



**ORIGINAL RESEARCH PAPER**

**The relationship between social capital and knowledge management in an insurance company**

Kh. Abily, M. Zare Khalili\*

*Department of Educational Management, University of Tehran, Tehran, Iran*

**ARTICLE INFO**

**Article History**

Received: 10 January 2012

Revised: 20 February 2012

Accepted: 01 September 2012

**Keywords**

*Social Capital; Knowledge Management; Insurance Company.*

**ABSTRACT**

Considering the importance of social capital and knowledge management, this research was conducted in order to study the relationship between social capital and knowledge management in an insurance company using a descriptive-correlation method. To collect data related to social capital and knowledge management, researcher-made questionnaires were used, the validity of which was confirmed by experienced professors in this field, and their reliability was obtained through Cronbach's alpha coefficient of 0.84 and 0.80, respectively. Pearson's correlation and stepwise regression tests were used to analyze the data. The results of Pearson's correlation test indicated that there is a positive and significant relationship between organizational social capital and knowledge management. In addition, the results of the correlation test showed that all components of social capital have a positive and significant relationship with knowledge management. The results of the regression analysis also indicated that among the components of social capital, the four dimensions of networks, trust, relationships and mutual understanding as predictive variables have the criteria to enter the final regression equation to explain the changes in knowledge management (criterion variable). And the components of commitment, values and cooperation were removed from the equation due to not having a significant contribution in predicting knowledge management.

**\*Corresponding Author:**

Email: [m.mojtaba1381@gmail.com](mailto:m.mojtaba1381@gmail.com)

DOI: 10.22056/ijir.2013.02.06



## رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه دولتی

خدایار ابیلی، مجتبی زارع خلیلی\*

گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

### چکیده:

باتوجه به اهمیت سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش، این تحقیق به منظور مطالعه رابطه سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در یک شرکت بیمه‌ای به روش توصیفی-همبستگی انجام گرفت. جهت جمع‌آوری داده‌های مربوط به سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش از پرسش‌نامه‌های محقق‌ساخته استفاده شده است که روایی آنها توسط استادان مجرب در این زمینه تأیید شد و به‌علاوه پایایی آنها از طریق ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۴ و ۰/۸۰ به‌دست‌آمد. جهت تحلیل داده‌ها از آزمون‌های همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده گردید. نتایج آزمون همبستگی پیرسون حاکی از آن بود که بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به‌علاوه نتایج آزمون همبستگی نشان داد که تمامی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با مدیریت دانش، رابطه مثبت و معناداری دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نیز حاکی از آن بود که از بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، چهار بعد شبکه‌ها، اعتماد، روابط و فهم متقابل به عنوان متغیرهای پیش‌بین، معیار ورود به معادله نهایی رگرسیون برای توضیح تغییرات مدیریت دانش (متغیر ملاک)، را دارند و مؤلفه‌های تعهد، ارزش‌ها و همکاری به دلیل نداشتن سهم معنادار در پیش‌بینی مدیریت دانش از معادله حذف شدند.

### اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۲۰ دی ۱۳۹۰  
تاریخ داوری: ۰۱ اسفند ۱۳۹۰  
تاریخ پذیرش: ۱۱ شهریور ۱۳۹۱

### کلمات کلیدی

سرمایه اجتماعی  
مدیریت دانش  
شرکت بیمه

\*نویسنده مسئول:

ایمیل: [m.mojtaba1381@gmail.com](mailto:m.mojtaba1381@gmail.com)

DOI: 10.22056/ijir.2013.02.06

## مقدمه

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

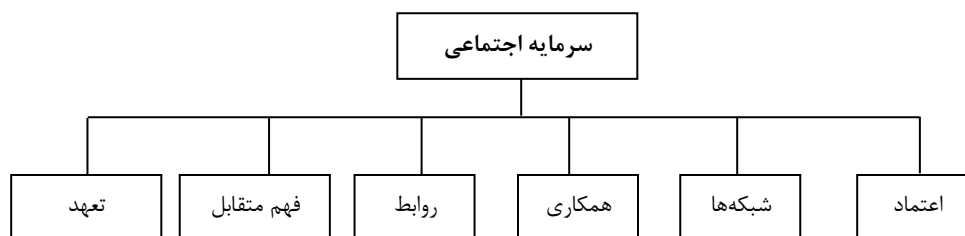
البته اثربخشی سیستم مدیریت دانش و به کارگیری موفقیت‌آمیز سرمایه‌های دانشی در تمامی شرکت‌ها از جمله شرکت‌های بیمه‌ای نیز بستگی به توانایی‌های شرکت‌ها در ایجاد شبکه‌های ارتباطی مؤثر برای تسهیم و کاربرد دانش خلق‌شده در این شرکت‌ها دارد، زیرا در صورت عدم وجود شبکه‌های ارتباطی هماهنگ و یکپارچه، اجرای فرایندهای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

### سرمایه اجتماعی سازمانی

از دوران گذشته توجه به سازمان‌ها به عنوان بازیگران اجتماعی و نیز دقت صاحب‌نظران به نیازها و مسائل اجتماعی مرتبط با سازمان، زمینه مساعدی را برای گسترش مفهوم سرمایه اجتماعی در حیطه سازمان ایجاد نموده است (قلی‌پور، ۱۳۸۷). سرمایه اجتماعی سازمانی دوران طفولیت خود را به سر می‌برد. اگر چه فاکتورهای گوناگون سرمایه اجتماعی در تئوری‌های سازمانی برای مدت زمان طولانی وجود داشته، اما این مفهوم اخیراً در تجزیه و تحلیل سازمانی وارد شده است (Timberlake, 2005). سرمایه اجتماعی سازمانی، یک دارایی است که هم برای سازمان (از طریق ایجاد ارزش برای ذی‌نفعان) و هم برای اعضای سازمان (از طریق ارتقای مهارت کارکنان) مفید و سودمند است (Leana & Van Buren, 1999). به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی سازمانی ناظر بر بعد غیر رسمی سازمانی که مبتنی بر شبکه‌های ارتباطی سازمانی است و همچنین اعتماد متقابل (مکمل بعد رسمی سازمان) است.

### ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه ویلانوا و جوسا<sup>۱</sup>

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



شکل ۱: ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه ویلانوا و جوسا

1. Vilanova and Josa, 2003

- **شبکه‌ها:** یکی از جنبه‌های بسیار مهم سرمایه اجتماعی که در این مقاله مطرح است، عضویت در شبکه‌هاست. شبکه‌ها در توسعه هویت و خودباوری فرد بسیار مهم هستند. از طریق شبکه‌هاست که افراد ارتباطات خود را با دیگران ایجاد می‌کنند. پیامدهای مهمی در پیوستن به یک شبکه به‌خصوص برای تازه‌واردها در سازمان وجود دارد. از طریق عضویت در شبکه‌های اجتماعی و سازمانی است که کارکنان می‌توانند احترام همکاران و هم‌قطاران خود را به‌دست‌آورند. شبکه‌ها تعهد و وفاداری بین اعضا و حمایت سازمانی را به‌وجود می‌آورند (حسن‌پور و نیاکان، ۱۳۸۶).

- **اعتماد:** اعتماد انتظار رفتار منظم، صادقانه و همکارانه از دیگر افراد است که در یک اجتماع بر اساس هنجارها نمود پیدا می‌کند. در یک محیط پویا با اطلاعات ناقص، اعتماد برابر با زمینه اولیه صداقت، تمایل به ریسک‌پذیری، همکاری و تلاش در جهت اهداف و تمایلات گروه است (Weber and Weber, 2007). هنگامی که روابط شخصی یا نهادی از اعتماد بالایی برخوردار باشد، افراد عموماً تمایل دارند در تبادلات اجتماعی مشارکت و به‌طور مشخص همکاری کنند، اعتماد با افزایش تعاملات، کاهش هزینه کنترل، کاهش فرصت‌طلبی، عملکرد سازمانی را بهبود می‌بخشد (Pors, 2007). تمایل به همکاری متقابل، احتمال رفتارهای سودجویانه و انگیزه‌های منفی در سازمان را کاهش می‌دهد و هرچه قدر میزان اعتماد افزایش یابد، تمایل به راه‌حل‌های همکارانه بیشتر می‌شود (شریفیان ثانی، ۱۳۸۰).

- **ارزش‌ها:** بر طبق این رویکرد سرمایه اجتماعی یک پدیده ذهنی است که از مجموعه‌ای از ارزش‌ها و نگرش‌های مؤثر یا تعیین‌کننده افراد در مورد نحوه ایجاد ارتباط با همدیگر تشکیل شده است. به این ترتیب، سرمایه اجتماعی بر آن ارزش‌ها و نگرش‌های فرهنگی تأکید می‌کند که افراد را به همکاری، تفاهم و همدلی با یکدیگر متمایل می‌سازد. همچنین موجب پیوند اعضای سازمان به همدیگر می‌شود و افراد را از محاسبه‌گران خودخواه و خودپرست و دارای وجدان اجتماعی و حس تعهد متقابل ضعیف، به اعضای اجتماعی که دارای منافع و تصورات مشترک درباره روابط اجتماعی و حس مشترک‌اند، تغییر می‌دهد (نیوتن، ۱۳۸۷).

- **روابط:** منظور از روابط، ارتباطات میان دو شخص یا دو گروه است که می‌تواند صورت‌های گوناگونی چون همکاری، مبادله، وصلت و دوستی به خود بگیرد. وجود روابط عاطفی فراگیر در ساختاردهی سازمان به کارکنان اجازه می‌دهد به ارزش‌ها و توانمندی‌های سازمانی به شیوه‌های سازمان‌یافته پاسخ دهند (منوریان، عسگری و آشنا، ۱۳۸۶). روابط اجتماعی، ایجادکننده کانال‌های اطلاعاتی هستند که میزان زمان و سرمایه‌گذاری مورد نیاز را برای گردآوری اطلاعات کاهش می‌دهند (دموری، منصوری و طاهری، ۱۳۸۷).

- **همکاری:** بیانگر یک عمل جمعی است که اعضای سازمان با دیگران در جامعه یا گروه خود در موارد مشترک اقدام می‌نمایند (محمدی، ۱۳۸۴). همکاری منجر به تبادل دانش قوی‌تر، بازتر و واقعی‌تر می‌شود. او شرح می‌دهد دانش در حضور تناسب کوششی توسعه می‌یابد، تبادلی که در آن کارایی عملکرد گروهی افزایش می‌یابد (امینی، ۱۳۸۶).

- **تعهد:** تعهد را می‌توان اصولاً به پیوند روانی فرد یا گروه به سازمان تعریف کرد که در آن احساس درگیر بودن شغلی، وفاداری و باور به ارزش‌های سازمان جای دارد. این جنبه از سرمایه اجتماعی شامل تصور برگره‌های اعتباری می‌باشد که از انتظارات و تعهدات متقابل ناشی شده است. برای این شکل از سرمایه اجتماعی، دو عنصر بسیار حیاتی هستند: سطح اعتماد و محیط اجتماعی که بازپرداخت تعهدات و گسترش میزان واقعی تعهداتی که بر عهده گرفته شده است را تضمین می‌کند. همچنین تلاقی تعهدات و انتظارات به‌طور کلی، احساس ارزش‌های مشترک و احساس هویت مشترک را بازتاب می‌نماید. گسترش واقعی تعهدات همچنین به وسیله تعدادی عوامل از قبیل نیاز افراد به کمک تحت تأثیر قرار خواهد گرفت. بنابراین می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی مکانیسمی را برای بررسی و تأیید انتظارات فراهم می‌کند (Spellerberg, 2001).

