



بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی در مراکز آموزش فنی و حرفه ای استان کرمان

مهدي ابراهيمي نژاد¹

مسعود شمسي گوشكي²

مجيد ملامحمدي³

چکیده:

مدیریت دانش از جمله موارد مزیت آفرین در سازمانهای آموزشی محسوب می شود که در گرو عملکرد مناسب نیروی انسانی سیستم می باشد. سازمانهایی به اوج موفقیت خود در حصول به اهداف معین شده رسیده اند که به بهترین نحو توانسته اند از پتانسیلها و توانمندیهای سرمایه های انسانی و سازمانی خود بهره برداری نمایند. دانش سازمانی بصورت یک منبع ارزشمند محسوب می شود که بصورت ضمنی و آشکار در سازمان وجود دارد و بایستی توسط مدیریت ارشد به صورت اسناد مکتوب و قابل توزیع درآید و روحیه انتشار دانش سازمانی توسعه یابد. هدف از این پژوهش بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی در مراکز آموزشی فنی و حرفه ای استان کرمان می باشد. جامعه هدف کلیه مربیان مراکز آموزشی فنی و حرفه‌ای است که طبق جدول مورگان و با استفاده از روش طبقه بندی تصادفی 175 نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید. ابزار جمع آوری اطلاعات دو پرسشنامه محقق ساخته می باشد و روش تحقیق توصیفی- پیمایشی است. برای بررسی رابطه بین متغیرهای پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد ساختاری، شناختی با دانش سازمانی در مراکز آموزشی فنی و حرفه ای استان کرمان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

کلید واژگان: آموزش های فنی و حرفه ای، نیروی انسانی، سرمایه اجتماعی، دانش سازمانی، سازمان دانش مدار

Examine the Relationship Between Social Capital and Organizational Knowledge in Technical and Vocational Training Centers in Kerman

Mehdi Ebrahimnejad

Masoud Shamsi Goshki

Majid Molla Mohammadi

Abstract

Among the benefits of knowledge management in educational organizations is well advantage, Which depends on the proper functioning of the labor force is. Organizations to the pinnacle of success in achieving the goals have been defined that able by Best methods use the potential and capabilities of their human capital and organizational operation. Knowledge is considered as a valuable resource that there are implicit and explicit in the organizations senior management should be based on written documents and distributable and culture of dissemination of knowledge developed. The purpose of this research is, Examine the relationship between social capital and organizational knowledge in technical and vocational training (TVTO) centers in Kerman. According to Morgan table and using a stratified random method, 175 people were selected. Implement of Collection of data was two Researcher made questionnaire and method of research was descriptive- survey.

¹- مدیر کل اسبق آموزش فنی و حرفه ای استان کرمان و دانشیار گروه مدیریت دانشگاه شهید باهنر کرمان، 09131404442.
dr_ebrahiminejad@yahoo.com

²- کارشناس ارشد مدیریت دانشگاه شهید باهنر کرمان، 09132954207.
kermanamoozesh@yahoo.com

³- رئیس اداره آموزش فنی و حرفه ای استان کرمان و دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی دانشگاه آزاد اسلامی کرمان، 09133420098.
mohammadyr2@gmail.com



Pearson correlations were used to examine relationships between variables. The results showed that there is a significant positive relationship between social capital and structural dimensions with organizational knowledge.

Keywords: Technical and Vocational Training, Human Resource, Social Capital, Organizational Knowledge, Knowledge Base Organization

مقدمه

امروزه دانش به عنوان مهم ترین سرمایه جایگزین سرمایه‌های مالی و فیزیکی شده است. محیط کسب و کار مبتنی بر دانش، نیازمند رویکردی است که دارایی‌های ناملموس جدید سازمانی را در بر گیرد. اهمیت یافتن فزاینده دانش به عنوان عامل تعیین کننده موفقیت و رقابت پذیری سازمان‌ها موجب شده است که سازمان‌ها تلاش نمایند تا از طریق استفاده از دانش سازمانی جهت اصلاح و بهبود فعالیت‌ها و عملکرد خویش به سازمانی یادگیرنده تبدیل شوند (Lee & Choi, 2003: 180). به زعم داوونپورت و پروساک¹ (2000)، اکثر سازمان‌ها گام‌های اولیه فناورانه و تجهیزاتی مورد نیاز جهت ارتقاء موفقیت دانش سازمانی را برداشته اند، اما به وضع ثابتی رسیده‌اند که دیگر ارزش افزوده ای را برای آن‌ها ایجاد نمی‌کند. تغییر این وضعیت مستلزم تغییرات عمده و تمرکز بر جنبه‌های کلیدی نظیر فرهنگ و دیگر حوزه‌های اجتماعی سازمان، نظیر سرمایه اجتماعی است (Davenport and prusak, 2000).

