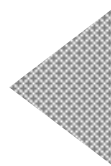


ارایه یک مدل نظری جهت تبیین نقش سرمایه اجتماعی به عنوان گوهری گرانبها اما کم هزینه: راهکاری برای بهبود عملکرد اقتصادی



دکتر علی اکبر امین بیدختی^۱

ماشاء الله نظری^۲

(تاریخ دریافت ۸۸/۱۲/۲۸ - تاریخ تصویب ۸۹/۳/۳۰)

چکیده

حوزه مدیریت در حال طی کردن مرحله گذار پارادایم سازمانی از مدرن به پست مدرن است. بسیاری از شرکت‌ها در حال گذار از مدیریت سنتی سلسله مراتبی به مدیریت مشارکتی هستند. در این راستا یکی از قابلیت‌های مهم سازمانی که می‌تواند به سازمان‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند، سرمایه اجتماعی است. به عبارتی این سرمایه قادر است سازمان‌ها را از شکل سنتی به سوی سازمان یادگیرنده هدایت نماید. سرمایه اجتماعی از دارایی‌های نامشهودی است که می‌تواند در توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه کار ساز باشد. لذا بر این اساس مقاله حاضر در پی آن است که مشخص نماید که با این سرمایه ارزشمند می‌توان، ویژگی‌های فرهنگ سازمانی یادگیرنده را ایجاد کرد، یعنی کارکنان سازمان را توانمند، کارآفرینی سازمانی را تقویت، و خلاقیت افراد سازمان را افزایش داد و از طرفی فرایندهای مدیریت دانش را توسعه داد. با ایجاد چنین شرایط مناسبی می‌توان به یک سازمان

۱- استاد یار دانشگاه سمنان، a_aminbeidokhti@yahoo.com

۲- کارشناس ارشد حوزه معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان و مدرس دانشگاه.

یادگیرنده تبدیل شد. سازمان یادگیرنده شدن باعث می‌شود که مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در سازمان نهادینه شوند. چنانچه اگر تمامی سازمان‌ها در این راه گام بردارند، این امر باعث می‌شود که عملکردهای اقتصادی بهبود یابند.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، سازمان یادگیرنده، فرهنگ سازمانی، مدیریت دانش.

مقدمه

با توجه به تغییرات و پویایی‌های محیطی که در عصر حاضر وجود دارد، اداره سازمان‌های امروزی امری بسیار پیچیده شده است و راهکارهایی که برای اداره سازمان‌ها در گذشته به کار می‌رفت، دیگر کارآمدی خود را از دست داده‌اند، بنابراین برای مقابله با این موضوع در حوزه مدیریت نیز ما همواره صاحب اندیشه‌های جدیدی هستیم. لازمه اجرای چنین اندیشه‌هایی آن است که سازمان‌ها، تحولاتی اساسی در شیوه‌های مدیریتی سنتی خود به وجود آورند، تا همواره آماده یادگیری و پذیرای تفکرات نوین برای سازگاری با تغییرات باشند. یکی از این اندیشه‌های نوین مدیریتی که در آن تأکید بر یادگیری و سازگاری مداوم است، سازمان یادگیرنده است. حوزه مدیریت در حال طی کردن مرحله گذار پارادایم سازمانی از مدرن به پست‌مدرن است. بسیاری از شرکت‌ها در حال گذار از مدیریت سنتی سلسله‌مراتبی به مدیریت مشارکتی هستند. سازمان‌های سنتی به گونه‌ای طراحی شده بودند که از تکنولوژی‌های ماشین‌محور استفاده کنند، اما سازمان‌های جدید از نوع سازمان‌های دانش‌محور هستند. در این نظم جدید جهانی، مسئولیت مدیریت، خلق قابلیت یادگیری سازمانی و دانش سازمانی است (دفت، ۱۳۸۲).

در این راستا یکی از قابلیت‌های مهم سازمانی که می‌تواند به سازمان‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند، سرمایه اجتماعی است؛ زیرا خلق دانش سازمانی و یادگیری سازمانی مستلزم تسهیم دانش است و پیش‌نیاز تسهیم دانش نیز وجود مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی از قبیل اعتماد، مشارکت و همکاری در بین اعضای سازمان است (خائف الهی و متقی، ۱۳۸۶). از طرف دیگر سرمایه اجتماعی می‌تواند برای کشورهای در حال توسعه که می‌خواهند در زمینه توسعه گام بردارند و با موانع متعددی از جمله ناکارآمدی بخش اداری دولتی، پایین بودن سطح اعتماد بین مردم و نیز میان ملت - دولت و ضعف روحیه مشارکت‌پذیری دچار هستند، کارساز بوده و بسیاری از این موانع را می‌توانند در چارچوب این سرمایه، بهبود بخشند.

همچنین تحقیقات در حوزه‌های گوناگون نشان می‌دهد که گروه‌ها و جوامعی که از سطوح بالاتری از سرمایه اجتماعی برخوردارند، دارای سطوح پایین‌تری از برخی از آسیب‌های اجتماعی بوده و یا از میزان بالاتری از پیشرفت و توسعه برخوردار هستند. با توجه به مطالب فوق پر واضح است که سرمایه اجتماعی از دارایی‌های نامشهودی است که می‌تواند در توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه کار ساز باشد. لذا بر این اساس، مقاله حاضر در پی آن است که مشخص نماید که چگونه می‌توان از این سرمایه ارزشمند در ایجاد سازمان‌های یادگیرنده بهره برد و از این طریق بتوان عملکردهای اقتصادی را بهبود بخشید. در ادامه بعد از ارایه ادبیات تحقیق به این موضوع پرداخته خواهد شد که چگونه از طریق مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی می‌توان سازمان یادگیرنده را ایجاد نمود و عملکردهای اقتصادی را بهبود بخشید.

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی، مجموعه‌ای از روابط، تعاملات و شبکه‌های اجتماعی است که در میان افراد و گروه‌های اجتماعی وجود دارد و موجب گرمی روابط اجتماعی و تسهیل کنش اجتماعی آن‌ها می‌شود. سرمایه اجتماعی بر خلاف سایر سرمایه‌ها به صورت فیزیکی وجود ندارد، بلکه حاصل تعاملات و هنجارهای گروهی و اجتماعی بوده و افزایش آن می‌تواند موجب پایین آمدن جدی سطح هزینه‌های اداره جامعه و نیز هزینه‌های عملیاتی سازمان‌ها گردد (منظور و یادی پور، ۱۳۸۷).

سرمایه اجتماعی سازمانی

مفهوم سرمایه اجتماعی در سال‌های اخیر در حوزه‌های علوم اجتماعی، اقتصاد، علوم سیاسی و مدیریت مطرح شده است. سرمایه اجتماعی عمدتاً مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی است و شناسایی آن به عنوان یک نوع سرمایه چه در سطح مدیریت کلان اقتصادی و توسعه کشورها و چه در سطح مدیریت سازمان‌ها و بنگاه‌ها، می‌تواند شناخت جدیدتری را از سیستم‌های اقتصادی- اجتماعی ایجاد، و مدیران را در هدایت بهتر سیستم‌ها یاری کند (حق‌شناس و دیگران، ۱۳۸۶). یکی از جنبه‌های مهم سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی سازمانی است. سرمایه اجتماعی سازمانی حاصل روابط مبتنی بر تفاهم و اعتماد بین کارکنان و مدیران سازمان است و به مجموع منابعی که در ذات روابط اجتماعی سازمان به وجود می‌آیند و زندگی اجتماعی را در سازمان دلنشین‌تر و مطلوب‌تر می‌سازند، اطلاق می‌شود (رحمان پور، ۱۳۸۲).

سرمایه اجتماعی بنا بر ماهیت خود می‌تواند مزایایی برای سازمان داشته باشد. کوهن و پروساک

اعتقاد دارند تعهد، همکاری، وفاداری، استمرار و ایثار از مزایای مهم سرمایه اجتماعی اند. آنان معتقدند سرمایه گذاری سنجیده در سرمایه اجتماعی می تواند به سازمان ها کمک کند تا بتواند با چالش های معاصر مواجه شوند، و حتی آن ها را به مزیت تبدیل کنند (فقیهی و فیضی، ۱۳۸۵). محققین تا کنون چندین مؤلفه را برای سرمایه اجتماعی شناسایی کرده اند اما در این مقاله تنها به هفت مؤلفه مهم از سرمایه اجتماعی سازمانی شامل اعتماد، مشارکت و همکاری، هویت، انسجام و همبستگی، آگاهی، باورهای دینی و اخلاقیات که به عنوان ابعاد موضوع انتخاب گردیده، پرداخته می شود.

باورهای دینی: باورهای دینی یکی از منابع اصلی سرمایه اجتماعی است (فوکویاما^۱، ۱۹۹۹). عنصر دین و ایمان به ویژه در جوامع مذهبی فوق العاده حائز اهمیت می باشد. چرا که ایمان باور و اعتقادی مستحکم و گسست ناپذیر نسبت به مبداء و مقصد هستی و کائنات می باشد. از این رو در سایه ایمان، خودخواهی به عنوان پایه و اساس اختلال اجتماعی به میزان بسیار زیادی در حوزه روابط اجتماعی، پس زده می شود و بر این مبنا روابط اجتماعی مبتنی بر آگاهی و اعتماد جریان می یابد. این عنصر از یک طرف تغییر درست و منطقی از قبض و بسط عالم وجود و زندگی اجتماعی از حیث ایجاد مقصد و جهت حرکت فراروی جامعه قرار می دهد و از طرف دیگر با پیوند دادن افراد به جامعه و هموعان، انسجام اجتماعی را تقویت می نماید (برات^۲، ۱۳۸۳). کلمن بر این باور است که وجود روابط و پیوندهای دیرینه بین اعضاء یک جامعه می تواند ضمن ماندگار ساختن هنجارهای کارآمد، به ایجاد اعتماد در جامعه نیز کمک کند. در پرتو اعتماد و باورهای دینی است که تعهدات و انتظارات شکل می گیرند (کلمن^۳، ۱۹۸۷).