- **فهم متقابل:** همدلی یا فهم متقابل را به عنوان وحدت دل‌ها هم آورده‌اند، اما بیشتر منظور، پیدا کردن حس مشترک است. فهم متقابل یعنی اینکه فرد بتواند زندگی دیگران را حتی در زمانی که در آن شرایط قرار ندارد، درک کند. فهم متقابل به فرد کمک می‌کند تا بتواند انسان دیگر را حتی وقتی با آنها متفاوت است، بپذیرد و به آنها احترام بگذارد. فهم متقابل، روابط اجتماعی را بهبود می‌بخشد و به ایجاد رفتارهای حمایت‌کننده و پذیرنده، نسبت به انسان‌های دیگر منجر می‌شود. مهارت‌های مذکور سبب ایجاد دوستی مقابل بین اعضای سازمان می‌شود و سبب توسعه و بهبود روابط اجتماعی می‌گردد، به‌طوری‌که پیوندهای بین اعضا در این شبکه قوی‌تر می‌شود (صیادی، ۱۳۸۸).

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

#### مدیریت دانش

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

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

#### فرایند مدیریت دانش

نیومن (۱۹۹۹) در مدل عمومی دانش، جریان دانش را در چهار فعالیت عمده سازمان نشان می‌دهد که فعالیت‌های عمده اشاره شده عبارتند از: خلق و اکتساب دانش؛ سازماندهی و ذخیره دانش؛ تسهیم و انتقال دانش؛ به‌کارگیری دانش (اکبرپور و کاظمی، ۱۳۸۶):

- **خلق دانش!** ایجاد و خلق دانش به توانایی سازمان به منظور ایجاد و خلق راه حل‌ها و ایده‌های کارآمد و جدید اشاره دارد. از طریق شکل‌دهی و ترکیب مجدد دانش جدید با دانش گذشته، سازمان قادر خواهد بود مفاهیم و واقعیت‌های جدیدی را خلق نماید (Bhatt, 2001).

- **ذخیره دانش<sup>۱</sup>:** این مرحله مشتمل بر تبدیل نمودن دانش به شکل قابل فهم برای ماشین به منظور استفاده آتی از آن می‌باشد. به‌طور کلی این مرحله به مستندسازی دانش جدید و ذخیره سازی آن اشاره داشته و به گونه‌ای است که کلیه ذی‌نفعان بتوانند به سادگی از این دانش بهره‌گیرند (طالبی، محمودی و رحیمی، ۱۳۸۶).

- **تسهیم دانش<sup>۲</sup>:** تسهیم دانش و تجربه به مثابه اساسی‌ترین کارکرد مدیریت دانش است (نعمتی و جمشیدی، ۱۳۸۶). در این مرحله تعاملات و ارتباطات متعدد و مستمر بین تکنولوژی و فنون و مهارت‌های افراد لازم است تا سازمان بتواند به صورت اثر بخشی دانش را گسترش دهد (Lin and Lee, 2006).

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

در حال حاضر سازمان‌هایی که قادر هستند به‌طور طبیعی منابع دانش را اداره کنند، اغلب نسبت به سازمان‌های دیگر که در اداره مدیریت دانش حرفه‌ای نیستند دارای یک مزیت رقابتی می‌باشند (Nahapiet and Ghoshal, 1998). انتقال اطلاعات و دانش در سطح کلان و

1. Creating Knowledge

2. Store Of Knowledge

3. Knowledge Sharing

خرد بین افراد و سازمان‌ها بستگی به افرادی دارد که این انتقال را تسهیل و تسریع می‌کنند. در نتیجه تمام عواملی که مشوق ارتباط بین فردی یا مانع آن باشند، بر مبادلات اطلاعاتی افراد نیز تأثیرگذار خواهند بود (Hoffman, Hoelscher and Sherif al, 2005). بنابراین چنانچه سازمانی بتواند هر چه بیشتر تعاملات اثربخش را در میان کارکنان خویش در داخل گروه‌ها و واحدهای سازمانی افزایش دهد، بیشتر می‌تواند نسبت به اثربخشی مبادلات اطلاعاتی میان افراد خویش و در نتیجه، مدیریت اثربخش دانش سازمانی اطمینان حاصل کند (Bhatt, 2001). بنابراین به طور نظری می‌توان استدلال کرد که سرمایه اجتماعی می‌تواند توانایی سازمان برای اداره دانش را افزایش دهد، زیرا سرمایه اجتماعی ظرفیت‌هایی را برای ایجاد تنوع در کارها ایجاد می‌کند (Nahapiet and Ghoshal, 1998). وجود سرمایه اجتماعی همچنین می‌تواند جذب دانش، تهیه و تدوین دانش و انتقال آن را افزایش دهد. سرمایه اجتماعی، این فرایندهای مدیریتی دانش را افزایش می‌دهد، زیرا به سازمان‌ها در ترکیب و تبادل منابع، تشویق رفتارهای تعاونی، فعالیت‌های جمعی اثربخش‌تر کمک می‌کند و این اقدامات خود اساسی برای به‌کارگیری مدیریت دانش در سازمان‌ها است (Hoffman, Hoelscher and Sherif 2005). البته علاوه بر مبانی نظری اشاره‌شده در زمینه ارتباط بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش، یافته‌های تحقیقات نیز از آن حمایت می‌کند. هلنا و همکاران<sup>۱</sup> در پژوهش خود تحت عنوان «سرمایه اجتماعی، اکتساب دانش و بهره‌برداری دانش» به بررسی اثرات سرمایه اجتماعی بر ارتباطات مشتریان کلیدی با اکتساب دانش و همچنین استفاده از دانش پرداختند و به این نتیجه رسیدند که تعامل اجتماعی و ابعاد پیوند شبکه‌ای سرمایه اجتماعی با اکتساب دانش - که از فرایندهای مدیریت دانش است - به طور وسیعی مرتبط است. به بیان دیگر سرمایه اجتماعی از طریق افزایش دستیابی به منابع خارجی دانش، تبادلات و جذب دانش و همچنین افزایش کارایی انتقال دانش، اکتساب و خلق دانش در سازمان را افزایش می‌دهد.

