

تبیین نقش سرمایه‌اجتماعی و انتقال دانش در یادگیری سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان

عطاءاله هرندی^۱

چکیده

در شرکت‌های دانش‌بنیان یادگیری سازمانی سبب حفظ مزیت رقابتی و رشد و توسعه سازمانی می‌گردد. از طرفی خلق عملکرد نوآورانه و یادگیری سازمانی مستلزم برقراری ارتباطات اثربخش و پایدار با کلیه ذی‌نفعان و محیط عمومی سازمان است. سرمایه‌اجتماعی، شکلی از سرمایه است که سبب تسهیل در دسترسی به اطلاعات و منابع حیاتی به‌منظور ارتقاء عملکرد، یادگیری سازمانی و استفاده مناسب از فرصت‌های محیطی می‌گردد. پژوهش حاضر به‌دنبال طراحی چارچوبی توسعه‌یافته و نظام‌مند در خصوص مفاهیم سرمایه‌اجتماعی، نقش میانجی‌گری انتقال دانش و یادگیری سازمانی در ارتباط با هم و در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی است و از این طریق سعی دارد تا در گسترش مرزهای دانش موجود در این حوزه اقدام نماید. این تحقیق از نوع کاربردی با ماهیت پیمایشی است. داده‌های موردنیاز برای این تحقیق توسط نمونه‌گیری تصادفی از شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در زمینه فناوری اطلاعات در کشور ایران و به‌وسیله ابزار پرسشنامه جمع‌آوری شده‌است. همچنین از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده گردیده‌است. نتایج بدست‌آمده حاکی از آن است که سرمایه‌اجتماعی و انتقال دانش بر یادگیری سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی مؤثراند. همچنین نقش میانجی‌گری انتقال دانش در اثرگذاری سرمایه‌اجتماعی بر یادگیری سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی نیز مورد تأیید قرار گرفت.

واژگان کلیدی:

سرمایه‌اجتماعی، انتقال دانش، سرمایه‌ساختاری، سرمایه‌ارتباطی، سرمایه‌شناختی، یادگیری سازمانی.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی - مدیریت استراتژیک، دانشگاه علامه طباطبائی harandi@atu.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله:

با توسعه دانش و فناوری و گسترش حیطه‌های کسب‌وکار، بنگاه‌های اقتصادی گسترش یافته‌اند، و محیط کسب‌وکار به محیطی رقابتی و پر از چالش تبدیل گردیده‌است و الگوهای ذهنی جدیدی ظاهر شده‌اند که بقاء را برای بسیاری از بنگاه‌ها مشکل ساخته‌است. در چنین محیطی طبیعی است که الگوهای ذهنی رقابتی تغییر شکل دهند. بزرگ‌ترین امتیاز رقابتی در الگوهای ذهنی جدید کسب‌وکار، یادگیری بیان شده‌است. از این رو، مرکزیت الگوی ذهنی جدید، یادگیری است. بنابراین، سازمان‌هایی موفق‌تر هستند که زودتر، سریع‌تر و بهتر از رقبای یاد بگیرند. درست به همین دلیل است که مفهوم سازمان یادگیرنده و یادگیری سازمانی مطرح شده‌است. در سال‌های اخیر شاهد رشد روزافزون شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور ایران بوده‌ایم. این شرکت‌ها با تأکید بر سرمایه دانشی و ارائه محصولات و خدمات نوآورانه مبتکی بر فناوری‌های برتر، نقش با اهمیتی را در رشد و توسعه اقتصادی کشور ایفا می‌نمایند. تداوم فعالیت سازمان‌های دانشی در محیط کسب‌وکار متکی بر خلاقیت منابع انسانی، یادگیری سازمانی و استفاده از تکنیک‌ها و روش‌های هوشمندانه و نوآورانه است. از جمله عوامل کلیدی در فعالیتهای نوآورانه شرکت‌های دانش‌بنیان منابع انسانی، صلاحیت و شایستگی اعضا، انتقال دانش به درون سازمان و یادگیری مستمر سازمانی می‌باشد (Petrou & Daskalopoulou, 2013). از طرفی انتقال دانش و یادگیری سازمانی مستلزم برقراری ارتباطات اثربخش است. سرمایه‌اجتماعی، شکلی از سرمایه است که سبب تسهیل در دسترسی به اطلاعات و منابع حیاتی به‌منظور ارتقاء عملکرد و استفاده مناسب از فرصت‌های محیطی می‌گردد (Johnson & et al, 2013). سازمانی با سرمایه اجتماعی نیرومند، قادر به دسترسی سریع با زمانبندی مناسب به مجموعه متنوعی از اطلاعات به‌منظور خلق عملکرد نوآورانه است. این سرمایه نوعی دارایی ناملموس برای سازمان‌ها به شمار می‌آید و در این میان موفق‌ترین شرکت‌ها آن‌هایی هستند که از این دارایی به نحو مطلوب و در سریع‌ترین زمان ممکن استفاده نمایند. سرمایه‌اجتماعی از طریق مؤلفه‌هایی همچون اعتماد، مشارکت و همکاری در میان اعضا سبب تسهیم دانش و ارتقا یادگیری سازمانی شده و از این طریق ارتقاء و بهبود عملکرد نوآورانه را برای سازمان به‌همراه خواهد داشت (Turkina & et al, 2013). امروزه آنچه سبب موفقیت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان می‌گردد، برقراری ارتباطات پایدار با کلیه ذی‌نفعان و خلق مزیت رقابتی به‌وسیله یادگیری مستمر سازمانی در راستای ارائه محصولات و خدمات نوین می‌باشد. سرمایه‌اجتماعی مفهومی زیربنایی در درک نوآوری،

خلاقیت و پویایی سازمان به‌شمار می‌آید، چراکه از یک سو فرآیند نوآوری، خلاقیت و یادگیری گروهی را تحت تأثیر قرار داده و از سوی دیگر تحقق آن‌ها را تسهیل می‌نماید.

باوجود جامعیت مفهوم سرمایه‌اجتماعی در درون سازمان اما تحقیقات اندکی در خصوص تأثیرگذاری آن بر انتقال دانش و یادگیری سازمانی در شرکت‌های دانش‌محور موجود است که این امر ضرورت پژوهش در این حوزه را دوچندان می‌نماید. مسائل اصلی که در این پژوهش به‌دنبال یافتن پاسخی علمی برای آن‌ها هستیم این است که آیا سرمایه‌اجتماعی می‌تواند در ارتقاء یادگیری سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در زمینه فناوری اطلاعات در کشور ایران تأثیرگذار باشد؟ و آیا فرآیند انتقال دانش توسط همکاران می‌تواند در این اثرگذاری دارای نقش میانجی‌گری باشد یا خیر؟ پژوهش حاضر به‌دنبال طراحی چارچوبی توسعه‌یافته و نظام‌مند در خصوص مفاهیم سرمایه‌اجتماعی، انتقال دانش و یادگیری سازمانی در ارتباط با هم و در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی است و از این طریق به گسترش مرزهای دانش موجود در این حوزه کمک می‌نماید. با توجه به مطالب عنوان شده، اهمیت شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه اقتصادی کشور ایران، نوآوری موضوع تحقیق و نتایجی که از کاربرد آن برای مدیران و کارآفرینان شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی حاصل خواهد شد، ضرورت انجام مطالعه حاضر شکل گرفت.