اعتماد

اعتماد به معنای باور به عملی است که از دیگران انتظار می رود. این باور بر مبنای این احتمال است که دیگران کارهای به خصوصی را انجام می دهند یا از انجام آن پرهیز می کنند. فوکویاما اعتماد را به عنوان یک پیش نگرایی در داخل یک جامعه منظم، صادق و همراه با رفتار مشارکتی

۱ - Fukuyama

۲ - Berat

۳ - Coleman

که بر اساس هنجارهای مشترک پایه‌ریزی شده، تعریف می‌کند. اعتماد از جمله مفاهیمی است که به تکرار در بحث‌های: رهبری، تغییر، روابط انسانی، و مشارکت فعال افراد مورد نظر بوده است. اعتماد برای ایجاد روابط انسانی مؤثر، برقراری و بهبود ارتباط سازمانی، اعمال رهبری مردمی و تحولی، تشکیل گروه و کار گروهی، ایجاد همکاری و ایجاد تغییر سازمانی موفقیت‌آمیز، ضروری و لازم است (علاقه‌بند، ۱۳۸۴). اعتماد بین افراد سازمان به عنوان یکی از مهمترین عوامل موفقیت در مشارکت مطرح می‌باشد و باعث کاهش هزینه تعاملات، کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه و سهولت تسهیم دانش بین افراد سازمان می‌شود. اعتماد می‌تواند در طی زمان از طریق فرایند یادگیری توسعه یابد، این امر باعث تقویت روابط بین افراد، استحکام بیشتر روابط در مقابل تضادها، تشویق تعاملات دانش و افزایش علائق بین افراد می‌گردد (جوهرسون^۱، ۱۹۸۷). در محیطی که سطح اعتماد بالا و درک افراد از یکدیگر زیاد باشد، فرصت یادگیری و تسهیم دانش سهولت بیشتری دارد (مولر^۲، ۲۰۰۲).

مشارکت

مشارکت اجتماعی مردم در اداره امور جامعه همواره با چالش‌ها و فرصت‌هایی روبه‌رو بوده است. ایده مشارکت اجتماعی دارای سابقه دیرینه‌ای است. مشارکت اجتماعی ایده‌ای کاملاً ایدئولوژیک است که بازتاب اعتقادهای ناشی از نظریه‌های اجتماعی و سیاسی می‌باشد (نیازی، ۱۳۸۳: ۲). مشارکت باعث تسهیم هزینه‌ها و مخاطرات، صرفه‌جویی اقتصادی و کسب دانش و مهارت برای سازمان می‌گردد. امروزه همکاری و مشارکت بین افراد در سازمان به عنوان یکی از ابزارهای مدیریت جهت بهبود رقابت‌پذیری سازمان بویژه در محیط‌های پیچیده در آمده است. اهمیت مشارکت کارکنان در امور سازمان، سبب به وجود آمدن مفهوم «مدیریت مشارکتی» به عنوان یک سبک مدیریتی در سازمان‌ها گردیده است. این نوع مدیریت، بر همکاری و مشارکت علاقه‌مندانه اعضای سازمان در روند فعالیت آن مبتنی است و می‌خواهد از ایده‌ها و نظریات نیروهای سازمان در جهت رفع مشکلات سازمانی بهره جوید. مشارکت وسیع‌تر، امکان ایجاد اعتماد بیشتری را فراهم می‌آورد و شرکت‌کنندگان در آن، تجربیاتی را به دست می‌آورند و

۱ - Johanson

۲ - Mueller

فرصت پیدا می‌کنند شاهد و ناظر خیرخواهی، قابلیت اعتماد، شایستگی، درستکاری و وسعت نظر شرکاء و همکاران خود باشند. پاول، از این اعتماد فراوان جمعی، به عنوان سرمایه اجتماعی نام می‌برد و با آن، مانند یک ثروت واقعی برخورد می‌کند (سلیمی، ۱۳۸۰).

انسجام و همبستگی

از دیدگاه جامعه‌شناختی، همبستگی پدیده‌ای است که براساس آن در سطح یک گروه یا یک جامعه، اعضاء به یکدیگر وابسته و به گونه متقابل نیازمند یکدیگر هستند. این امر مستلزم طرد آگاهی و نفی اخلاقی مبتنی بر تقابل و مسئولیت نیست، بلکه دعوت به احراز و کسب این ارزش‌ها و احساس الزام متقابل است (بیرو^۱، ۱۳۷۰). تالکوت پارسونز از متفکران برجسته نظریه ساختی - کارکردی، موضوع انسجام اجتماعی را در دو نظام شخصیت و نظام اجتماعی مورد بحث قرار داده است. پارسونز در تحلیل انسجام در سطح نظام اجتماعی به کنش‌های اظهاری اشاره کرده و معتقد است: هرگاه در موقعیت‌های اجتماعی کنش‌های اظهاری «خود»، «معطوف به دیگران» باشد؛ به نوعی همکاری و انسجام می‌انجامد و هرگاه این انسجام نهادینه باشد، می‌توان آن را همبستگی نامید. سطح بالای انسجام زمانی است که کنش‌های افراد، اخلاقی و معطوف به یک جمع باشد. در این کنش‌ها مسئولیت و وفاداری در قبال دیگران به حد اعلای خود می‌رسد (پارسونز^۲، ۱۹۹۵).

آگاهی

امروزه دانایی و اطلاعات بعنوان سرمایه‌ای عظیم در تحولات اجتماعی نقش آفرین شده و روز به روز ابعاد گسترده‌ای را، چه در سطح و چه در عمق، پیدا می‌کند تا جایی که یکی از عوامل مهم دستیابی جوامع به سرمایه اجتماعی، کسب آگاهی است (کارکنان نصرآبادی، ۱۳۷۶). آگاهی اجتماعی شامل مجموعه‌ای از افکار، عقاید و حساسیت نسبت به زندگی و توجه به هر آنچه که در وسیع‌ترین معنا به امور عمومی، اعم از سیاسی و یا اجتماعی است، مربوط می‌شود.

۱ - Biro

۲ - Parsons

هویت

فرایندی است که طی آن فرد خود را به عنوان فردی در کنار فرد یا گروهی از افراد دیگر می‌بیند. این فرایند می‌تواند منتج از عضویت فرد در گروه باشد و یا نتیجه عملکرد گروه به عنوان «مرجع» برای آن فرد باشد که مطابق هنجار گروه مرجع، فرد ارزش‌ها و استانداردهای سایر افراد یا گروه‌ها را به عنوان چارچوبی برای انطباق خود برمی‌گزیند. هویت با گروه موجب افزایش نتایج و فرایندهای جمعی می‌شود و از طریق فرایند هویت‌سازی می‌توان به نوعی به سرمایه اجتماعی دست یافت و زمانی که این فرایند ایجاد می‌شود، شانس تبادل اطلاعات و ارزیابی صحیح آنها نیز افزایش پیدا می‌کند. همچنین این فرایند موجب افزایش همکاری و ارتباط متقابل میان افراد نیز می‌شود، عکس این قضیه نیز می‌تواند صادق باشد (لسر^۱، ۲۰۰۰).

اخلاقیات

بسیاری از صاحب‌نظران علم مدیریت معتقدند که در زمان حاضر، غالب جوامع بشری به بحران اخلاقی و مشکلات ناشی از بی‌توجهی به ارزش‌های انسانی و معنویات دچار شده‌اند. این وضعیت در همه کشورهای جهان کم و بیش وجود دارد، لیکن در جوامعی که غالب مردم یا از ثبات نسبی اقتصادی و یا حداقل امکانات زندگی و رفاهی بی‌بهره‌اند، نادیده گرفتن ارزش‌ها و اصول اخلاقی بیشتر به چشم می‌خورند. در این جوامع به منافع و صلاح جامعه چندان اهمیت داده نمی‌شود و بیشتر کسب سود مدنظر است. شمار تخلفات در امور بازرگانی و داد و ستد و تعداد شکایات و نارضایتی‌ها روزافزون است و کنترل اجتماعی نیز چندان اعمال نمی‌شود. آنچه امروزه باید عمیقاً بدان توجه شود و به مرحله اجرا درآید، نقش سازنده سازمان‌ها در آموزش وظایف و مسئولیت‌های اجتماعی و اخلاقی است که جامعه به آن نیاز دارد. برنامه‌ریزی جامع و مستمر در زمینه آموزش، تغییر نگرش و دیدگاه‌های اخلاقی در جهت منافع و خیر و صلاح جامعه می‌تواند به تدریج در شیوه تفکر افراد جامعه و نهایتاً در مؤسسات و سازمان‌های گوناگون هر جامعه اثر سازنده برجای گذارد. ارزش‌ها و اصول اخلاقی بعدی از ابعاد سرمایه اجتماعی است که با تقویت آنها در سازمان‌ها می‌توان بر میزان سرمایه اجتماعی افزود که نتیجه آن دستیابی به بهره‌وری بیشتر از منابع و از جمله از سرمایه انسانی است (نجف‌بیگی، ۱۳۸۰).

ایجاد ویژگی‌های فرهنگ سازمانی یادگیرنده جهت تبدیل آن به سازمان یادگیرنده

در این قسمت بعد از تعریفی از فرهنگ سازمانی و ارایه دیدگاه‌های چند تن از صاحب‌نظران حوزه مدیریت در خصوص ویژگی‌های فرهنگ سازمانی یادگیرنده، به این موضوع پرداخته می‌شود که چگونه مدیران می‌توانند ویژگی‌های فرهنگ سازمانی یادگیرنده را با کمترین هزینه در سازمان‌ها ایجاد نمایند تا از این طریق بتوانند سازمان خود را به یک سازمان یادگیرنده تبدیل نمایند. از اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی تعدادی از سازمان‌ها خود را برای تبدیل شدن به سازمان یادگیرنده، متعهد ساخته و از این طریق به منافی دست یافته‌اند. بدیهی است سازمان یادگیرنده شدن، امری تصادفی نبوده و مدیران هزینه‌هایی را متحمل شده‌اند. سرمایه اجتماعی راهکاری برای مدیران سازمان‌هاست که با توجه به آن می‌توانند با کمترین هزینه نسبت به دیگر منابع سازمانی که هزینه بر می‌باشند، ویژگی‌های فرهنگ سازمانی یادگیرنده را در سازمان خود ایجاد نمایند و خود را به سازمان یادگیرنده تبدیل نمایند. با توجه به اهمیت این سرمایه در ایجاد سازمان یادگیرنده، همچنان که در ادامه به آن پرداخته می‌شود، در این تحقیق از آن به عنوان گوهری گرانبها اما کم هزینه یاد شده است.

فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی، سیستمی از باورها و استنباط‌های مشترک اعضا نسبت به سازمان است که روش‌های «چگونه رفتار کردن» و «چگونه اداره کردن» را در جهت بقا و حفظ مزیت رقابتی در محیط ناپایدار به سازمان می‌آموزد (یانگ، ۱۹۹۹). بر اساس مطالعات صورت پذیرفته، مارکوارت و رینالدز^۱ (۱۹۹۴) میخایل مارکوارت^۲ (۱۹۹۶) هرسی بلانچارد و همکاران^۳ (۱۹۹۶)، کوپر و دیگران^۴ (۲۰۰۱) حاجتز و دیگران^۵ (۲۰۰۵)، ویژگی‌هایی را برای فرهنگ سازمانی

۱ - Yeung

۲ - Marquart & Reynolds

۳ - Michael Marquart

۴ - Hersy Blanchard et al

۵ - Cooper et al

۶ - Hajtez et al

یادگیرنده، عنوان نموده‌اند. بطور کلی این نظریه‌پردازان در مورد چند ویژگی از ویژگی‌های فرهنگ سازمانی یادگیرنده که شامل خلاقیت سازمانی، کارآفرینی سازمانی و توانمندسازی کارکنان می‌باشد، با هم اتفاق نظر دارند. در ادامه تأثیر سرمایه اجتماعی با هر یک از این ویژگی‌ها آورده شده و در انتها یک نتیجه‌گیری کلی از این قسمت آورده می‌شود.

الف) - تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی مفهومی است که تا کنون از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. از نگاه هیسریچ، کارآفرینی عبارت است از فرایند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار، همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی که با انگیزه توفیق طلبی، رضایت شخصی، استقلال و کسب سود مالی صورت می‌پذیرد. در تعریف دیگر، کارآفرینی ویژگی فردی است که با عزمی راسخ و با وجود موانع بسیار در رساندن یک محصول و یا ارائه خدمت جدیدی به بازار، فرایند نوآوری را با موفقیت هدایت می‌کند (کاتر^۱، ۱۳۸۵). با توجه به اینکه این مقاله به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی می‌پردازد، لذا شایسته است که ضمن بیان مفهوم کارآفرینی سازمانی، در ادامه رابطه آن با سرمایه اجتماعی مورد بحث و بررسی قرار گیرد. شاپیرو کارآفرینی سازمانی را مفهومی چند بعدی می‌داند که فعالیت‌های سازمان را متوجه نوآوری محصول، نوآوری در فناوری، مخاطره‌پذیری و پیشگامی می‌سازد. در کارآفرینی سازمانی کل سازمان و کارکنان دارای روحیه کارآفرینی هستند، ساختارها و فرهنگ سازمانی تغییر می‌کنند، گروه‌های کارآفرین تشکیل می‌شوند و در نهایت یک بینش و فهم مشترک در بین مدیران و کارکنان ایجاد می‌گردد (ساندرا و دیوینسکی^۲، ۲۰۰۰).

بیشتر تحقیقات صورت گرفته روی کارآفرینی، از نوع تعیین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، و از نوع ساختاری و موقعیت محیطی بوده است که به دلیل عدم توجه به شبکه روابط اجتماعی (سرمایه اجتماعی)، یعنی عوامل غیر اقتصادی مورد انتقاد قرار گرفته است (پولهو^۳، ۲۰۰۴). امروزه کارآفرینی از دید دانشمندان علوم اجتماعی فرایندی است که در شبکه متغیری از روابط

۱ -Cater Jan

۲ - Sandra & Dubinsky

۳ - Ulhoi

اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می‌توانند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل نمایند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰). افرادی با سرمایه اجتماعی بالاتر به منابع و اطلاعات بیشتری دسترسی دارند که می‌توانند در روند تشکیل و توسعه کسب و کار و دستیابی به بازارهای جدید تأثیرگذار باشند. از این رو سرمایه اجتماعی اهمیت ویژه‌ای برای کارآفرینان دارد. به علاوه کارآفرینان مستقر در گروه‌های اجتماعی که دارای سرمایه اجتماعی بیشتری هستند، به احتمال زیاد در وضعیت‌های سودمندی داخل شبکه‌ها واقع می‌شوند. بنابراین، احتمال بیشتری دارد که بتوانند به طور مؤثر فرصت‌های تجاری را تشخیص داده و از آن بهره‌گیرند (آلیستر و اندرسون^۱، ۲۰۰۲). عضویت در شبکه‌ها باعث تقویت فعالیت کارآفرینانه می‌شود، چرا که این عضویت منابع مفید اطلاعات را در اختیار شخص قرار می‌دهد (میلیکن^۲، ۱۹۹۶). شبکه‌های فردی مهارت‌ها و دانشی را فراهم می‌کنند که وجود ابهام ذاتی در فرایند کارآفرینی را کاهش می‌دهد (جانسون^۳، ۱۹۹۶).

روف (۲۰۰۳) نقش پیوندهای اجتماعی در تولید ایده‌های نوآورانه را مورد بررسی قرار داد. وی به این نتیجه رسید که می‌توان از افرادی که متصل به گروه‌های اجتماعی هستند، انتظار داشت ایده‌های ارزشمندی ارایه کنند و از خلاقیت کافی برخوردار باشند. در مجموع گرایش به سمت نوآوری در بین کارآفرینان، تابعی از انواع روابط اجتماعی است که کارآفرینان در آن واقع شده‌اند (نایپت و گوشال^۴، ۱۹۹۸). به کارگیری تعاملات اجتماعی در سازمان‌ها نه تنها به مشارکت‌کنندگان در این ارتباط سود می‌رساند، بلکه خود سازمان‌ها نیز با کاهش هزینه و زمان پاسخ به نیازها و تهدیدات محیطی به مزایایی دست پیدا می‌کنند. تحقیقات اخیر گویای وجود ارتباط بین اندازه شبکه با نوآوری، خودتجدیدی و کارآفرینی است. نقش شبکه‌ها در تقویت نوآوری و توسعه ایده‌های جدید موضوع مطالعات سال‌های اخیر بوده و یافته‌ها تحقیقات از این نظریه حمایت می‌کند (برت^۵، ۲۰۰۰).

۱ - Alistair & Anderson

۲ - Milliken

۳ - Johannisson

۴ - Nahapiiet & Ghoshal

۵ - Berat

با توجه به مطالب فوق می‌توان گفت که مدیران می‌توانند با تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در سازمان، به ویژه با تقویت مؤلفه‌های مورد اشاره تحقیق، شرایط مناسبی را در جهت بروز فعالیت کارآفرینانه برای افراد سازمان ایجاد نمایند و از این طریق یکی از ویژگی‌های فرهنگ سازمانی یادگیرنده را جهت تبدیل شدن به سازمان یادگیرنده ایجاد نمایند.

(ب) - تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی

از خلاقیت تعاریف متعددی شده است. به اعتقاد افروز (۱۳۷۶) متداول‌ترین برداشت از خلاقیت عبارت است از اینکه فردی، فکری نو و متفاوت ارائه کند. مفهوم خلاقیت می‌تواند در سه سطح فردی، سازمانی و اجتماعی موضوعیت داشته باشد. از دیدگاه فردی، خلاقیت یک فعالیت شناختی است که به شیوه جدید نگاه به یک مسأله یا موفقیت منجر می‌شود (رضوی، ۱۳۸۳) در واقع خلاقیت به منزله ظرفیت دیدن روابط جدید، پدید آوردن اندیشه‌های غیر معمول و فاصله گرفتن از الگوی سنتی تفکر است (رضوی، ۱۳۸۳). از دیدگاه سازمانی و اجتماعی، خلاقیت اقدامی گروهی است که ناشی از فرایند تعامل بین اعضای گروه می‌باشد. هدف خلاقیت به عنوان یک فراگرد و فعالیت ذهنی، پدید آوردن یک اندیشه، مفهوم، کالا یا اکتشافی بدیع و نو می‌باشد. خلاقیت بیشتر یک فعالیت فکری و ذهنی است که می‌تواند به یک اختراع یا ایده‌ای بکر در فرد خلاق منجر شود (شهرآرای و مدنی‌پور، ۱۳۷۵).

به عقیده بنیس در اقتصاد داروینی امروز، تنها سازمان‌هایی که در جستجو روش‌هایی جهت بهره‌گیری از خلاقیت کارکنانشان می‌باشند، امکان بقاء خواهند داشت (بنیس^۱، ۱۹۹۷). تحقیقات نشان می‌دهد که کارکنان هر شغل و حرفه‌ای می‌توانند خلاق باشند، بنابراین برای بهره‌گیری سازمان‌ها از خلاقیت، باید محققان سازمانی، متغیرهایی را که موجب تشویق و ترغیب خلاقیت می‌شوند، شناسایی کنند تا مدیران بدانند چگونه می‌توانند خلاقیت را مورد حمایت قرار دهند (ریتر^۲، ۲۰۰۴). هر چند به طور سنتی، تمرکز اولیه مطالعات خلاقیت روی فرد بوده و چنین وانمود می‌شد که افراد خلاق به تنهایی فعالیت کرده و خلاقیت آنها تنها متأثر از عوامل فردی می‌باشد، اما تحقیقات نشان می‌دهند که بیشترین کوشش‌های خلاق در محیط گروه به وقوع

۱ - Bennis

۲ - Reiter

می‌پیوندد و خلاقیت در سازمان به طور عمده اقدامی گروهی است که ناشی از فرایند تعامل بین اعضاء گروه می‌باشد (مام فرد^۱، ۲۰۰۰). مهمترین متغیرهای گروهی مؤثر بر خلاقیت شامل اندازه گروه، تنوع گروه، انسجام گروه و سیستم ارتباطات می‌باشد.