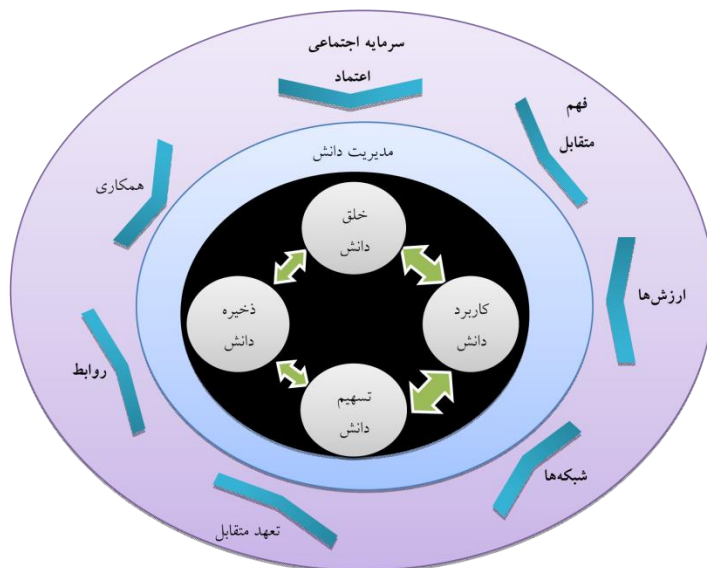
هافمن و همکاران<sup>۲</sup> در تحقیق دیگری ارتباط میان سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش و کسب عملکرد بالاتر توسط سازمان را نشان داده‌اند. یافته‌های پژوهش آنها نشان داد که سازمان‌های با سطوح بالای سرمایه اجتماعی نسبت به سازمان‌های با سطوح پایین سرمایه اجتماعی، دارای قابلیت‌های مدیریت دانش بیشتری هستند. بدین ترتیب که سرمایه اجتماعی با ایجاد کانال‌های ارتباطی و اطلاعاتی و همچنین شبکه‌های اجتماعی در سازمان، موجب توسعه ارتباطات بین فردی می‌شود، که این تعاملات و ارتباطات به نوبه خود باعث تسهیل و تسریع خلق، تسهیم و کاربرد دانش در بین اعضای سازمان می‌شود. به بیان دیگر سرمایه اجتماعی با اداره دارایی‌های دانشی و فکری در سازمان، شرایط به کارگیری فرایندهای مدیریت دانش در سازمان را تسهیل می‌کند.

امینی (۱۳۸۶) در پژوهش خود تحت عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر چرخه مدیریت دانش در سازمان بازرگانی و شرکت‌های تابعه» به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش پرداخته است، نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که بین ابعاد سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و با گسترش سرمایه اجتماعی در سازمان، فرایند مدیریت دانش نیز تسهیل می‌گردد. الوانی، ناطق و فراچی (۱۳۸۶) در تحقیق خود تحت عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه مدیریت دانش سازمانی در گروه‌های سازمانی شرکت داده‌پردازی ایران» به این نتیجه رسیدند که وجود سرمایه اجتماعی در گروه‌های سازمانی شرکت داده‌پردازی ایران بر توسعه فعالیت‌های نرم (فعالیت‌های انتقال و خلق دانش) فرایند مدیریت دانش مؤثر بوده است. به بیان دیگر در فعالیت‌هایی مانند خلق و انتقال دانش آنچه بیش از هر عامل دیگر ضروری و تأثیرگذار است، عامل انسانی و تعامل افراد است که این نیز در سرمایه اجتماعی متبلور می‌شود. البته در این تحقیق رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی با توسعه فعالیت‌های سخت (فعالیت‌های کسب، ثبت و کاربرد دانش) وجود نداشته است.

بنابراین با توجه به پیشینه و ادبیات مرتبط با پژوهش حاضر، می‌توان عنوان کرد که هرکدام از ابعاد سرمایه اجتماعی مدل ویلانوا و جوسا به نوعی با فرایندهای مدیریت دانش ارتباط داشته و آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به بیان دیگر انتقال اطلاعات و دانش در سطح کلان و خرد بین افراد و سازمان‌ها بستگی به افرادی دارد که این انتقال را تسهیل و تسریع می‌کنند. در نتیجه، تمام عواملی که مشوق ارتباط بین فردی یا مانع آن باشند، بر مبادلات اطلاعاتی و دانشی افراد نیز تأثیرگذار خواهند بود (Haffman, Hoelscher and sherif, 2005). بنابراین در فعالیت‌هایی مانند خلق و انتقال دانش آنچه بیش از هر عامل دیگر ضروری و تأثیرگذار است، عامل انسانی و تعامل افراد است که این نیز در سرمایه اجتماعی متبلور می‌شود. به عبارت دیگر این تعاملات و ارتباطات (سرمایه اجتماعی)، فرایندهای مدیریت دانش را تسریع و تسهیل می‌کنند.

1. HELENA and Harry , 2001

2. Hoffman, Hoelscher and Sherif, 2005



شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش

## مبانی نظری پژوهش

### هدف‌های پژوهش

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

### پرسش‌های پژوهش

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

### جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری تحقیق ۱۲۲۶ نفر از کارکنان، مدیران و معاونین یک شرکت بیمه‌ای است که تعداد ۱۴۰ نفر از آنها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و بر اساس فرمول لوی و لمشو<sup>۱</sup> انتخاب شدند.

