

بررسی ارتباط مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی (از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه یزد)

داریوش دموری^۱
حسین منصورى^۲
محسن طاهرى دمنه^۳

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی نقش و رابطه سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی است. این تحقیق، توصیفی - پیمایشی و از نوع همبستگی و روش جمع آوری داده‌ها، کتابخانه‌ای - میدانی است. بدین منظور جهت جمع آوری داده‌ها، از پرسش‌نامه‌های استاندارد مدیریت دانش سالیس (۲۰۰۲) و سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق، اعضای هیئت علمی دانشگاه یزد می‌باشند. در راستای اهداف پژوهش، آمار توصیفی و آمار استنباطی جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها به کار گرفته شد. نتایج حاصل از به کارگیری آزمونهای آماری نشان‌دهنده رابطه مثبت و معنی‌دار بین مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی، در سطح معناداری ۱٪ است؛ به طوری که سرمایه اجتماعی نقش بسزایی در توسعه مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی داراست (P < ۰,۰۱). همچنین یافته‌های به دست آمده از روش رگرسیون، حاکی از آن است که مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری با ابعاد ده‌گانه مدیریت دانش دارد. به عبارت دیگر؛ با بهبود مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی می‌توان شاهد توسعه ابعاد مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی بود. در پایان پژوهش نیز پیشنهادهایی جهت بهبود مدیریت دانش ارائه شده است.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، سرمایه اجتماعی، دانشگاه اسلامی، اعضای هیئت علمی دانشگاه یزد.

*تاریخ دریافت: ۸۸/۰۳/۲۶ تاریخ پذیرش نهایی: ۸۸/۰۵/۰۳

۱. دکتری مدیریت، استادیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری دانشگاه یزد / Email:d.damoori@yazduni.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه یزد / Email:Mansoori.hossein@gmail.com

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه یزد (نویسنده مسئول) / آدرس: دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری

دانشگاه یزد. شماره: ۰۳۵۱۸۲۱۰۳۱۱ / Email:mtdemne@gmail.com

مقدمه

امروزه جوامع به سمت اقتصاد دانش محور حرکت می کنند که در آن، دانش مهم ترین عنصر برای ایجاد ارزش در سازمانها به شمار می رود (Leitner & Warden, 2003). با وقوع انقلاب فناوری اطلاعات و پیشرفت سریع تکنولوژی، الگوی رشد اقتصاد جهانی تغییر اساسی کرده است. امروزه با توجه به شرایط رقابتی، دانش به عنوان با اهمیت ترین سرمایه، جایگزین سرمایه های مالی و فیزیکی شده است (Chen & et al, 2004). بنابر این، مدیریت دانش برای بسیاری از کشورهای پیشرفته، نماد رقابت و عامل دستیابی به قدرت و توسعه محسوب می شود (Drucker, 1988). مطالعات نشان می دهند شرکت هایی که در زمینه مدیریت دانش اقدامی انجام نداده اند، ۳۰ تا ۴۰ درصد به لحاظ سرعت توسعه محصولات یا کسب مزیت رقابتی، عقب تر از رقبای خود قرار دارند (Gartner Group, 1998). در واقع؛ در چنین شرایطی، مدیریت دانش جایگاهی ویژه ای در شرکتها و سازمانها می یابد و به طور فزاینده ای بر نقش و اهمیت آن افزوده می شود. تحقیقات انجام شده در این زمینه، بیان می دارند که ۸۰ درصد سازمانهای بزرگ در کشور بریتانیا از مدیریت دانش بهره برده و ۹۶ درصد از ۲۰ درصد باقیمانده، ظرف ۵ سال آینده مدیریت دانش را اجرا خواهند کرد. مشابه این تحقیقات در کشور آمریکا و در خصوص ۲۰۰ شرکت بزرگ، حاکی از آن است که ۸۲ درصد از این شرکتها از مدیریت دانش بهره برده، ۵۰ درصد بودجه و پرسنل به مدیریت دانش اختصاص داده و ۲۷ درصد دارای پست مدیریت دانش هستند. (Shaw, 2001)

در این میان، دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی از این قاعده مستثنا نبوده اند؛ به طوری که در اقتصاد دانش محور که همه بخشها بر پایه دانش بنا شده اند، دانشگاهها در تمام فرایندهای اقتصادی حضوری فعال دارند (Gibbons, 1998). به همین دلیل، کمیسیون اروپا بیان می کند که سرمایه گذاری در کیفیت دانشگاهها، یک سرمایه گذاری مستقیم در آینده کشورهاست (European Commission 2000). در این راستا، دانشگاهها می توانند نقشی اساسی در نوآوری در جوامع دانش محور داشته باشند (Etzkowitz & Leydesdorff, 2001). با تمرکز بر دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی، مدیریت سرمایه فکری و مدیریت دانش اهمیت بسیاری یافته است. بنابر این، مسئولان باید نقش آنها را در نوآوری ملی تقویت کنند. (Lev, 2000)

طی دهه گذشته، در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، توجه به سرمایه های نامحسوس و سرمایه فکری به طور قابل توجهی گسترش یافته است. از آنجا که دانشگاهها به عنوان بازیگران

اصلی سیستم نوآوری ملی به حساب می‌آیند، سازمانهای تحقیقاتی و مراکز آموزش عالی در ایران به فرایندهایی رو آورده‌اند که آنها را انعطاف‌پذیر، شفاف و رقابت‌پذیر سازد. در این راستا و با توجه به این واقعیت که ایران کشوری در حال توسعه محسوب می‌شود، چاره‌ای جز توجه بیش از پیش به نقش دانش در توسعه پایدار وجود ندارد. بی‌شک نمی‌توان دانش اسلامی را بدون توجه به زیرساختهای تأثیرگذار بر آن احیا کرد. مهم‌ترین وظیفه دانشگاه اسلامی در شرایط کنونی، تلاش برای ایجاد بستری مناسب جهت خلق، انتقال و توسعه دانشهایی است که جهت‌گیری اسلامی داشته باشند. از طرف دیگر، یکی از قابلیت‌ها و عوامل مهم سازمانی که می‌تواند به سازمانها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار و برای آنها در مقایسه با سازمانهای دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند، سرمایه اجتماعی است. بنابر این، پژوهش حاضر در صدد است به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد و توسعه مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی بپردازد.