در محیط رقابتی امروز نیاز سازمان‌ها به دارایی‌های دانشی نسبت به گذشته شدت چشمگیری یافته است. غیر قابل تقلید بودن، کمیاب بودن، ارزشمند بودن و غیر قابل جایگزین بودن از ویژگی‌های این دارایی‌های دانشی است. ظهور رویکردها و مفاهیمی چون مدیریت دانش، سرمایه فکری، دارایی نامشهود و دیدگاه نگرش گرا به سازمان، گویای اهمیت فزاینده منابع دانشی در سازمان می‌باشد (انواری و شهائی، 1388). سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که نقش بسیار مهم تری نسبت به سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند که امروزه در جامعه شناسی و اقتصاد و به تازگی در مدیریت و سازمان به صورت گسترده ای مورد استفاده قرار گرفته است. در غیاب سرمایه اجتماعی سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست داده و پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی، اقتصادی و ... ناهموار و دشواری شود (الوانی، ناطق، فراحی، 1386). سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار نماید و برای آنها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند (Nahapiet & Ghoshal, 1998). این پژوهش به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و ابعاد آن را با دانش سازمانی می‌پردازد.

تعاریف ارائه شده در مورد دانش، از کاربردی تا مفهومی و فلسفی و از نظر هدف، دامنه محدود تا گسترده ای را شامل می‌شود. از دیدگاه داوونپورت و پروساک (1998)، دانش عبارت است از: " ترکیبی سیال از تجارب، ارزش‌ها، اطلاعات زمینه‌ای، و دانش تخصصی که به صورت منسجم و یکپارچه چارچوبی را برای ارزیابی و کسب تجارب و اطلاعات جدید فراهم می‌آورد. این دانش از اذهان افراد سرچشمه می‌گیرد و توسط آنان به کار برده می‌شود. در داخل سازمان، این دانش نه تنها در مستندات و بانک‌های اطلاعاتی سازمان جای دارد، بلکه در تمام فعالیت‌ها، فرآیندها، اقدامات و نرم‌های سازمان جاری و ساری است" (الوانی و دیگران، 1386). ارنست و یانگ²، دانش را چنین تعریف کرده اند: " آنچه افراد جهت انجام مشاغل خویش بدان نیاز دارند " (جهان‌دیده کاظم پور، 1381).

¹ Davenport, T.H. & L. Prusak (2000)

² Earnest & Young



دانش از دیدگاه‌های مختلف توسط صاحب‌نظران تعریف شده است که به برخی از آنان در جدول تحلیلی ذیل اشاره می‌شود. (جدول شماره 1)

جدول 1. تعاریف دانش (منبع: حسن‌زاده و همکاران، 1388)

پژوهشگر	تعریف دانش
ولف ¹	دانش اطلاعات کاربردی و سازماندهی شده برای حل مسائل است.
تورین ²	اطلاعات سازماندهی و تجزیه و تحلیل شده که می‌تواند، برای حل مسائل و تصمیم‌گیری قابل درک و کاربردی باشد.
ویگ ³	شامل حقایق و باورها، مفاهیم و اندیشه‌ها، قضاوت‌ها و انتظارات، روش‌شناسی یا علم اصول و نحوه انجام فنون است.
بگ‌من ⁴	استدلال درباره اطلاعات و داده‌ها برای دسترسی به کارایی، حل مسائل، تصمیم‌گیری، یادگیری و آموزش است.
اندرسون ⁵	اطلاعاتی است که دارای ارزش و شامل مجموعه تجربیات سازمانی شده است.
دلفی ⁶	اطلاعاتی که در ذهن افراد هستند.
ارنست و یانگ ⁷	افکار، توانایی‌ها و اطلاعاتی که می‌تواند تبدیل به ارزش شوند.
راگل ⁸	یک ترکیب از اطلاعات محتوایی، ارزش‌ها، تجارب و قواعد
لئونارد و بارتون ⁹	اطلاعاتی که مبتنی بر تجربه است.
وینهوون ¹⁰	مجموعه‌ای از تجارب گسسته