1. Levy and Lemeshow

### ابزارهای پژوهش

#### پرسشنامه سرمایه اجتماعی

اولین ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته سرمایه اجتماعی است که هفت بعد شبکه‌ها، اعتماد، همکاری، فهم متقابل، روابط، ارزش‌ها و تعهد را مورد بررسی قرار می‌دهد. این پرسشنامه در ۲۸ گویه تنظیم شده و براساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت (خیلی موافقم = ۵، موافقم = ۴، نظری ندارم = ۳، مخالفم = ۲ و خیلی مخالفم = ۱) ساخته شده است. روایی آن توسط استادان و صاحب‌نظران مجرب در این زمینه تأیید شد. علاوه بر این به منظور تعیین پایایی ابزار از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است که آلفای کرونباخ به دست آمده برای هر یک از مؤلفه‌های پرسشنامه یعنی؛ شبکه‌ها، اعتماد، همکاری، روابط، ارزش‌ها، فهم متقابل و تعهد به ترتیب برابر با ۰/۸۸، ۰/۸۵، ۰/۸۰، ۰/۸۶، ۰/۸۳، ۰/۸۰، ۰/۸۵ بوده و آلفای کلی پرسشنامه نیز ۰/۸۲ است که همگی حاکی از پایایی مناسب ابزار تدوین شده می‌باشد.

#### پرسشنامه مدیریت دانش

ابزار اندازه‌گیری مدیریت دانش در این پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته است که بر اساس مطالعات مربوط به مدیریت دانش و بررسی پرسشنامه‌های مشابه تدوین گردیده است. این پرسشنامه دارای چهار بعد خلق دانش، تسهیم دانش، به کارگیری دانش و ذخیره دانش است که هر کدام از این ابعاد به ترتیب دارای ۷، ۵، ۶ و ۷ گویه می‌باشد. روایی آن توسط استادان و صاحب‌نظران مجرب در این زمینه تأیید شد. علاوه بر این به منظور تعیین پایایی ابزار از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است که آلفای کرونباخ به دست آمده برای هر یک از مؤلفه‌های پرسشنامه یعنی؛ خلق دانش، تسهیم دانش، ذخیره‌سازی و به کارگیری دانش به ترتیب برابر با ۰/۸۵، ۰/۸۴، ۰/۸۲، ۰/۸۲ بوده و آلفای کلی پرسشنامه نیز ۰/۸۴ است که همگی حاکی از پایایی مناسب ابزار تدوین شده می‌باشد.

### روش شناسی پژوهش

#### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

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

#### یافته‌های پژوهش

##### یافته‌های توصیفی

براساس شاخص‌های توصیفی، افراد نمونه از ۶۳ مرد و ۷۷ نفر زن تشکیل می‌شوند. در رابطه با تحصیلات نیز ۲/۹ درصد دارای مدرک دیپلم، ۲۰ درصد دارای مدرک فوق دیپلم، ۷۳/۶ درصد دارای مدرک لیسانس و ۳/۶ فوق لیسانس بودند.

#### آمار استنباطی

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

در پاسخ به سؤال اول پژوهش که آیا بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول شماره ۱: همبستگی بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه‌ای

متغیرها	نوع همبستگی	میزان همبستگی	مجذور R <sup>2</sup> (R)	جهت همبستگی	سطح معنی‌داری
سرمایه اجتماعی سازمانی و مدیریت دانش	پیرسون	۰/۶۸۴	۰/۴۶۸	مثبت	۰/۰۱



بين دو متغير سرمايه اجتماعى سازمانى و مديريت دانش رابطه مستقيم و مثبتى ( $r = 0/684$ ) وجود دارد كه اين رابطه در سطح آلفاى  $0/01$  معنى دار است. به عبارت ديگر وجود سرمايه اجتماعى در هر سازمانى منجر به تسهيل و تسريع مديريت دانش مى شود و تمايل به تسهيم و به كارگيرى دانش را در افراد سازمان افزايش مى دهد. همچنين ضريب تعيين محاسبه شده نشان مى دهد كه متغير سرمايه اجتماعى  $0/46$  درصد از واريانس متغير مديريت دانش را تبين مى كند. در پاسخ به سوال دوم پژوهش كه آيا بين ابعاد سرمايه اجتماعى سازمانى با مديريت دانش رابطه معنادارى وجود دارد، از آزمون همبستگى پيرسون استفاده شده است كه نتايج آن در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول شماره ۲: همبستگى بين ابعاد سرمايه اجتماعى با مديريت دانش در يك شركت بيمه‌اى

متغير	اعتماد	شبكه‌ها	فهم متقابل	تعهد	همكارى	ارزش‌ها	روابط	سطح معنادارى
مديريت دانش	0/50	0/62	0/43	0/43	0/31	0/21	0/35	0/000

باتوجه به جدول ۲ مى توان گفت كه تمامى ابعاد سرمايه اجتماعى سازمانى (اعتماد، شبكه‌ها، فهم متقابل، تعهد، همكارى، روابط، ارزش‌ها) رابطه مثبت و معنادارى با مديريت دانش در اين شركت بيمه‌اى دارند. ميزان همبستگى هر يك از متغيرها به ترتيب برابر  $0/50$ ،  $0/43$ ،  $0/31$ ،  $0/35$ ،  $0/21$  است كه در سطح آلفاى  $0/01$  معنى دار است. به عبارت ديگر مى توان گفت كه وجود هر كدام از ابعاد سرمايه اجتماعى در سازمان منجر به تسهيل و تسريع مديريت دانش در سازمان مى گردد. در پاسخ به سؤال سوم پژوهش به منظور بررسى تأثيرى كه هر يك از مؤلفه‌هاى سرمايه اجتماعى سازمانى بر مديريت دانش دارد، از تحليل رگرسيون چند متغيرى گام‌به‌گام استفاده شده كه نتايج آن در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: نتايج حاصل از رگرسيون گام‌به‌گام براى بررسى رابطه مؤلفه‌هاى پيش‌بين سرمايه اجتماعى با مديريت دانش