ادبیات پژوهش

سرمایه‌اجتماعی

اصطلاح سرمایه‌اجتماعی برای اولین بار قبل از سال ۱۹۱۶، در مقاله‌ای توسط هانی فان^۱ از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد. اما، نخستین بار در اثر کلاسیک جین جاکوب^۲ (۱۹۶۱) با عنوان مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی به کار رفته است (Alguezaui & Filieri, 2010). در دهه ۱۹۷۰ گلن لوری^۳ اقتصاددان و همچنین ایوان لایت^۴ جامعه‌شناس، اصطلاح سرمایه‌اجتماعی را به‌منظور راهکاری برای حل مشکل توسعه اقتصادی درون شهری به کار بردند. لوری از تئوری سرمایه‌اجتماعی به‌منظور انتقاد از نظریات تئوکلاسیک‌ها و ناعادلانه بودن توزیع درآمد استفاده کرد (Taylor, 2011).

1 . Hanifan

2 . Jacobs

3 . Loury

4 . Lighte

بورديو^۱ (۱۹۸۰) اولین کسی بود که در حوزه سرمایه اجتماعی پژوهشی سیستماتیک را طراحی و اجرا نمود و این مفهوم را به عنوان یک تئوری مطرح کرد. او در زمینه توسعه مفهوم سرمایه اجتماعی و مزایایی که از آن به عنوان یک منبع سرمایه حاصل می شود، تحقیقات بسیاری نموده است. جیمز کلمن^۲ (۱۹۸۸)، نیز برای اولین بار این مفهوم را در آمریکای شمالی وارد عرصه سیاسی نموده است و تلاش های وی در آن زمان در اروپا توسط پوتنام^۳ پیگیری شده است. تئوری سرمایه اجتماعی عملاً با نظریه های بورديو، کلمن و پوتنام تکامل پیدا نموده است (Maurer & et al, 2011).

جین جاکوب سرمایه اجتماعی را در غالب شبکه های اجتماعی تعریف می کند که کار کردهایی در جامعه دارند و غیرقابل جایگزینی هستند. این کار کردها می تواند سبب توسعه اقتصادی در جوامع گردد (Algezau & Filieri, 2010). پیتر بورديو سرمایه اجتماعی را مجموع منابع واقعی و مجازی که به فرد یا گروه تعلق دارد و از طریق تصاحب شبکه های به نسبت پایدار از روابط آشنایی دوطرفه و شناخت اعمال می شود، تعریف می نماید. بورديو معتقد است سرمایه اجتماعی از ارتباطات و مشارکت اعضای سازمان با یکدیگر حاصل می گردد و می تواند به عنوان ابزاری به منظور رسیدن به سرمایه اقتصادی باشد (Chen & Lovvorn, 2011). پوتنام سرمایه اجتماعی را مجموعه ای از مفاهیم مانند: اعتماد، هنجارها، شبکه ها می داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تامین خواهد نمود. از نظر برت سرمایه اجتماعی همان داشتن دوستان، همراهان و ارتباطات عمومی تر است که به فرد فرصتهایی می دهد تا از سرمایه مالی و انسانی خود استفاده کنند (Algezau & Filieri, 2010).

ناهپیت و گوشال^۴ جز نخستین افرادی هستند که سرمایه اجتماعی را از دیدگاه سازمانی تعریف نموده اند. از دیدگاه آنان، سرمایه اجتماعی جمع منابع بالفعل و بالقوه موجود ناشی از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد از سازمان با فرد یا واحد اجتماعی دیگری از درون یا بیرون سازمان است. از نظر ایشان سرمایه اجتماعی یکی از دارایی های مهم سازمانی است که می تواند به سازمان ها در خلق و تسهیم دانش بسیار کمک کرده و برای آن ها در مقایسه با سازمان های دیگر مزیت رقابتی پایدار ایجاد نماید (Jansen & et al, 2013).

1 . Bourdieu

2 . Coleman

3 . Putnam

4 . Nahapiet & Ghoshal

ابعاد سرمایه‌اجتماعی

با مطالعه تحقیقات پیشین مشاهده می‌گردد که ابعاد مختلفی در خصوص اندازه‌گیری سرمایه‌اجتماعی مطرح گردیده‌است ولی با توجه به اینکه رویکرد اصلی ما در این تحقیق بررسی سرمایه‌اجتماعی در سازمان است تنها به بررسی ابعاد سرمایه‌اجتماعی در سازمان می‌پردازیم. همانگونه که مطرح گردید ناهاپیت و گوشال اولین محققینی بودند که سرمایه‌اجتماعی در سازمان را مطرح نمودند. ایشان جنبه‌های مختلف سرمایه‌اجتماعی را در درون سازمان در سه طبقه اصلی جای می‌دهند: سرمایه‌شناختی، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه‌ساختاری. در ادامه به توضیح هر کدام از این ابعاد می‌پردازیم.

سرمایه‌ساختاری

این بعد از سرمایه‌اجتماعی، به الگوی کلی تماس‌های بین افراد اشاره دارد. این بعد سعی در شناخت ارتباطات کلی و الگوی دسترسی افراد به یکدیگر دارد. جنبه‌های فراوانی به‌منظور معرفی این بعد عنوان گردیده‌است اما در این میان متداول‌ترین و مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارتند از:

روابط شبکه‌ای: پیشنهاد اصلی تئوری سرمایه‌اجتماعی این است که روابط شبکه‌ای، امکان دسترسی به منابع از جمله منابع اطلاعاتی را فراهم می‌سازد. روابط شبکه‌ای ایجادکننده کانال‌های اطلاعاتی هستند که میزان زمان و سرمایه‌گذاری موردنیاز برای گردآوری اطلاعات را کاهش می‌دهند. روابط شبکه‌ای با گروه‌ها، تیم‌ها، سازمان‌ها و نهادهای گوناگون منجر به ارتقاء دسترسی به اطلاعات و واکنش سریع در برابر تغییرات و تحولات درون و برون سازمانی می‌گردد (Totterman & Sten, 2005).

وضعیت و موقعیت روابط شبکه‌ای: کیفیت و کمیت روابط افراد با یکدیگر در شبکه‌های ارتباطی از جنبه‌های مهم سرمایه‌اجتماعی است که سبب تبادل و انتقال دانش می‌گردد. تراکم، پیوند و سلسله‌مراتب همگی از طریق تأثیر بر میزان تماس و قابلیت دسترسی اعضاء شبکه با یکدیگر سبب انعطاف‌پذیری و سهولت تبادل اطلاعات می‌شوند. میزان ارتباطاتی که افراد به‌منظور توسعه سهم دریافت اطلاعات در درون شبکه برقرار می‌کنند می‌تواند سبب افزایش و ارتقاء بعد ساختاری سرمایه‌اجتماعی گردد. به‌عنوان مثال، در شبکه‌ای که افراد با یکدیگر دارای پیوندهای ضعیف‌اند در مقایسه با شبکه‌ای که افراد آن از پیوندهای شخصی، کاری و تیمی بالایی برخوردارند، تبادل دانش و اطلاعات بسیار کم است. شبکه‌هایی که در آن‌ها ارتباطات و تعامل میان اعضاء شدت بیشتری دارد و

تراکم بالاتری حاکم است، تعامل اعضاء با یکدیگر و انتقال دانش و برقراری روابط مؤثر کاری بیشتر است (Yang & et al, 2011). از طرفی نیز می‌بایست توجه نمود که کیفیت این روابط نیز بسیار حائز اهمیت است. گاهی اوقات روابط و انتقال اطلاعات تنها به منظور انجام وظیفه و در حدی است که فرد از طرف گروه تنبیه نگردد. اما گاهی اوقات دیدگاه دوستانه و گروهی بر روابط حاکم است و پیروزی گروه اصل است، مسلم‌أدر چنین شرایطی است که سرمایه اجتماعی ارتقاء می‌یابد و سبب بهبود عملکرد گروهی می‌گردد (Clopton, 2011).