الف - اندازه گروه: به تعداد نفراتی اشاره دارد که در گروه عضویت دارند. که هر یک از صاحب‌نظران در باره تعداد اعضاء گروه نظرات مختلفی دارند.

ب - تنوع گروه: در ادبیات خلاقیت در سازمان به تنوع گروه به عنوان پیش‌شرط لازم برای عملکرد خلاق نگاه شده است (ودمن^۲، ۱۹۹۳). صاحب‌نظران معتقدند تنوع گروه از طریق ایجاد دیدگاه‌های مختلف و بهبود حل خلاق مسئله، افزایش دامنه دانش، مهارت‌ها و دیدگاه‌های در دسترس گروه و نگاه به کارها و فعالیت‌ها از دیدگاه‌های مختلف موجب افزایش سطح خلاقیت می‌شود (پلد^۳، ۱۹۹۹). تأثیر تنوع گروه بر خلاقیت از جنبه‌های مختلفی به وسیله پژوهشگران مورد بررسی قرار گرفته است. مک لود و لوبل در تحقیقات خود دریافتند که گروه‌های دارای تنوع تخصصی (در مقایسه با گروه‌هایی که این ویژگی را نداشتند) خلاق‌تر بوده و ایده‌های کیفی‌تری ارایه کرده‌اند. در دو مطالعه که تنوع گروه‌ها از نظر فرهنگی و قومی بررسی شد، این استنباط به عمل آمد که گروه‌های دارای تنوع فرهنگی، مستعد خلاقیت بیشتری می‌باشند (واتسون^۴، ۱۹۹۳). کارکنان معمولاً کار را با افراد مشابه خود انتخاب می‌کنند. رهبران نیاز به ایجاد جو مناسبی دارند تا بتوانند کارکنان را جهت فعالیت در گروه‌های متنوع تشویق کنند. مدیران باید قادر به ارزیابی طرز تلقی افراد نسبت به هم گروهی‌ها، فرایند مشارکت و حساسیت‌های انگیزشی افراد باشند (آماییل^۵، ۱۹۹۸).

ج - انسجام گروه: آماییل معتقد است برای داشتن خلاقیت علاوه بر داشتن تنوع گروهی، اعضاء گروه باید حمایت متقابلی از یکدیگر داشته باشند، زیرا دور هم جمع کردن تنوعی از تخصص‌ها، فرهنگ‌ها، جنسیت‌ها، شخصیت‌ها و ... به منظور توسعه خلاقیت، در عمل ساده

۱ - Mumford

۲ - Woodman

۳ - Pelled

۴ - Watson

۵ - Amabile

است، اما احتمال اینکه همه افراد از یکدیگر حمایت کنند، کم است. بر این اساس برای حمایت اعضای متنوع گروه از یکدیگر، این گروه‌ها باید دارای سه ویژگی باشند:

- ۱- اعضای گروه باید علاقه و اشتیاق مشترکی نسبت به هدف گروه داشته باشند؛
- ۲- اعضا باید به طور عملی تمایل داشته باشند که به هم گروهی‌های خود خصوصاً در مواقع دشواری کمک کنند؛
- ۳- باید همه اعضا به دانش و دیدگاه منحصر به فرد سایر اعضای گروه اعتقاد داشته و برای آنها احترام قائل شوند. آمابیل تأکید می‌کند که این عوامل نه تنها انگیزش و خلاقیت افراد را افزایش می‌دهند، بلکه موجب فزونی تجارب و مهارت‌ها نیز می‌شوند (آمابیل، ۱۹۹۸). در مورد مشابه تحقیقی با تأکید بر حمایت متقابل اعضای گروه‌های متنوع از یکدیگر نشان داده است که از نشانه‌های مهم گروه‌های اثربخش، حمایت اعضا از کار یکدیگر، احترام عمیق به سایر اعضا، مهارت‌ها و رویکردهای مکمل می‌باشد (پلز^۱، ۱۹۶۶).

د - سیستم ارتباطات گروه: وست در تحقیقات خود دریافت که نوع کانال ارتباطی و میزان ارتباط بر خلاقیت تأثیر دارد. وی در مورد کانال ارتباطی معتقد است که اگر افراد درون گروه‌ها نتوانند در قالب یک روش غنی و صادقانه به برقراری ارتباط با یکدیگر و مشارکت در اطلاعات پردازند، گروه نمی‌تواند فرصت‌های لازم را برای ایجاد روش‌های خلاق جهت انجام کارها، فراهم کند (فورد^۲، ۱۹۹۵). مشابهاً ساویر و گریفین بر اساس تحقیق خود نتیجه‌گیری می‌کنند که برای خلاق کردن افراد، باید آنها قادر باشند که به طور آزادانه در اطلاعات با دیگران سهیم شوند و این اطلاعات را در تصمیم‌ها لحاظ کنند (آمابیل، ۱۹۹۸). شالی و گیلسون بر اساس تحقیقات خود در مورد رابطه خلاقیت و ارتباطات نتیجه‌گیری می‌کنند که افزایش ارتباط درون‌گروهی و برون‌گروهی موجب افزایش خلاقیت کارکنان می‌شود. از این رو، مدیران باید به فکر روش‌های مختلف برای تشویق کارکنان به ارتباط و تعامل بیشتر با یکدیگر باشند. مدیران باید محیط کار را به نحوی طراحی کنند که افراد درون گروه‌ها بتوانند به سهولت با یکدیگر

۱ - Pelz

۲ - Ford

تعاملات غیر رسمی داشته باشند(جی‌اویا^۱، ۱۹۹۴).

برای نشان دادن تأثیر سرمایه اجتماعی در افزایش خلاقیت افراد با کمی دقت در ادبیات مطرح شده، پر واضح است که تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی مورد اشاره تحقیق، می‌تواند بر متغیرهای گروهی مؤثر بر خلاقیت که شامل اندازه گروه، تنوع گروه، انسجام گروه و سیستم ارتباطات می‌باشد، تأثیر به‌سزایی داشته باشد. برای بیان تأثیر این سرمایه بر متغیرهای گروهی می‌توان اینگونه استدلال نمود اگر چنانچه اندازه گروه را متناسب با تعداد نفراتی که باید در گروه حضور داشته باشند تا خلاقیت افزایش یابد، انتخاب نمایم و همچنین اعضاء گروه را با تنوع دیدگاه‌های مختلف انتخاب نموده تا قادر باشیم حل خلاقانه مسأله را افزایش و دامنه دانش و مهارت‌ها را افزایش دهیم. در این میان آنچه مهم است ارایه راهکاری است که بتواند سه ویژگی مهمی که در فوق بدان اشاره شد را ایجاد نماید، یعنی این راهکار بتواند شرایطی را فراهم آورد تا همه افراد از یکدیگر حمایت کنند(انسجام گروهی). آنچه مسلم است این راهکار برای مدیران می‌تواند تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، به ویژه تقویت مؤلفه‌های اشاره شده تحقیق، از طرق مختلف در بین اعضاء گروه باشد. چون مدیران با تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در بین اعضاء گروه می‌توانند اعتمادسازی حس همکاری و مشارکت، مسئولیت‌پذیری، صداقت و ... را تقویت نمایند و از این طریق انسجام گروهی را ایجاد و در جهت افزایش خلاقیت افراد سازمان گام بردارند. همچنین مدیران می‌توانند با تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در بین اعضاء گروه‌ها، تعاملات غیر رسمی اعضا را افزایش دهند و این ارتباطات غیر رسمی باعث می‌شود که اعضاء گروه اطلاعات مهم و مورد نیاز را به سهولت در اختیار هم قرار داده که این امر به نوعی در افزایش خلاقیت افراد مؤثر است. با توجه به مطالب فوق می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی می‌تواند در افزایش خلاقیت افراد سازمان مؤثر باشد.

ج) - تأثیر سرمایه اجتماعی بر توانمندسازی کارکنان: توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور وابسته به توانایی‌های علمی ما در زمینه‌های مختلف است و عامل محرکه این توانایی‌ها و شکوفا شدن استعداد و خلاقیت‌ها منوط به توانمندسازی نیروی انسانی کشور است. لی(۲۰۰۱) توانمندسازی را زمینه‌ای برای افزایش دیالوگ‌ها، تفکر انتقادی، فعالیت در گروه‌های

کوچک می‌داند و اشاره می‌کند که اجازه دادن به فعالیت‌هایی جهت حرکت به فراسوی تسهیم، تقسیم و پالایش تجربیات، تفکر، دیدن و گفتگوها، از اجزای اصلی توانمندسازی هستند (لی^۱، ۲۰۰۱).

از نظر فاکس (۱۹۹۸) توانمندسازی کارکنان یک فرایند است و از طریق آن یک فرهنگ توانمندسازی توسعه می‌یابد که در آن آرمان‌ها، اهداف، مرزهای تصمیم‌گیری و نتایج تأثیرات و تلاش‌های آنان در کل سازمان به اشتراک گذاشته می‌شود. در چنین فرهنگی، منابع و رقابت برای کسب منابع مورد نیاز جهت اثربخشی فعالیت‌هایشان فراهم و حمایت می‌شود (فاکس^۲، ۱۹۹۸). توانمندسازی یک فرایند سه مرحله‌ای است:

۱- تسهیم اطلاعات: تسهیم اطلاعات به کارکنان اجازه می‌دهد موقعیت‌های سازمان

خود را بشناسند و مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند. تسهیم اطلاعات با اعتمادسازی در سازمان، شکستن تفکر سلسله مراتبی سنتی آغاز می‌شود و در نتیجه موجب افزایش احساس مسئولیت‌پذیری کارکنان می‌شود. از یک سو تسهیم شدن در اطلاعات برای تواناسازی سازمان یک امر حیاتی است، و از سوی دیگر اعتمادسازی برای یک سازمان توانمند نیز ضروری است. مشارکت و سهیم شدن کارکنان در اطلاعات موجب برقراری جو اعتماد و صمیمیت و مسئولیت‌پذیری می‌شود. چنانچه به افراد اطلاعات لازم و ضروری کار داده نشود، جو بی‌اعتمادی ایجاد شده و دیگر نمی‌توان از آنان رفتار مسئولانه را انتظار داشت. جو بی‌اعتمادی موجب اختلال در امر تصمیم‌گیری می‌شود. افراد بدون اطلاعات قادر نیستند خود را اداره کنند یا تصمیمات مناسب را بگیرند. بنابراین، افراد با داشتن اطلاعات ناگزیرند مسئولانه عمل کنند.