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

جهت بررسى اينكه آيا مؤلفه‌هاى سرمايه اجتماعى سازمانى پيش‌بيني‌كننده مديريت دانش در اين شركت بيمه‌اى هستند، از تحليل رگرسيون استفاده شد. نتايج به دست آمده از جدول ۳ حاكي از آن است كه از ميان ابعاد هفت‌گانه سرمايه اجتماعى سازمانى، تنها ابعاد شبكه‌ها با ضريب بتاى  $0/40$ ، بعد اعتماد با ضريب بتاى  $0/23$  و بعد فهم متقابل با ضريب بتاى  $0/22$  و در نهايت روابط با ضريب بتاى  $0/16$  به عنوان متغيرهاى پيش‌بين، معيار ورود به معادله نهايى رگرسيون براى توضيح تغييرات مديريت دانش در اين شركت بيمه‌اى (متغير ملاك)، هستند. اما ديگر ابعاد سهم معنى‌دارى در پيش‌بيني مديريت دانش نداشته‌اند. به عبارت ديگر در پيش‌بيني مديريت دانش، سهم ابعاد (ارزش‌ها، تعهد، همكارى) بسيار ناچيز بوده است. همچنين همان‌طور كه در جدول ۳ مشاهده مى كنيد، چهار مؤلفه شبكه‌ها، اعتماد، روابط و فهم متقابل توانسته‌اند جمعاً با هم  $0/52$  درصد از واريانس مديريت دانش اين شركت بيمه‌اى را تبين نمايند.

## نتایج و بحث

نتایج به دست آمده از رابطه بین متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه‌ای در سطح معناداری ۰/۰۱ نشان داد که رابطه‌ای مثبت و معنادار بین دو متغیر فوق وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش سرمایه اجتماعی سازمانی، فرایندهای مدیریت دانش در سازمان به طور مؤثر اجرایی خواهند شد. در واقع می‌توان گفت که هر چقدر سطح سرمایه اجتماعی سازمانی بالاتر رود، آنها دانش محورتر خواهند بود. این نتیجه با یافته‌های‌های امینی، ۱۳۸۶؛ الوانی، ناطق و فراچی ۱۳۸۷؛ دموری، منصوری و طاهری، ۱۳۸۸؛ Hoffman, Hoelscher and sherif, 2005; Manning, 2009 هم‌خوانی و مطابقت دارد. بنابراین همان‌گونه که ملاحظه می‌کنید محققان زیادی بر اهمیت تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر مدیریت دانش در سازمان‌ها تأکید می‌کنند.

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

دیگر نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که بین ابعاد سرمایه اجتماعی (اعتماد، شبکه‌ها، فهم متقابل، تعهد، همکاری و روابط) با متغیر مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد که با یافته‌های الوانی، ناطق و فراچی، ۱۳۸۷؛ امینی، ۱۳۸۶؛ منوریان، عسگری و آشنا ۱۳۸۶ هم‌خوانی دارد. ابعاد سرمایه اجتماعی به ویژه اعتماد، شبکه‌ها، روابط و همکاری با تسهیم اثربخش اطلاعات، کنترل تغییر اطلاعات و کاهش هزینه‌های اجرایی و مدیریتی، افراد را به مشارکت و همکاری با یکدیگر و همچنین خلق و تسهیم دانش‌های جدید ترغیب می‌کند، که این امر به نوبه خود فرایندهای مدیریت دانش در سازمان را تسهیل می‌کند. برای خلق و تسهیم دانش باید سطح بالایی از اعتماد و خوش‌بینی در روابط اعضای سازمان با یکدیگر وجود داشته باشد. روابط مبتنی بر اعتماد موجب شفافیت سیاسی، ارتباطات مؤثر و مهارت‌های همکاری می‌شود (منوریان، عسگری و آشنا ۱۳۸۶). به بیان دیگر اعتماد، تبادل اطلاعات بین طرفین را تسهیل می‌کند و باعث می‌شود که افراد با اعتماد به طرف مقابل و انتظار از این که طرف مقابل از این اطلاعات خود سوء استفاده نمی‌کند، اطلاعات را در اختیار طرف مقابل قرار دهند (شارع-پور، ۱۳۸۴) که این امر می‌تواند تسهیم و کاربرد دانش و اطلاعات در سازمان و در بین اعضا را تسریع و تسهیل کند. از طرف دیگر شبکه‌ها در نقش یک منبع اطلاعاتی مهم عمل می‌کنند، این منبع قادر است تأثیری بسزا در شناسایی و بهره‌برداری از دانش و اطلاعات موجود در سازمان داشته باشد. به بیان دیگر شبکه اجتماعی صحیح کمک می‌کند به نایابی منابع فائق آیمیم. شبکه‌های اجتماعی با پیوندهای مستقیم و غیرمستقیم، قوی یا ضعیف تأثیر مهمی بر اکتساب و انتقال دانش دارند (Weber and Weber, 2007). یک شبکه پایدار، عمیق و غنی از روابط و هنجارهای مشترک، باعث تسهیل کسب اعتماد، خودباوری و تسهیم دانش می‌گردد. همچنین تعاملات داوطلبانه، آشکار و شفاف، امکان گسترش عمیق‌تر پیوندهای غیررسمی، شخصی و رفتاری را فراهم می‌سازند و این عوامل اثر تعیین‌کننده‌ای در موفقیت مدیریت دانش دارند (منوریان، ناطق و همکاران ۱۳۸۶). مدیریت دانش، یک فعالیت اجتماعی است، لذا همکاری و همیاری مدیریت و کارکنان، عامل اصلی کارکرد مطلوب مدیریت دانش در سازمان است (زوراقی، ۱۳۸۸). البته این همیاری و همکاری زمانی اثربخش خواهد بود که تمام اعضای سازمان به واسطه وجود ارزش‌های مشترک در میان خود و مدیران سطوح مختلف با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و به این ارزش‌ها تعهد داشته باشند.