سازمان مناسب: سرمایه اجتماعی ایجادشده از جمله روابط، پیوندها، هنجارها و اعتماد در یک محیط خاص می‌تواند از یک محیط اجتماعی به محیط اجتماعی دیگر انتقال داده شود و بدین ترتیب بر الگوهای تبادل اجتماعی اثرگذار باشد. سازمان اجتماعی مناسب می‌تواند یک شبکه بالقوه دسترسی به افراد و منابع آن‌ها را فراهم آورد و این خود یک عامل انگیزشی قوی در میان کارکنان ایجاد نماید (Totterman & Sten, 2005).

سرمایه ارتباطی

عنصر رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بیان کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعامل‌هایشان برقرار می‌کنند. مهم‌ترین جنبه‌های بعد ارتباطی عبارتند از:

اعتماد: تحقیقات گذشته نشان می‌دهند که در محیط‌های اجتماعی که سطح بالایی از اعتماد وجود دارد، افراد تمایل فراوانی به تبادل اجتماعی، ارتباطات بیشتر و تعامل همکارانه دارند که این امر به نوبه خود سبب تسهیل جریان اطلاعات در سازمان و اشتراک و تولید دانش می‌گردد. اعتماد تأمین کننده ارتباطات و گفتمان است و می‌تواند سبب کمک افراد به یکدیگر به خصوص در شرایط ابهام و عدم اطمینان گردد.

هنجارها: ارزش‌های اصولی حاکم در میان اعضاء گروه در مرحله اول می‌تواند شکل دهنده اعتماد میان اعضاء گردد و در گام بعد سبب برقراری ارتباطاتی اثربخش شود. هنجارها می‌توانند هماهنگ کننده فعالیت‌های گروهی گردند و از این طریق به اثربخشی گروه کمک نمایند. هنگامی که میان اعضاء گروه اصول و هنجارهایی حاکم می‌شود که کلیه اعضاء به آن‌ها معتقدند، نوعی احساس یگانگی و وحدت حاکم می‌گردد و سرمایه اجتماعی اعضاء ارتقا می‌یابد.

الزامات و انتظارات نقش: نشان دهنده یک تعهد یا وظیفه به منظور انجام فعالیتی در آینده است.

الزامات سبب ایجاد انتظارات در درون روابط شخصی و میان گروهی می‌گردد که می‌تواند بر دسترسی وانگیزش افراد و گروه‌ها به‌منظور تبادلات اثربخش و ارتقاء سرمایه‌اجتماعی مؤثر باشد.

هویت: فرآیندی است که در آن افراد احساس می‌کنند با فرد یا گروهی از افراد دیگر، عضو یک گروه واحد هستند. هویت و احساس یکی کردن سبب نگرانی در خصوص نتایج جمعی و عملکرد گروهی می‌گردد که این خود سبب ارتقاء همکاری، تبادل دانش و اطلاعات و همیاری می‌گردد (Wickramasinghe & Weliwitigoda, 2011).

سرمایه‌شناختی

عنصر شناختی سرمایه‌اجتماعی، اشاره به منابعی دارد که فراهم‌کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سامانه‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است. سرمایه‌شناختی بازتابی از میزان تعهد و دفاع اعضای تیم از هدف و رسالت خود است. مهم‌ترین جنبه‌های عنصر شناختی عبارتند از:

اهداف مشترک: یکی از مهم‌ترین جنبه‌های سرمایه‌شناختی، اهداف مشترک میان اعضای تیم می‌باشد. اهداف مشترک احساس وحدت و یگانگی به کلیه اعضای گروه می‌بخشد و آن‌ها را جهت رسیدن به نتیجه مطلوب متحد می‌نماید. هر چه تعهد و وفاداری اعضای تیم به هدف‌های مشترک بیشتر باشد، ارتباطات، همکاری، انتقال دانش و همیاری آنان به‌منظور کسب هدف‌ها بیشتر بوده و تیم از سرمایه‌اجتماعی بالاتری بهره‌مند می‌باشد (Yang & et al, 2011).

زبان و کدهای مشترک: بر مشارکت اجتماعی، ترکیب دانش، ارتباطات درون تیمی اثرگذار است. زبان دارای کارکردهای مهمی در روابط اجتماعی می‌باشد زیرا ابزاری است که افراد از طریق آن با یکدیگر بحث می‌کنند، ارتباط برقرار می‌کنند، اطلاعات را مبادله می‌نمایند و امور تجاری و سازمانی خود را به انجام می‌رسانند. زبان بر ادراک تأثیرگذار است و همچنین کدها نیز چارچوب مرجعی را برای مشاهده و تفسیرمان از محیط فراهم می‌کنند. زبان مشترک قابلیت ترکیب اطلاعات و تسهیم آن میان اعضا را افزایش می‌دهد و سبب القای احساس یگانگی و وحدت به افراد تیم می‌شود. همگی عواملی که ذکر شد سبب ارتقاء سرمایه‌شناختی افراد تیم می‌گردد.

حکایات مشترک: علاوه بر زبان و کدهای مشترک، محققین معتقدند که اسطوره‌ها، داستان‌ها و استعاره‌ها همگی ابزار قدرتمندی در اجتماع به‌منظور ایجاد، تبادل و نگهداری مجموعه‌های غنی معانی‌اند. حکایات می‌تواند منجر به تبادل تجربیات پنهان در بین متخصصان گردد و ظهور حکایت‌های

مشترک در یک اجتماع سبب خلق و انتقال تفسیرهای جدیدی از رویدادها شده و ترکیب اشکال مختلف دانش را که عموماً به صورت پنهان‌اند، تسهیل نموده و سرمایه‌اجتماعی اعضا را ارتقاء می‌دهد (Chen & Lovvorn, 2011).

بررسی نقش سرمایه‌اجتماعی در انتقال دانش

انتقال اطلاعات و دانش در سطح خرد و کلان در میان افراد و سازمان‌ها، نیازمند تسهیل و تسریع است. تمام عواملی که مشوق ارتباط بین فردی یا مانع آن باشند، بر مبادلات اطلاعاتی افراد تأثیرگذار خواهند بود به همین دلیل است که اهمیت ارتباطات و تعامل مبتنی بر اعتماد میان افراد در گسترش و کاربرد دانش مورد تأکید قرار گرفته‌است. با برقراری ارتباطات و تعاملات مبتنی بر اعتماد میان افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها، اثربخشی مبادلات اطلاعاتی و در نتیجه اثربخشی مدیریت دانش ارتقاء می‌یابد. بنابراین گسترش فرهنگ و جوی در سازمان که این نوع ارتباطات و تعاملات را ترغیب نماید، از ضروریات مدیریت دانش است (Martinez & et al, 2012). مطالعات تجربی که ارتباطات میان سرمایه‌اجتماعی و مدیریت دانش را بررسی کرده‌اند گستردگی زیادی ندارند. آدلر و کان^۱ (۲۰۰۲)، در مطالعه خود نشان دادند که میان سرمایه‌اجتماعی و انتقال دانش ارتباط معناداری وجود دارد. داس و تنگ^۲ (۲۰۰۲)، نشان داده‌اند که وجود سرمایه‌اجتماعی در سازمان، بر تسهیل و انتقال دانش در میان اعضا و شبکه‌ها تأثیرگذار بوده و منجر به بهبود عملکرد می‌گردد (مظلومی و هرندی، ۱۳۹۳). چن و لوورن^۳ (۲۰۱۳)، در مقاله خود نقش سرمایه‌اجتماعی را در سرعت بخشیدن به انتقال دانش مورد بررسی قرار داده‌اند. ایشان یکی از نکات اصلی و کلیدی انتقال دانش بخصوص در شرکت‌های چندملیتی را توانایی فرهنگ سازمان در سرعت بخشیدن به انتقال دانش عنوان می‌کنند و بیان می‌دارند که جو عدم اطمینان و ارتباطات نامناسب اصلی‌ترین عامل کاهش سرعت انتقال دانش (بخصوص دانش نوین) است. در این پژوهش نقش جوامع اجتماعی درون سازمان و ارتباطات اثربخش مبتنی بر اعتماد میان اعضای درون گروه به‌عنوان عاملی اثربخش در تسریع فرآیند انتقال دانش به اثبات رسیده‌است (Chen & Lovvorn, 2011). مورر^۴ (۲۰۱۱)، در مقاله خود بیان می‌کند که سرمایه‌اجتماعی قوی از طریق انتقال دانش می‌تواند تأثیر بیشتری بر نوآوری سازمانی داشته باشد و سبب ارتقاء نوآوری در