مبانی نظری تحقیق

۱. سرمایه اجتماعی و ابعاد آن

صاحب‌نظران، سرمایه اجتماعی را جنبه‌هایی از سازمان اجتماعی از قبیل هنجارها، شبکه‌های اجتماعی و اعتماد متقابل می‌دانند که همکاری و همیاری افراد را برای دستیابی به منافع مشترک، تسهیل می‌کند (Putnam, 1995). از دیدگاه سازمانی، گوشال و ناهاپیت سرمایه اجتماعی را به عنوان جمع منابع بالفعل و بالقوه موجود در درون، قابل دسترس از طریق و ناشی شده از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی تعریف می‌کنند. از دیدگاه آنان، سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمانها در خلق و تسهیم دانش بسیار کمک کرده و برای آنها در مقایسه با سازمانهای دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند (Nahapiet & Ghoshal, 1998). ایده توجه به سرمایه اجتماعی در سازمانها، همان‌طور که کاهن و پروساک مطرح می‌کنند، نسبتاً جدید است (Cohen & Prusak, 2001). با وجود این، طبق نظر آدلر و کان با فرض دوران طفولیت کاربرد سرمایه اجتماعی در زندگی سازمانی، تحقیقات نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی سازمان می‌تواند از دانش ذهنی افراد حمایت کند. (Adler & Kwon, 2002)

ناهاپیت و گوشال با رویکرد سازمانی، جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای

می‌دهند: سرمایه شناختی، رابطه‌ای و ساختاری (Nahapiet & Ghoshal, 1998)

الف) عنصر شناختی: عنصر شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌هاست (Cicourel, 1973). مهم‌ترین جنبه‌های این بُعد عبارتند از:

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؛ زیرا 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 ادراکاتمان تأثیر می‌گذارد و کدها هم یک چارچوب مرجع برای مشاهده و تفسیرمان از محیط فراهم می‌کنند. سوم اینکه؛ زبان مشترک قابلیت ترکیب اطلاعات را افزایش می‌دهد.

حکایات مشترک: علاوه بر زبان و کدهای مشترک، محققان معتقدند که اسطوره‌ها، داستانها و استعاره‌ها، ابزارهای قدرتمندی در اجتماعات برای ایجاد، تبادل و نگهداری مجموعه‌های غنی معانی فراهم می‌کنند. آر (۱۹۹۰) نشان می‌دهد که چگونه حکایات، تبادل تجربه پنهان را در بین متخصصان تسهیل می‌کنند. بنابر این، 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. (Orr, 1990)

ب) عنصر رابطه‌ای: عنصر رابطه‌ای سرمایه اجتماعی توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعاملاتشان برقرار می‌کنند (Nahapiet & Ghoshal, 1998). مهم‌ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارتند از:

* **اعتماد:** تحقیقات 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 اظهار می‌دارد که اعتماد تأمین کننده ارتباطات و گفتمان است (Misztal, 1996). بنتیس مطرح می‌کند که اعتماد می‌تواند ایجاد دانش را تسهیل کند (Bontis, 2001). بویسوت نیز بر اهمیت اعتماد بین فردی برای ایجاد دانش در شرایط ابهام و عدم اطمینان زیاد تأکید دارد. (Boisot, 1995)

* **هنجارها:** هنجارهای همکاری می‌توانند پایه‌ای قوی برای دانش به وجود آورند. برای مثال، استاریاک اهمیت هنجارهای اجتماعی صداقت و کار تیمی را به عنوان ویژگی‌های کلیدی شرکتهای دانش محور یادآور می‌شود. (Sturbeck, 1995)

* **الزامات و انتظارات:** الزامات نشان‌دهنده یک تعهد یا وظیفه برای انجام فعلیتی در آینده است. کلمن الزامات را از هنجارهای عمومی‌شده متمایز می‌سازد و آن را به عنوان انتظارات ایجادشده در درون روابط شخصی خاص در نظر می‌گیرد. (Coleman, 1990)

* **هویت:** هویت فرایندی است که در آن افراد احساس می‌کنند با فرد یا گروهی از افراد دیگر، عضو یک گروه واحد هستند. کرامر و همکارانش دریافته‌اند که احساس همانندی کردن با یک گروه یا جمع، نگرانی درباره فرایندها و نتایج جمعی را افزایش می‌دهد و بدین ترتیب احتمال فرصت تبادل اطلاعات افزایش می‌یابد (Kramer & et al, 1996). لویسکی و بیونک در تحقیقاتشان نشان می‌دهند که هویت گروهی چشمگیر نه تنها ممکن است فرصتهای تبادل اطلاعات را افزایش دهد، بلکه ممکن است فراوانی واقعی همکاری را نیز بین اعضا افزایش دهد. در مقابل، جایی که گروهها دارای هویت‌های متمایز و مغایر هم هستند، ممکن است موانع عمده‌ای را در برابر تسهیم اطلاعات، یادگیری و ایجاد دانش به وجود آورند. (Lewicki & Bunk, 1996)

ج) عنصر ساختاری: این عنصر سرمایه اجتماعی اشاره به الگوی کلی تماسهای بین افراد دارد؛ یعنی شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید (Burt, 1992). مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارتند از:

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

* **پیکربندی روابط شبکه‌ای:** تراکم، پیوند و سلسله‌مراتب همگی از طریق تأثیر بر میزان تماس یا قابلیت دسترسی اعضای شبکه باعث انعطاف‌پذیری و سهولت تبادل اطلاعات می‌شوند. برای مثال، برت بحث می‌کند که شبکه پراکنده، با تعداد تماسهای بسیار کم، فراهم‌کننده مزایای اطلاعاتی بیشتری است. شبکه متراکم، از این جهت که فراهم‌کننده اطلاعات متنوع کمتر با همان هزینه شبکه پراکنده است، شبکه‌ای ناکاراست (Burt, 1992). همچنین هانسن پی برده است که پیوندهای ضعیف، مانع انتقال دانش می‌شوند. (Hansen, 1999)

* **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 بگذارد. سازمانهای اجتماعی مناسب می‌توانند یک شبکه بالقوه دسترسی به افراد و منابعشان از جمله اطلاعات و دانش را فراهم کنند و از طریق ابعاد شناختی و رابطه‌ای سرمایه اجتماعی، ممکن است انگیزش و قابلیت را برای تبادل تضمین کنند. در عین حال، این سازمانها ممکن است مانع این تبادل شوند.