یافته‌ها همچنین نشان داد که از هفت بعد سرمایه اجتماعی سازمانی، چهار بعد آن یعنی شبکه‌ها، اعتماد، فهم متقابل و روابط هر یک به ترتیب ۴۰٪، ۲۳٪، ۲۲٪ و ۱۶٪ مدیریت دانش را در یک شرکت بیمه‌ای پیش‌بینی می‌نمایند. همچنین یافته‌ها نشان داد که ابعاد همکاری، تعهد و ارزش‌ها، پیش‌بینی‌کننده مناسبی برای مدیریت دانش در یک شرکت بیمه‌ای نمی‌باشند.

در واقع می‌توان گفت که تمام عواملی که مشوق و محرک اعتماد بین فردی و سازمانی و همچنین توسعه شبکه‌ها و روابط بین افراد یا برعکس مانع این اعتمادسازی و روابط باشند، بر استقرار و توسعه سیستم مدیریت دانش در سازمان تأثیرگذار خواهند بود. بنابراین چنانچه

سازمانی بتواند هر چه بیشتر جو اعتمادسازی و همچنین تعاملات و همکاری‌های بین شبکه‌ای را در میان کارکنان خویش در داخل گروه‌ها و واحدهای سازمانی افزایش دهد، بیشتر می‌تواند نسبت به اثربخشی مبادلات اطلاعاتی میان افراد خویش و در نتیجه، مدیریت اثربخش دانش سازمانی اطمینان حاصل کند. به عبارت دیگر در اجرای اثربخش فرایندهای مدیریت دانش، نوع تعاملات و ارتباطات انسانی حائز اهمیت است. بدین ترتیب که با افزایش اعتمادسازی و همچنین ارتباطات بین شبکه‌ای اثربخش میان افراد در سازمان، فرایندهای توزیع و گسترش دانش و اطلاعات تسهیل و تسریع می‌شود. همچنین در پرتو سرمایه اجتماعی موجود در سازمان، می‌توان شبکه‌های داخلی و خارجی مناسب را برای تسهیل جریان دانش ارتقاء داد و از طریق ارتباطات و تعاملات بین فردی، خلق، تسهیم و کاربرد دانش در سازمان را تسریع کرد. از طرف دیگر در مورد عدم معنادار شدن سهم مؤلفه‌های تعهد، ارزش‌ها و همکاری در پیش‌بینی و تبیین مدیریت دانش می‌توان عنوان کرد که اولاً ضرایب همبستگی این مؤلفه‌ها در مقایسه با مؤلفه‌های دیگر سرمایه اجتماعی که وارد معادله رگرسیون شده‌اند و تغییرات مدیریت دانش را پیش‌بینی کرده‌اند، کمتر است، علاوه بر این مبانی نظری و پیشینه پژوهش نیز سهم مؤلفه‌های تعهد، ارزش‌ها و همکاری را در مقایسه با تغییرات ناشی از وجود اعتماد، فهم متقابل و شبکه‌ها کمتر برآورد کرده‌اند، که این نیز می‌تواند عدم وجود سهم معنادار مؤلفه‌های تعهد، ارزش‌ها و همکاری در پیش‌بینی و تبیین تغییرات مدیریت دانش در این شرکت بیمه‌ای در پژوهش حاضر را تأیید کند. به عبارت دیگر اگرچه بین مؤلفه‌های تعهد، ارزش‌ها، همکاری و مدیریت دانش در این شرکت بیمه‌ای همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد، اما تأثیر این ارتباط و رابطه به حدی نیست که بتواند تغییرات مدیریت دانش را تبیین و پیش‌بینی کند.

## جمع‌بندی و پیشنهادها

### پیشنهادات کاربردی

در این بخش بر اساس نتایج حاصل از اطلاعات جمع‌آوری شده و آزمون‌های آماری انجام شده با توجه به عوامل سرمایه اجتماعی، پیشنهادهایی ارائه می‌شود.

- اعضای سازمان نسبت به تعهدات و وعده‌های خود در قبال یکدیگر سخت پایبند باشند؛
- ایجاد و توسعه همکاری در سازمان از طریق انجام دادن کارها به صورت گروهی و تیمی؛
- حمایت عاطفی و اجتماعی سازمان و مدیران آن از اعضای سازمان؛
- اعضای سازمان اطلاعات، دانش و دیگر منابعشان را برای انجام وظایف با یکدیگر ترکیب کنند؛
- ایجاد و تقویت مهارت پذیرش متقابل میان اعضای سازمان با یکدیگر و مدیران سازمان.

### پیشنهادهای پژوهشی

- با توجه به اینکه مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی یک مفهوم مربوط به زمینه است و همچنین شاید بتوان گفت که ناملموس‌ترین جنبه سازمانی است و با استفاده از پرسش‌نامه نمی‌توان آن را واکاوی کرده و به‌طور کامل شناخت، پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آتی با روش‌های کیفی و به‌ویژه آمیخته این مفاهیم را مورد بررسی قرار دهند.
- به محققینی که در رابطه با موضوع پژوهش حاضر قصد انجام تحقیق در یک شرکت بیمه‌ای را دارند پیشنهاد می‌شود پژوهش خود را در قالب ارائه مدلی جامع برای مدیریت دانش در یک شرکت بیمه‌ای، انجام دهند.

## منابع و ماخذ

- الوانى، م.، ناطق، ت. فراحي، م.م.، (۱۳۸۶). نقش سرمايه اجتماع در توسعه دانش سازمانى. فصلنامه علوم مدیریت ايران، سال دوم، شماره ۵. اکبرپور شيرازى، م. و دره كاظمى صفت، (۱۳۸۶). مطالعه تطبيقى مدل‌هاى سنجش آمادگى سازمانى جهت پذيرش مدیریت دانش. مجموعه مقالات اولين كنفرانس ملي مدیریت دانش، تهران: مؤسسه اطلاع‌رسانى نفت، گاز و پتروشيمى، مؤسسه تحقيقات و آموزش مدیریت. امينى، (۱۳۸۶). تأثير سرمايه اجتماعى بر چرخه مدیریت دانش. پايان‌نامه کارشناسى ارشد، دانشكده مدیریت، دانشگاه تهران.
- حسن پور، الف. نياکان، ن.، (۱۳۸۶). سرمايه اجتماعى و جنسيت در محيط کار. ماهنامه تدبير، ش ۱۸۳.
- دمورى، د.، منصورى، ح. طاهرى دمنه، ح.، (۱۳۸۸). بررسى ارتباط مدیریت دانش با سرمايه اجتماعى در دانشگاه اسلامى (از ديده‌گاه اعضاى هيئت علمى دانشگاه يزد). مدیریت در دانشگاه اسلامى، سال سيزدهم، ش ۱.
- زوراقى، ر.، (۱۳۸۸). چشم‌اندازى بر راهبردها، ابزارها و مهارت‌هاى مدیریت دانش شخصى. فصلنامه كتاب. ش ۷۸.
- شارع پور، م.، (۱۳۸۴). سرمايه اجتماعى و نقش آن در حيات اجتماعى و اقتصادى. مجله رشد آموزش علوم اجتماعى، ش ۲۹، ص ۱۶.
- شريفیان ثانی، م.، (۱۳۸۰). سرمايه اجتماعى: مفاهيم اصلى و چارچوب نظرى. فصلنامه رفاه اجتماعى، ش ۲، صص. ۸-۵.
- صيادى، غ.، (۱۳۸۸). بررسى رابطه سرمايه اجتماعى و يادگيرى سازمانى (مطالعه موردى کارشناسان دانشگاه تهران). دانشگاه تهران. پايان‌نامه، دانشكده روانشناسى و علوم تربيتى.
- طالبى، ك.، محمودى، ح.ر. رحيمى، م.، (۱۳۸۶). ارائه چارچوبى جهت پياده‌سازى مدیریت دانش در كسب‌وکارهاى كوچك و متوسط. تهران: اولين كنفرانس ملي مدیریت دانش. سالن همایش‌هاى برج ميلاد.
- قلی‌پور، (۱۳۸۷). جامعه‌شناسى سازمان‌ها: رويکرد جامعه‌شناختى به سازمان و مدیریت. تهران: سمت.
- محمدى، م.ع.، (۱۳۸۴). سرمايه اجتماعى و سنجش آن. تهران: انتشارات دانشگاه علوم بهزيستى و توانبخشى.
- منوريان، ع.، عسگرى، ن. آشنا، م.، (۱۳۸۶). ابعاد ساختارى و محتوایى سازمان‌هاى دانش محور. اولين كنفرانس ملي مدیریت دانش. تهران: سالن همایش‌هاى برج ميلاد.
- نعمتى، م.ع. جمشيدى، ل.، (۱۳۸۶). بررسى رابطه و تأثير فرايند تسهيم دانش و تجربه بر توسعه سرمايه اجتماعى در ميان اعضاى واحدهاى فناور مركز رشد دانشگاه شهيد بهشتى، اولين كنفرانس ملي مدیریت دانش، سالن همایش‌هاى برج ميلاد.
- نيوتن، ك.، (۱۳۸۷). سرمايه اجتماعى و دموكراسى. ترجمه محمدزاده. ش ۶۵ و ۶۶

- Argote, L.; Ingram, P., (2000). "Knowledge transfer: a basis for competitive advantage in firms. Organizational Behavior Human Decision processes. 82, 1, pp 69-150.
- Bhatt, G., (2001), Knowledge management in organizations: examining the interaction between technologies, techniques, and people, Journal of Knowledge Management, 5.1, pp. 68-75.
- Chang Lee, S.; In, W., (2005). "KMPI: measuring knowledge management performance". Information and Management. 42, pp.82-469.
- Helena, Y.A.; Harry J.S., (2001). Social capital, knowledge acquisition, and Knowledge exploitation in young technology-based firms. Strategic Management Journal .pp1 587-613
- Hoffman, J.; Hoelscher, M.L.; Sherif, K., (2005). Social capital, knowledge management and sustained superior performance. Journal of Knowledge Management, 9 3. pp. 93-100.
- Jifeng Mu, G.P.; Edwin, L., (2008). Interfirm networks, social capital, and knowledge flow. JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT. 12 (4), pp. 86-100.
- Leana, C.R.; Harry, J., (1999), Organizational Social and employment practices; Academy of management Review; 24, (3), pp. 53-55.
- Lin, H.F.; Lee, G.G., (2006). "Effects of socio-technical factors on organizational intention to encourage knowledge sharing, Journal of decision making, 44, (1), pp. 74-88
- Manning, P., (2009). Explaining and developing social capital for knowledge management purposes. JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT. 14., (1), pp. 83-99
- Nahapiet, J.; Ghoshal, S., (1998). Social capital, intellectual capital and organizational advantage.

- Academy of Management Review". 23, (2).
- Pors, N.O., (2007). Globalisation, culture and social capital: library professionals on the move. *Library Management*. 28, (4-5).
- Ratten, V.; suseno, Y., (2006). Knowledge management, social capital, and alliance learning. *International Journal of Educational Management*. 20, (1), PP. 60-72
- Rowley, J, (1999). What is knowledge Management. *Library Management*. 20, (8), pp. 416
- Schneider, J.A., (2009). Organizational social capital and nonprofits. *nonprofit and Voluntary Sector Quartely*, 38, (4), pp.643-62.
- Spellerberg, A., (2001). Framework for the measurement of social capital in New Zealand. Published by Statistics New Zealand, The Taritatau, Wellington, New Zealand
- Timberlake, SH., (2005). Social capital and gender in workplace. *journal of management development*, 24, (1), pp.34-44.
- Vilanova, E.P.; Josa, R.T., (2003). Social capital as a managerial phenomenon. Working Paper, Tampere University of Technology.
- Weber, B.; Weber, C.H., (2007). Corporate venture capital as a means of radical innovation: Relational fit, Social capital, and knowledge transfer. *Journal of Engineering & Tecnology* .01.001