۲- خود مختاری و استقلال کاری در سرتاسر حد و مرزهای سازمان: در این

مرحله حد و مرزهای سازمان از طریق مقصد، ارزش‌ها، تصورات، اهداف، نقش‌ها و سیستم و ساختار سازمانی مشخص می‌شود.

۱ - Lee

۲ - Fox

۳- جایگزین کردن تیم‌های خودگردان به جای سلسله مراتب‌ها: هرگاه

گروهی از کارکنان با مسئولیت‌های ویژه برای فرایند کار و تولید انتخاب می‌شوند، از شروع تا پایان کار برنامه‌ریزی و اجرا می‌کنند، همه چیز را مدیریت می‌کنند و مسئولیت را به صورت مساوی و عادلانه تقسیم می‌کنند (بلانچارد^۱، ۱۳۷۹). بدون شک در هر سازمانی برای توانمندسازی نیروی انسانی، با موانع عمده‌ای رو برو هستند که این موانع، باعث هدر رفتن نیروی انسانی و پایین آمدن میزان کارایی و اثربخشی در سازمان می‌شوند (داولینگ^۲، ۱۹۹۹). توانمندسازی برداشتن موانع رشد، ترغیب تعهد به اهداف، ترغیب خطرپذیری، خلاقیت و نوآوری و قادر ساختن افراد به حل مشکل، افزایش مسئولیت و از بین بردن ترس است. توانمندسازی خاتمه دادن به هر چیزی است که موجب توقف رشد، آزادی عمل، اعتماد به نفس، مشارکت و همکاری افراد می‌شود (عقلمند و اکبری، ۱۳۸۴). توانمندسازی چیزی نیست که مدیران و رهبران به افراد اعطاء کنند، بلکه ایجاد شرایطی است که در آن افراد به قله توانایی‌های بالقوه خود صعود کنند و به نافع‌ترین وجه ممکن تصمیم‌گیری و اقدام نمایند (ارستاد^۳، ۱۹۹۷).

با توجه به ادبیات فوق سه عامل در توانمندسازی کارکنان مؤثر است:

۱- برای توانمندسازی باید افراد سازمان را ترغیب به خلاقیت و نوآوری، خطرپذیری و قادر به حل مشکل نمود.

۲- توانمندسازی را مدیران و رهبران نمی‌توانند به افراد سازمان اعطا نمایند، بلکه باید شرایطی را برای افراد مهیا نمود.

۳- باید به همه افراد سازمان اطلاعات مؤثر، به موقع و کافی داده شود.

با شناسایی این سه عامل نکته قابل توجه این است که با چه راهکاری می‌توان عوامل شناسایی شده را عملی ساخت. آنچه مسلم است این راهکار، تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در

۱ - Blanchard

۲ - Dowling

۳ - Erstad

سازمان است. چرا که تقویت این سرمایه در سازمان باعث می‌شود که افراد سازمان به هم اعتماد کرده و حس همکاری و مشارکت در آن‌ها افزایش یابد. با ایجاد اعتمادسازی و ایجاد روحیه حس همکاری و مشارکت در افراد سازمان، آنها اطلاعات مؤثر و به موقع و کافی را به یکدیگر می‌دهند و این امر باعث می‌گردد که آن‌ها ترغیب به خلاقیت و نوآوری شده و بتوانند مشکلات خود را خود حل نمایند، به عبارتی توانمند گردند. پس می‌توان گفت سرمایه اجتماعی بر توانمندسازی مؤثر بوده و توانمندسازی منابع انسانی بر اساس سرمایه اجتماعی، یک راه جدید اداره کردن سازمان‌های مستعد با آینده پیچیده‌تر و رقابتی‌تر است.

با توجه به کل مطالب این قسمت در یک نتیجه‌گیری می‌توان گفت که مدیران سازمان‌ها می‌توانند با تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در سازمان، به ویژه با تقویت مؤلفه‌های مورد اشاره تحقیق، این ویژگی‌ها را با کمترین هزینه در سازمان‌ها ایجاد نمایند تا از این طریق بتوانند سازمان خود را به یک سازمان یادگیرنده تبدیل نمایند.

تأثیر سرمایه اجتماعی بر فرایندهای مدیریت دانش جهت تبدیل شدن به سازمان یادگیرنده

همانگونه که در بخش قبل بدان اشاره گردید مدیران می‌توانند با تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و ویژگی‌های فرهنگ سازمانی یادگیرنده را در سازمان‌ها ایجاد نمایند تا از این طریق بتوانند سازمان خود را به یک سازمان یادگیرنده تبدیل نمایند. اما به دلیل تأثیر سرمایه اجتماعی در ایجاد سازمان یادگیرنده از طریق فرایندهای مدیریت دانش، محققین شایسته دیدند علاوه بر مطالب قسمت قبل به این موضوع هم اشاره نمایند تا اهمیت این سرمایه در ایجاد سازمان یادگیرنده را بهتر نشان دهند. حال بعد از ذکر این مطلب در ادامه بعد از تعریفی از مدیریت دانش و نشان دادن رابطه مدیریت دانش و سازمان یادگیرنده، به این مطلب پرداخته می‌شود که با تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، بخصوص با تقویت مؤلفه‌های مورد اشاره تحقیق، می‌توان فرایندهای مدیریت دانش را در سازمان توسعه داد و با توسعه این فرایندها، با توجه به ارتباط بین سازمان یادگیرنده و مدیریت دانش، سازمان را به یک سازمان یادگیرنده تبدیل نمود.

مدیریت دانش عبارت از اداره فرایندهای خلق، کسب و جذب، نگهداری، بازیابی، نشر و سرانجام کاربرد دانش است. به عبارت دیگر، مدیریت دانش مجموعه اقداماتی است که در فرایندهای یادگیری سازمانی و به کارگیری آن انجام می‌گیرد تا سازمان با بهره‌گیری از دانش،

رسالت خود را تحقق بخشد(الوانی،۱۳۸۲). سازمان یادگیرنده با مدیریت فرایند یادگیری سازمانی، بستری مناسب برای پیاده‌سازی مدیریت دانش می‌باشد و از سوی دیگر مدیریت دانش نیز با نقش آسان‌سازی یادگیری سازمانی در مرکز سازمان یادگیرنده قرار گرفته و به هر چه اثربخش‌تر شدن و موفق‌تر عمل کردن آن کمک می‌کند(نمکی و کوچک زاده،۱۳۸۵).

سازمان‌های یادگیرنده در دنیای رقابتی امکان توفیق بسیار داشته و قادرند به خوبی مأموریت‌های خود را محقق سازند. یکی از ابزارهای کارآمد به منظور انتقال دانش در سازمان یادگیرنده؛ مدیریت دانش می‌باشد(ابراهیم‌زاده،۱۳۸۴). مدیریت دانش مشتمل بر خلق دانش، مستندسازی دانش، توزیع و نشر دانش، و نهایتاً کاربرد دانش می‌باشد. هر یک از مراحل مدیریت دانش در خلق و حفظ سازمان یادگیرنده نقش مؤثری را ایفا می‌نمایند(حاج کریمی و بطحایی،۱۳۸۵).

یکی از راه‌های اساسی تبدیل شدن به سازمان یادگیرنده، به کارگیری مدیریت دانش در سازمان است، مدیریت دانش، با آسان‌سازی فرایند ایجاد و تسهیم دانش، توأم با فراهم آوردن محیط‌های کاری مثبت و سیستم پاداش‌های اثربخش، یادگیری سازمانی را سرعت می‌بخشد و به سازمان کمک می‌کند که خود را با تغییرهای شتابزده امروزی منطبق سازد و همگام با تغییرها، با موفقیت به حیات خود ادامه دهد(قنبری،۱۳۸۸). سازمان یادگیرنده و مدیریت دانش به یکدیگر وابسته هستند و مدیریت دانش می‌تواند به عنوان یک خرده سیستم از سازمان یادگیرنده مورد توجه قرار گیرد. تغییرات در مدیریت دانش منجر به تغییرات در سازمان یادگیرنده، و برعکس خواهد شد. ارتباط قوی که بین این دو وجود دارد به طور کامل آشکار است و فرایند تبدیل سازمان به یادگیرنده بایستی شامل مدیریت دانش نیز باشد(ابراهیم‌زاده،۱۳۸۴).

حال با مشخص شدن ارتباط بین سازمان یادگیرنده و مدیریت دانش در ادامه به ارتباط بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش خواهیم پرداخت. 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 افراد نیز تأثیرگذار خواهد بود. به همین دلیل، اهمیت ارتباطات و تعاملات مبتنی بر اعتماد میان افراد در گسترش و کار برد دانش، مورد تأکید قرار گرفته است. چنانچه سازمانی بتواند هر چه 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 (بهات^۱، ۲۰۰۱). بنابراین ایجاد و گسترش فرهنگ و جوی در سازمان که این نوع ارتباطات و تعاملات را ترغیب کند، از ضرورت‌های مدیریت دانش است (لان درای^۲، ۲۰۰۲).

آدلر و کون در پژوهش خود نشان دادند که میان سرمایه اجتماعی و انتقال دانش، ارتباط معناداری وجود دارد. (آدلر و کون^۳، ۲۰۰۲). لندری و همکارانش به شواهد مناسبی مبنی بر ارتباط میان سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش دست یافتند (آدلر و کون، ۲۰۰۲). تایمون و استامف در پژوهش خود نشان دادند که نقش سرمایه اجتماعی در بهبود مدیریت دانش، منجر به کسب عملکرد بالاتر در سازمان می‌شود (تایمون و استامف^۴، ۲۰۰۳). ماسن و پائولین (۲۰۰۳) مطالعه‌ای در مورد درک استنباط مدیران شرکت‌های نیوزیلندی از مدیریت دانش انجام داده و نشان دادند که اصلی‌ترین اهداف پیاده‌سازی مدیریت دانش شامل تهدید رقبا، آگاهی یافتن از اهمیت دانش و کارآمدی تکنولوژی مدیریت دانش می‌باشد و از طرفی بزرگترین موانع پیاده‌سازی مدیریت دانش شامل فرهنگ سازمانی (فقدان اعتماد، ارتباطات و اشتراک دانش) و نیز فقدان آگاهی و درک و بصیرت درباره مدیریت دانش است و مهمترین عامل موفقیت پیاده‌سازی مدیریت دانش فرهنگ سازمانی (افراد، اعتماد، اشتراک) است (شرر^۵، ۲۰۰۲).