۲. مدیریت دانش

امروزه ثابت شده که دنیای تکنولوژی، دنیای دانش است. سازمانهایی که راهی کارآمد برای استخراج، استفاده و مدیریت دانش یافته‌اند و به دانش به عنوان یک دارایی مطرح می‌نگرند، به افزایش بازدهی کارمندان و حفظ رضایت مشتری رسیده و رمز موفقیت امروز و فردای خود را به دست آورده‌اند. رسیدن به چنین اهدافی و ارائه محصولات و خدمات با کیفیت مناسب و اقتصادی، بدون مدیریت و استفاده از منبع ارزشمند دانش موجود در سازمان، امری سخت و بعضاً غیر ممکن است (فراهانی، ۱۳۸۴). بنابراین، در سالهای اخیر، «مدیریت دانش» به یک موضوع مهم و حیاتی مورد بحث در متون کسب و کار تبدیل شده است. «جوامع علمی» و «کسب و کار» هر دو بر این باورند که سازمانهای دانش‌محور می‌توانند برتری‌های بلندمدت خود را در عرصه‌های رقابتی حفظ کنند (Kalseth, 1999)؛ به طوری که تسهیم دانش به عنوان یک فعالیت پیچیده اما ارزش آفرین، پایه و اساس بسیاری از راهبردهای مدیریت دانش در سازمانهاست. (Riege, 2005)

دانش بشری هر ۳۳ سال، دو برابر می‌شود؛ در حالی که ظرفیت فکری انسانها هر ۱/۵ تا ۳ میلیون سال دو برابر می‌شود. سازمانها نیز از انباشتگی دانش بی‌بهره نبوده‌اند؛ به طوری که افزایش حجم اطلاعات در سازمانها و لزوم استفاده از آن در تصمیم‌های سازمانی، طی دو دهه اخیر باعث ظهور پدیده‌ای به نام مدیریت دانش شده است. (O'Brien & et al, 2002)

اگر چه مبحث مدیریت دانش در سالهای اخیر به طرز گسترده‌ای مورد توجه دانشگاهیان و مدیران اجرایی قرار گرفته، اما در مورد به کارگیری مدیریت دانش در سازمانها، تقریباً اطلاعات ناچیزی به دست آمده است.

کمیسیون اروپا بیان می‌کند که دانشگاهها وظیفه سنگینی در مقابل ذی‌نفعان خود دارند تا بازده اجتماعی سرمایه‌گذاری را حداکثر کنند. با وجود افزایش تقاضای بیرونی برای اطلاعات بیشتر و شفاف‌سازی استفاده از سرمایه‌های دولتی، بیشتر دانشگاهها در کشورهای در حال توسعه، هنوز هم

به ایجاد گزارشهای اطلاعاتی خارجی توجهی ندارند (European Commission, 2005). از سوی دیگر، در مورد مدیریت دانش در بخش دولتی و دانشگاهی تقریباً اطلاعات ناچیزی به دست آمده است. در ادامه، نمونه‌هایی از مطالعاتی که در زمینه مدیریت دانش در سازمانهای مختلف انجام گرفته است عنوان می‌شود.

طی یک مطالعه تجربی در سازمانهای دولتی مالزی، به بررسی قابلیت دسترسی مدیریت دانش در وزارت توسعه کارآفرینی این کشور پرداخته شد. محققان به بررسی ارتباط منابع انسانی، مسائل، مسئولیتها و ابعاد تکنولوژیکی با مدیریت دانش در سازمان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که وزارتخانه مذکور از راهبرد مدیریت دانش خاصی برخوردار نیست. البته این مطالعه نشان داد که در این وزارتخانه، دانش وجود دارد و این دانش در رویه‌ها و خط مشی‌های وزارتخانه، فرایندهای کاری و پایگاههای اطلاعاتی ظهور پیدا می‌کند. نتیجه دیگری که از این مطالعه به دست آمد، این بود که کارکنان این وزارتخانه احساس می‌کردند صرفاً رئیس وزارتخانه یا رئیس بخشها، مسئول مدیریت دانش در سازمان می‌باشند. فقط ۴۸/۳ درصد از کارکنان این احساس را داشتند که مسئولیت مدیریت دانش باید بر عهده همه کارکنان باشد. برای موفقیت در اداره خدمات عمومی، همه کارکنان باید مسئول مدیریت انواع دانشی باشند که در سازمان وجود دارد. (Rooney & Hearn, 2002)

نتایج پژوهشی دیگر در دانشگاه کارلتون کانادا در زمینه مدیریت دانش در سازمانهای دولتی، نشان داد اقداماتی که در سازمانهای دولتی در زمینه اطلاعات و دانش انجام می‌گیرد، شدیداً سیاسی است و تأثیر عمیقی بر عاملان بخش عمومی و گروههای مختلف ارباب رجوع در بخش دولتی دارد. (Schein, 1998)

طی مطالعه‌ای دیگر که در زمینه مدیریت دانش در سازمانهای دولتی انجام گرفت، بررسی رابطه بین اجزای سازمانی (فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، تکنولوژی منابع انسانی و جهت‌گیری‌های سیاسی) و توانایی خلق دانش و انتقال دانش در وزارت توسعه کارآفرینی مالزی مد نظر قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که ارتباط مهمی بین برخی از این متغیرها و توانایی تولید و انتقال دانش وجود دارد. بنابر این، ضروری است برای اجرای مدیریت دانش، به برخی از این عوامل که رابطه مهمی با مدیریت دانش دارند، توجه شود. (Skyreme, 1998)

۳. سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش

انتقال اطلاعات و دانش در سطح کلان و خرد بین افراد و سازمانها، بستگی به افرادی دارد که این انتقال را تسهیل و تسریع می کنند. در نتیجه، تمام عواملی که مشوق ارتباط بین فردی یا مانع آن باشند، بر مبادلات اطلاعاتی افراد نیز تأثیرگذار خواهند بود. به همین دلیل، اهمیت ارتباطات و تعاملات مبتنی بر اعتماد میان افراد در گسترش و کاربرد دانش، مورد تأکید قرار گرفته است. چنانچه سازمانی بتواند هر چه بیشتر تعاملات اثربخش را در میان کارکنان خویش در داخل گروهها و واحدهای سازمانی افزایش دهد، بیشتر می تواند نسبت به اثربخشی مبادلات اطلاعاتی میان افراد خویش و در نتیجه، مدیریت اثربخش دانش سازمانی اطمینان حاصل کند (Bhatt, 2001). بنابر این، ایجاد و گسترش فرهنگ و جوئی در سازمان که این نوع ارتباطات و تعاملات را ترغیب کند، از ضروریتهای مدیریت دانش است. بر این اساس، پژوهشگران بر آن شده اند تا ارتباط میان سرمایه اجتماعی و ابعاد، فرایندها و فعالیتهای گوناگون مدیریت دانش را در سازمان، آزمون و تبیین کنند. مطالعات تجربی ای که ارتباط میان سرمایه اجتماعی و فعالیتهای گوناگون مدیریت دانش را بررسی و مطالعه کرده باشند، از گستردگی چندانی برخوردار نیستند. (Landry et al., 2002)

از جمله مطالعات قابل توجه پژوهشگران در این حوزه که رابطه میان سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش را جستجو کرده اند، می توان به مواد زیر اشاره کرد:

«آدلر» و «کرون» در پژوهش خود نشان دادند که میان سرمایه اجتماعی و انتقال دانش، ارتباط معناداری وجود دارد. (Adler & Kwon, 2002)

«لندری» و همکارانش به شواهد مناسبی مبنی بر ارتباط میان سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش دست یافته اند (Landry et al., 2002). با این حال، آنها در پژوهش خود، مدیریت دانش را به طور کلی و بدون تفکیک ابعاد گوناگون آن مد نظر قرار داده اند.