دانش سازمانی هر آن چیزی است که افراد سازمان درباره فرآیندها، محصولات، خدمات، مشتریان، بازار و رقبای سازمان می‌دانند (Civi,2000). دانش سازمانی، دانشی است که به واسطه تعاملات میان فناوری، فنون، و افراد در سازمان شکل می‌گیرد (Bhatt,2000). دانش سازمانی، دانشی است که در تعامل افراد با همدیگر ایجاد و نگهداری می‌شود (پرندهی، 1388). ریشه اصطلاح سرمایه اجتماعی به اوایل قرن بیستم باز می‌گردد. این اصطلاح برای اولین بار در مقاله‌ای توسط هانی فان¹¹ (1916م.) از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد. پس از آن در اثر کلاسیک جین جاکوبز¹² با نام مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی (1961) به کار رفته است (منظور، یادی پور، 1387). گلن لوری¹³ اقتصاد دان، اصطلاح سرمایه اجتماعی را در دهه 1970 برای توصیف مشکل توسعه اقتصادی درون شهری به کار برد. در دهه 1980 این اصطلاح توسط جیمز کلمن¹⁴

¹ Wolf
² Tourin
³ Wigg
⁴ Backman
⁵ Anderson
⁶ Delphi
⁷ Earnest & Yong
⁸ Ruggle
⁹ Leonard & Braton
¹⁰ Wijnhoven
¹¹ Hanifan (1916)
¹² Jacobs, J. (1961)
¹³ Glenn Loury
¹⁴ James Coleman



جامعه شناس، در معنای وسیع تری مورد استقبال قرار گرفت و رابرت پاتنام¹ دانشمند علوم سیاسی نفر دومی بود که بحثی قوی و پرشور را در مورد سرمایه اجتماعی هم در ایتالیا و هم در ایالات متحده برانگیخت (فوکویاما، 1379). مفهوم سرمایه اجتماعی اساساً در دهه 1990 مفهوم مهمی شد و به تدریج در ترها و مقالات دانشگاهی به ویژه در رشته‌های جامعه شناسی، اقتصاد، سیاست و آموزش افزایش یافت (الوانی و شیروانی، 1383). از نظر کلمن (1997) سرمایه اجتماعی عبارت است از ارزش آن جنبه از ساختار اجتماعی که به عنوان منابعی در اختیار اعضا قرار می‌گیرد تا بتوانند به اهداف و منافع خود دست پیدا کنند (الوانی و سیدنقوی، 1381). رابرت پاتنام (1997) سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجار و شبکه می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنها را تامین خواهد کرد. از نظر وی اعتماد و ارتباط متقابل اعضا در شبکه، به عنوان منابعی هستند که در کنش‌های اعضای جامعه موجود است (کریمی، صابری، روشن، 1391).

سرمایه اجتماعی را به سادگی می‌توان به عنوان مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیر رسمی تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است در آن سهیم هستند. هنجارهایی که تولید سرمایه اجتماعی می‌کنند، اساساً باید شامل سجایایی از قبیل صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دوجانبه باشند (فوکویاما، 1379). سرمایه اجتماعی از دیدگاه سازمانی، جمع منابع بالفعل و بالقوه موجود در درون، قابل دسترس و ناشی از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی است. سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار کند و برای آنها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند (Nahapiet & Ghoshal, 1998). از دیدگاه بانک جهانی، سرمایه اجتماعی پدیده‌ای است که حاصل تأثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسانی و هنجارها بر روی کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است، این پدیده تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد. سرمایه اجتماعی بر خلاف سایر سرمایه‌ها، به صورت فیزیکی وجود ندارد، بلکه حاصل تعاملات و هنجارهای گروهی و اجتماعی بوده و از طرف دیگر افزایش آن می‌تواند موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های اداره جامعه و نیز هزینه‌های عملیاتی سازمان‌ها گردد (منظور، یادی‌پور، 1387).

ناهاپیت و گوشال² (1998) با رویکرد سازمانی، جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می‌دهند. ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه ناهاپیت و گوشال عبارتند از:

بعد ساختاری
بعد شناختی
بعد رابطه‌ای

1- بعد ساختاری: بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، اشاره به الگوی کلی تماس‌های بین افراد دارد. یعنی، به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید (Burt, 1992). مهم ترین جنبه‌های این بعد عبارتند از: روابط شبکه‌ای بین افراد؛ پیکربندی شبکه‌ای و سازمان مناسب (Putnam, 2002).

1-1. روابط شبکه‌ای: پیشنهاد اصلی تئوری سرمایه اجتماعی این است که روابط شبکه‌ای، امکان دسترسی به منابع (مثل دانش) را فراهم می‌سازند. روابط اجتماعی، ایجاد کننده کانال‌های اطلاعاتی هستند که میزان زمان و سرمایه گذاری مورد نیاز برای گردآوری اطلاعات را کاهش می‌دهند.

1-2. پیکربندی شبکه‌ای: پیکربندی شبکه‌ای 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 (Burt, 1992).

¹ Putnam Robert (2000)

² Nahapiet & Ghoshal



1-3. 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 دیگر انتقال داده شود، و بدین ترتیب بر الگوی تبادل اجتماعی تأثیر گذارد. سازمان‌های اجتماعی مناسب می‌توانند یک شبکه بالقوه به افراد و منابع شان از جمله اطلاعات و دانش را فراهم کنند و از طریق ابعاد شناختی و رابطه ای سرمایه اجتماعی ممکن است انگیزش و قابلیت را برای تبادل تضمین کنند. لکن، این سازمان‌ها هم چنین ممکن است مانع این تبادل شوند.

2. بعد شناختی: بعد شناختی سرمایه اجتماعی، اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است (Cicourel, 1973). مهم ترین جنبه‌های این بعد عبارتند از: زبان، کدهای مشترک و حکایات مشترک.

1-2. زبان و کدهای مشترک: زبان مشترک بر شرایط ترکیب و تبادل دانش تأثیر می‌گذارد. دلایل عمده آن عبارتند از: اول اینکه: زبان کارکرد مستقیم و مهمی در روابط اجتماعی دارد، زیرا ابزاری است که افراد از طریق آن با یکدیگر بحث می‌کنند، اطلاعات را مبادله می‌کنند، از یکدیگر سؤال می‌پرسند و در جامعه امور تجاری انجام می‌دهند، دوم اینکه زبان بر ادراکات ما تأثیر می‌گذارد، سوم اینکه، زبان مشترک قابلیت ترکیب اطلاعات را افزایش می‌دهد.

2-2. حکایات مشترک: علاوه بر زبان و کدهای مشترک، محققان معتقدند اسطوره‌ها، داستان‌ها و استعاره‌ها، ابزار قدرتمندی در اجتماعات برای ایجاد، تبادل و نگهداری مجموعه‌های غنی معانی فراهم می‌کنند (Orr, 1990). ظهور حکایت‌های مشترک در یک اجتماع باعث خلق و انتقال تفسیرهای جدیدی از رویدادها شده و ترکیب اشکال مختلف دانش را، که عموماً به صورت پنهان هستند، تسهیل می‌کند. (Coleman, 1988).

3. بعد رابطه ای: بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی، توصیف کننده نوعی رابطه شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعاملات برقرار می‌کنند. مهم ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارتند از: اعتماد، هنجار، الزامات، انتظارات و هویت (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

1-3. اعتماد: تحقیقات نشان می‌دهد در جایی که روابط مبتنی بر اعتماد در سطح بالایی وجود دارد افراد تمایل زیادی برای تبادل اجتماعی و تعامل همکاری دارند. میسزتال اظهار می‌دارد: "اعتماد تامین کننده ارتباطات و گفت‌وگو است" (Misztal, 1996).

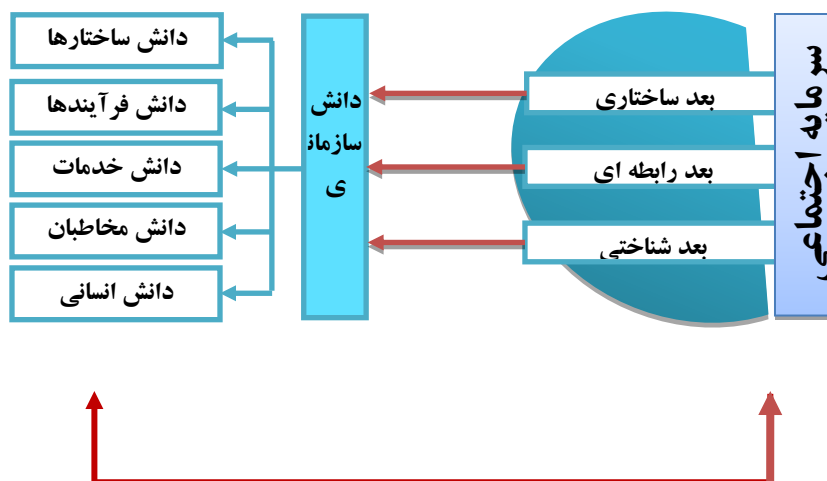
2-3. هنجار: هنجارهای همکاری می‌توانند پایه ای قوی برای ایجاد دانش به وجود آورند. برای مثال استارباک اهمیت هنجارهای اجتماعی صداقت و کار تیمی را به عنوان ویژگی‌های کلیدی سازمان‌های دانش محور یادآور می‌شود (Seturbuk, 1995).

3-3. الزامات و انتظارات: الزامات نشان‌دهنده یک تعهد یا وظیفه برای انجام فعالیتی در آینده است. الزامات و انتظارات بر دسترسی و انگیزش افراد و گروه‌ها برای ترکیب و تبادل دانش تأثیر دارند (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

3-4. هویت: هویت فرایندی است که در آن افراد احساس می‌کنند با افراد یا گروهی از افراد دیگر عضو یک گروه واحد هستند.

مدل مفهومی پژوهش

در این پژوهش از مدل سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (1998) استفاده شده که با رویکرد سازمانی، جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می‌دهند. در مورد دانش سازمانی نیز ترکیبی از عوامل برای سنجش دانش سازمانی انتخاب شد که بیشترین اتفاق نظر را در مدل‌های اندازه‌گیری دانش داشتند. بر این اساس، مدل مفهومی (نمودار 1) به عنوان چارچوب نظری پژوهش ارائه می‌شود.



مدل مفهومی پژوهش

فرضیات تحقیق:

فرضیه اصلی:

بین سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیات فرعی:

بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد.

بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد.

بین بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد.

روش شناسی

در این تحقیق بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی با دانش سازمانی به عنوان هدف اصلی و رابطه بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی و رابطه‌ای) با دانش سازمانی به عنوان اهداف فرعی مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین، تحقیق مورد نظر برحسب هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی است. از جامعه آماری 320 نفری مورد نظر طبق جدول کوهن، مورگان و گرجسی یک نمونه 175 نفری به روش طبقه‌ای تصادفی انتخاب شد. در این تحقیق برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. ابزار جمع آوری اطلاعات این تحقیق دو پرسشنامه محقق ساخته سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی می باشد. طیف لیکرت یکی از طیف‌های طراحی شده است که در این پژوهش برای سنجش دیدگاه‌ها و نگرش افراد مورد پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. پاسخ دهنده باید هر یک از عوامل را بر روی یک طیف 5 گزینه‌ای (از خیلی کم (1) تا خیلی زیاد (5)) مشخص نماید. به منظور اندازه‌گیری قابلیت اعتماد (پایایی) پرسشنامه، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. بدین منظور یک نمونه اولیه شامل 40 پرسشنامه پیش‌آزمون گردید و سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم افزار آماری SPSS میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که عدد 0/825 برای سرمایه اجتماعی و عدد 0/796 برای دانش سازمانی به دست آمده که نشان دهنده این است که پرسشنامه‌های مورد استفاده، از قابلیت اعتماد یا به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار می باشند. به منظور سنجش روایی سؤالات پرسشنامه از آراء متخصصان و اساتید دانشگاه استفاده شده است. در این



مرحله پس از طراحی اولیه پرسشنامه و دریافت نظر اساتید، اصلاحات لازم به عمل آمد و اطمینان حاصل گردید که پرسشنامه، همان ویژگی مورد نظر پژوهشگران را می‌سنجد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از نرم‌افزار تحلیل آماری SPSS استفاده شد.

یافته‌ها

به منظور آزمون فرضیه‌های اصلی و منظور آزمون فرضیه‌های فرعی به تفکیک و بشرح جداول ذیل یافته‌های تحقیق حاصل آمد:

فرضیه اصلی: بین سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. (جدول 2)

جدول 2. رابطه سرمایه اجتماعی با دانش سازمانی		
متغیرها	ضرایب	دانش سازمانی
سرمایه اجتماعی	همبستگی	0/434
	تعیین	18/83
	معنی‌داری	0/001

ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی 0/434 و مقدار عدد معناداری برای این ضریب کوچکتر از 0/01 و از سطح معنی‌داری استاندارد (0/05) کمتر است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که فرض صفر مبنی بر عدم رابطه معناداری بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی رد می‌شود و فرض یک یا وجود رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی پذیرفته می‌شود.

فرضیه فرعی اول: بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. (جدول 3)

جدول 3. رابطه بعد ساختاری سرمایه اجتماعی با دانش سازمانی		
متغیرها	ضرایب	متغیر دانش سازمانی
بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	همبستگی	0/539
	تعیین	29
	معنی‌داری	0/001

ضریب همبستگی پیرسون بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی 0/539 و مقدار عدد معناداری برای این ضریب کوچکتر از 0/01 و از سطح معنی‌داری استاندارد (0/05) کمتر است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که فرض صفر مبنی بر عدم رابطه معناداری بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی رد می‌شود و فرض یک یا وجود رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی پذیرفته می‌شود.

فرضیه فرعی دوم: بین بعد شناختی متغیر سرمایه اجتماعی و متغیر دانش سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. (جدول 4)



جدول 4. رابطه بعد ساختاری سرمایه اجتماعی با دانش سازمانی		
متغیرها	ضرایب	متغیر دانش سازمانی
بعد شناختی سرمایه اجتماعی	همبستگی	0/625
	تعیین	34/22
	معنی داری	0/001

ضریب همبستگی پیرسون بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی 0/625 و مقدار عدد معناداری برای این ضریب کوچکتر از 0/01 و از سطح معنی داری استاندارد (0/05) کمتر است؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت که فرض صفر مبنی بر عدم رابطه معناداری بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی رد می شود و فرض یک یا وجود رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی پذیرفته می شود.

فرضیه فرعی سوم: بین بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. (جدول 5)

جدول 5. رابطه بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی با دانش سازمانی		
متغیرها	ضرایب	متغیر دانش سازمانی
بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی	همبستگی	0/556
	تعیین	31
	معنی داری	0/001

ضریب همبستگی پیرسون بین بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی 0/556 و مقدار عدد معناداری برای این ضریب کوچکتر از 0/01 و از سطح معنی داری استاندارد (0/05) کمتر است؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت که فرض صفر مبنی بر عدم رابطه معناداری بین بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی رد می شود و فرض یک یا وجود رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی پذیرفته می شود.

تحلیل رگرسیون

برای بررسی اینکه آیا هر سه بعد سرمایه اجتماعی به طور هم زمان می توانند بر دانش سازمانی تأثیر معنی داری دارند، از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد. ابعاد سرمایه اجتماعی به عنوان متغیر مستقل و متغیر دانش سازمانی به عنوان متغیر وابسته در معادله رگرسیون مورد بررسی قرار گرفت. (جدول 6)



جدول 6. ضرایب رگرسیونی و سطح معنی داری آنها

مقادیر	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده <i>Beta</i>	<i>t</i>	سطح معناداری	فاصله اطمینان 95 درصد برای ضرایب رگرسیونی	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>				حد بالا	حد پایین
مقدار ثابت	.970	.231		4.206	.000	.514	1.425
X1 (بعد ساختاری)	.188	.057	.229	3.297	.001	.075	.301
X2 (بعد شناختی)	.307	.058	.386	5.291	.000	.193	.422
X3 (بعد رابطه ای)	.191	.067	.216	2.875	.005	.060	.323

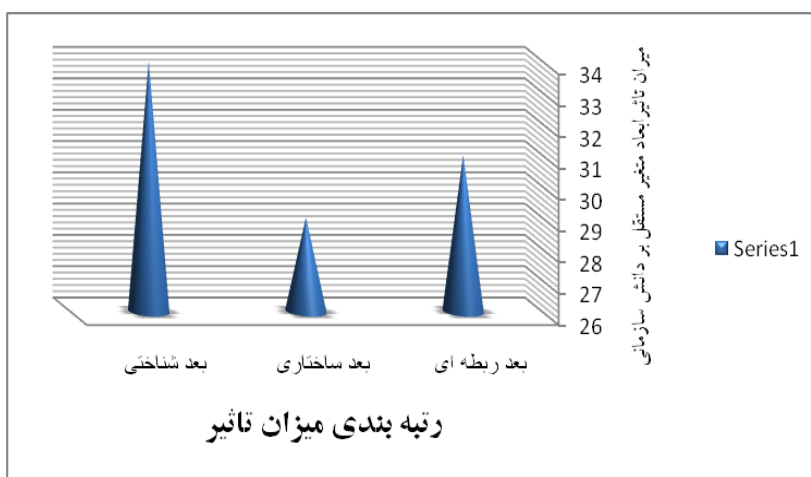
با توجه به جدول (5) سه متغیر مستقل «بعد ساختاری»، «بعد شناختی» و «بعد رابطه‌ای» دارای ضرایب رگرسیونی معناداری در سطح اطمینان 99 درصد هستند چون سطح معناداری آنها کمتر از 0/01 است. بنابراین رابطه رگرسیونی به صورت زیر است:

$$y = 0.97 + 0.188(X1) + 0.307(X2) + 0.191(X3)$$

با توجه به نتایج فوق می‌توان این طور استنباط کرد که هر سه متغیر مستقل به طور هم زمان تأثیر مثبت و معناداری بر متغیر وابسته دارند.

رتبه بندی متغیرهای مستقل براساس میزان تأثیر بر متغیر وابسته

برای مقایسه سه متغیر با یکدیگر از ضرایب استاندارد رگرسیونی استفاده می‌شود. به عبارت دیگر هر متغیر که ضرایب استاندارد بیشتری داشته باشد تأثیر بیشتری بر تغییرات متغیر وابسته (دانش سازمانی) دارد. در نمودار (1) این سه متغیر به ترتیب اولویت نشان داده شده است.



نمودار 1: رتبه بندی متغیرهای مستقل بر اساس ضریب بتا (Beta)

نمودار فوق نشان می‌دهد که در بین ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد شناختی بیشترین تأثیر بر دانش سازمانی دارد. بعد رابطه ای و بعد ساختاری تقریباً به میزان برابری بعد از بعد شناختی بر دانش سازمانی تأثیر می‌گذارند.



بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بین سرمایه اجتماعی و دانش سازمانی به طور کلی و همچنین بین هر یک از ابعاد ساختاری، شناختی و رابطه‌ای سرمایه اجتماعی با دانش سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. چنین رابطه‌ای منطقی است؛ زیرا همان گونه که ناهاپیت و گوشال (1998) بیان می‌دارند سرمایه اجتماعی برای توسعه و ترویج دانش در سازمان امری ضروری است. از دیدگاه سازمانی، ناهاپیت و گوشال (1998)، سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک نماید و برای آن‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند. بنابراین وجود سرمایه اجتماعی و تعاملات اثربخش میان مربیان موجب انتقال دانش و در نهایت ارتقای سطح دانش آنان می‌گردد. در این راستا سازمان برای ارتقای دانش سازمانی مربیان می‌بایست سرمایه اجتماعی و اعتماد متقابل به کارکنان خویش را تقویت کند. بر این اساس؛ محققان پیشنهاد می‌کنند در زمینه‌های ذیل اقداماتی انجام گیرد: ایجاد و تقویت انجمن‌ها، تعاونی‌ها و باشگاه‌های ورزشی و... در سازمان، برگزاری سمینارها، همایش‌ها، مسابقات فرهنگی و ورزشی بین کارکنان، ایجاد و گسترش شبکه‌ها و برنامه‌های حمایتی و تشویقی از فعالیت‌های گروهی و دسته‌جمعی، ایجاد و فراهم نمودن فضایی دوستانه و صمیمی برای کارکنان جهت تبادل عقاید، افکار و ایده‌ها. برگزاری اردوهای خارج از سازمان به منظور ایجاد روابط رو در رو، زبان و تجربیات مشترک، اعتماد و کارگروهی. ترغیب مربیان به همکاری و تعاون و آموزش و یادآوری اثرات مثبت و طولانی مدت منافع جمعی به جای منافع فردی. به کارگیری رویه‌های استخدامی که در آن تنها به تخصص افراد دقت نشده، بلکه به اجتماعی بودن فرد، یعنی توانایی فرد در برقراری ارتباط با دیگران و علاقه فرد به کار گروهی، نیز دقت نمایند. طرح ریزی و استقرار نظام ارتباطات داخلی در حوزه‌های ارتباطات میان فردی، ارتباطات بین واحدهای سازمانی و ارتباطات بین مدیران و کارکنان سازمان. تدوین و انتشار داستان‌های سازمانی که به تقویت فرهنگ همکاری و کار گروهی و تحقق اهداف و استراتژی‌های سازمان کمک کند. طرح ریزی و اجرای سازوکارهایی به منظور نهادینه سازی ارزش‌های مشترک سازمانی. تیم‌سازی، ایجاد و افزایش احساس هویت سازمانی در سطح سازمان به گونه‌ای که مربیان، کارکنان و مدیران سازمان خود را عضو یک خانواده مشترک بدانند. برنامه ریزی ارتباطات داخلی در حوزه‌های ارتباطات میان فردی، ارتباطات بین واحدهای سازمانی و ایجاد ارتباطات مبتنی بر صداقت و اعتماد متقابل بین مدیران و مربیان. ایجاد اعتماد در بین کارکنان از طریق برقراری ارتباطات باز و شفاف، انتشار اخبار خوب و بد سازمان، ملاقات مربیان با مدیران سطوح مختلف، مشارکت کارکنان در امور، برنامه‌های نگهداشت مربیان مستعد.

