۹)، بیلوایو و همکاران (۱۹۹۶)، پاتنام^۱ (۱۹۹۹) و گوشال و ناهاپیت (۱۹۹۸) به بازنگری ادبیات سرمایه اجتماعی پرداخته‌اند. تعاریف زیر به‌وسیله این چهار محقق برجسته این رشته ارائه شده است که نکات مهم آن را خلاصه می‌کند:

سرمایه اجتماعی یک هنجار غیر رسمی ایجاد شده است که همکاری میان دو یا چند شخص را افزایش می‌دهد. هنجارهایی که سرمایه اجتماعی را شکل می‌دهند می‌توانند از رابطه متقابل بین دو دوست شروع شود و آیین‌های پیچیده مانند مسیحیت و کنفوسیوسیم را شامل گردند (فوکویاما، ۱۹۹۵). در تعریفی دیگر، فوکویاما معتقد است سرمایه اجتماعی عبارت است از توانایی‌های افراد برای کار کردن با یکدیگر، به منظور دستیابی به اهداف مشترک در گروه‌ها و سازمان‌ها (فوکویاما، ۲۰۰۱). از دیدگاه بیلوایو و همکاران، سرمایه اجتماعی شبکه شخصی یک فرد و پیوستگی‌های نهادی برگزیده او را در بر می‌گیرد (بیلوایو و همکاران، ۱۹۹۶). به زعم پاتنام، سرمایه اجتماعی شبکه‌ها و هنجارهای تشریک مساعی متقابلی است که ایجاد ارزش می‌نماید (پاتنام، ۲۰۰۲). از دیدگاه سازمانی، گوشال و ناهاپیت (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را به عنوان جمع منابع بالفعل و بالقوه موجود در درون، قابل دسترس از طریق شبکه، و ناشی شده از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی تعریف می‌کنند. از دیدگاه آنها سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارائی‌های 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.

جدول ۱ نشان‌دهنده مقایسه عناصر سرمایه اجتماعی بر اساس مطالعات انجام شده به‌وسیله بوردیو، کلمن، گروه کندی و گوشال و ناهاپیت است. به‌طور کلی، اگرچه تعاریف ارائه شده درباره سرمایه اجتماعی کاملاً یکسان نیستند با این وجود این رشته به سمتی در حال حرکت است که یک هم‌گرایی مفهومی در راستای تعریف گوشال و

ناهایت مشاهده می‌شود. به‌طور کلی، محققان رشته سرمایه اجتماعی، بر روی سه سازه اصلی آن اتفاق نظر دارند. برای درک بهتر این مفهوم، در جدول زیر به مفهوم‌سازی سرمایه اجتماعی از دیدگاه اندیشمندان فوق پرداخته شده است.

جدول ۱: ابعاد سرمایه‌های اجتماعی (اندیشمندان مختلف)

ردیف	اندیشمندان	مؤلفه‌ها
۱	بورديو	۱- اندازه گروه یا شبکه، ۲- حجم سرمایه‌ای که هر کدام از اعضای شبکه دارای آن هستند.
۲	کلمن	۱- تعهدات، انتظارات و اعتماد متقابل؛ ۲- کانال‌های ارتباطی؛ هنجارها و ضمانت‌های اجرایی مؤثر
۳	گروه کندی	۱- اعتماد، ۲- مشارکت سیاسی، ۳- مشارکت و رهبری مدنی، ۴- پیوندهای اجتماعی غیر رسمی ^۱ ، ۵- بخشش و روحیه داوطلبی ^۲ ، ۶- مشارکت مذهبی ^۳ ، ۷- عدالت در مشارکت مدنی، ۸- تنوع معاشرت‌ها و دوستی‌ها
۴	گوشال و ناهایت	۱- ساختاری، ۲- شناختی، ۳- ارتباطی

بعد ساختاری: این بعد، الگوی کلی روابطی را که در سازمان‌ها یافت می‌شود، در بر دارد. بدین معنا که این بعد، حدی را که افراد در سازمان به یکدیگر متصل می‌گردند، در بر می‌گیرد (بولینو، ۲۰۰۲: ۵۰۶). بعد ساختاری سرمایه اجتماعی شامل پیوندهای موجود در شبکه، شکل و ترکیب شبکه و تناسب سازمانی می‌شود (ناهایت و گوشال، ۱۹۹۸: ۷۵). عنصر ساختاری سرمایه اجتماعی به الگوی کلی تماس‌های بین افراد اشاره دارد؛ یعنی

1. Informal social ties
2. Giving & volunteering
3. Faith-based Engagement

شما به چه کسانی و به چه صورتی دسترسی دارید (بارت، ۱۹۹۲). مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارتند از روابط شبکه ای بین افراد، پیکربندی شبکه‌ای و سازمانی مناسب.

۱-۱- روابط شبکه‌ای: پیشنهاد اصلی تئوری سرمایه اجتماعی این است که روابط شبکه‌ای امکان دسترسی به منابع را فراهم می‌سازند. روابط اجتماعی، ایجادکننده کانال‌های اطلاعاتی هستند که زمان و سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای گردآوری اطلاعات را کاهش می‌دهند.

۱-۲- شکل و ترکیب روابط شبکه‌ای: پیکربندی کلی روابط شبکه‌ای یک جنبه مهم سرمایه اجتماعی را شکل می‌دهد که می‌تواند بر توسعه سرمایه فکری تأثیر بگذارد. برای مثال، سه ویژگی ساختار شبکه: تراکم، پیوند و سلسله مراتب، همگی از طریق تأثیر بر میزان تماس یا قابلیت دسترسی اعضای شبکه باعث انعطاف پذیری و سهولت تبادل اطلاعات می‌شوند. برای مثال بنا به نظر بارت^۱ (۱۹۹۲) بحث می‌کند شبکه پراکنده، با تعداد تماس‌های بسیار کم، فراهم‌کننده مزایای اطلاعاتی بیشتری است. شبکه متراکم، از این جهت که فراهم‌کننده اطلاعات متنوع کمتر است و همان هزینه شبکه پراکنده را صرف می‌کند، شبکه‌ای ناکارآمد است. هم چنین هانسن^۲ (۱۹۹۹) معتقد است پیوندهای ضعیف، مانع انتقال دانش می‌شوند.