«تیمون» و «استامف» در پژوهش خود نشان دادند که نقش سرمایه اجتماعی در بهبود مدیریت دانش، منجر به کسب عملکرد بالاتر در سازمان می شود. (Tymon & Stumpf, 2003)

«داس» و «تنج» نشان داده اند وجود سرمایه اجتماعی در سازمان، بر انتقال دانش در میان اعضای شبکه ها تأثیرگذار است. (Das & Teng, 2002)

«نوناکا» در مطالعه خویش نقش رهبری سازمان، سیستم های فرهنگی، انعطاف ساختار

سازمانی، عوامل فرهنگی، گروه‌های کاری و شیوه هماهنگی میان آنها را در تشویق افراد به ابراز ایده‌ها و افکار بدیع و همچنین ایجاد و انتقال دانش نشان داده است. (Nonaka, 1991)

«گر» و «گر» در مطالعه خود، فاصله بین مدیریت دانش را در تئوری و عمل با توجه به نقش فرهنگ سازمانی در مدیریت دانش و ملزومات آن، مورد بررسی قرار دادند. این دو محقق در یافته‌های خویش نشان داده‌اند که ساختار سازمانی منعطف، وجود سیستم‌های اطلاعاتی اثربخش و نه صرفاً مبتنی بر فناوری، طراحی سیستم پاداش دهی مناسب و در نهایت، جلب اعتماد افراد، از جمله عوامل اساسی در مدیریت دانش است. آنها تأکید کرده‌اند چنانچه فرهنگ سازمانی مبتنی بر اعتماد و ارتباطات اثربخش، این فرایند را مورد حمایت قرار ندهد، فناوری نمی‌تواند نتیجه مطلوب داشته باشد. (Gore & Gore, 1999)

متدولوژی تحقیق

تحقیق حاضر، توصیفی و از نوع همبستگی است. همچنین روش گردآوری داده‌ها، کتابخانه‌ای - میدانی می‌باشد. با توجه به هدفهای پژوهش و ماهیت آن، مناسب‌ترین روش برای گردآوری داده‌های مورد نیاز، استفاده از تکمیل پرسشنامه بود؛ بدین منظور از سه پرسشنامه ذیل استفاده شد:

پرسشنامه اطلاعات عمومی: شامل مشخصات فردی و سوابق افراد که مشتمل بر سن،

سطح تحصیلات، وضعیت استخدامی، سابقه خدمت، وضعیت تأهل و جنسیت.

پرسشنامه مدیریت دانش: جهت اندازه‌گیری مدیریت دانش، از پرسشنامه استاندارد

مدیریت دانش که توسط سالیس (۲۰۰۲) طراحی شده است، استفاده شد. این پرسشنامه

مشتمل بر ۱۰ بُعد است.

پرسشنامه سرمایه اجتماعی: بر اساس مدل ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) طراحی شد که

مشتمل بر سه بُعد (شناختی، رابطه‌ای و ساختاری) می‌باشد.

لازم به ذکر است مقیاس اندازه‌گیری، طیف هفت گزینه‌ای لیکرت (۱: خیلی کم تا ۷: خیلی

زیاد) می‌باشد.

با توجه به اینکه از پرسشنامه‌های مذکور بارها در مطالعات و پژوهشهای متعددی استفاده شده است،

لذا روایی پرسشنامه‌های فوق تأیید می‌شود. از طرف دیگر، جهت تعیین پایایی ابزار گردآوری داده‌ها،

بررسی ارتباط مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی ۵۳

از روش آلفای کرونباخ به کمک نرم‌افزار SPSS 15.0 استفاده شد. بنابر این، برای سنجش پایایی پرسشنامه مدیریت دانش، ضریب آلفای کرونباخ ۰.۸۳۴ برآورد شده که نشان‌دهنده پایایی پرسشنامه است. همچنین ضریب آلفای کرونباخ برآورد شده برای پرسشنامه سرمایه اجتماعی، ۰.۸۰۹ می‌باشد که نشان‌دهنده پایایی این پرسشنامه است.