1 . Adler & Kwon

2 . Das & teng

3 . Chen & Lovvorn

4 . Maurer

سازمان گردد. او همچنین یادآور می‌شود که ساختار منعطف، سیستم‌ها اطلاعاتی توانمند، سیستم پاداش مناسب و جلب اعتماد افراد از جمله عوامل اساسی در مدیریت دانش است اما در نهایت تأکید می‌کند که این عوامل می‌بایست تحت تأثیر فرهنگ سازمانی مبتنی بر اعتماد و ارتباطات اثربخش به حرکت درآیند تا به حداکثر اثربخشی خود برسند (Maurer & et al, 2011).

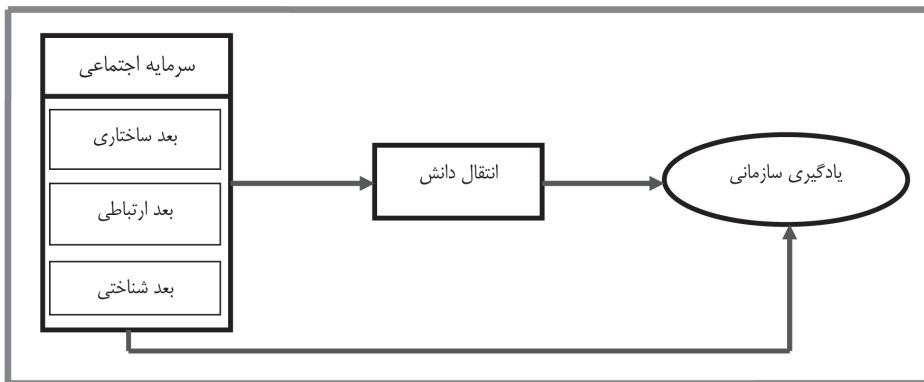
بررسی نقش سرمایه‌اجتماعی در یادگیری سازمانی

یادگیری سازمانی از طریق به اشتراک گذاشتن بصیرت‌ها، دانش، تجربه و الگوهای ذهنی اعضای سازمان حاصل می‌شود. یادگیری سازمانی برپایه دانش و تجربه‌ای که در حافظه سازمان وجود دارد بنا می‌شود و به سازوکارهایی مانند سیاست‌ها، راهبردها و الگوهای برروی ذخیره دانش متکی است. در حقیقت افراد و گروه‌ها عواملی هستند که از طریق آن‌ها یادگیری سازمانی محقق می‌شود. آرگریس (۱۹۹۹) نیز یادگیری سازمانی را در گرو به اشتراک گذاشتن دانش، باورها و مفروضات در میان افراد تیم‌ها می‌داند. مقیاس‌های استفاده‌شده در این یادگیری تلاش می‌کنند تا ادراک افراد در خصوص ذخیره دانش، فرهنگ، چشم‌انداز و راهبردها و نظام‌های سازمانی را مورد ارزیابی قرار دهند. پترو^۱ و همکارانش (۲۰۱۳)، به نقش سرمایه‌اجتماعی در انسجام گروهی و تأثیری که بر یادگیری سازمانی می‌گذارد اشاره می‌کنند. آنان بیان می‌کنند که سرمایه‌اجتماعی در میان اعضای گروه سبب شکل‌گیری شخصیتی گروه می‌گردد و انسجام و یکپارچگی را در میان اعضای ارتقاء می‌دهد که سبب ارتقاء کمک به یکدیگر و رفتارهای شهروندی سازمانی در میان اعضا می‌گردد. گروهی با سرمایه‌اجتماعی بالا داده‌ها و اطلاعات را در میان خود سریع‌تر به جریان در می‌آورد و گردش دانش و تجربیات اعضای در نتیجه ارتباطات مستمر و پایدار مبتنی بر اعتماد سبب تبدیل دانش ضمنی به دانش آشکار و تسهیل انتقال دانش و ارتقاء یادگیری سازمانی می‌گردد (Petrou & Daskalopoulou, 2013). آهوجا (۲۰۰۰)، در تحقیقی منافع سرمایه‌اجتماعی در واحدهای تحقیق و توسعه را بر می‌شمارد و بیان می‌کند که سرمایه‌اجتماعی در این واحدها انسجام واحد را ارتقاء بخشیده، یادگیری سازمانی و نوآوری را تقویت می‌کند. نویسنده خاطرنشان می‌کند سرمایه‌اجتماعی در این واحدها می‌تواند به صورت تعهد رسمی یا غیررسمی میان اعضا برقرار گردد و سبب ارتقاء انسجام اعضا در پروژه‌های خود گردد. با توجه به نقش روزافزون یادگیری سازمانی و گسترش سازمان‌های دانش‌بنیان که

مزیت رقابتی آنان مبتنی بر یادگیری مستمر، نوآوری و خلق محصولات و خدمات جدید می‌باشد و همچنین با توجه به تأثیر شگرفی که سرمایه‌اجتماعی بر ارتقاء نوآوری گروهی و سازمانی دارد، ضرورت کسب و ارتقاء سرمایه‌اجتماعی در سازمان‌های مبتنی بر دانش امری ضروری و حائز اهمیت است (Alguezaui & Filieri, 2010).

۱- مدل مفهومی تحقیق

در این بخش مدلی مفهومی به‌منظور بررسی نقش میانجی‌گری انتقال دانش در تأثیر سرمایه‌اجتماعی بر یادگیری سازمانی با توجه به مطالعات انجام‌شده و بررسی سازه‌های ممکن در شکل (۱) ارائه شده است. با توجه به مطالعات لورین^۱ (۱۹۹۷)، در خصوص یادگیری سازمانی و همچنین مطالعات مورر (۲۰۱۱) که نقش میانجی‌گری انتقال دانش را در تأثیر سرمایه‌اجتماعی بر عملکرد سازمان مورد بررسی قرار داده‌است و همچنین مبنای تئوریک ناهاپیت و گوشال از سرمایه‌اجتماعی در سازمان، مدل مفهومی زیر شکل گرفته‌است. این چارچوب دارای سه متغیر سرمایه‌اجتماعی (متغیر مستقل)، انتقال دانش (متغیر میانجی) و یادگیری سازمان (متغیر وابسته) است.



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

۲- فرضیات تحقیق

- سرمایه‌اجتماعی بر انتقال دانش در سازمان مؤثر است.
- سرمایه‌اجتماعی بر یادگیری سازمانی مؤثر است.