با توجه به نتایج تحقیقات که بدان اشاره شد پر واضح است که سرمایه اجتماعی نقش مهمی را در توسعه فرایندهای مدیریت دانش به عهده دارد. لذا می‌توان گفت که مدیران می‌توانند با کمترین هزینه، با بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی، فرایندهای مدیریت دانش را در سازمان توسعه داده و در ایجاد سازمان یادگیرنده موفق باشند. در یک جمع‌بندی کلی با توجه به مطالب این قسمت و قسمت قبل (ایجاد ویژگی‌های فرهنگ سازمانی یادگیرنده جهت تبدیل شدن به سازمان یادگیرنده) می‌توان گفت که با تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی می‌توان با کمترین هزینه

۱ - Bhatt

۲ - Landry

۳ - Adler & Kwon

۴ - Tymon & Stumpf

۵ - Shearer

سازمان را به یک سازمان یادگیرنده تبدیل نمود.

شایان ذکر است زمانیکه با تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، بخصوص با تقویت مؤلفه‌های مورد اشاره تحقیق، کارکنان سازمان توانمند، کارآفرینی سازمانی تقویت و خلاقیت افراد سازمان افزایش یافته و این امر باعث می‌گردد که مدیران در توسعه فرایندهای مدیریت دانش موفق‌تر باشند و از طرفی توسعه این فرایندها نیز می‌تواند در تقویت خلاقیت، کارآفرینی و توانمندسازی افراد مؤثر واقع شود. بر اساس این ارتباط دو سویه، می‌توان نتیجه‌گیری کرد، علاوه بر تأثیر سرمایه اجتماعی در ایجاد سازمان یادگیرنده، همانطوریکه در متن مقاله بدان اشاره شد، این ارتباط می‌تواند سازمان‌ها را هم در جهت سازمان یادگیرنده شدن کمک نماید.

نهادینه‌سازی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با ایجاد سازمان یادگیرنده

در این بخش با تشریح ویژگی‌های سازمان یادگیرنده به این موضوع پی خواهیم برد که سازمان‌هایی که با تکیه بر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی توانسته‌اند در ایجاد سازمان یادگیرنده موفق باشند، این سازمان‌ها قادر هستند مؤلفه‌ها سرمایه اجتماعی را در سازمان خود در بین اعضای سازمان نهادینه نمایند. سازمان یادگیرنده جایی است که الگوهای جدید تفکر رشد می‌یابند، اندیشه‌های جمعی و گروهی ترویج می‌شوند و افراد چگونگی آموختن را به اتفاق هم می‌آموزند (الوانی، ۱۳۷۷).

سازمان یادگیرنده سازمانی است که یادگیری را برای تمام اعضا تسهیل می‌کند و مداوم آن را انتقال می‌دهد. همچنین به وجود آورنده دیدگاه‌های جدید است. این سازمان مکانی است که در آن افراد مرتباً توانایی خود را در جهت خلق هر آنچه که میل به خلق آن دارند افزایش می‌دهند، مدل‌های جدید یادگیری را فراگرفته و یاد می‌گیرند که چگونه بیاموزند. محل آزمایش مداوم تجربه‌ها، انتقال آن‌ها و ربط دادن آن به هدف اصلی است. یک سازمان یادگیرنده سازمانی است که شیوه‌های انجام کار را هدایت می‌کند، به آموزش کارکنان اهمیت می‌دهد، به کارکنان یادآور می‌شود که همواره علاقه‌مند فراگیری باشند، گروه‌های کاری را تشکیل می‌دهد، بر ریسک تأکید و از سرزنش کردن دوری می‌کند، با کارکنان ارتباط همه جانبه‌ای برقرار می‌کند و اطلاعات لازم را به موقع در اختیارشان قرار می‌دهد، به آن‌ها می‌آموزد که قدرت تصمیم‌گیری واقع‌بینانه را در خود توسعه دهند، از ایده‌های جدید استقبال می‌کند، بازخوردهای مثبت را به همه کارکنان به طور مستمر ارائه می‌دهد و تنبیه‌ها را به حداقل می‌رساند، آگاهی و شناخت را

سرلوحه رشد حرفه‌ای کارکنان قرار می‌دهد، به پرونده‌ها در حداقل زمان ممکن رسیدگی می‌کند، رضایت و غرور کارکنان را تقویت می‌کند، برای پرهیز از خودمحموری قدرت را به طور تقریباً منطقی در سراسر سازمان توزیع می‌کند، بر اطلاعات مستند تکیه دارد نه بر فرض‌ها و ذهن‌بینی‌ها، از تجارب خود و گذشتگان به خوبی درس می‌گیرد و ارزش شکست‌ها را می‌داند (میثمی، ۱۳۸۸) و در نهایت کارکنان سازمان یادگیرنده دارای سه ویژگی خاص از قبیل اعتماد به نفس، پشتکار جدی و تمایل برای همکاری و مشارکت هستند (گس، ۱۹۹۷).

با توجه به ویژگی‌های سازمان یادگیرنده و بخصوص توجه به سه ویژگی خاص (اعتماد به نفس، پشتکار جدی، تمایل برای همکاری و مشارکت) ایجاد شده در کارکنان سازمان یادگیرنده به وضوح نشان می‌دهد که این سازمان‌ها می‌توانند اندیشه‌های جمعی و گروهی را در بین اعضای سازمان گسترش دهند و به نوعی در کارکنان خود اعتماد به نفس، پشتکار جدی و تمایل برای همکاری و مشارکت را نهادینه نمایند. همچنین با ملاحظه این ویژگی‌ها می‌توان پی برد که این سازمان‌ها دارای نوعی انسجام و یکپارچگی بوده و دارای فرهنگی قوی می‌باشند. بدین ترتیب اعضای سازمان به هم پیوندخورده و ماهیتی یکپارچه به وجود می‌آورند. این انسجام و یکپارچگی موجب می‌گردد که جریان تبادل اطلاعات در بین اعضای سازمان و در بین شبکه‌ها به سهولت انجام پذیرد و اطلاعات مؤثر و به موقع و کافی به تمام افراد سازمان داده شود. این امر سبب برقراری جو اعتماد، مشارکت و همکاری، انسجام و همبستگی، صمیمیت و مسئولیت‌پذیری در بین اعضای سازمان شده و به نوعی این مؤلفه‌ها در اعضای سازمان نهادینه می‌شوند.

بهبود عملکردهای اقتصادی از طریق نهادینه‌سازی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی از پدیده‌های جدید و به عنوان عاملی در بهره‌وری اقتصادی، مطرح است. تحقیقات تجربی متعددی در کشورهای گوناگون از آمریکای جنوبی گرفته تا آفریقای شمالی و کشورهای جنوب شرق آسیا و خاور میانه صورت گرفته است که نشان می‌دهد توسعه اقتصادی بالا، سیستم کارآمد اقتصادی، برابری و توزیع عادلانه در آمدها و در آمد سرانه بالا، با میزان بالای سرمایه اجتماعی ارتباط معناداری دارد (تاجبخش، ۱۳۸۴). اقتصاد سرمایه‌داری، سرمایه

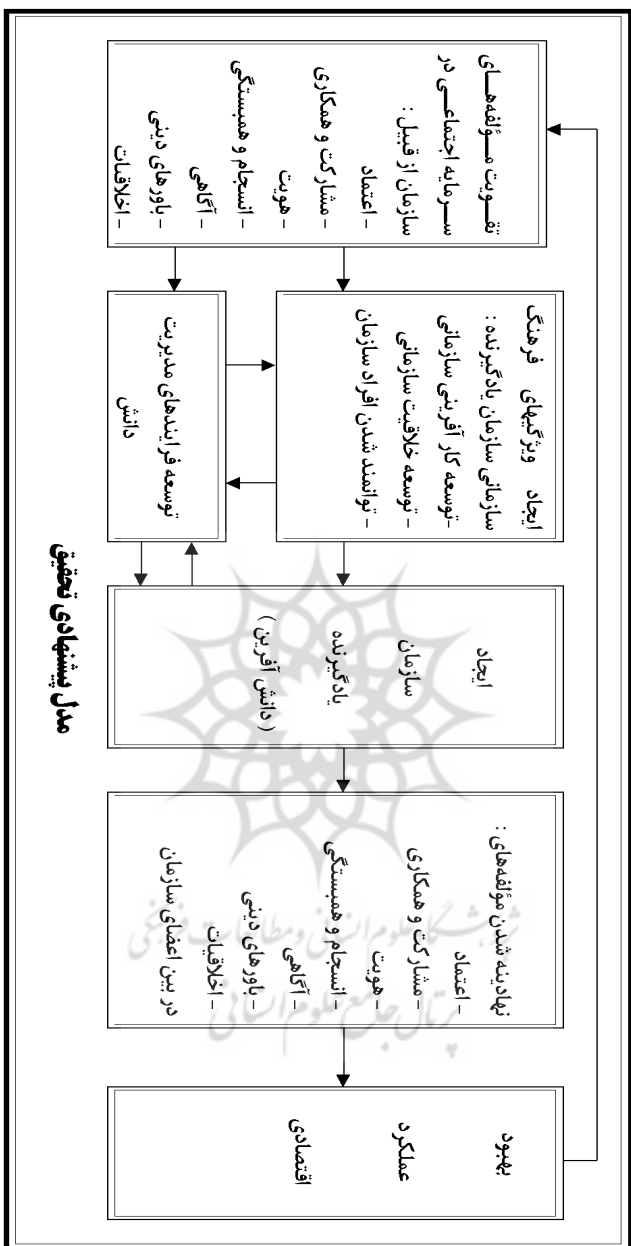
اجتماعی را به کار می‌گیرد، آن را تهی می‌سازد و باز آن را پر می‌کند. اقتصاددانان نئو کلاسیک به اهمیت هنجارهای اجتماعی تعاونی در اقتصاد به خوبی واقفند و برای تبیین اینکه چگونه عناصر عقل‌گرای خودخواه به همکاری با یکدیگر روی می‌آورند، نظریه دقیقی دارند (فوکویاما، ۱۹۹۹). فوکویاما در کتاب اعتماد (۱۹۹۵) در خصوص اینکه چگونه سرمایه اجتماعی، اقتصاد جهانی معاصر را شکل داده، مثال‌هایی ارائه داده است. برای مثال کارگاه‌های خانوادگی را به موتور توسعه اقتصادی در مکان‌هایی از قبیل مراکز ایتالیا، هنگ کنگ و تایوان تبدیل کرده است. ادبیات سرمایه اجتماعی، اهمیت این سرمایه را از لحاظ تجربی در برخی اقتصادها به اثبات رسانده و آن را برای تربیت و انباشت سرمایه‌های انسانی، دستیابی به توسعه مالی، کارایی سیاست‌های دولت و اقدام به نوآوری، گردش اطلاعات و نیل به رشد اقتصادی لازم شمرده است. سرمایه اجتماعی هم بر روند توسعه، تأثیرگذار است و هم از آن تأثیر می‌پذیرد. به همین خاطر، با توسعه اقتصادی یک کشور، سرمایه اجتماعی آن کشور نیز باید توسعه یابد. به خاطر گستردگی مفهوم سرمایه اجتماعی، این مفهوم از مسیرهای مختلفی می‌تواند بر اقتصاد تأثیرگذار باشد (آیر، ۲۰۰۵). حال شایسته است که به چند مورد از مهمترین تأثیرات سرمایه اجتماعی بر توسعه اقتصادی به شرح ذیل اشاره گردد.