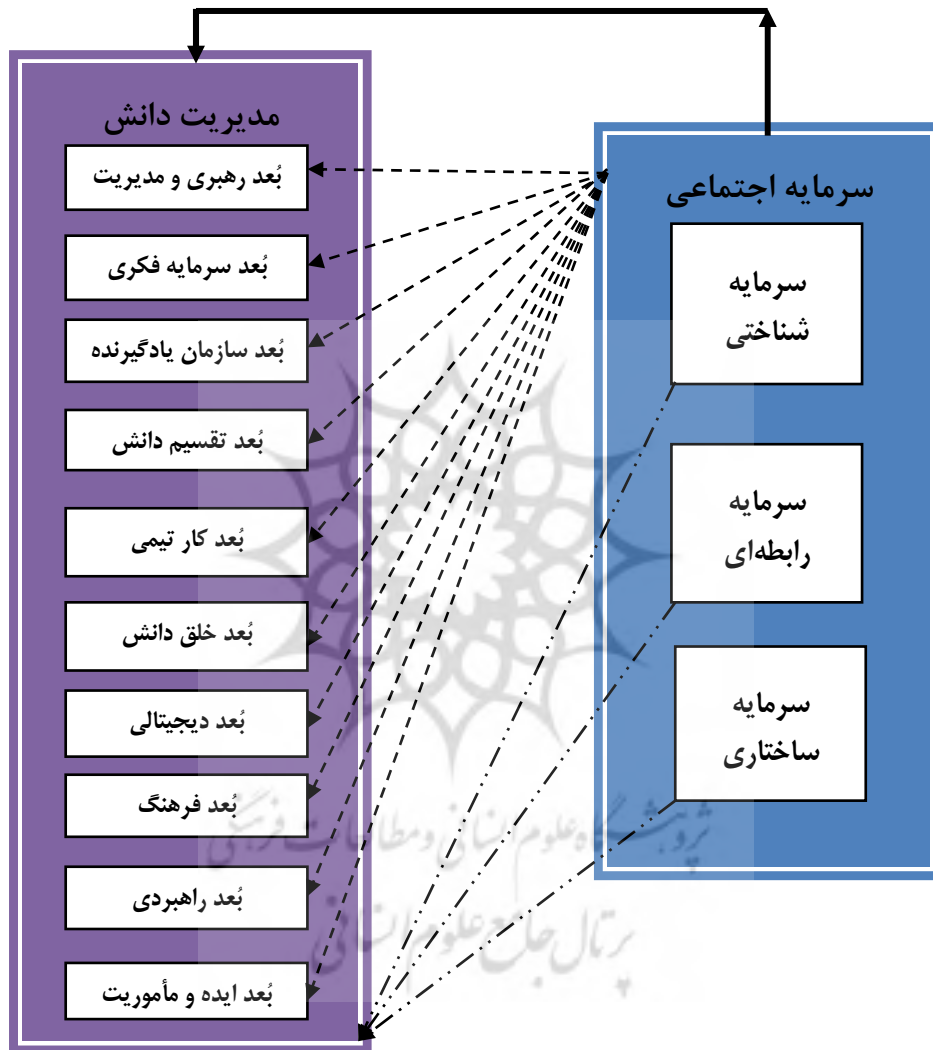
جامعه آماری این پژوهش را کلیه اعضای هیئت علمی دانشگاه یزد تشکیل می‌دهند. طبق آمار و اطلاعات منتشر شده در دفترچه راهنمای دانشگاه یزد^۱، حجم جامعه آماری مجموعاً ۳۵۰ نفر است. بنابر این به وسیله فرمول کوکران، حجم نمونه آماری ۱۴۴ نفر به دست آمد، لذا تعداد ۱۶۰ پرسشنامه بین اعضای هیئت علمی بخشهای مختلف دانشگاه، به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، توزیع و ۱۴۵ پرسشنامه جمع‌آوری شد.

پس از گردآوری داده‌های خام و استخراج آنها، به منظور تجزیه و تحلیل این اطلاعات، ابتدا از آمار توصیفی برای تنظیم داده‌ها و تعیین محاسبه میانگین، فراوانی، انحراف معیار و رسم نمودارها و از آمار استنباطی (ضریب همبستگی و رگرسیون) برای بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق (مدیریت دانش، سرمایه اجتماعی و ابعاد آنها) استفاده شد.

مدل مفهومی تحقیق

بر اساس مطالعات نظری این تحقیق، که اساساً بر اساس اهداف پژوهش و نظریه ناهاپیت و گوشال درباره سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش بوده است، مدل مفهومی تحقیق (نمودار ۱) که نشان‌دهنده رابطه سرمایه اجتماعی با ابعاد مدیریت دانش است، طراحی شد و بر اساس آن، فرضیات تحقیق تدوین شدند.

۱. راهنمای دانشگاه یزد، سال تحصیلی ۸۷-۱۳۸۶، روابط عمومی دانشگاه یزد



نمودار ۱: مدل مفهومی تحقیق

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی:

رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی وجود دارد.

فرضیات فرعی:

۱. بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و ابعاد ده‌گانه مدیریت دانش

- (۱-۱): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و بُعد رهبری و مدیریت در دانشگاه اسلامی وجود دارد.
- (۱-۲): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و بُعد سرمایه فکری در دانشگاه اسلامی وجود دارد.
- (۱-۳): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و بُعد سازمان‌یادگیرنده در دانشگاه اسلامی وجود دارد.
- (۱-۴): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و بُعد تقسیم دانش در دانشگاه اسلامی وجود دارد.
- (۱-۵): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و بُعد کار تیمی در دانشگاه اسلامی وجود دارد.
- (۱-۶): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و بُعد خلق دانش در دانشگاه اسلامی وجود دارد.
- (۱-۷): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و بُعد دیجیتالیت در دانشگاه اسلامی وجود دارد.
- (۱-۸): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و بُعد فرهنگ در دانشگاه اسلامی وجود دارد.
- (۱-۹): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و بُعد راهبرد در دانشگاه اسلامی وجود دارد.
- (۱-۱۰): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و بُعد ایده و مأموریت در دانشگاه اسلامی وجود دارد.

۲. بررسی تأثیر ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش

- (۲-۱): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه شناختی و توسعه مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی وجود دارد.
- (۲-۲): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه رابطه‌ای و توسعه مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی وجود دارد.
- (۲-۳): رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه ساختاری و توسعه مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی وجود دارد.
- (۲-۴): رابطه مثبت و معناداری بین متغیرهای «سرمایه شناختی»، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری» با مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی وجود دارد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

جهت بررسی و آزمون فرضیات تحقیق، از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شده است که در این بخش بدین موضوع پرداخته می‌شود.

الف) بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش (به عنوان یک مفهوم کلی)
 آزمون فرضیه اصلی تحقیق: یافته‌های حاصل از بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی با مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه یزد به کمک روش رگرسیون، حاکی از آن است که بین این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹٪ رابطه مثبت و معناداری ($T=0,668$ و $P<0,01$) وجود دارد. (جدول ۲)

جدول ۲: بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر وابسته	R	R Square	β استاندارد	آماره T	سطح معناداری	تصمیم‌گیری
اصلی	سرمایه اجتماعی	مدیریت دانش	۰,۶۶۸	۰,۴۴۷	۰,۶۶۸**	۵,۹۴۱	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه

** ضریب رگرسیون در سطح ۰/۰۱ معنادار است

با توجه به نتایج رگرسیون می‌توان نتیجه گرفت که در سطح معناداری ۱٪ سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش دانشگاه تحت مطالعه، تأثیر مثبت و معناداری دارد. لذا، فرضیه اصلی تحقیق در سطح اطمینان ۹۹٪ تأیید می‌شود. به عبارت دیگر؛ بهبود سرمایه اجتماعی موجب توسعه مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی می‌گردد.

ب) بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و ابعاد مدیریت دانش

این قسمت به بررسی فرضیات فرعی (۱-۱) تا (۱-۱۰) اختصاص یافته است. آزمون فرضیات فرعی فوق به کمک نرم‌افزار SPSS در جدول ۳ آمده است. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهند: سرمایه اجتماعی با ابعاد ده‌گانه مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری دارد. این امر معرف تأیید شدن فرضیات فرعی (۱-۱) تا (۱-۱۰) می‌باشد.