۱-۳- سازمان مناسب: سرمایه اجتماعی ایجاد شده، از جمله روابط و پیوندها، هنجارها و اعتماد در یک محیط خاص، اغلب می‌تواند از یک محیط اجتماعی به محیط اجتماعی دیگری انتقال داده شود، و بدین ترتیب بر الگوهای تبادل اجتماعی تأثیر گذارد. سازمان‌های اجتماعی مناسب می‌توانند یک شبکه بالقوه دسترسی به افراد و منابع‌شان (از جمله اطلاعات و دانش آن‌ها) را فراهم کنند. و از طریق ابعاد شناختی و رابطه‌ای سرمایه اجتماعی ممکن است انگیزش و قابلیت را برای تبادل تضمین کنند.

لکن، این سازمان‌ها هم چنین ممکن است مانع این تبادل شوند. تحقیق نشان می‌دهد چگونه فعالیت‌های جاری سازمانی ممکن است گروه‌های سازمانی را به عوض هماهنگ ساختن، از همدیگر جدا سازند، یا به عوض قادر ساختن به یادگیری و ایجاد سرمایه فکری، آنها را محدود سازند.

۲- بعد شناختی: این بعد در برگزیده میزان اشتراک کارکنان درون یک شبکه اجتماعی در یک دیدگاه، یا درک مشترک میان آنان است؛ و مانند بعد ارتباطاتی به ماهیت ارتباطات میان افراد در یک سازمان، می‌پردازد (بولینو، ۲۰۰۲: ۵۰۶) و شامل موارد زیر است: زبان و کدهای مشترک و روایت‌های مشترک (ناهایت و گوشال، ۱۹۹۸: ۷۶). بعد شناختی با استفاده از زبان مشترک، بینش مشترکی از اهداف و ارزش‌ها را برای اعضای شبکه فراهم نموده و مقدمه فعالیت بهینه آنان در سیستم اجتماعی را فراهم می‌نماید. در سطح سازمانی و مخصوصاً در سازمان‌های بزرگ، ایجاد بینش مشترک در میان اعضا و نزدیک نمودن افکار و دیدگاه‌های آنان به همدیگر روش‌هایی برای توسعه بعد شناختی محسوب می‌شود. (الوانی، ۱۳۸۱) عنصر شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد عبارتند از زبان و کدهای مشترک و حکایات مشترک.

۲-۱- زبان و کدهای مشترک: به دلایل مختلفی زبان مشترک بر شرایط ترکیب و تبادل دانش تأثیر می‌گذارد. اول اینکه، زبان کارکرد مستقیم و مهمی در روابط اجتماعی دارد، چرا که ابزاری است که از طریق آن افراد با یکدیگر بحث می‌کنند، اطلاعات را مبادله می‌کنند، از یکدیگر سؤال می‌پرسند، و در جامعه، امور تجاری انجام می‌دهند. دوم اینکه، زبان بر ادراک‌هایمان تأثیر می‌گذارد. کدها هم چنین یک چارچوب مرجع برای مشاهده و تفسیرمان از محیط فراهم می‌کنند. سوم اینکه، زبان مشترک قابلیت ترکیب اطلاعات را افزایش می‌دهد.

۲-۲- حکایات و روایت‌های مشترک: علاوه بر زبان و کدهای مشترک، محققان نیز معتقدند اسطوره‌ها، داستان‌ها و استعاره‌ها ابزارهای قدرتمندی در اجتماعات، برای ایجاد، تبادل و نگهداری مجموعه‌های غنی معانی فراهم می‌کنند. آر^۱ (۱۹۹۰) نشان می‌دهد چگونه حکایات، تبادل تجربه پنهان را در بین متخصصان تسهیل می‌کند. بنابراین، ظهور حکایت‌های مشترک در یک اجتماع باعث خلق و انتقال تفسیرهای جدیدی از رویدادها شده و ترکیب اشکال مختلف دانش، که عموماً به صورت پنهان هستند، را تسهیل می‌کند.

۳- بعد رابطه‌ای: این بعد ماهیت روابط در یک سازمان را شکل می‌دهد. به عبارت دیگر، در حالی که بعد ساختاری بر این امر متمرکز می‌گردد که: «آیا کارکنان در یک سازمان، اصلاً به هم متصل هستند یا خیر؟»، بعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این ارتباطات متمرکز می‌شود (به طور مثال آیا این روابط به وسیله اعتماد، صمیمیت، عشق و مانند آن مشخص می‌شود یا خیر)؟ (بولینو، ۲۰۰۲: ۵۰۶). این بعد شامل مفاهیمی چون اعتماد^۲، هنجارها^۳، تعهدات^۴، هویت^۵ می‌شود (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸: ۷۶). عنصر رابطه‌ای سرمایه اجتماعی توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعاملاتشان برقرار می‌کنند. ابعاد مهم آن عبارتند از: اعتماد، هنجارها، الزامات و انتظارات و هویت.

۳-۱- اعتماد: اعتماد عبارت است از عقایدی در مورد طرف دیگر اعتماد (اعتماد شونده)^۶ که باعث می‌شود اعتماد کننده^۷ فرض کند که اقدامات اعتماد شونده عواقب مثبتی برای خود اعتماد کننده خواهد داشت (مایر و همکاران، ۱۹۹۵؛ گابی و لیندرز، ۲۰۰۳).

1. Orr
2. Trust
3. Norms
4. Obligations
5. Identification
6. Trustee
7. Trustor

همان‌طور که دایتس و هارتوگ^۱ (۲۰۰۵) در بررسی خود در تعاریف متعدد از «اعتماد» نتیجه گرفتند: اعتماد می‌تواند اشکال متفاوتی داشته باشد که عبارتند از: اعتماد به عنوان یک اعتقاد، اعتماد به عنوان یک تصمیم و اعتماد به عنوان یک اقدام (عمل). دیتزو و هارتوگ، (۲۰۰۵) در تحقیقات خود نشان می‌دهد: در جایی که روابط مبتنی بر اعتماد در سطح بالایی وجود دارند، افراد تمایل زیادی برای تبادل اجتماعی و تعامل همکارانه دارند. میسزتال^۲ (۱۹۹۶) اظهار می‌دارد: اعتماد تأمین‌کننده ارتباطات و گفت‌وگو است. بنتیس^۳ (۲۰۰۱) هم چنین مطرح می‌کند: اعتماد می‌تواند امر ایجاد سرمایه فکری را تسهیل کند. بويسوت^۴ (۱۹۹۵) نیز بر اهمیت اعتماد بین افراد برای ایجاد دانش در شرایط ابهام و عدم اطمینان زیاد تأکید دارد.