ردیف	نوع اثر
۱	کاهش هزینه مبادلاتی در اقتصاد و در نتیجه کاهش هزینه تولید و افزایش سرعت مبادلات
۲	تسهیل تأمین مالی پروژه‌ها و در نتیجه امکان حمایت از خلاقیت‌ها و رشد نوآوری و فناوری
۳	کاهش فساد مالی و اقتصادی از طریق بخش خصوصی رقابتی و نظارت بر حوزه عمومی
۴	افزایش بهره‌وری نیروی کار از طریق آرامش حاصله و انگیزش مناسب در خانواده و ...
۵	بالا رفتن هماهنگی دولت شهروندان و اثربخش بودن سیاست‌های اقتصادی دولت به دلیل اعتماد عمومی

منبع: (خاندوزی، ۱۳۸۴)

با توجه به ادبیات فوق می‌توان گفت که یک رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی و بهبود

عملکردهای اقتصادی وجود دارد. نکته حائز اهمیت این است که صرف دانستن وجود رابطه معنردار بین آنها، نمی تواند برای بهره جستن از آن کارساز باشد، مهم آن است که چگونه می توان مؤلفه های سرمایه اجتماعی را در بین اعضای جامعه و به ویژه با توجه به موضوع تحقیق آنها را در سازمان ها نهادینه سازی نمود. به عبارتی تلاش نمود تا بتوان جوی از اعتماد، حس همکاری و مشارکت، انسجام و همبستگی، اعتقاد به باورهای دینی وانجام رفتار صحیح و اخلاق مناسب را در بین اعضای سازمان بوجود آورد، تا از این طریق بتوان از آثار مثبت سرمایه اجتماعی در جهت بهبود عملکردهای اقتصادی بهره برد. بر این اساس تحقیق حاضر راهکاری را در جهت ایجاد سازمان یادگیرنده ارائه نمود. به عبارتی مقاله حاضر تا به اینجا نشان داد که از طریق مؤلفه های سرمایه اجتماعی سازمانی از قبیل اعتماد، مشارکت و همکاری، هویت، انسجام و همبستگی، آگاهی، باورهای دینی و اخلاقیات مناسب؛ مدیران می توانند سازمان خود را به سازمان یادگیرنده تبدیل نمایند. سازمان یادگیرنده شدن باعث آن می شود که مؤلفه های سرمایه اجتماعی سازمانی در بین اعضای سازمان نهادینه شوند. چنانچه اگر اکثریت سازمان های امروزی تلاش نمایند تا خود را به صورت سازمان یادگیرنده تبدیل نمایند، در سطح کل این امر موجب می شود که نهادینه سازی مؤلفه های سرمایه اجتماعی سازمانی صورت پذیرفته و از این طریق باعث بهبود عملکردهای اقتصادی خواهد شد. از طرفی پیشینه تحقیقات گذشته نشان می دهد که یک ارتباط دو طرفه بین مؤلفه های سرمایه اجتماعی و بهبود عملکردهای اقتصادی وجود دارد. لذا با بهبود عملکردهای اقتصادی مؤلفه های سرمایه اجتماعی تأثیر پذیرفته و باعث توسعه آنها خواهد شد. با تحقق این امر مجدداً چرخه ارتباط مؤلفه های این تحقیق بطور مستمر ادامه می یابد و سازمان ها می توانند یک مزیت رقابتی پایدار برای خود به وجود آورند. با توجه به مطالب فوق مدل پیشنهادی تحقیق به شکل ذیل ارائه می شود:



نتیجه

زندگی در دنیای امروز، زندگی در جامعه سازمانی است. جامعه‌ای موفق خواهد بود که دارای سازمان‌هایی با بهره‌وری بالا باشد. با توجه به این موضوع از اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی تعدادی از سازمان‌ها خود را برای تبدیل شدن به سازمان یادگیرنده متعهد ساختند، زیرا سازمان یادگیرنده شدن موجب کاهش هزینه‌های مدیریتی نظیر نظارت و کنترل رسمی، رایزنی‌های مدیریتی، کندی ناشی از سیستم بوروکراتیک، کاهش تعارضات و ... شده و امکان استفاده از زمان و سرمایه در جهت انجام فعالیت‌هایی با بهره‌وری بیشتر را فراهم می‌آورد.

آنچه مسلم است سازمان یادگیرنده شدن، امری تصادفی نبوده و مدیران هزینه‌هایی را برای ایجاد آن متحمل شده‌اند. سرمایه اجتماعی راهکاری برای مدیران سازمان‌هاست که با توجه به آن با کمترین هزینه نسبت به دیگر منابع سازمانی که هزینه‌بر می‌باشند، می‌تواند ویژگی‌های فرهنگ سازمانی یادگیرنده را در سازمان خود ایجاد نمایند و فرایندهای مدیریت دانش را در سازمان توسعه داده و از این طریق خود را به سازمان یادگیرنده تبدیل نمایند.

با ایجاد سازمان یادگیرنده، مدیران می‌توانند یک مزیت رقابتی را برای سازمان به وجود آورده و در سطح کل باعث می‌شود که عملکردهای اقتصادی بهبود بخشند. از آنجایی که مؤثرترین عامل جهت افزایش سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها برای بهره‌گیری از آنچه که در بالا بدان اشاره شد در عملکرد مدیران با افراد سازمان نهفته است؛ پس امروزه سازمان‌ها باید اغلب مدیرانی را استخدام نمایند که به سرمایه اجتماعی اعتقاد داشته و خود نیز دارای این سرمایه باشند. زیرا مدیران می‌توانند با جذب کارکنان دانش‌مدار، ایجاد شرایطی مناسب به منظور افزایش اعتماد بین افراد سازمان در سطوح مختلف، مشارکت دادن افراد در تصمیمات مربوط به سازمان، توجه به رواج اخلاقیات در سازمان جهت اشاعه روحیه صداقت و درستکاری و ایجاد جوی از ارتباطات دوستانه بین همکاران به منظور افزایش سرمایه اجتماعی در سازمان همت گماشته و از این طریق ثروت نامرئی سازمان خود را افزایش دهند. پس سازمان‌ها می‌توانند با جذب مدیرانی که به سرمایه اجتماعی اعتقاد دارند، به فوایدی که در متن مقاله به آن اشاره شد، دست یابند.

شایان ذکر است که در این مقاله به دلیل اهمیت فراوان سرمایه اجتماعی در جهت ایجاد سازمان یادگیرنده و بهبود عملکرد اقتصادی از آن به عنوان گوهری گرانبها اما کم هزینه یاد شده است، باشد که سیاستگذاران و مدیران جامعه اسلامی به این سرمایه گران‌بها برای پیشرفت کشور عزیزمان ایران، توجه کافی مبذول نمایند.