منابع

- الوانی، سیدمهدی، و شیروانی، علیرضا. (1383). سرمایه اجتماعی اصل محوری توسعه. تدبیر، 147، 22-16.
- الوانی، سیدمهدی، و سیدنقوی، میرعلی. (1386). سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه‌ها. فصلنامه مطالعات مدیریت، 33 و 34، 26-4.
- الوانی، سیدمهدی، ناطق، تهمینه، و فراچی، محمد مهدی. (1386). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش سازمانی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، 5، 70-35.
- انواری رستمی، علی اصغر، و شهبائی، بهنام. (1388). مدیریت دانش و سازمان یادگیرنده: تحلیلی بر نقش مستند سازی دانش و تجربه. فصلنامه مدیریت فناوری اطلاعات 2، 18-3.
- پرندی، منصور. (1388). نیل به سرآمدی در نظارت و راهنمایی آموزشی با ابزار مدیریت دانش. مدارس کارآمد، 6، 111-108.
- جهانپنده کاظم پور، مهرداد. (1381). مدیریت دانش. تدبیر، 128، 110-101.
- حسن زاده، محمد، فاطمی، سیدامیر، عمرانی، سیدابراهیم. (1388). مدیریت دانش و علوم ارتباطات. تهران: کتابدار.
- فوکویاما، فرانسیس. (1379). پایان نظم (بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن). (ترجمه غلامعباس توسلی)، تهران: جامعه ایرانیان.



کرمی، محسن، صابری، جعفر، روشن، ساسان (1391). بررسی رابطه میان سرمایه اجتماعی و آمادگی استقرار مدیریت دانش. راهبرد، 5، 8، 121-142.

منظور، داوود. یادی پور، مهدی. (1387). سرمایه اجتماعی عامل توسعه اجتماعی و اقتصادی. راهبرد یاس، 15، 140-162.

Bhatt, G. D. (2001). Knowledge management in organization: examining the interaction between technologies, techniques, and people. *Journal. Of Knowledge Management*, 5, 1, 68-75.

Burt, R, S. (1992). Structural holes: The social structure of competition. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Cicourel, A. V. (1973). Cognitive Sociology, Harmondsworth, England: Penguin Books.

Civi, E. (2000). Knowledge management as a competitive asset: a review. *Marketing Intelligence & Planning*, 18, 4, 166-174

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital, *American Journal Of Sociology*, 94, 95-120

Davenport .T and prusak, I. (2000). "Working knowledge: how organizations manage what they know". Boston :harvard business school press.

Lee, H, & Choi, B. (2003). Knowledge Management enablers, Processes, and Organizational

Performance: An integrative view and empirical examination, *Journal Of Management Information Systems*; 20(1) : 10: 179-228.

Misztal, B. (1996). Trust in modern societies, Cambridge, England:Polity Press.

Nahapiet, J , & Ghoshal,S. (1998). "Social capital, intellectual capital & the organizational advantage".

Academy Of Management Review, 23, 2, 242-266

Orr, J. (1990). "Sharing knowledge, celebrating identity: Community memory in a service culture."

Putnam, R. D. (2002). Democracies in flux, the evolution of social capital in contemporary society, Oxford University Press.

Seturbuk R.D (1995). Bowling alone: the collapse and revival of American community, Simmon & Schuster.