یکی از مفاهیم مفید در تبیین سرمایه اجتماعی، مفهوم «شبکه اعتماد» است، شبکه اجتماعی بیانگر این مطلب است که افراد بر اساس اعتماد متقابل به یکدیگر؛ از اطلاعات، هنجارها و ارزش‌های یکسانی در تبادلات فی‌ما بین خود استفاده می‌کنند. از این رو اعتماد فی‌ما بین، نقش زیادی در تسهیل فرآیندها و کاهش هزینه‌های مربوط به این گونه تبادلات دارد. شبکه اعتماد می‌تواند بین افراد یک گروه و یا بین گروه‌ها و سازمان‌های متفاوت به وجود آید. مفهوم مفید دیگر «شعاع اعتماد»^۵ است که به معنای میزان گستردگی دایره همکاری و اعتماد متقابل اعضای یک گروه است. به طور کلی، تمامی گروه‌های اجتماعی دارای میزان خاصی از شعاع اعتمادند و هر چه این شعاع اعتماد بیشتر باشد گروه مورد نظر، سرمایه اجتماعی بیشتری خواهد داشت چنانچه یک گروه اجتماعی، برون‌گرایی مثبتی نسبت به اعضای گروه‌های دیگر داشته باشد، شعاع اعتماد این گروه از حد داخلی آن فراتر می‌رود. باکر در تعریف خود از اعتماد به سه

1. Dietz and Hartog
2. Misztal
3. Bontis
4. Boisot
5. Radius of Trust

بعد اشاره می‌کند: الف- قابلیت ب- نیک خواهی و ج- انسجام. قابلیت^۱ به مهارت‌های گروهی، شایستگی‌ها و ویژگی‌هایی که یک گروه را قادر می‌سازد بر یک حیطه خاص تأثیر داشته باشد اطلاق می‌شود. نیک‌خواهی^۲ حدی است که اعتماد شونده معتقد است که می‌خواهد کار خوبی برای اعتماد کننده انجام دهد، جدای از انگیزه منفعت شخصی که برای اعتماد کننده در بردارد. انسجام شامل ادراک اعتماد کننده است مبنی بر اینکه اعتماد شونده طرفدار یکسری اصولی است که اعتماد کننده آنها را قابل قبول می‌داند (باکر و همکاران، ۲۰۰۶).

۲-۳- هنجارها: هنجارهای همکاری می‌توانند پایه‌ای قوی برای ایجاد سرمایه اجتماعی به وجود آورند. استارباک^۳ (۱۹۹۵) اهمیت هنجارهای اجتماعی صداقت و کار تیمی را به عنوان ویژگی‌های کلیدی شرکت‌های دانش محور یادآور می‌شود. هنجارهای تعاملی که اهمیت آنها در ایجاد سرمایه اجتماعی نشان داده شده‌اند عبارتند از: تمایل به ارزش‌گذاری و پاسخ به تنوع، روحیه انتقادی و تحمل شکست.

۳-۳- الزامات و انتظارات: الزامات نشان دهنده یک تعهد یا وظیفه برای انجام فعالیتی در آینده است. کلمن (۱۹۹۰) الزامات را از هنجارهای عمومی شده متمایز می‌سازد و آن را به عنوان انتظارات ایجاد شده در درون روابط شخصی خاص در نظر می‌گیرد. ناهایت و گوشال در زمینه ایجاد سرمایه فکری اظهار می‌دارند که الزامات و انتظارات احتمالاً بر دسترسی و انگیزش افراد و گروهها برای تبادل و ترکیب دانش تأثیر می‌گذارند.

۳-۴- هویت: هویت فرآیندی است که در آن افراد احساس می‌کنند با فرد یا گروهی از افراد دیگر، عضو یک گروه واحد هستند. کرامر و همکارانش^۴ (۱۹۹۶) دریافته‌اند که احساس همانندی کردن با یک گروه یا جمع، نگرانی درباره فرآیندها و نتایج جمعی را

1. Capability
2. Benevolence
3. Sturbuck
4. Kramer et al

افزایش می‌دهد و بدین ترتیب احتمال فرصت تبادل اطلاعات افزایش می‌یابد. لوئیسکی و بیونک^۱ (۱۹۹۶) در تحقیق خودشان نشان می‌دهند که هویت گروهی چشمگیر نه تنها ممکن است فرصت‌های تبادل اطلاعات را افزایش دهد، بلکه هم‌چنین ممکن است فراوانی واقعی همکاری را بین اعضاء افزایش دهد. در مقابل جایی که گروه‌ها دارای هویت‌های متمایز و مغایر از هم هستند ممکن است موانع عمده‌ای را در برابر تسهیم اطلاعات، یادگیری و ایجاد دانش به‌وجود آورند.

مدیریت دانش؛ نگاهی گذرا

در دسته بندی‌ای که از سوی صاحب نظران کسب و کار ارائه می‌شود، دهه ۱۹۸۰، دهه جنبش کیفیت، دهه ۱۹۹۰ دهه مهندسی مجدد، و دهه ۲۰۰۰، دهه مدیریت دانش لقب گرفته است (جعفری و کلانتر، ۱۳۸۲). اصطلاح مشهور برای معرفی این دوره «اقتصاد ایده^۲» است. اقتصاد ایده اغلب به پتانسیل نامحدود برای رشد و موفقیت‌های اقتصادی اشاره دارد که بر اساس آن نوآوری‌های جدید و تولیدات مبتنی بر دانش امکان‌پذیر می‌گردد. این فرآیند از بیشتر جنبه‌های اقتصادی سنتی متمایز می‌شود؛ چرا که محدود بودن افزایش فرصت‌ها را بر اساس اصل ندرت منابع فیزیکی، نیروی کار موجود، سرمایه و غیره تصور می‌کنند. متمایز می‌شود. اقتصاد ایده به توضیح افزایش کیفیت زندگی و تولید ثروت می‌پردازد (کلی، ۱۹۹۶: ۱۴۹).