جدول ۳: بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و ابعاد مدیریت دانش

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر وابسته	R	R Square	β استاندارد	آماره T	سطح معناداری	تصمیم‌گیری
(۱-۱)	سرمایه اجتماعی	رهبری و مدیریت	۰,۵۱۲	۰,۲۶۲	*۰,۵۱۲	۶,۴۵۱	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
(۲-۱)	سرمایه اجتماعی	سرمایه فکری	۰,۳۸۸	۰,۱۵۱	*۰,۳۸۸	۴,۴۳۹	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
(۳-۱)	سرمایه اجتماعی	سازمان یادگیرنده	۰,۴۵۳	۰,۲۰۵	*۰,۴۵۳	۶,۰۲۲	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
(۴-۱)	سرمایه اجتماعی	تقسیم دانش	۰,۵۶۷	۰,۳۲۱	*۰,۵۶۷	۷,۴۱۰	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
(۵-۱)	سرمایه اجتماعی	کار تیمی	۰,۵۴۷	۰,۲۹۹	*۰,۵۴۷	۷,۰۹۵	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
(۶-۱)	سرمایه اجتماعی	خلق دانش	۰,۴۲۱	۰,۱۷۷	*۰,۴۲۱	۵,۶۴۷	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
(۷-۱)	سرمایه اجتماعی	بعد دیجیتالی	۰,۳۶۶	۰,۱۳۴	*۰,۳۶۶	۴,۶۰۲	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
(۸-۱)	سرمایه اجتماعی	فرهنگ	۰,۴۰۱	۰,۱۶۱	*۰,۴۰۱	۵,۷۲۴	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
(۹-۱)	سرمایه اجتماعی	راهبرد	۰,۴۳۸	۰,۱۹۲	*۰,۴۳۸	۶,۱۲۸	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
(۱۰-۱)	سرمایه اجتماعی	ایده و مأموریت	۰,۳۶۴	۰,۱۳۲	*۰,۳۶۴	۴,۵۶۳	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه

** ضریب رگرسیون در سطح ۰/۰۱ معنادار است.

* ضریب رگرسیون در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

به عبارت دیگر؛ یافته‌های به دست آمده در جدول ۳ نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی با کلیه ابعاد ده‌گانه مدیریت دانش ارتباط مثبت داشته و این رابطه کاملاً معنادار است. بنابر این، می‌توان انتظار داشت که بهبود سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی موجب ارتقای مدیریت در مؤلفه‌های رهبری و مدیریت سرمایه فکری، سازمان یادگیرنده، تقسیم دانش، کار تیمی، خلق دانش، دیجیتالی،

فرهنگ، راهبرد، و ایده و مأموریت می‌شود. همچنین نتایج حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی، بیشترین تأثیرگذاری را بر تقسیم دانش، کار تیمی و رهبری و مدیریت دارد. تأیید شدن فرضیات مذکور بدین معناست که تقویت سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی، زمینه‌ساز شکوفایی ابعاد مدیریت دانش خواهد بود.

ج) بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش

به منظور بررسی رابطه بین ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی می‌بایست فرضیات فرعی (۱-۲) تا (۴-۲) مورد آزمون قرار گیرند. نتایج حاصل از این بررسی در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴: بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه اجتماعی با مدیریت دانش

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر وابسته	R	R Square	β استاندارد	آماره T	سطح معناداری	تصمیم‌گیری
(۲-۱)	سرمایه شناختی	مدیریت دانش	۰,۳۹۷	۰,۱۵۸	*۰,۳۹۷	۴,۸۳۴	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
(۲-۲)	سرمایه رابطه‌ای	مدیریت دانش	۰,۵۳۱	۰,۲۸۲	**۰,۵۳۱	۶,۰۹۵	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
(۲-۳)	سرمایه ساختاری	مدیریت دانش	۰,۴۴۳	۰,۱۹۶	**۰,۴۴۳	۵,۳۴۳	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
(۲-۴)	سرمایه شناختی	مدیریت دانش	۰,۷۵۶	۰,۵۷۲	*۰,۲۱۶	۴,۰۹۸	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
	سرمایه رابطه‌ای				**۰,۳۹۱	۵,۱۶۳	۰,۰۰۰	
	سرمایه ساختاری				*۰,۳۰۷	۴,۷۰۵	۰,۰۰۰	

** ضریب رگرسیون در سطح ۰/۰۱ معنادار است.

* ضریب رگرسیون در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

همان‌طور که یافته‌های حاصل از اجرای رگرسیون نشان می‌دهد، سطح معناداری کمتر از ۵٪ است. این امر بیانگر تأثیرگذاری متغیرها و ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش می‌باشد. همچنین برای اینکه بتوان در حضور سایر متغیرها (ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی) اثر هر متغیر را بر مدیریت دانش مشاهده کرد، فرضیه فرعی (۴-۲) مورد آزمون قرار گرفت. (جدول ۴) همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، ابعاد سرمایه اجتماعی می‌توانند زمینه تقویت مدیریت

دانش در دانشگاه اسلامی را فراهم کنند. بنابر این، این ابعاد (سرمایه شناختی، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری) با مدیریت دانش ارتباط مثبت و معناداری دارند. لذا مسئولان و دست‌اندرکاران سازمان می‌توانند با پرورش و سرمایه‌گذاری در سرمایه‌های شناختی، رابطه‌ای و ساختاری، بستر مناسبی جهت توسعه دانش در دانشگاه اسلامی فراهم آورند.

از طرفی، از آنجا که از بین ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی، بُعد سرمایه رابطه‌ای دارای بیشترین ارتباط با مدیریت دانش سازمانی است، لذا جهت بهبود و توسعه دانش در دانشگاه اسلامی، توجه به این مؤلفه (سرمایه رابطه‌ای) می‌بایست بیشتر مد نظر متولیان و مسئولان سازمان قرار گیرد.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بدون تردید نمی‌توان دانش اسلامی را بدون توجه به زیرساختهای نظری آن احیا کرد. مهم‌ترین وظیفه دانشگاه اسلامی در شرایط کنونی، تلاش برای زمینه‌سازی شرایط ظهور، شکوفایی و رونق دانشهایی است که در راستای توحید بوده، جهت‌گیری اسلامی جدی داشته باشند (بهروزلک، ۱۳۸۷). از طرف دیگر، یکی از قابلیت‌های مهم سازمانی که می‌تواند به سازمانها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار کند و برای آنها در مقایسه با سازمانهای دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد نماید، سرمایه اجتماعی است. (Nahapiet & Ghoshal, 1998)

از سوی دیگر، به اعتقاد کگیوت و زندر؛ سازمان، یک گروه اجتماعی است که مشخصه آن سرعت و کارایی در ایجاد و انتقال دانش می‌باشد (Kogut & Znder, 1996). این یک دیدگاه نسبتاً جدید و مهم درباره تئوری سازمان است که در حال حاضر از سوی چندین صاحب‌نظر دیگر نیز ارائه شده است. سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمانها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیاری کند. (Nahapiet & Ghoshal, 1998)

در این راستا، هدف پژوهش حاضر بررسی نقش و تأثیر سرمایه اجتماعی در ایجاد و خلق دانش در دانشگاه اسلامی است. لذا جهت جمع‌آوری داده‌ها، از پرسشنامه‌های استاندارد مدیریت دانش سالیس (۲۰۰۲) و سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق، اعضای هیئت علمی دانشگاه یزد می‌باشند.

نتایج حاصل از تحقیق حاضر به شرح ذیل است:

۱. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که رابطه مثبت و معناداری بین

مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی وجود دارد؛ به طوری که سرمایه اجتماعی تأثیر بسزایی بر توسعه مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی دارد. به عبارت دیگر؛ ارتباط تنگاتنگی بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی وجود دارد؛ به طوری که افزایش سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی موجب ارتقای سطح مدیریت دانش در این سازمان می‌شود. بنابر این، به مسئولان و دست‌اندرکاران نهاد مذکور توصیه می‌شود بستر مناسب به منظور شکوفایی سرمایه اجتماعی را فراهم کنند تا زمینه ارتقای دانش در سطح دانشگاه اسلامی فراهم شود.

۲. همچنین یافته‌های دیگر این پژوهش دلالت بر آن دارد که سرمایه اجتماعی با کلیه ابعاد ده‌گانه مدیریت دانش، ارتباط مثبت داشته و این رابطه کاملاً معنادار است. به عبارت دیگر؛ بهبود سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی، موجب ارتقای مدیریت در مؤلفه‌های رهبری و مدیریت، سرمایه فکری، سازمان یادگیرنده، تقسیم دانش، کار تیمی، خلق دانش، بعد دیجیتالی، فرهنگ، راهبرد و ایده و مأموریت می‌شود.

۳. سایر نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که ابعاد سرمایه اجتماعی، زمینه تقویت مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی را فراهم می‌آورند؛ به طوری که سرمایه شناختی، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری، با مدیریت دانش ارتباط مثبت و معنادار دارند. لازم به ذکر است که این ارتباط در سطح سرمایه رابطه‌ای معنادارتر است. بنابر این، در راستای بهبود مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی، می‌بایست توجه به بعد سرمایه رابطه‌ای، بیشتر مد نظر مدیران و مسئولان سازمان قرار گیرد.

با توجه به اینکه ارتباط معناداری بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در دانشگاهها وجود دارد می‌توان انتظار داشت که بهبود سطح سرمایه اجتماعی، موجب ارتقای مدیریت دانش در این مراکز شود. از طرفی، توسعه سرمایه اجتماعی نیز مستلزم درک هزینه‌ها و منافع نسبی ناشی از آن است که توجه به آنها برای مدیرانی که علاقه‌مند به توسعه سرمایه اجتماعی هستند، ضروری است. از سوی دیگر، با توجه به نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای مدیریت دانش در سازمانها به خصوص دانشگاهها، به مسئولان و مدیران دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی پیشنهاد می‌شود مکانیزمهایی را به منظور بهبود و ارتقای سرمایه اجتماعی ایجاد کنند تا زمینه ارتقای مدیریت دانش فراهم شود. از جمله این اقدامات می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

بررسی ارتباط مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی ❖ ۶۱

- توسعه روابط شبکه‌ای در دانشگاهها و استفاده مناسب از کانالهای اطلاعاتی؛ به طوری که امکان دسترسی به دانش سازمانی فراهم شود.
 - تلاش به منظور ایجاد فرهنگ حمایتی از طریق طراحی سیستم‌های تشویقی و انگیزشی برای تقویت خلاقیت و نوآوری، یادگیری و توسعه منابع انسانی دانشگاه.
 - فراهم کردن زمینه ایجاد، انتقال و کاربرد اطلاعات در دانشگاهها.
 - استقرار ساختار سازمانی مناسب در دانشگاهها جهت دسترسی اعضای سازمان به منابع (از جمله اطلاعات و دانش).
 - طراحی چارچوب شایستگی‌های پرسنل دانشگاه (از جمله دانش و مهارتها و توانایی‌های آنها) و برنامه‌ریزی توسعه نیروی انسانی مبتنی بر نظام شایستگی.
 - ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد در میان افراد و بخشهای مختلف دانشگاه.
 - فرهنگ‌سازی جهت ارتقای فعالیتها و کارهای تیمی در سطوح مختلف سازمان.
 - ایجاد و بهبود تعهد پرسنل دانشگاه جهت انجام وظایف محوله.
- به طور کلی این پژوهش نشان می‌دهد که گسترش سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی بر توسعه ابعاد مدیریت دانش، نقش بسزایی دارد. وجود سرمایه اجتماعی در سازمان و تعاملات اثربخش بین افراد سازمان، موجبات تسهیل خلق، انتقال و تسهیم دانش در دانشگاه اسلامی را فراهم خواهد آورد.
- با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر، دانشگاهها جهت مدیریت کارآمد و اثربخش دانش سازمانی خویش می‌بایست برای ارتقای سطح سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (سرمایه‌های شناختی، رابطه‌ای و ساختاری) تلاش مضاعف کنند. سرمایه‌گذاری سازمانها در جهت توسعه این سرمایه، از طریق آموزش ارتباطات اثربخش، بهبود فرایندهای ارتباطات و تعاملات میان کارکنان و مدیران در داخل و خارج سازمان، ایجاد فرهنگ و جوئی آکنده از همکاری، اعتماد متقابل و کار تیمی، همگی موجب ارتقای میزان سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی می‌شود و این سازمان را به سمت سازمانی نوآور، خلاق و یادگیرنده سوق می‌دهد.

منابع

۱. بهروزلک، غلامرضا (۱۳۸۷)؛ «انقلاب اسلامی، نوآوری و شکوفایی»، فصلنامه دانشگاه اسلامی، سال دوازدهم، ش ۳۸.
۲. فراهانی، رضا و راشین ایل کا (۱۳۸۴)؛ «مدیریت دانش در شرکتهای توزیع نیروی برق»، دهمین کنفرانس شبکه‌های توزیع نیروی برق - مطالعات اجتماعی، اقتصادی و مدیریتی، تهران، بی‌نا.
3. Adler, P.S. & S. Kwon (2002). **Social Capital: Prospects for a New Concept**, Academy of Management Review, Vol. 27, No. 1, p. 17-40.
4. Bhatt, G.D (2001). **Knowledge Management in Organizations: Examining the Interaction between Technologies, Techniques and People**, Journal of Knowledge Management, Vol. 5, No. 1, p. 68-75.
5. Boisot, M (1995). **Information Space: A Framework for Learning in Organizations**, Institutions and Culture, London, Routledge.
6. Bontis, N (2001). **Assessing knowledge Assets: a Review of the Models Used to Measure Intellectual Capital**, International Journal of Management Reviews, Vol. 3. No. 1, p. 41-60
7. Burt, R.S (1992). **Structural Holes: The Social Structure of Competition**, Cambridge, M.A: Harvard University Press.
8. Chen J. & Z. Zhu & H. Xie Yuan (2004). **Measuring Intellectual Capital: a New Model and Empirical Study**, Journal of Intellectual Capital, Vol. 5. No. 1. p. 195-212.
9. Cicourel, A.V (1973). **Cognitive Sociology**, Harmondsworth, England, Penguin Books.
10. Cohen, D. & L. Prusak (2001). **In Good Company-how Social Capital Makes Organizations Work**, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.
11. Coleman, J.S (1990). **Foundations of Social Theory**, Cambridge, M.A: Harvard University Press.
12. Das, T.K. & B.S. Teng (2002). **Alliance Constellations: a Social Exchange Perspective** Academy of Management Review, No. 27, p. 445-456
13. Drucker, P.F. (1998). **The Age of Social Transformation**, In G.R. Hickman (Ed.), **Leading Organizations: Perspectives for a New Era**, Thousand Oaks, CA: USA, SAGE Publications.
14. Etzkowitz, H. & L. Leydesdorff (2001). **The Dynamics of Innovation: from National Systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of University - Industry - Government Relations**, Research Policy, Vol. 29. No. 2. p. 109-23.
15. European Commission (2000). **Innovation Policy in a knowledge-based Economy**, Merit Study Commissioned by the European Commission Enterprise Directorate.

16. European Commission (2005). **Mobilizing the Brainpower of Europe: Enabling Universities to Make their Full Contribution to the Lisbon Strategy**, COM (2005) 152 Final. European Commission, Brussels.
17. Gartner Group. (1998). **Research Note**, R. Desisto & K. Harris: Powerful Marketing and Sales Solutions with KM.
18. Gibbons, M (1998). **Higher Education Relevance in the 21st Century**.
19. Gore, C. & E. Gore (1999). **Knowledge Management: the Way Forward**, Total Quality Management, Vol. 10, No. 4-5, p. 554-60.
20. Hansen, M.T (1999). **The Search-Transfer Problem: The Role of Weak Ties in Sharing knowledge Across Organization Subunits**, Administrative Science Quarterly, p. 44: 82-111.
21. Jacobs, J (1965). **The Death and Life of Great American Cities**, London, Penguin Books.
22. Kalseth, Karl (1999). **Knowledge Management from a Business Strategy Perspective**, FID Review, vol. 1, No. 1, p. 36.
23. Kogut, B. & U. Zander (1996). **What do Firms do? Coordination, Identity and learning**, Organization Science, vol. 7, P. 502-518.
24. Kramer, R.M. & M.B. Brewer & B.A. Hanna (1996). **Collective Trust and Collective Action: The Decision to Trust as a Social Decision**, In R.M.
25. Landry, R. & Amara, N. & Lamari, M (2002). **Does social capital determine innovation? To what extent**, Technological Forecasting & Social Change, No. 69, p.681-701.
26. Leitner, K.H. & C. Warden (2003). **Managing and Reporting knowledge-based Resources**.
27. Lev, B (2000). **Intangibles: Management, Measurement and Reporting**, Available at: www.baruch-lev.com
28. Lewicki, R.J. & B.B. Bunk (1996). **Developing and Maintaining Trust in Work Relationships**, In R.M. Kramer & T.M. Tyler (Eds.), Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research: Thousand Oaks, C.A: Sage .p. 114-139.
29. Misztal, B (1996). **Trust in Modern Societies**, Cambridge, England, Polity Press.
30. Nahapiet, J. & S. Ghoshal (1998). **Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage**, Academy of Management Review, vol.23, No.2, p.242-266.
31. Nonaka, I (1991). **The Knowledge Creating Company**, Harvard Business Review, Vol. 34, No. 6, p. 96-104.
32. O'Brien C. & R. Hanka & I. Buchan & H. Healthfield (2002). **Managing Information Overload in the Health Sector**, Management Systems: Theory and Practice, London, Thomson learning.
33. Orr, J (1990). **Sharing knowledge**, Celebrating Identity: Community Memory in a Service Culture.
34. Putnam, R.D (1995). **Bowling Alone: America's Declining Social Capital**, Journal of Democracy, Vol. 6.

35. Riege, A (2005). **Three-Dozen Knowledge Sharing Barriers Managers Must Consider**, Journal of Knowledge Management, vol. 1, No. 3, p. 18-35.
36. Rooney, D. & G. Hearn (2002). **The Future Role of Government in Knowledge-Based Economy**, Foresight, Vol. 4, No. 6, P. 23-33
37. Sallis, Edward (2002). **Knowledge Management in Education**, 3 rd edn, Kogan page, London.
38. Schein, E.H (1998). **Organizational Psychology**, Prentice Hall: Englewood Cliffs, N.J.
39. Shaw, Nancy C (2001). **Knowledge Management Basics** (Foundation for Malcolm Baldrige Award), George Mason University, School of Management.
40. Skyreme D.J (1998). **Developing a Knowledge Strategy**, in Strategy Watcher, Technology Support for Knowledge Management, Mid American Journal of Business, P. 14-20
41. Sturbeck, W.H (1995). **Learning by knowledge Intensive Firms**, Journal of Management Studies, Vol. 29, p. 713-740.
42. Tymon, W.G. & S.A. Stumpf (2003). **Social Capital in the Success of Knowledge Workers**, Career Development Turner International, p. 12-20.