- انتقال دانش بر یادگیری سازمانی مؤثر است.
- سرمایه‌اجتماعی از طریق انتقال دانش بر یادگیری سازمانی مؤثر است.

۳- روش‌شناسی تحقیق

مطالعه حاضر از نوع تحقیقات کاربردی با ماهیت پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در حوزه فناوری اطلاعات کشور ایران در نظر گرفته شده‌است. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده و به‌منظور تعیین حجم نمونه با توجه به حجم جامعه که اطلاعات آن از سایت معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری استخراج گردیده، از جدول مورگان استفاده شده‌است. با استفاده از این جدول حجم نمونه ۳۳۱ بدست آمد. اطلاعات موردنیاز از طریق توزیع پرسشنامه الکترونیکی جمع‌آوری گردیده‌است. پرسشنامه تحقیق حاضر براساس تلفیقی از پرسشنامه به‌کاررفته در بخش یادگیری سازمانی نیفه (۲۰۰۱)، انتقال دانش مورر (۲۰۱۱) و پرسشنامه به‌کاررفته در بخش سرمایه‌اجتماعی تحقیق توتهمن (۲۰۰۵) و پس از بومی‌سازی با استفاده از نظرات متخصصین و کارشناسان این حوزه (توسط تکنیک پنل دلفی)، در غالب مقیاس ۵ رتبه‌ای لیکرت به‌صورت الکترونیکی تهیه و تدوین شده‌است. به‌منظور ارتقاء کیفیت داده‌های بدست آمده و پوشش نقاط ضعف پرسشنامه‌های الکترونیکی، تعداد ۴۰۰ پرسشنامه به‌صورت الکترونیکی و از طریق ایمیل ارسال گردیده که ۳۲۹ عدد پرسشنامه به‌صورت صحیح تکمیل گردید و اطلاعات آن در تجزیه و تحلیل داده‌ها مورد‌استفاده قرار گرفته‌است. به‌منظور سنجش روایی پرسشنامه، دو نوع روایی محتوا و روایی همگرا در نظر گرفته شد. اعتبار محتوای پرسشنامه با اتکاء به نظر متخصصان و کارشناسان محترم تأیید و اصلاحات لازم به عمل آمد. اعتبار همگرا به این اصل برمی‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند. بدین منظور می‌بایست میانگین واریانس‌های خروجی (AVE) از ۰/۵ بیشتر باشد. ضرایب AVE نشان می‌دهند که چه درصدی از واریانس متغیر مدل، به‌وسیله یک مؤلفه مجزا تشریح شده‌است. نتایج خروجی از پی‌ال‌اس نشان می‌دهد که تمامی متغیرها دارای AVE بالاتر از ۰/۵ هستند. در این صورت نتیجه گرفته می‌شود که مؤلفه‌ها می‌توانند به اندازه کافی واریانس متغیرهای مدل پژوهش را تشریح نمایند. بنابراین ابزار اندازه‌گیری تحقیق حاضر از روایی مناسبی برخوردار است. جهت محاسبه ضریب پایایی پرسشنامه و اطمینان از هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری تحقیق از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. آلفای کرونباخ متغیرهای پرسشنامه نشان‌دهنده پایابودن

پرسشنامه پژوهش حاضر می‌باشد.

جدول (۱): نتایج روایی و پایایی پرسشنامه

متغیرها	Cronbach's Alpha	AVE
سرمایه اجتماعی	۰/۷۶۰۲	۰/۶۷۶۶
انتقال دانش	۰/۷۸۴۰	۰/۶۶۶۲
یادگیری سازمانی	۰/۹۱۰۰	۰/۵۱۲۲

جدول (۲): گویه های پرسشنامه

سازه‌ها	گویه‌ها
	سرمایه اجتماعی
بعد ساختاری	<p>Q1: سازمان به‌منظور پیدانمودن و دسترسی به منابع مناسب کمک‌های فراوانی را به کارکنان خود ارائه می‌دهد.</p> <p>Q2: سازمان ما توانایی لازم برای فراهم‌آوردن منابع کمیاب مناسب را دارد.</p> <p>Q3: کارکنان در سازمان با یکدیگر تعامل دارند و از سایر شبکه‌های ارتباطی در سازمان نیز بهره‌مند می‌شوند.</p> <p>Q4: امکان بهره‌مندی کارکنان از کمک سایر همکاران و یا افراد دیگری که در شبکه ارتباطی وجود دارند زیاد است.</p> <p>Q5: محیط سازمان سبب برانگیختن روابط ارتباط و تعاملات اجتماعی کارکنان با یکدیگر می‌گردد.</p> <p>Q6: کیفیت روابط میان کارکنان در سطح مطلوبی است.</p> <p>Q7: کمیت و تعدد روابط کاری درون واحدها در سطح بالایی است.</p> <p>Q8: تعاملات اجتماعی و ارتباطات در میان کارکنان با یکدیگر در سطح مطلوبی می‌باشد.</p> <p>Q9: ارتباطات اثربخش افراد در یک واحد به‌عنوان الگویی به سایر واحدهای سازمان انتقال می‌یابد</p>

سازه‌ها	گویه‌ها
بعد ارتباطی	<p>Q10: کارکنان نسبت به تحقق اهداف مشترک سازمانی متعهد می‌باشند.</p> <p>Q11: کارکنان تمام تلاش خود را در راستای تحقق اهداف مشترک سازمانی به انجام می‌رسانند.</p> <p>Q12: وفاداری کارکنان به سازمان در حد مطلوبی است.</p> <p>Q13: کارکنان به ارزش‌ها و معیارهای اصولی سازمان معتقدند.</p> <p>Q14: کارکنان سازمان در برقراری ارتباط و انتقال مفاهیم به یکدیگر مشکلی ندارند.</p> <p>Q15: کارکنان از تاریخچه و اتفاقات مهم سازمان در گذشته مطلع می‌باشند.</p>
بعد شناختی	<p>Q16: کارکنان این سازمان متناسب با معیارها و ارزش‌های اصولی سازمان و واحدهای آن استخدام شده‌اند.</p> <p>Q17: سطح بالایی از اعتماد و اعتبار بین کارکنان با یکدیگر وجود دارد.</p> <p>Q18: رقابت بین کارکنان بر سطح اعتماد بین آنان در سازمان تأثیرگذار است.</p> <p>Q19: نقش فردی کارکنان در ایجاد اعتماد، شبکه‌ها و تعاملات اجتماعی زیاد است.</p> <p>Q20: سطح تعهد بین کارکنان در روابط و فعالیت‌های مشارکتی آنان تأثیرگذار است.</p> <p>Q21: کارکنان به وظایف و الزامات نقش خود و دیگر همکاران خود آگاه‌اند.</p> <p>Q22: کارکنان خود را با سازمان تعیین هویت می‌کنند.</p> <p>Q23: کارکنان از اینکه عضو این سازمان هستند احساس افتخار می‌کنند.</p> <p>Q24: هنجارهای مشترک و مستحکمی در میان کارکنان ایجاد شده‌است.</p>
انتقال دانش	
	<p>Q25: کارکنان سازمان با سایر همکاران خود در مورد پروژه‌ها و فعالیت‌ها خود بحث و گفت‌وگو می‌کنند.</p> <p>Q26: کارکنان سازمان تجربیات شخصی خود را به دیگران انتقال می‌دهند.</p> <p>Q27: از طریق فعالیت‌های کاری مختلف کارکنان سازمان اطلاعات در خورتوجهی در مورد بازار به دست می‌آورند.</p> <p>Q28: کارکنان سازمان با سایر همکاران خود (افرادی که در یک پروژه کاری با هم همکار نیستند) در مورد ایده‌های جدیدی که در پروژه مطرح می‌شود، بحث و گفتگو می‌کنند.</p> <p>Q29: کارکنان سازمان با سایر همکاران خود در مورد تکنولوژی و محصولات کاری خود بحث و گفتگو می‌کنند.</p>

سازه‌ها	گویه‌ها
یادگیری سازمانی	
مهارت‌های فردی	Q30: من در سازمان فرصت کار کردن بر روی موقعیت‌های چالش برانگیز را دارا هستم. Q31: آموزش‌های مهارتی که دریافت می‌کنم را می‌توانم به‌منظور بهبود عملکردم بکار گیرم. Q32: در سازمان ما کارکنان نیاز دارند تا به‌طور مستمر دانش و سطح تحصیلات خود را ارتقاء بخشند.
	Q33: کارکنان معمولاً از بارخوردها یاد می‌گیرند و واکنش‌های خود را تغییر می‌دهند. Q34: کارکنان اغلب با تغییر روش‌ها و فنون قدیمی، سعی در بهبود عملکرد خود دارند.
	Q35: مدیران و کارکنان در این سازمان چشم‌انداز مشترکی از اینکه کارها می‌بایست چگونه انجام شوند، دارند.
یادگیری تیمی	Q36: کارکنان از بخش‌های مختلف سازمان در گروه‌های حل مسئله و اتخاذ تصمیم‌گیری شرکت دارند. Q37: آموزش در سازمان ما از طریق تیم‌های کاری صورت می‌پذیرد.
تفکر سیستمی	Q38: افراد و تیم‌ها موظف‌اند تا علل موفقیت‌ها و شکست‌ها را تدوین نمایند. Q39: کارکنان به درک دیدگاه‌های افراد در موقعیت‌های دیگر تشویق می‌شوند.

۴- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش از مدل‌یابی معادلات ساختاری^۱ و روش حداقل مربعات جزئی^۲ جهت آزمون فرضیات و برازندگی مدل استفاده شده است. در تحقیقاتی که هدف، آزمون مدل خاصی از رابطه بین متغیرهاست از تحلیل مدل معادلات ساختاری استفاده می‌شود. مدل‌یابی معادلات ساختاری یک تکنیک بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چندمتغیری و به بیان دقیق‌تر، بسط مدل خطی عمومی^۳ است

- 1 . Structural Equation Model (SEM)
- 2 . Partial Least Squares (PLS) path modeling
- 3 . General Linear Model (GLM)

که به محقق امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به گونه‌ای همزمان مورد آزمون قرار دهد. این مدل یک رویکرد جامع برای آزمون فرضیات درباره روابط متغیرهای مشاهده شده و مکنون است. در این تحقیق به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس و روش دومرحله‌ای حداقل مربعات جزئی پیشنهاد شده توسط هالاند^۱ (۱۹۹۹) برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است که در گام اول از تحلیل عاملی تأییدی و در گام دوم از تحلیل مسیر برای تحلیل روابط بین سازه‌ها بهره می‌برد. مدل‌یابی به کمک روش حداقل مربعات جزئی در حوزه‌های متنوع از جمله منابع انسانی کاربرد دارد (Wen, 2010). پی‌ال‌اس و لیزرل دو نمونه اصلی از نگرش‌های معادلات ساختاری جهت بررسی روابط متغیرهای مکنون هستند (Liljander & van Riel, 2009). پی‌ال‌اس نگرشی مبتنی بر واریانس است که در مقایسه با تکنیک‌های مشابه معادلات ساختاری همچون لیزرل و آموس نیاز به شروط کم‌تری دارد (Wen, 2010). به‌طور مثال، برخلاف لیزرل، مدل‌یابی مسیر پی‌ال‌اس برای کاربردهای واقعی مناسب‌تر است به‌ویژه هنگامی که مدل‌ها پیچیده‌تر هستند از این نگرش مطلوب‌تر خواهند بود. البته مزیت اصلی آن در این است که این نوع مدل‌یابی نسبت به لیزرل به تعداد کمتری از نمونه نیاز دارد. پی‌ال‌اس همزمان دو مدل را بررسی می‌کند: مدل بیرونی که ارتباط متغیرهای آشکار با متغیرهای پنهان را بررسی می‌کند و مدل درونی که ارتباط متغیرهای آشکار با متغیرهای آشکار دیگر را اندازه‌گیری می‌کند. از طریق پی‌ال‌اس می‌توان ضرایب رگرسیون استاندارد را برای مسیرها، ضرایب تعیین را برای متغیرهای درونی و اندازه شاخص‌ها را برای مدل مفهومی بدست آورد (Haenlein & Kaplan, 2004). این روش به‌عنوان روشی قدرتمند در شرایطی که تعداد نمونه‌ها و گویه‌های اندازه‌گیری کم است و توزیع متغیرها نامعین است، مطرح می‌شود. لذا، جایگزینی مناسب برای روش‌های تشریح کواریانس همچون لیزرل و آموس می‌باشد (Zhang, 2009).

۵- یافته‌های تحقیق

۵-۱- سیمای آزمودنی‌ها

نتایج حاصل از بررسی وضعیت جمعیت شناختی نمونه مورد بررسی در جدول ۲ آمده است.

جدول (۳): یافته‌های جمعیت‌شناختی

درصد	فراوانی	ویژگی جمعیت‌شناختی	
۷۵/۳۷	۲۴۸	مرد	جنسیت
۲۴/۶۳	۸۱	زن	
۱۶/۴۱	۵۴	۲۵-۲۰	سن
۵۶/۵۳	۱۸۶	۳۰-۲۵	
۱۶/۱۰	۵۳	۴۰-۳۰	
۸/۲	۲۷	۵۰-۴۰	
۲/۷	۹	بالتر از ۵۰	سطح تحصیلات
۶/۰۷	۲۰	زیر لیسانس	
۵۴/۱۰۳	۱۷۸	لیسانس	
۲۹/۱۷	۹۶	فوق لیسانس	
۱۰/۶۳	۳۵	دکتری	تاهل
۲۵/۲۲	۸۳	مجرد	
۶۴/۱۳	۲۱۱	متاهل	
۱۰/۶۳	۳۵	سایر	

۵-۲ شاخص‌های برازندگی مدل

با آن که انواع گوناگون آزمون‌ها که به‌گونه کلی، شاخص‌های برازندگی^۱ نامیده می‌شوند پیوسته در حال مقایسه، توسعه و تکامل هستند اما هنوز در مورد حتی یک آزمون بهینه توافق همگانی وجود ندارد. معیار کلی برای روش حداقل مربعات جزئی در نظر گرفته‌شده که این معیار، جی-اف^۲ نام دارد. شاخص‌های این معیار کرانی از صفر تا یک را دربر دارند و به چهار شاخص مطلق، نسبی، مدل درونی و مدل بیرونی تقسیم می‌شوند (Zhang, 2009). شاخص‌های مطلق و نسبی، شاخص‌های توصیفی و کیفی هستند بدین معنا که استنباطی مبتنی بر قضاوت در مورد معناداری آماری از ارزش‌های آن‌ها وجود ندارد. مطالعات نشان می‌دهند که ارزش شاخص نیکویی برازش بیشتر از آنکه به مدل بیرونی بستگی داشته باشد به مدل درونی وابسته است. همانطور که در جدول برازندگی مدل ملاحظه می‌شود،

1 . Fit Index

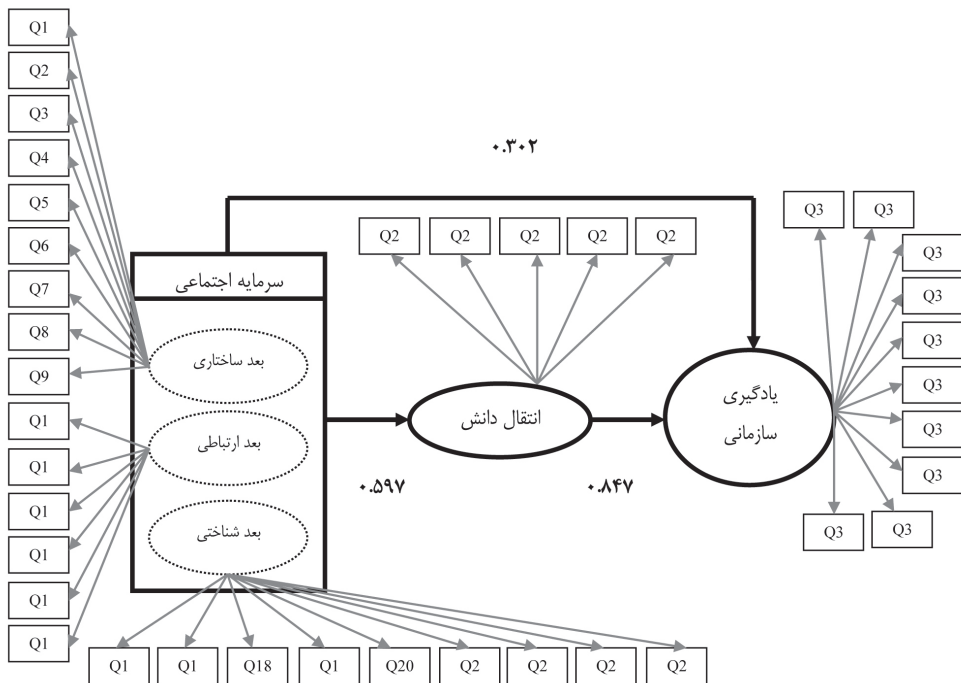
2 . Gof

مقادیر شاخص های مدل نمایانگر برازندگی خوب مدل بوده و مدل تحقیق حاضر مورد تأیید قرار می گیرد.

جدول (۴): شاخص های برازندگی مدل

مقدار	شاخص های برازندگی مدل
۰/۶۵۱	مطلق
۰/۸۴۳	نسبی
۰/۹۵۵	مدل بیرونی
۰/۸۷۲	مدل درونی

مطالعات نشان می دهد که ارزش شاخص نیکویی برازش بیشتر از آنچه که به مدل بیرونی بستگی داشته باشد به مدل درونی بستگی دارد.



شکل شماره (۲): تحلیل مسیر

۳-۵ تحلیل مسیر

تحلیل مسیر، گسترش روش‌های رگرسیون و در حقیقت، کاربرد رگرسیون چندمتغیری در ارتباط با تدوین بارز مدل‌های علی است. هدف آن بدست آوردن برآوردهای کمی از روابط علی بین مجموعه‌ای از سازه‌هاست. استنباط‌ها به‌واقع به مسیرهایی بستگی دارد که طرح مطالعه مشخص کرده‌است. در تحلیل مسیر روابط بین متغیرها در یک جهت جریان می‌یابند و به‌عنوان مسیرهای متمایز در نظر گرفته می‌شوند.

۴-۵ بررسی فرضیه‌های تحقیق

جدول (۵): بررسی فرضیه‌های اول، دوم و سوم

مسیر مستقیم	ضریب مسیر	آماره آزمون	سطح خطا استاندارد	نتیجه
سرمایه اجتماعی ← انتقال دانش	۰/۵۹۷	۶/۲۵۱	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
سرمایه اجتماعی ← یادگیری سازمانی	۰/۳۰۲	۶/۳۲۵	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
انتقال دانش ← یادگیری سازمانی	۰/۸۴۷	۵/۹۸۵	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه

در فرضیه اول ضریب مسیر ۰/۵۹۷ است و با توجه به سطح خطای استاندارد که برابر ۰/۰۰۰ شده‌است و کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد می‌توان اعلام نمود که با احتمال ۹۵٪ سرمایه‌اجتماعی بر انتقال دانش مؤثر است و فرضیه اول مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین مسیر مستقیم تأثیر سرمایه‌اجتماعی و انتقال دانش بر یادگیری سازمانی به ترتیب با ضریب مسیرهای ۰/۲۵۴ و ۰/۶۵۲ در سطح خطای استاندارد معنادار بوده و با احتمال ۹۵٪ می‌توان بیان نمود که سرمایه‌اجتماعی و انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه سازمان مؤثر است.

جدول (۶): بررسی فرضیه چهارم

مسیر غیرمستقیم	از طریق	ضریب مسیر	نتیجه
سرمایه اجتماعی ← یادگیری سازمانی	انتقال دانش	۰/۵۰۵	تأیید فرضیه

در فرضیه چهارم نقش میانجی‌گری انتقال دانش در تأثیر سرمایه‌اجتماعی بر یادگیری سازمانی

مورد بررسی قرار گرفته‌است که برابر است با حاصلضرب اثر مستقیم سرمایه‌اجتماعی بر انتقال دانش در اثر انتقال دانش بر یادگیری سازمانی:

$$0/597 \times 0/847 = 0/505$$

با توجه به نتایج بدست آمده مشاهده می‌شود که تأثیر سرمایه‌اجتماعی به‌وسیله متغیر میانجی انتقال دانش بر یادگیری سازمانی بیشتر از تأثیر مستقیم سرمایه‌اجتماعی بر یادگیری سازمانی است و بدین صورت نقش میانجی‌گری انتقال دانش و فرضیه چهارم نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

۶- بحث و نتیجه‌گیری

همانگونه که مشاهده گردید به‌دلیل تحقیقات تئوریک و تجربی اندک در زمینه تأثیر سرمایه‌اجتماعی بر یادگیری سازمانی و عوامل مؤثر بر این اثرگذاری، این مقاله مدل توسعه‌یافته‌ای بدین منظور طراحی و به مرحله آزمون گذارد. یافته‌های تجربی به‌طور وسیع از مدل تئوریک پژوهش حاضر حمایت می‌کنند و علاوه بر تأیید اثرگذاری سرمایه‌اجتماعی بر انتقال دانش و یادگیری سازمانی، نقش میانجی‌گری انتقال دانش در تأثیرگذاری سرمایه‌اجتماعی بر یادگیری سازمانی را نیز مورد تأیید قرار می‌دهند.

یافته‌های حاصل از فرضیه اول تأثیر سرمایه‌اجتماعی کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی را بر انتقال دانش مورد تأیید قرار می‌دهد. وجود سرمایه‌اجتماعی قوی میان کارکنان سبب تسهیل ارتباطات مبتنی بر اعتماد در میان اعضا گردیده که این امر به‌نوبه خود سبب انتقال دانش و تجربیات اعضای تیم به یکدیگر و تسهیل فرآیند دانش‌ضمنی به دانش آشکار می‌گردد. نتایج حاصل از این بخش هم راستا با مطالعات چن و لوورن (۲۰۱۳)، اندرسن و هانستد^۱ (۲۰۱۳)، وی و همکاران (۲۰۱۱)، آدلر و کان (۲۰۰۲) و داس و تنگ (۲۰۰۲) می‌باشد (Andersen & Hanstad, 2013., Wei & et al, 2011).

فرضیه دوم این پژوهش پاسخ‌گوی یکی از سؤالات اصلی این تحقیق می‌باشد و تأثیر سرمایه‌اجتماعی کارکنان را بر یادگیری سازمانی به اثبات می‌رساند. همانگونه که مطرح گردید در شرکت‌های دانش‌بنیان یادگیری مستمر، نوآوری در عملکرد و ارائه محصولات و خدمات جدید از ارکان بقای آن‌ها محسوب می‌گردد. بنابراین بسیار حائز اهمیت است عواملی کلیدی که منجر به ارتقاء فعالیت‌های نوآورانه در اینگونه سازمان‌ها می‌گردند شناسایی شوند. پترو و همکاران (۲۰۱۳)، بیان می‌دارند که سرمایه‌اجتماعی از طریق ارتقاء انسجام و همکاری گروهی و شخصیت‌بخشیدن به گروه سبب ارتقاء رفتارهای شهروندی سازمانی و همدلی میان اعضا گردیده و از این رهگذر بر انتقال تجارب و یافته با هدف طراحی سازمانی

یادگیرنده مؤثر بوده و در ارتقاء عملکرد نوآورانه اعضای تیم مؤثر می‌باشد. آهوجا (۲۰۰۰)، نیز در مطالعه خود تأثیر سرمایه‌اجتماعی بر یادگیری سازمانی و بهبود عملکرد را به اثبات رسانیده بود که یافته حاصل از این بخش با این تحقیقات هم‌سو می‌باشد.

در فرضیه سوم نقش انتقال دانش بر یادگیری سازمانی مشخص می‌گردد. سازمان‌های دانش‌بنیان تنها از طریق انتقال دانش روز به درون واحدهای تحقیق و توسعه خود و یادگیری سازمانی است که می‌تواند تولید محصولات و خدمات نوآورانه و بقای خود را تضمین نمایند.

یافته‌های تحقیق آشکار نمود که سرمایه‌اجتماعی کارکنان دارای تأثیر غیرمستقیم بر یادگیری سازمانی نیز می‌باشد. نتایج حاصل از تحلیل فرضیه چهارم نشان می‌دهد که سرمایه‌اجتماعی دارای ارزش بالقوه فراوانی است زمانی که منابع اطلاعاتی از طریق فرآیند انتقال دانش سبب ارتقاء یادگیری در سازمان و نوآوری در عملکرد گردند. در این فرضیه نقش میانجی‌گری انتقال دانش در تأثیر سرمایه‌اجتماعی بر یادگیری سازمانی مورد تأیید قرار گرفت. سرمایه‌اجتماعی قوی در درون تیم منجر به تسهیل فرآیند انتقال دانش می‌گردد و این امر به‌نوبه خود سبب ارتقاء یادگیری سازمانی می‌شود. نتایج حاصل از فرضیه چهارم در راستای مطالعات مورر (۲۰۱۱) می‌باشد.

همانگونه که مشاهده گردید سرمایه‌اجتماعی قوی تأثیرات شگرفی بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی داشته و می‌تواند کمک بزرگی در راستای تقویت بنیادی این سازمان‌ها محسوب گردد. با توجه به نتایج این پژوهش به مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی پیشنهاد می‌گردد تا به سرمایه‌اجتماعی و تقویت آن در سازمان خود در کنار سایر متغیرهای بهبود سازمانی توجه ویژه‌ای داشته باشند تا از طریق تبلیغ و توسعه فاکتورهای سرمایه‌اجتماعی و ایجاد فرهنگ مشارکت مبتنی بر اعتماد بتوانند از مزایای این سرمایه ناملموس سازمانی بهره‌مند گردند.

منابع

- مظلومی، نادر؛ هرندی، عطاءاله. (۱۳۹۳). تبیین نقش هوشمندی راهبردی در عملکرد نوآورانه: با تأکید بر نقش میانجی سرعت تصمیم‌گیری راهبردی، نشریه مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۲۰، ۱۰۳-۱۲۹.
- Alguezaui, Salma., Filieri, Raffaele. (2010). investigating the role of social capital in innovation: sparse versus dense network. *Journal of Knowledge Management*, 14(6), 891-909.
- Andersen, Svein., Hanstad, Dag Vidar. (2013). Knowledge development and transfer in a mindful project-organization. *International Journal of Managing Projects in Business*, 6(2), 236-250.
- Chen, Jiun-Shiu., Lovvorn, Al S. (2011). The speed of knowledge transfer within multinational enterprises: the role of social capital. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 46-62.
- Clopton, Aaron W. (2011). *Social capital and team performance*. *Team Performance Management*, 17(7/8), 369-381.
- Haenlein, Michael., & . Kaplan, Andreas M. (2004) *A Beginner's Guide to Partial Least Squares Analysis*. *Understanding statistics*, 3(4), 283-297.
- Jansen, Rob J.G., Curseu, Petru L., Vermeulen, Patrick A.M., Geurts, Jac L.A., Gibcus, Petra. (2013). Information processing and strategic decision-making in small and medium-sized enterprises: The role of human and social capital in attaining decision effectiveness. *International Small Business Journal*, 31(2), 192-216.
- Johnson, Scott G., Schnatterly, Karen., Hill, Aaron D. (2013). Board Composition Beyond Independence: Social Capital, Human Capital, and Demographics. *Journal of Management*, 39(1), 232-262.
- Liljander, V., Polsa, P., & van Riel, A. (2009). Modelling consumer responses to an apparel store brand: Store image as a risk reducer. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16, 281-290.
- Martinez, Ricardo., Jand, Francisco., Ruiz-Palomino, Pablo. (2012). Knowledge acquisition's ediation of social capital-firm innovation. *Journal of Knowledge*

Management, 16(1), 61-76.

- Maurer, Indre., Bartsch, Vera., Ebers, Mark. (2011). *The Value of Intra-organizational Social Capital: How it Fosters Knowledge Transfer, Innovation Performance, and Growth*. *Organization Studies*, 32(2), 157-185.
- Petrou, Anastasia., Daskalopoulou, Irene. (2013). Social capital and innovation in the services sector. *European Journal of Innovation Management*, 16(1), 50-69.
- Taylor, Maureen. (2011). *Building Social Capital Through Rhetoric and Public Relations*. *Management Communication Quarterly*, 25(3), 436-454.
- Totterman, Henrik., Sten, Jan. (2005). Start-ups: Business Incubation and Social Capital. *International Small Business Journal*, 23(5), 487-511.
- Turkina, Ekaterina., Thi, Mai., Thai, Thanh. (2013). Social capital, networks, trust and immigrant entrepreneurship: a cross-country analysis. *Journal of Enterprising Communities*, 7(2), 108-124.
- Wei, Jun., Zheng, Wei., Zhang, Mian. (2011). *Social capital and knowledge transfer: A multi-level analysis*. *human relations*, 64(11), 1401-1423.
- Wen Wu. S. (2010). *Linking Bayesian networks and PLS path modeling for causal analysis*. *Expert Systems with Applications*, 37, 134–139
- Wickramasinghe, Vathsala., Weliwitigoda, Purnima. (2011). *Benefits gained from dimensions of social capital: a study of software developers in Sri Lanka*. *Information Technology & People*, 24(4), 393-413.
- Yang, Jing., Alejandro, Thomas G. Brashear., Boles, James S. (2011). The role of social capital and knowledge transfer in selling center performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 26(3), 152-161.
- Zhang, Y. (2009). *A Study of Corporate Reputation's Influence on Customer Loyalty Based on PLS-SEM Model*. *International Business Research*, 2(3), 28-35.