در حال حاضر به تدریج افراد و سازمان‌ها به نقش بسیار مهم دانش در محیط‌های رقابتی پی برده‌اند و این پدیده در مدت زمان نسبتاً کوتاهی جایگاه خود را در بین سایر منابع تولید ثروت تثبیت نموده است. بر همین اساس بسیاری معتقدند که مدیریت دانش می‌تواند به طور مؤثری در شرایط کنونی برای فعالیت‌های تخصصی به کار برده شود (نوردین، ۲۰۰۹: ۸). با این وجود، اغلب سازمان‌ها فاقد روش‌ها و استراتژی‌هایی برای

مدیریت دانش بوده‌اند (راولی، ۱۹۹۹: ۴۱۷). سال ۱۹۸۰ شاهد توسعه سیستم‌های مبتنی بر مدیریت دانش است. این مهم متکی بر تحقیقاتی است که در حوزه سیستم‌های خبره و هوش مصنوعی انجام گرفته است. در سال ۱۹۸۹ اولین مقالات و کتب مرتبط با مدیریت دانش منتشر گردید. تا سال ۱۹۹۰ تعدادی از شرکت‌های مشاوره، برنامه‌های مدیریت دانش را شروع کردند. تا اواسط دهه ۹۰ ابتکارات در زمینه مدیریت دانش به واسطه اینترنت در حال اوج گیری بود و در سال ۱۹۹۵ جامعه اروپا خواستار اختصاص بودجه به پروژه‌های تحقیقاتی مدیریت دانش شد (فاتح و سایرین، ۱۳۸۷). میزان هزینه مدیریت دانش در سال ۱۹۹۸ برابر ۷۷۶ میلیون دلار و در سال ۲۰۰۳ به ۸ میلیارد دلار رسید.

در قرن جاری شرکت‌هایی موفق خواهند بود، که در حوزه دانش و مدیریت آن سرآمد باشند. نوناکو (۱۹۹۸) در مقاله‌ای در مجله کسب‌وکار هاروارد می‌گوید: «در اقتصادی که تنها اطمینان موجود، عدم اطمینان است، تنها منبع مطمئن برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار، دانش است». مدیریت دانش با تأکید بر اهمیت انسان‌ها و رفتار و فرهنگ کاری آنها به جای تأکید بر فن‌آوری مدیریت اطلاعات، آغاز می‌شود و چارچوب معماری آن از دو بعد اجتماعی و فنی تشکیل شده است. مدیریت دانش هنوز هم در طفولیت قرار دارد و به‌طور کافی توسعه نیافته است (پاتریک و سونیا، ۲۰۰۹: ۱۱۳). برخلاف دیگر تکنیک‌ها، تعریف مدیریت دانش اغلب آسان نیست زیرا حوزه وسیعی از مفاهیم، وظایف مدیریتی، تکنولوژی‌ها و اقدامات را با خود به همراه دارد. مدیریت دانش، مجموعه‌ای از فرآیندها برای فهم و به کارگیری منبع استراتژیک دانش در سازمان است. مدیریت دانش رویکردی ساخت یافته است که رویه‌هایی را برای شناسایی، ارزیابی و سازماندهی، ذخیره می‌کند و در به کارگیری دانش به منظور تأمین نیازها و اهداف سازمان برقرار می‌سازد (جعفری و کلانتر، ۱۳۸۲). از نظر اسکولتز مدیریت دانش عبارت است از چالش کشف دانایی‌های فردی و تبدیل آن به یک موضوعی اطلاعاتی به نحوی که بتوان آن را در پایگاه‌های اطلاعاتی ذخیره کرد، با دیگران مبادله نمود و در

فرایند کارهای روزمره به کار گرفت (زاهدی، ۱۳۸۱: ۴). در تعریف دیگری آمده است که مدیریت دانش راهی است که سازمان‌ها در ایجاد، کسب، طبقه‌بندی، اصلاح، تسهیم و انتشار دانش تلاش می‌کنند. در تعریفی دیگر، این مفهوم به عنوان روشی برای تبدیل داده‌های خام به اطلاعات رمز گردانی شده و سپس تفسیر آن اطلاعات به دانش مفید تعریف شده است (رسنیک، ۲۰۰۳: ۳). دو هدف عمده مدیریت دانش عبارتند از؛ هوشمندانه نمودن تا سر حد امکان عمل یا فعالیت مؤسسه جهت بقا و موفقیت کلی و نیز، درک و فهم ارزش بهترین دارایی‌های دانشی سازمان یعنی سرمایه‌های انسانی (ویگ و چرمن، ۱۹۹۷: ۸).

تعامل مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی

یک راه برای درک بهتر سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش، بررسی گسترده‌تر زمینه این تعامل بین‌رشته‌ای است. بنابراین در این بخش دلایلی تشریح می‌شوند که باعث شده‌اند اندیشمندان مدیریت دانش به متون سرمایه اجتماعی گرایش پیدا کنند. این دلایل عبارتند از (مانینگ، ۲۰۰۹: ۸۵): ضرورت اینکه سرمایه اجتماعی به حالتی بین رشته‌ای فراگیر دست یابد؛ ماهیت سیال و منعطف سرمایه اجتماعی؛ تمرکز سرمایه اجتماعی بر پدیده‌های اجتماعی؛ و آسانی و سادگی عملیاتی کردن سرمایه اجتماعی؛ اول، سرمایه اجتماعی به یکی از توانمندترین تئوری‌های اجتماعی تبدیل شده است. به طوری که نزدیک است به مفهومی مشترک برای همه علوم اجتماعی تبدیل شود (پالدام، ۲۰۰۰: ۵۴). بنابراین منطقی است که اندیشمندان مدیریت دانش تمایل نداشته باشند از این حوزه بین‌رشته‌ای در حال رشد بی‌بهره بمانند. به طور کلی سرمایه اجتماعی می‌تواند ارتباطی بین‌رشته‌ای در همه علوم اجتماعی ایجاد کند؛ ارتباط بین مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی نیز در همین راستا است. افزون بر این وجود سازه‌های فراگیر برای درک ارتباط بین مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی ضروری است. از این رو شناخت ارتباط بین این دو برای اندیشمندان هر دو حوزه جذاب است. زیرا هرچه در یک زمینه اجماع

بیشتری وجود داشته باشد، به سازه‌های فراگیر نیاز بیشتری وجود خواهد داشت، تا عناصر حوزه‌های گوناگون را به هم پیوند دهند (هیرچ و لوین، ۱۹۹۹). در ارتباط بین مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی، این سازه فراگیر می‌تواند «جامعه‌شناسی اقتصادی»^۱ باشد. بنابراین می‌توان گفت: متون بین‌رشته‌ای مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی می‌توانند شامل تحلیل‌هایی اجتماعی - اقتصادی باشند.

دومین دلیل گرایش اندیشمندان مدیریت دانش به موضوع سرمایه اجتماعی، به علت نتایج مثبت اجتماعی بودن^۲ آن است. اجتماعی بودن و ارتباطات حاصل از آن به جای ادراکات ماشینی از سازمان برای بسیاری از اندیشمندان جذاب بوده است (مانینگ، ۲۰۰۹: ۸۶).

سومین دلیل گرایش اندیشمندان مدیریت دانش به سرمایه اجتماعی این است که سرمایه اجتماعی عنصر اجتماعی را در سرمایه‌داری بیان کرد. از نگاه روش‌شناختی سرمایه اجتماعی راهی را برای رویکردهای مختلف باز کرد تا روابط اجتماعی را مدل‌سازی کنند؛ به طوری که به برخی از پیچیدگی‌های روانی و فنی و ماهیت سیال آنها توجه شد و فرصتی برای بررسی پدیده‌های کیفی فراهم ساخت. همچنین سرمایه اجتماعی، عنصر فرهنگی جوامع مدرن را در برمی‌گیرد (فوکویاما، ۲۰۰۱)؛ بنابراین منطقی است که چنین فرایندهایی به وسیله اندیشمندان مدیریت دانش به کار گرفته شود.

در نهایت، تعامل سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش به دلیل امکان ساده‌سازی بسیار زیاد آن است، به طوری که عملیاتی کردن و کمی‌سازی آن بسیار آسان است. به عنوان مثال شاخص پوتنام^۳ روش ساده‌ای برای کمی‌کردن سرمایه اجتماعی است و این باعث شده که سرمایه اجتماعی به موضوعی پژوهشی برای بسیاری از اندیشمندان تبدیل شود (پالدام، ۲۰۰۰: ۵۵).

1. Economic sociology
2. Sociability
3. Putnams Proxy Measure

افزون براین قابل تجزیه بودن سرمایه اجتماعی به عناصر زیر مجموعه باعث می‌شود که این مفهوم برای اهداف مدیریت دانش منطقی‌تر و کاربردی‌تر شود. به عنوان مثال پوتنام سرمایه اجتماعی را شامل شبکه‌های اجتماعی و هنجارهای مرتبط با جبران متقابل^۱ می‌داند. و یا در تقسیم‌بندی دیگری، سرمایه اجتماعی به سه بعد شبکه‌ها، هنجارهای مشترک و باورها، تفکیک شده است (آدلر و کاون، ۲۰۰۰: ۱۰). به هر حال شاید گونه‌شناسی ساختاری، شناختی و ارتباطی اثرگذارترین گونه‌شناسی سرمایه اجتماعی باشد.

در زمینه عوامل مؤثر بر مدیریت دانش، تحقیقات قابل توجهی صورت گرفته است و عوامل مختلف مؤثر بر مدیریت دانش به وسیله تعدادی از محققین مورد بررسی و آزمون قرار گرفته است، با این حال در زمینه تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش تلاش‌های بسیار محدودی صورت گرفته است. بیشتر این مطالعات، تنها با مرور ادبیات، ارتباط منطقی میان سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش را حدس زده و بیان نمود ه‌اند. بنابراین محقق درصدد است تا با بررسی و آزمون تجربی تأثیر سرمایه اجتماعی بر اثربخشی مدیریت دانش و انواع اقدامات آن، نقش این سرمایه را در توسعه و اثربخشی مدیریت دانش در سازمان‌های ایرانی تبیین نماید.

فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی

سرمایه اجتماعی بر اثربخشی مدیریت دانش سازمانی تأثیر مثبت دارد.

فرضیات فرعی

- بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر اثربخشی مدیریت دانش سازمانی تأثیر دارد.
- بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر اثربخشی مدیریت دانش سازمانی تأثیر دارد.
- بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر اثربخشی مدیریت دانش سازمانی تأثیر دارد.

روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، توصیفی و از نظر نوع استفاده، کاربردی است و از نظر بعد زمانی، تحقیقی مقطعی و از نظر نوع داده‌ها، تحقیقی کمی است. هدف تحقیقات کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. تحقیق توصیفی شامل مجموعه روش‌هایی است که هدف آنها توصیف کردن شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است. تحقیقات همبستگی، شامل کلیه تحقیقاتی است که در آنها سعی می‌شود رابطه بین متغیرهای مختلف با استفاده از ضریب همبستگی، کشف شده و یا تعیین شود. هدف روش تحقیق همبستگی مطالعه حدود تغییرات است. روش جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه است.

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه کارشناسان و استادان دانشگاه هوایی شهید ستاری است که در این تحقیق جامعه آماری نزدیک به ۱۰۰ نفر است. نمونه آماری مناسب برای پژوهش بر اساس فرمول نمونه‌گیری از جامعه محدود و در سطح خطای ۰/۰۵، تعداد ۸۰ نفر محاسبه شد. به منظور گردآوری داده‌ها، پرسشنامه پژوهش بین ۸۵ نفر از کارشناسان و اساتید این دانشگاه به صورت تصادفی ساده در سال ۱۳۹۰ توزیع شد. از این تعداد، ۸۱ پرسشنامه بازگشت داده شد و مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. نرخ بازگشت پرسشنامه، بالاتر از ۹۰ درصد بوده است. پرسشنامه این پژوهش از ۴ متغیر که عبارتند از بعد ارتباطی، بعد ساختاری، بعد شناختی سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش سازمانی، تشکیل شده است و شامل ۲۸ گویه (سؤال) بوده است.

معیارهای سنجش سرمایه اجتماعی از تحقیق ناهایت و گوشال گرفته شده است که شامل سه بعد شناختی، ساختاری و ارتباطی است و برای سنجش مدیریت دانش از مجموعه سئوالات ارائه شده در پرسشنامه‌های مختلف برای سنجش مدیریت دانش استفاده شده است. برای اطمینان از اعتبار محتوا، از نظر استادان و خبرگان در علم مدیریت بهره گرفته شده است و از این جهت از اعتبار لازم برخوردار است. به منظور

تعیین پایایی پرسشنامه نیز از آلفای کرونباخ بهره گرفته شده است. آلفای کرونباخ برای سئوال‌های سرمایه اجتماعی ۹۱ درصد و مدیریت دانش ۸۹ درصد به دست آمده است. بنابراین یافته‌ها حاکی از قابلیت اعتماد لازم در ابزار پژوهش است. هرگاه این ضریب بزرگتر از ۷۰ صدم باشد نشان دهنده پایایی مناسب ابزار تحقیق است. این عدد نشان دهنده آن است که پرسشنامه مورد استفاده، از قابلیت اعتماد و یا به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش، برای تجزیه و تحلیل فرضیات، از آزمون آماری ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است؛ زیرا متغیرهای تحقیق با مقیاس رتبه‌ای اندازه‌گیری شده‌اند و در پایان نیز برای بررسی برازش کلی مدل تحقیق از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. در مدل‌سازی معادله‌های ساختاری از یک طرف میزان انطباق داده‌های پژوهش و مدل مفهومی پژوهش بررسی خواهد شد (که آیا از برازش مناسب برخوردار است؟) و از طرف دیگر معناداری روابط در این مدل برازش یافته آزمون می‌شود. شاخص‌های برازش مناسب مدل شامل χ^2 ، GFI (شاخص نیکویی برازش)، AGFI (شاخص تعدیل شده نیکویی برازش)، CFI (شاخص برازش مقایسه‌ای) و RMR (ریشه میانگین توان دوم باقیمانده) است. بدین صورت که مدلی از برازش مناسب برخوردار است که نسبت χ^2 به درجه آزادی (df) کمتر از ۳ باشد، مقدار CFI بیشتر از ۹۰ درصد، مقدار AGFI، GFI بیشتر از ۸۰ درصد و مقدار RMSEA کمتر از ۰/۰۷ باشد (کلاتر، ۱۳۸۸). برای انجام این تحلیل‌ها از نرم افزارهای آماری SPSS و LISREL استفاده شده است.

الف) بررسی فرضیات پژوهش با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن

این پژوهش دارای یک فرضیه مهم و سه فرضیه اخص است. فرضیات پژوهشی همه مؤلفه‌ها عبارتند از اینکه بین تمامی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و اثربخشی مدیریت دانش رابطه وجود دارد و فرضیات آماری نیز به شکل زیر است.

$$\begin{cases} H_0: \rho=0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{cases}$$

فرضیه اول

با انجام دادن آزمون مربوط، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، هرگاه P-value کوچکتر از سطح خطا ۰/۰۵ باشد، شواهد لازم برای تأیید فرض صفر به دست نیامده و فرض مقابل را می‌پذیریم. یعنی رابطه معناداری بین این دو بعد وجود دارد و به بررسی میزان این ارتباط با توجه به ضریب همبستگی آن‌ها می‌پردازیم. جدول آمار استنباطی این فرضیه به صورت جدول زیر است:

جدول ۲: جدول بررسی همبستگی میان مدیریت دانش و سرمایه فکری

اثربخشی مدیریت دانش		
670.	ضریب همبستگی	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی
050.	سطح معناداری	
81	تعداد مشاهدات	
H_1 پذیرش	نتیجه	

میزان ضریب همبستگی بین دو متغیر برابر ۰.۶۷ با سطح معناداری ۰.۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای ۰.۰۵ کمتر است لذا فرض وجود رابطه معنادار بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و اثربخشی مدیریت دانش سازمانی با ۹۵٪ اطمینان تأیید می گردد. بنابراین سطح بالای مؤلفه ساختاری سرمایه اجتماعی به ارتقاء موفقیت مدیریت دانش در سازمان منتهی می شود.

فرضیه دوم

جدول ۳: جدول بررسی همبستگی میان مدیریت دانش و سرمایه فکری

اثربخشی مدیریت دانش		
590.	ضریب همبستگی	بعد ارتباطی
000.	سطح معناداری	سرمایه اجتماعی
81	تعداد مشاهدات	
پذیرش H_1	نتیجه	

میزان ضریب همبستگی بین دو متغیر برابر ۰.۵۹ با سطح معناداری ۰.۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای ۰.۰۵ کمتر است لذا فرض وجود رابطه معنادار بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و اثربخشی مدیریت دانش سازمانی با ۹۵٪ اطمینان تأیید می گردد. بنابراین سطح بالای مؤلفه ارتباطی سرمایه اجتماعی به ارتقاء موفقیت مدیریت دانش در سازمان منتهی می شود.

فرضیه سوم

جدول آمار استنباطی این فرضیه به صورت جدول زیر است:

جدول ۴: جدول بررسی همبستگی میان مدیریت دانش و سرمایه فکری

اثربخشی مدیریت دانش		
503.	ضریب همبستگی	بعد شناختی سرمایه اجتماعی
000.	سطح معناداری	
81	تعداد مشاهدات	
H_1 پذیرش	نتیجه	

میزان ضریب همبستگی بین دو متغیر برابر 0.503 با سطح معناداری 0.000 است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای 0.05 کمتر است لذا فرض وجود رابطه معنادار بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و اثربخشی مدیریت دانش سازمانی با 95% اطمینان تأیید می‌گردد. بنابراین سطح بالای مؤلفه شناختی سرمایه اجتماعی به ارتقاء موفقیت مدیریت دانش در سازمان منتهی می‌شود.

ب) بررسی فرضیات پژوهش با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری

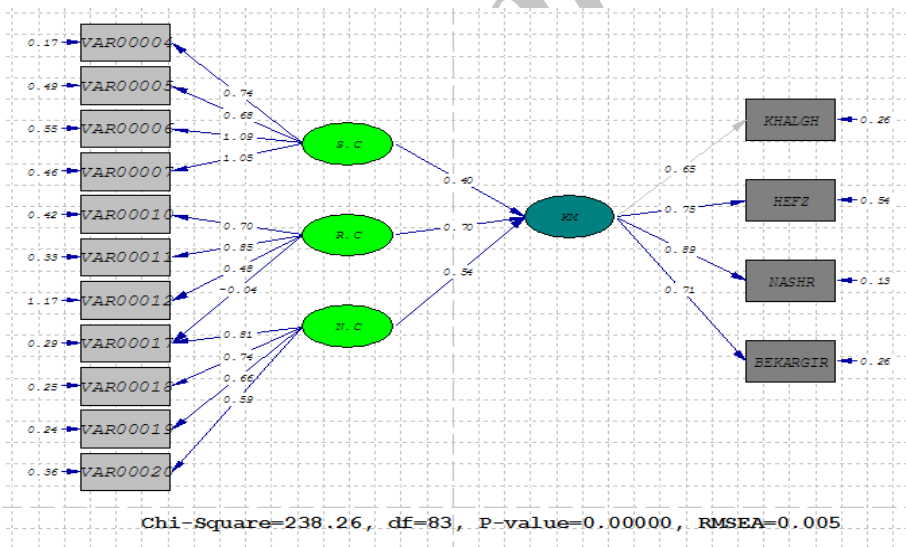
سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل اندازه‌گیری، مدل اندازه‌گیری مناسبی برای بررسی رابطه بین سرمایه‌های اجتماعی و اثربخشی دانش سازمانی است؟ برای پاسخ به این پرسش بایستی آماره χ^2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد.

Goodness of Fit Index (GFI) = ۰/۹۲

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = ۰/۹۰

با نگاهی به نتایج خروجی لیزرل قسمت تخمین غیر استاندارد مدل متوجه می‌شویم که مدل اندازه‌گیری رابطه بین سرمایه‌های اجتماعی و اثربخشی دانش سازمانی مناسبی است چون که مقدار کای دو آن به درجه آزادی کوچکتر از ۳ است و مقدار RMSEA آن کم بوده و مقدار GFI و AGFI بالای ۹۰ درصد است.

همان‌طور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود، هر سه سرمایه اجتماعی (ساختاری، ارتباطی و شناختی) رابطه معناداری با اثربخشی دانش سازمانی دارند و در این بین سرمایه ارتباطی بیشترین رابطه را با اثربخشی مدیریت دانش دارد.



نمودار ۱) تأثیر سرمایه‌های اجتماعی بر روی اثربخشی دانش سازمانی

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

بر اساس آزمون همبستگی اسپیرمن و مدل معادلات یابی ساختاری، وجود رابطه معنادار بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش را به تأیید رساند. به منظور تقویت رشد سرمایه‌های اجتماعی و روابط بین آنها و تأثیرگذاری و نقش تسهیل‌کنندگی آنها بر روی میزان مدیریت دانش در میان استادان و کارشناسان دانشگاه هوایی شهید ستاری موارد زیر می‌تواند مورد توجه دست‌اندرکاران قرار گیرد؛

بر اساس نتایج تحقیق و آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن و مدل معادلات یابی ساختاری، توسعه و بهبود سرمایه اجتماعی سازمان موجب اثربخشی بیشتر مدیریت دانش سازمانی و به ویژه موجب تأثیر بر اقدامات نرم مدیریت دانش (خلق و انتقال دانش) می‌شود؛ بر این اساس موارد زیر بر اساس فرضیات تحقیق می‌تواند مورد توجه دست‌اندرکاران قرار گیرد؛

۱- افزایش روابط افقی و عمودی در دانشگاه؛ روابط افقی و عمودی مربوط به نحوه شکل‌گیری تصمیم در شبکه‌ها و یا ماهیت اجرای قانون است. کریشنا و شرادر از ماهیت روابط قدرت در شبکه‌ها و فرایندهای تصمیم‌گیری یاد می‌کنند. برای دست‌یابی به این هدف، می‌توان از راه‌کارهای زیر بهره گرفت؛

- تفویض اختیارات بیشتر از سوی مدیران ارشد به رده‌های پایین دانشگاه؛ این مهم، زمینه ارتباطات بیشتر کارکنان با سطوح بالاتر جهت حل مسائل و مشکلات را به همراه خواهد داشت.

- استفاده از ساختار سازمانی تخت‌تر و ساختاری که رسمیت، پیچیدگی و تمرکز کمتری را به همراه دارد. این امر خود زمینه درگیری افراد سطوح پایین‌تر با مسائل و مشکلات سازمانی که در واقع به آنها نزدیک‌تر هستند را فراهم خواهد نمود.

- بهبود سیستم‌های اطلاعاتی در دانشگاه جهت تسهیل ارتباطات بین فردی در سازمان. این امر کمیّت و کیفیت ارتباطات بین فردی را در سازمان افزایش خواهد داد.

- تشکیل کمیته‌های کاری برای بهبود روابط بین واحدها و افراد واحدها جهت شناخت هر چه بیشتر و تعریف وظایف کاری مشترک بیشتر.

- برگزاری جلسات بین مدیران ارشد و زیردستان برای تسهیل و توجیه

تصمیم‌گیری‌های درون دانشگاه.

۲- دومین شیوه در توسعه سرمایه اجتماعی در سازمان، تقویت اعتماد است. عنصر اعتماد یک جزء اصلی سرمایه اجتماعی است. هنجار اعتماد، در روابط اجتماعی شکل می‌گیرد و زمینه‌ساز مشارکت و همکاری میان اعضای سازمان است. انتقال اطلاعات و دانش در سطح کلان و خرد بین افراد و سازمان‌ها بستگی به افرادی دارد که این انتقال را تسهیل کرده و شروع می‌کنند. در نتیجه تمام چیزهایی که مانع ارتباط بین فردی و یا مشوق آن شوند بر انتقال دانش تأثیر گذار خواهند بود، به‌همین دلیل، اعتماد بسیار مورد تأکید قرار گرفته است. اعتماد به‌ویژه زمانی مهم خواهد بود که روابط پیچیده باشد. زمانی که در تبادل دانش عدم اطمینان و ریسک‌هایی وجود دارد، می‌توان آن را به وسیله سطح بالایی از اعتماد به حداقل رساند، که این خود برای عملکرد مؤثر در مدیریت دانش ضروری و مهم است. موارد زیر می‌تواند در جهت افزایش اعتماد مورد استفاده قرار گیرد؛

- تشویق پایبندی بیشتر به اخلاقیات در میان کارکنان دانشگاه؛ مدیرانی که اصول

اخلاقی را در عملکردها و تصمیمات سازمانی به کار می‌برند، روابطی را شکل

می‌دهند که به وجود آورنده اعتماد است.

- افزایش تیم‌های کاری خودگردان به‌عنوان ابزاری برای نزدیکی و ارتباط هر چه بیشتر کارکنان با یکدیگر؛ این امر زمینه شناخت هر چه بیشتر و متعاقب آن اعتماد بیشتر را فراهم خواهد نمود.

- ایجاد برنامه‌هایی تفریحی و سیاحتی در جهت افزایش روابط رو در رو؛ چرا که روابط رو در رو تأثیر مثبت و خوبی در جهت ایجاد روابط بهتر و مبتنی بر اعتماد دارد.

- افزایش رویکردهایی در جهت درگیر کردن افراد در سطوح بالای دانشگاه، این امر موجب می‌شود تا افراد از نزدیک با مشکلات، ضعف‌ها و قوت‌های سازمان آشنا شده، و جو سازمانی مبتنی بر اعتماد ایجاد شود.

۳- افزایش پیوند متقابل در بین کارکنان دانشگاه. پیوند شبکه، موجب تسهیل فرایند تبادل در بین روابط اجتماعی است که به‌وسیله آن کالا و خدمات از یک طرف به طرف دیگر مبادله می‌شود. روابط متقابل تابع هنجارهای خاصی است، و این هنجارها تابع انواع شبکه است. پیوندهای شبکه می‌تواند با ایجاد روحیه کمک کردن به دیگران در بین کارکنان ایجاد الگوی نقش از سوی مدیران عالی و تشویق و پاداش‌دهی مناسب به این گونه رفتارها بهبود یابد. همچنین موارد زیر می‌تواند مورد توجه قرار گیرد؛

- تشویق و تشکیل گروه‌ها و کمیته‌های تخصصی در دانشگاه: تشویق به ایجاد و تقویت چنین ساختارهایی از راه حل‌های افزایش سرمایه اجتماعی است. افراد در قالب نهادهای اجتماعی دارای هویت مشترکی گردیده و زمینه همکاری‌های گروهی در آنها تقویت می‌شود. ایجاد چنین نهادهایی در سطوح سازمانی نیز امکان‌پذیر است، تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های حرفه‌ای و تخصصی در سازمان‌ها، با مشارکت داوطلبانه کارشناسان و متخصصان، می‌تواند موجب افزایش سرمایه اجتماعی در دانشگاه گردد.

- یکی از مهمترین فرایندهای موجود در سازمان‌ها برای ایجاد سرمایه اجتماعی، فرایندهای آموزشی است. ارائه آموزش‌های مناسب به افراد به‌عنوان مثال

مهارت‌های ارتباطات، نقش اصلی را در ایجاد سرمایه اجتماعی دانشگاه ایفا می‌کند.

- استفاده از سیستم جبران خدماتی که به کارهای تیمی و گروهی به‌جای افراد پاداش دهد. باید خط‌مشی‌های منابع انسانی و جبران خدمات اثربخش دانشگاه در جهت توسعه شبکه وسیعی از روابط مبتنی بر اعتماد عمل نماید.

- به‌کارگیری رویه‌های کاری در دانشگاه که در آن صرفاً تخصص افراد مورد تأکید نباشد، بلکه اجتماعی بودن فرد، یعنی توانایی فرد در ارتباط برقرار کردن با دیگران و علاقه فرد به کار گروهی، نیز مورد توجه قرار گیرد.

- استفاده از شاخص‌های سرمایه اجتماعی در سیستم‌های ارزیابی عملکرد دانشگاه؛ فرایندهای ارزیابی باید به طریقی انجام گیرد که سرمایه اجتماعی را تقویت نماید.

Archive of SID

منابع و مآخذ

- ۱- جعفری، مصطفی و کلانتر، سید کیانوش، (۱۳۸۲)، مدیریت دانش در سازمان، مجله تدبیر، شماره ۱۴۲.
- ۲- زاهدی، شمس السادات، (۱۳۸۰)، «نقش فن‌آوری‌های نوین ارتباطی در مدیریت دمکراتیک جامعه»، مجموعه مقالات سمینار منطقه‌ای کشورهای غرب و مرکز آسیا، یونسکو.
- ۳- محمدی فاتح، اصغر و سبحانی، محمد صادق و محمدی، داریوش، (۱۳۸۷)، مدیریت دانش رویکردی جامع، انتشارات پویش.
- ۴- منوریان، عباس و عسگری، ناصر. (۱۳۸۳). "خط مشی گذاری در اقتصادهای دانش محور"، تهران، چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت کیفیت.
- 5- Bakker. M, Leenders. R. Th. A. J, Gabbay. S. M, Kratzer. J and Van Engelen, (2006), "Is Trust Really Social Capital? Knowledge Sharing In Product Development Projects ", The Learning Organization, Vol. 13, No. 6, pp 594-605.
- 6- Belliveau, M. A, O'Reilly, C. an III and Wade, J. B. (1996), "Social Capital at the top: Effects of socail similarity & status on CEO compensation", Academy of managemen Journal, vol. 39, pp. 1568-1593.
- 7- Burt, R. S. (1992), "Structural Holes: The social structure of competition". Cambridge, MA: Harvard University Press.
- 8- Coleman, J.S. (1992), Foundations of Social Theory, Belknap Press, Cambridge, MA.
- 9- Dietz, G. and Hartog, D. N, (2005), "Measuring trust inside organizations", working paper.
- 10- Fukuyama, F. (2001), "Social capital, civil society and development", Third World Quarterly, Vol. 22, No. 1, pp. 7_20.
- 11- Fukuyama, F. (1995), "Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity, New York: Free Press, Chapter 9.
- 12- Gabbay. S. M and Leenders, R. Th. AJ. (2003), "Creating trust through narrative strategy ", Rationality & Society, Vol.15, pp.553-83.

- 13- Inkpen, A.C. and Tsang, E.W.K. (2005), "Social capital, networks and knowledge transfer", *Academy of Management Review*, Vol. 3 ·No. 1, pp. 65-145.
- 14- Ithia , A. (2003) , UK lawyers spend more on KM , *KM review* , Vol 79, No. 3
- Kelly. K. (1996), *the economics of ideas, wired*, vol 4, No 6
- Lesser, E.L. (2000), "Leveraging social capital in organizations", in Lesser, E.L. (Ed.), *Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications*, Butterworth-Heinemann, Burlington, MA, pp. 3-16.
- 15- Manning, P. (2009), "Explaining and developing social capital for knowledge management purposes", *Journal of Knowledge Management*, VOL. 14 NO. 2010. 1 83-99.
- 16- Mayer, R. C, Davis, J. H. and Schoorman, F. D. (1995), "An integrative model of organizational trust ", *Academy of Management Review*, vol. 20, No. 3, pp. 709-34.
- 17- Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998), "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage", *Academy of management Review*, Vol. 23, No. 2, pp. 66-242.
- 18- Nordin. M, Pauleen. D, Gorman. G. E. (2009), Investigating KM antecedents: KM in the criminal justice system, *Journal of knowledge Management*, vol. 13, No. 2.
- 19- Paldam, M. (2000), "Social capital: one or many? Definition and measurement", *Journal of Economic Surveys*, Vol. 14 No. 5, pp.- 53-62.
- 20- Patrick. S. w, Sonia K. Y, (2009), The Processes of Knowledge management in professional services firms in the construction industry: a critical assessment of both theory and practice, *Journal of Knowledge management*, vol. 3, No.2.
- 21- Putnam, Robert D. (ED), (2002), "Democracies in flux, the evolution of social capital in contemporary society", Oxford University Press.
- 22- Resnik, Mark, (2002), *Knowledge management in information age*, Available at google sight.
- 23- Rowley, J. (1999), what is km, *library management*, vol. 20, No. 8.
- 24- Wiig, K. and chairman, (1997), *KM: An introduction & perspective*", the journal of KM, vol1, No.1.