منابع

- الوانی، سید مهدی (۱۳۸۲)، «خط‌مشی دانش‌آفرین: ضرورت بقاء در سازمان‌های امروزی»، *مجله مجلس و پژوهش*، سال دهم شماره ۴۱.
- الوانی، سید مهدی (۱۳۷۷)، *سازمان‌های یادگیرنده*، مدیریت عمومی، تهران: نشر نی.
- ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۴)، *جامعه‌شناسی توسعه*، تهران: انتشارات کیهان.
- ابراهیم‌زاده، رضا (۱۳۸۴)، *بررسی تأثیر مدیریت دانش بر سازمان یادگیرنده*، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت.
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۰)، *کارآفرینی و نقش آن در اقتصاد ملی: طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها (کاراد)*، سازمان سنجش کشور.
- بیرو، آلن (۱۳۷۰)، «فرهنگ علوم اجتماعی»، ترجمه: باقر ساروخانی، *مدیریت در آموزش و پرورش*، شماره ۲۸.
- بلانچارد، کارلوس و راندولف (۱۳۷۹)، *سه کلید توان‌افزایی*، ترجمه فضل‌الله امینی، تهران: نشر فردا.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی و سیاست اجتماعی، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، سال سوم، شماره ۱۰.
- حق‌شناس، اصغر؛ دلوی، محمدرضا و شفیعیه، مسعود (۱۳۸۶)، نقش سرمایه اجتماعی در توسعه، *ماهنامه تدبیر*، سال ۱۸، شماره ۱۸۸.
- حاج کریمی، عباسعلی و بطحایی، عطیه (۱۳۸۵)، *تبیین سازه‌های مدیریت دانش در سازمان‌های یادگیرنده (ارائه مدل مدیریت دانش در یک سازمان یادگیرنده)*، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات.
- خائف‌الهی، احمدعلی و متقی، پیمان (۱۳۸۶)، *ارائه الگوی فرایندی خلق دانش سازمانی: تبیین نقش اعتماد در خلق دانش*، اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش.
- خاندوزی، سیداحسان (۱۳۸۴)، «بازشناسی یک حوزه نو ظهور و نسبت آن با اقتصاد»، *فصلنامه راهبرد یاس*، شماره ۳، پاییز.
- رضوی، طاهره‌سادات (۱۳۸۳)، «تلاش در جهت رشد علم و شکوفایی و خلاقیت و ابتکار در همه زمینه‌ها»، *مجموعه مقالات همایش ملی تولید علم، جنبش نرم‌افزاری و آزاد اندیشی*.
- دفت، ریچارد، ال (۱۳۸۲)، «تئوری و طراحی سازمان»، ترجمه علی پارسائیان و محمد اعرابی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- رحمانپور، لقمان (۱۳۸۲)، «مدیریت سرمایه اجتماعی: رویکردی اثربخش در مدیریت منابع انسانی»، *فصلنامه مدیریت و توسعه*، شماره ۱۹.
- سلیمی، محمدحسین (۱۳۸۰)، *مشارکت و مدیریت مشارکتی در آموزش و پرورش، مدیریت در آموزش و پرورش*، شماره ۲۸.
- شهرآرای، مهرناز و مدنی‌پور، رضا (۱۳۷۵)، «سازمان خلاق و نوآور»، *مجله دانش مدیریت*، شماره ۳۳ و ۳۴.
- علی‌مهری، مصطفی (۱۳۸۵)، «کارآفرینی اجتماعی: مروری بر زمینه‌های سیاسی و اجتماعی»، *فصلنامه دانش مدیریت*، شماره ۷۲.
- فرخی، طاهره (۱۳۷۶)، «نقش زنان در توسعه پایدار، تواناسازی زنان»، *ماهنامه تعاون*، شماره ۷۴، صص ۷۶-۷۹.
- فقیهی، ابوالحسن و فیضی، طاهره (۱۳۸۵)، سرمایه اجتماعی: رویکردی نو در سازمان، *مجله دانش مدیریت*، شماره ۷۲.

- قنبری، موسی‌الرضا(۱۳۸۸)، «سازمان‌های یادگیرنده»، *سومین کنفرانس توانمندسازی منابع انسانی*.
- کوهکن، علیرضا(۱۳۸۸)، «مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی اسلامی»، *فصلنامه راهبرد یاس*، شماره ۱۷، بهار.
- کارکنان نصرآبادی، محمد(۱۳۸۶)، *بررسی نگرش شهروندان در مورد رابطه سرمایه اجتماعی و توسعه شهری در سفیدشهر*، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور مرکز تهران.
- کاوسی، اسماعیل(۱۳۸۵)، *طراحی و ارائه الگوی اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی*، پایان‌نامه دکتری مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی.
- کاتر، جان(۱۳۸۵)، *رهبری کارآفرین: ماتسیو شینا درخشان‌ترین کارآفرین سده بیست*، ترجمه محمدعلی طوسی، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- میثمی، ثریا(۱۳۸۸)، *ایجاد سازمان یادگیرنده در آموزش و پرورش شهر سمنان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سمنان.
- منظور، داود و یادی‌پور، مهدی(۱۳۸۷)، «سرمایه اجتماعی عامل توسعه اجتماعی و اقتصادی»، *فصلنامه راهبرد یاس*، شماره ۱۵، پاییز ۸۷.
- نجف‌بیگی، رضا(۱۳۸۰)، *سازمان و مدیریت*، مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.
- نیازی، محسن(۱۳۸۳)، «تبیین رابطه انسجام اجتماعی و مشارکت شهروندان شهر کاشان»، *فصلنامه امداد پژوهان*، صص ۱-۲۶.
- نمکی، مصطفی و کوچک‌زاده، رقیه‌سادات(۱۳۸۵)، مدیریت دانش: رمز اثربخشی سازمان یادگیرنده، *دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات*.

- Amiable , T.(1998), "How to Kill Creativity" , *Harvard Business Review*, Sept – Oct.
- Alistair , R. Anderson , Claire, J. Miller.(2002)," Class Matters: Human and Social Capital in the Entrepreneurial Process" ,*Journal of Socio – Economics* , 32 (2003)17-36.
- Adler , P. S,S. Kwon.(2002), "Social Capital: Prospects For a New Concept", *Academy of Management Review*, vol. 27,No.1.p.17-40.
- 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.
- Buet,R.S.(2000),"The Network Structure of Social Capital", Research in Organizational Behavior, 22. Capital and Employment Practices, *Academy of Management Review*.
- Coleman , j. S , and , Hoffer , T .(1987) , " *Public and Private High Schools : The Impact Of Communities*" New York : Basic Books
- Dowling , Kevin. (1999) , " *Empowerment: Theoretical back ground*" ,CSWT.
- Erstad , M. (1997) , " Empowerment and Organizational Change International, *Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Fox , J. (1998) , " *Employee Empowerment an Apprenticeship Model*" http: /members.tripod.com/j-fox/thesis.htm)
- Fukuyama , F.(1999) , " *Social Capital and Civil Society*" ,Prepared For Delivery At IMF Conference on Second Generation Reform , Oct. 1
- Ford Cameron , M. Dennis, A.(1995)," *Creative action in Organizations: Ivory tower "visions & real world voices*; New York: Sage.
- Gooper , Cary. L , Sue Cartwright & Christopher. p. Earley(2001), *The International Handbook of Organizational Culture and Climate*.

- Gues , A.(1997)" *The Living Company* " , Boston: Harvard business press.
- Gioia , D.(1994)," *Contrasts and Convergences in Creativity*".
- Hodgetts ,Richard, Fred Luthans & Jonathan Doh.(2005), *International Management ;Culture ,Strategy and Behavior*. MC Graw .
- Hobbs , G.(2000), "*What Is Social Capital Economic and Social Research Foundation*".
- Iye S , Kiston M , and Toh B. (2005), "Social Capital, Economic Growth and Regional Development " , *Regional Studies*, n. 39
- Ireland , R. D , Hitt , M. A , (2002) ,Alliance, Management as source Of competitive Advantage, *Journal Of Management*.
- Johanson , J. and Mattsson , L. G.(1987) ," Inter Organizational Relations in Industrial Systems: A Network Approach Compared with the Transaction Cost Approach, *International Studies of Management and Organization*.
- Johannisson , B. (1996) ," *The Dynamics of Entrepreneurial Networks*" ,In : P. D. Reynolds, S. Birlew,J.E. Butler ,W. D. Bygrave , P. Davidsson ,W.B.Gartner & p. p. Mc Dougall (Eds.) Frontiers of Entrepreneurship Research. MA: Babson College.
- Killen , C. and, Hunt , R.(2002), *Strategic Alliances for World Competitiveness*, nt. J. Technologe management.
- Lesser , E. L. (2000) ," *Leveraging Social Capital in Organizations* " , In l Lesser , E. L.(Ed) Knowledge and Social capital : Founations and applications , Butter worth , Heine mann.
- Lee,J.A.(2001),"*The Empowerment Approach to Social Work Practice – Building the Beloved Community*", (2 ended). New York : Columbia University press.
- Landry, R. & Amara ,N. & Lamari, M.(2002),"Does Social Capital Determin Innovation? To What Extent? " ,*Technological Forecasting & Social Change* , No. 69 , p. 681 – 701.
- Mueller , C. and , Herstutt , C.(2002) , *Inter Firm Cooperation: A Brief Overview of Current Theoretical Findings and Issues For Future*, Research. Int. J. Human Resource Development and management.
- Mumford, M.(2000), "Managing Creative People: Strategies and Tactics for Innovation " ,*Human Resource Management Review*, No.1.
- Milliken, F.(1996),"Three Types of Perceived Uncertainty about the Environment: State ,Effect, and Response Uncertainty", *Academy of Management Review*, 12(1) : 133-143.
- Nahapiet , J. & Ghoshal, S. (1998)," Social Capital , Intellectual & the Organizational Advantage " .*Academy of Management Review* , 23 : 242 -266.
- Parsons , T. and, Robert. F. (1955)," *Family Socialization and Interaction Process*", The Free Press, New York.
- Pelz , D. Andrews ,F. (1966), "Autonomy, Coordination and Stimulation in Relation to Scientific Achievement", *Behavioral Science*,Vol 2.
- Pelled , L. Eisenhardt & , K. Xin , K. (1999) , " Exploring the Black Box: An analysis of Work Group Diversity , Conflict and Performance " *Administrative Science Quarterly*, Vol. 44.
- Reiter- Palmon , R. Jody , J. (2004) ," Leadership and Creativity: Understanding Leadership from a Creative Probe-Solving Perspective" ; *The Leadership Quarterly* ,Volume 15 ,Issue 1.
- Bouthillier, F & Shearer, K. (2002) "*Understanding Knowledge -Management and Information Management: The Need for a Empirical Perspective*", Information Research.
- Sandar,S.Lieu & Alan J. Dubinsky, (2000) "Insinuation Entrepreneurship a Pan Ace for Universities in Transition", *European Journal of Marketing*, Vol.34, No.11/12.

- Tymon ,W.G. & S.A. Stumpf.(2003)," Social Capital in the Success of Knowledge Worker" *Career Development Turner International*, p.12-20.
- Ulhoi, J.P (2004), "*The Social Dimensions of Entrepreneurship*", DK- 8210 Aarhus V, Denmark Technovation.
- Watson, W. & Kumar, K. & Michaelson L.(2007),"*Cultural Diversity Impact on Interaction Process and performance: Comparing Homogeneous and Diverse Task*.
- Yeung, A. & David, O. & Stephen, W. & Mary, A.(1999),"*Organizational Learning Capability*" New York , oxford University press.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی