بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش
(مطالعه موردی: سازمان امور مالیاتی کشور)

امیر احمد مهدیان راد[1]

صفر فضلی [2]

تاریخ دریافت : ۱۳۹۰/۵/۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۱۰/۲۸

چکیده

دانش تنها دارائی شناخته شده ای است که وقتی دیگران در آن سهیم می‌شوند، افزایش می‌یابد. مفهوم سرمایه اجتماعی بر تعامل و ارتباطات افراد در درون سازمان تأکید دارد، تا آنجا که سرمایه اجتماعی از دارائی‌های مهم هر سازمانی است که می‌تواند در مدیریت دانش کمک کند و برای سازمان‌ها مزیت رقابتی پایدار ایجاد نماید. هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی رابطهٔ سرمایهٔ اجتماعی و مدیریت دانش در سازمان امور مالیاتی کشور است. این تحقیق، توصیفی – پیمایشی و از نوع همبستگی است و در آن از روش مدل معادلات ساختاری برای تحلیل استفاده شده است. بدین منظور برای جمع آوری داده‌ها، از پرسشنامه‌های استاندارد برای مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی استفاده شده است. جامعهٔ آماری این تحقیق، مدیران و کارشناسان سازمان امور مالیاتی کشور می‌باشد. یافته‌ها، نشان از معنادار بودن تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش دارد و نمودار در حالت استاندارد نیز نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی ۸۶ درصد تغییرات در مدیریت دانش را تبیین می‌نماید. همچنین سرمایه اجتماعی ۴۷ درصد تغییرات در خلق دانش و ۴۳ درصد تغییرات در تسهیم دانش در سازمانِ مورد مطالعه را تبیین کرده است. مدیران می‌توانند با طراحی شرایط مناسب و بهبود شاخص‌های سرمایهٔ اجتماعی شاهد توسعهٔ مدیریت دانش و ابعاد آن در سازمان امور مالیاتی کشور باشند.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش

۱- کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، معاون دفتر پژوهش و بهبود فرآیندها سازمان امور مالیاتی کشور (نویسنده مسئول) mahdian_a@yahoo.com

۲- استادیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه بین‌المللی امام خمینی(ره)، fazli@ikiu.ac.ir

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

۱- مقدمه

لایتنر و واردن[1] (۲۰۰۳) معتقدند جوامع به سمت اقتصاد دانش بنیان حرکت می‌کنند که در آن، دانش مهم‌ترین عنصر برای ایجاد ارزش در سازمان‌ها به شمار می‌رود. با وقوع انقلاب فنّاوری اطلاعات و پیشرفت سریع تکنولوژی، الگوی رشد اقتصاد جهانی تغییر اساسی کرده است. امروزه با توجه به شرایط رقابتی، دانش به عنوان با اهمیت‌ترین سرمایه، جایگزین سرمایه‌های مالی و فیزیکی شده است (چن و دیگران[2]، ۲۰۰۴). بنابراین، مدیریت دانش برای بسیاری از کشورهای پیشرفته، نماد رقابت و عامل دستیابی به قدرت و توسعه محسوب می‌شود (دراکر، ۱۹۹۸). مطالعات نشان می‌دهند شرکت‌هایی که در زمینهٔ مدیریت دانش اقدامی انجام نداده اند، به لحاظ سرعت توسعهٔ محصولات یا کسب مزیت رقابتی ۳۰ تا ۴۰ درصد، از رقبای خود عقب‌ترند (گروه گارتنر[3]، ۱۹۹۸). در واقع؛ در چنین شرایطی، مدیریت دانش جایگاه ویژه ای در شرکتها و سازمان‌ها می‌یابد و به‌طور فزاینده ای بر نقش و اهمیت آن افزوده می‌شود. تحقیقات انجام شده در این زمینه، بیان می‌دارند 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 (شاو[4]،۲۰۰۱).

از طرف دیگر، با توجه به تغییرات گسترده در عملیات سازمانی، شکل‌های سنتی سرمایه‌ای، مانند: ساختمان‌ها، تجهیزات و منابع مالی دگرگون شده و سرمایه‌های جدیدی، مطرح شده است. این سرمایه‌های غیرملموس، نقش زیادی در توسعه و رشد سازمان دارند. یکی از این سرمایه‌ها، سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی برخلاف سرمایه انسانی یا سرمایه فیزیکی، مفهومی است که بسیار فراتر از دارایی‌هایی است که یک فرد در اختیار دارد. همچنین، یکی از قابلیت‌ها و عوامل مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک نموده و برای آنها در مقایسه با سازمان-های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند.

1 - Leitner & Warden
2 - Chen & et al
3 - Gartner Group
4 - Shaw, N.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

در سازمان‌هایی نظیر سازمان مالیاتی کشور به دلیل کار تخصصی و عملکرد خاص آن، ادعا بر این است که افراد با تخصص‌ها و شرایط خاص خواهند توانست عملکرد مطلوب‌تری ارائه نمایند. در این سازمان به دلیل الزام به رعایت استانداردهای معین و به روز بودن، نیاز مبرم به ارائه سرویس‌های نوین و همگام با پیشرفت علم و دانش روز در پیکره سازمان ضروری است. در این مقاله رابطه بین سرمایه اجتماعی با مدیریت دانش در سازمان امور مالیاتی کشور بررسی می شود. ادامه مقاله به این صورت سازماندهی شده است: در بخش دوم به مبانی نظری و پیشینه مطالعات انجام شده در مورد سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش پرداخته می‌شود، در بخش سوم مدل مفهومی و متدولوژی تحقیق بیان می‌شود، در بخش چهارم یافته‌های منتج از تحقیق بیان می‌شود و در بخش پنجم با توجه به نتایج، پیشنهادات علمی و کاربردی ارائه شده و بحث می‌شود.

۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۲-۱- تعریف سرمایه اجتماعی و ابعاد آن

سرمایه اجتماعی مجموع منابع حقیقی یا مجازی است که در یک فرد یا گروه از راه شبکه‌ای ممتد از روابط کم و بیش نهادینه شده شناخت و آشنایی متقابل، به وجود می‌آید (بوردیو[1]، ۱۹۸۵). از این‌رو سرمایه اجتماعی دو جزء دارد. اول آنکه منبعی است که به عضویت گروهی و شبکه‌های اجتماعی مرتبط است. در واقع میزان سرمایه اجتماعیِ یک فرد به اندازه شبکه ارتباطات اجتماعی که وی می‌تواند به گونه مؤثر برقرار نماید، بستگی دارد. دوم آنکه به کیفیتی که از راه تجمیع روابط بین بازیگران ایجاد می‌شود (البته چیزی بیش از بحث کیفیت عام یک گروه) اشاره دارد. در اواخر دهه هشتاد، کلمن[2] نگاه جدیدی را به تئوری سرمایه اجتماعی بوردیو مطرح کرد. برطبق نظر کلمن، سرمایه اجتماعی از راه کارکرد آن ایجاد می‌شود و یک موجودیت مفرد نیست. اما از موجودیت‌های مختلف متنوعی که دو عنصر مشترک دارند، پدید می‌آید. یکی از تعاریف جدید توسط کلمن (۱۹۹۰) بدین‌گونه مطرح شده است: «سرمایه اجتماعی مجموعه ای است از روابط بین افراد و بین گروه‌ها که دستاوردهایی را به دنبال دارد که بدون این روابط، به دست آوردن آنها ناممکن است».

1 - Bourdieu, P.
2 - Coleman, J.S.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

سرانجام در اوایل دهه نود، مفهوم سرمایه اجتماعی موضوع اصلی مباحث علوم اجتماعی شد. در سال ۱۹۹۳ پاتنام[1]، لئوناردی[2] و نانتی[3] پژوهش مشهوری در باب دولت محلی در ایتالیا انجام دادند که نتیجه به دست آمده مبتنی بر این بود که عملکرد نهادهای اجتماعی و سیاسی به میزان بسیار زیادی تحت تأثیر مشارکت شهروندان در امور اجتماع یا آنچه سرمایه اجتماعی نامیده می‌شود، می‌باشد (آسپین[4]،۲۰۰۴: ۲).

صاحبنظران، سرمایهٔ 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، آسان می‌کند (پاتنام، ۱۹۹۵). از دیدگاه سازمانی، ناهاپیت و گوشال[5] سرمایهٔ اجتماعی را به عنوان جمع منابع بالفعل و بالقوهٔ موجود در درون سازمان تعریف می‌کنند که از طریق شبکهٔ روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی قابل دسترس اند. از دیدگاه آنان، سرمایهٔ اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش بسیار کمک کند و برای آنها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد نماید (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸). ایده توجه به سرمایهٔ اجتماعی در سازمان‌ها، همان طورکه کاهن و پروساک[6] مطرح می‌کنند، نسبتاً جدید است. با وجود این، طبق نظر آدلر و کان[7] با توجه به دوران طفولیت کاربرد سرمایهٔ اجتماعی در زندگی سازمانی، تحقیقات نشان می‌دهد که سرمایهٔ اجتماعی سازمان می‌تواند از دانش ذهنی افراد حمایت کند.

1 - Putnam, R.D.
2 - Leonardi, R.
3 - Nanetti, R.Y.
4 - Aspin, L.
5 - Nahapiet & Ghoshal
6 - Cohen, D. & L. Prusak
7 - Adler & Kwon

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

ناهاپیت و گوشال با رویکرد سازمانی، جنبه‌های مختلف سرمایهٔ اجتماعی درون سازمان را در سه طبقه جای می‌دهند: سرمایهٔ شناختی، رابطه ای و ساختاری (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸) که به توضیح مختصر این عناصر پرداخته می شود:

الف)عنصر شناختی: عنصر شناختیِ سرمایهٔ اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کنندهٔ مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و سامانه‌های معانی مشترک در میان گروه‌هاست (سیکورل[1]، ۱۹۷۳). مهم ترین جنبه‌های این بعد عبارتند از:

-**زبان و کدهای مشترک:** به دلیل‌های 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 نیز چارچوب مرجعی را 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، محققها معتقدند که اسطوره‌ها، داستانها و استعاره‌ها، ابزارهای قدرتمندی در اجتماع برای ایجاد، تبادل و نگهداری مجموعه‌های غنی معانی فراهم می‌کنند. آر[2] (۱۹۹۰) نشان می‌دهد که چگونه حکایات، تبادل تجربهٔ پنهان را در بین متخصصان آسان می‌کنند. بنابراین، 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، آسان می‌کند.

1 - Cicourel, A.V
2- Orr, J

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

ب) عنصر رابطه ای: عنصر رابطه ای سرمایهٔ اجتماعی توصیف کنندهٔ نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقهٔ تعامل‌هایشان برقرار می‌کنند (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸). مهم-ترین جنبه‌های این بعد از سرمایهٔ اجتماعی عبارتند از:

-**اعتماد:** پژوهش‌ها نشان می‌دهند در جایی که روابط مبتنی بر اعتماد در سطح بالایی وجود دارند، افراد تمایل زیادی برای تبادل اجتماعی و تعامل همکارانه دارند. میسزتال[1] (۱۹۹۶) اظهار می‌داردکه اعتماد تأمین کنندهٔ ارتباطات و گفتمان است. بنتیس[2] (۲۰۰۱) مطرح می‌کند که اعتماد می‌تواند ایجاد دانش را آسان کند. بویسوت[3] (۱۹۹۵) نیز بر اهمیت اعتماد بین فردی برای ایجاد دانش در شرایط ابهام و عدم اطمینان زیاد تأکید دارد.

-**هنجارها:** هنجارهای همکاری، می‌توانند پایه ای قوی برای دانش به وجود آورند. برای مثال، استارباک[4] (۱۹۹۵) اهمیت هنجارهای اجتماعی صداقت و کار تیمی را به عنوان ویژگی‌های کلیدی شرکتهای دانش محور یادآور می‌شود.

-**الزامات و انتظارات:** الزامات نشان‌دهندهٔ یک تعهد یا وظیفه برای انجام فعالیتی در آینده است. کلمن(۱۹۹۰) الزامات را از هنجارهای عمومی شده متمایز می‌سازد و آن را به عنوان انتظارات ایجاد شده در درون روابط شخصی خاص در نظر می‌گیرد.

-**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[5] (۱۹۹۶) دریافته اندکه احساس همانندی کردن با یک گروه یا جمع، نگرانی دربارهٔ فرایندها و نتایج جمعی را افزایش می‌دهد و بدین ترتیب احتمال فرصت تبادل اطلاعات افزایش می‌یابد. لویسکی و بیونک[6] (۱۹۹۶) در تحقیق‌هایشان 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 اعضاء افزایش دهد. در مقابل، جایی که گروه‌ها دارای هویتهای

1 - Misztal, B.
2- Bontis, N.
3- Boisot, M.
4- Sturbuck, W. H.
5- Kramer, R.M. & M.B. Brewer & B.A. Hanna
6- Lewicki, R.J. & B.B. Bunk

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

متمایز و مغایر هم هستند، ممکن است موانع عمده ای را در برابر تسهیم اطلاعات، یادگیری و ایجاد دانش به وجود آورند.

ج) عنصر ساختاری: این عنصر سرمایهٔ اجتماعی اشاره به الگوی کلی تماس‌های بین افراد دارد؛ یعنی شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید (برت[1]،۱۹۹۲).

مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارتند از:

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

-**پیکربندی روابط شبکه ای:** تراکم، پیوند و سلسله مراتب 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 شبکهٔ پراکنده، با تعداد تماس‌های بسیار کم، فراهم کنندهٔ مزایای اطلاعاتی بیشتری است. شبکهٔ متراکم، از این جهت که فراهم کنندهٔ اطلاعات متنوع کمتر با همان هزینهٔ شبکهٔ پراکنده است، شبکه ای ناکاراست (برت،۱۹۹۲). همچنین هانسن[2] (۱۹۹۹) پی برده است که پیوندهای ضعیف، مانع انتقال دانش می‌شوند.

-**سازمان مناسب:** سرمایهٔ 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 شبکهٔ بالقوهٔ دسترسی به افراد و منابع‌شان از جمله اطلاعات و دانش را فراهم کنند و از طریق ابعاد شناختی و رابطه ای سرمایهٔ اجتماعی، ممکن است انگیزش و قابلیت را برای تبادل تضمین کنند. در عین حال، این سازمان‌ها ممکن است مانع این تبادل شوند.

1- Burt, R.S.
2- Hansen, M. T.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

۲-۲- تعریف مدیریت دانش

اگرچه مدیریت دانش بطور وسیع در انواع مؤسسه‌ها و سازمان‌ها به کار گرفته می‌شود، اما ارائه یک تعریف واحد از آن بسیار مشکل است. از طریق بررسی تعاریف گوناگون مدیریت دانش، می‌توان آنرا به عنوان «فرایند خلق، انتشار و بکارگیری دانش به‌منظور دستیابی به اهداف سازمانی» تعریف نمود. در تعریفی دیگر، مدیریت دانش عبارتست از «فلسفه ای که شامل مجموعه ای از اصول، فرایندها، ساختارهای سازمانی و فن‌آوری‌های بکار گرفته شده که افراد را بمنظور تسهیم و بکارگیری دانش‌شان جهت مواجهه با اهداف آنها یاری می‌رساند» بیان نمود (گرتین[1]،۱۹۹۹).

مدیریت دانش رویکردی روشمند و یکپارچه جهت شناسایی، مدیریت کردن و به اشتراک‌گذاری دارایی‌های نامشهود یک مؤسسه است. این رویکرد دارایی‌هایی چون پایگاه‌های اطلاعاتی، اسناد، سیاست‌ها و روش‌های مدون را در بر می‌گیرد (بارون[2]،۲۰۰۰). در یک شرایط آرمانی مدیریت دانش سازمانی را می‌توان توانایی کسب و نگهداری اطلاعات گزینشی و دسترسی به دانش ارزشمند مدیران وکارکنان در خصوص فعالیت‌های کاری و شیوه‌های تصمیم‌گیری در سطح رفتارهای فردی و گروهی، دانست (برگرون[3]،۲۰۰۳: ۶). دراکر اندیشمند معروف مدیریت می‌گوید: ما در حال وارد شدن به یک جامعه علمی هستیم که در آن منابع اقتصادی اصلی، دیگر سرمایه، منابع طبیعی و نیروی کار بیشتر و ... نیست بلکه منابع اقتصادی اصلی دانش خواهد بود.

دنیای تکنولوژی، دنیای دانش است. سازمان‌هایی که راهی کارآمد برای استخراج، استفاده و مدیریت دانش یافته اند و به دانش به‌عنوان یک دارایی مطرح می‌نگرند، به افزایش بازدهی کارمندان و حفظ رضایت مشتری رسیده و رمز موفقیت امروز و فردای خود را به دست آورده اند. رسیدن به چنین اهدافی و ارائهٔ محصولات و خدمات با کیفیت مناسب و اقتصادی، بدون مدیریت و استفاده از منبع ارزشمند دانش موجود در سازمان، امری سخت و گاهی غیرممکن است (فراهانی، ۱۳۸۴). 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 دانش محور می‌توانند برتری‌های بلندمدت خود را در عرصه‌های رقابتی حفظ کنند(کالسه[4]،۱۹۹۹)؛ به‌طوری که تسهیم دانش به‌عنوان

1 -Gurteen, D.

2- Barron, T.

3- Bergeron, B.

4- Kalseth, K.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

یک فعالیت پیچیده اما ارزش آفرین، پایه و اساس بسیاری از راهبردهای مدیریت دانش در سازمان-هاست (ریج[1]،۲۰۰۵). گفته می‌شود که دانش بشری هر سی و سه سال، دو برابر می‌شود؛ در حالی که ظرفیت فکری انسانها هر یک و نیم تا سه میلیون سال دو برابر می‌شود. سازمان‌ها نیز از انباشتگی دانش بی‌بهره نیستند؛ به‌طوری که افزایش حجم اطلاعات در سازمان‌ها و لزوم استفاده از آن در تصمیم‌های سازمانی، طی دو دهۀ اخیر باعث ظهور پدیده ای به نام مدیریت دانش شده است (او برایان و همکاران[2]، ۲۰۰۲).

از نظر سنگه[3] (۱۹۹۹) سازمان‌ها در موج اول مدیریت دانش، هزینه زیادی را صرف نرم‌افزارهای فن-آوری اطلاعات برای جمع آوری، ذخیره و استفاده از اطلاعات کنند. این دیدگاه تا زمانی که به دانش به‌عنوان شیئی نگاه می‌کند تا یک فرایند، توانایی کمی در استفاده از آن دارد. وی ایجاد موج دوم و (سازنده‌تر) مدیریت دانش را منوط به پاسخ‌گویی به دو سؤال زیر می‌داند: انسان‌ها چگونه دانش را تولید می‌کنند؟ این دانش چگونه در بین دیگرانی که نقشی در تولید آن نداشتند، منتشر می‌شود؟ سنگه، دو سؤال فوق را از چالش بر انگیزترین سؤال‌های مدیران در دو دهه آینده قلمداد می‌کند.

بررسی مدل‌های ارائه شده توسط صاحب‌نظران مختلف بیانگر آن است که غالب آنان فرآیندهای خلق و تسهیم دانش را به عنوان فرآیندهای اصلی مدیریت دانش پذیرفته اند (مختاری، ۱۳۸۶: ۵۳).

اگرچه مبحث مدیریت دانش در سال‌های اخیر به طرز گسترده ای مورد توجه دانشگاهیان و مدیران اجرایی قرار گرفته، اما در مورد به‌کارگیری مدیریت دانش در سازمان‌ها، تقریباً اطلاعات ناچیزی به دست آمده است. در ادامه، نمونه‌هایی از مطالعاتی که در زمینۀ مدیریت دانش در سازمان‌های مختلف انجام گرفته است عنوان می‌شود.

طی یک مطالعۀ تجربی در سازمان‌های دولتی مالزی، قابلیت دسترسی مدیریت دانش در وزارت توسعۀ کارآفرینی این کشور مورد بررسی قرار گرفت. محقّقان به بررسی ارتباط منابع انسانی، مسائل، مسئولیت‌ها و ابعاد تکنولوژیکی با مدیریت دانش در سازمان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که وزارتخانۀ 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

1- Riege, A.
2- O'Brien C. & R. Hanka & I. Buchan & H. Healthfield
3- Senge

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

پایگاه‌های اطلاعاتی ظهور پیدا می‌کند. نتیجهٔ 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 عهدهٔ همهٔ کارکنان باشد. برای موفقیت در ادارهٔ خدمات عمومی، همهٔ کارکنان باید مسئول مدیریت انواع دانشی باشند که در سازمان وجود دارد (رونی و هرن[1]، ۲۰۰۲).

نتایج پژوهشی دیگر در دانشگاه کارلتون کانادا در زمینهٔ مدیریت دانش در سازمان‌های دولتی، نشان داد اقداماتی که در سازمان‌های دولتی در زمینهٔ اطلاعات و دانش انجام می‌گیرد، شدیداً سیاسی است و تأثیر عمیقی بر عاملان بخش عمومی و گروه‌های مختلف ارباب رجوع در بخش دولتی دارد (شاین[2]، ۱۹۹۸).

طی مطالعه ای دیگر که در زمینهٔ مدیریت دانش در سازمان‌های دولتی انجام گرفت، بررسی رابطهٔ بین اجزای سازمانی (فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، تکنولوژی منابع انسانی و جهت‌گیری‌های سیاسی) و توانایی خلق دانش و انتقال دانش در وزارت توسعهٔ کارآفرینی مالزی مدّ نظر قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که ارتباط مهمی بین برخی از این متغیرها و توانایی تولید و انتقال دانش وجود دارد. بنابراین، ضروری است برای اجرای مدیریت دانش، به برخی از این عوامل که رابطهٔ مهمی با مدیریت دانش دارند، توجه شود (اسکای ریم[3]، ۱۹۹۸).

این مطالعات نشان می‌دهند، دانش به عامل تعیین کننده ای در موفقیت و قدرت رقابت‌پذیری سازمان ها تبدیل شده است. با افزایش تأکید دولت‌ها بر ایجاد جامعه دانشی و اولویت حرکت به سوی اقتصادهای دانش بنیان، اینک مسئله مهم این است که چگونه از دانش و سرمایه‌های نامشهود به‌عنوان یک منبع مهم مزیت رقابتی استفاده کنیم. در این میان بسیاری از سازمان‌ها تلاش خود را بر این مسئله متمرکز نموده اند که چگونه می‌توانند دانش را در سازمان مدیریت نمایند، زیرا مدیریت دانش مزایای بسیاری برای سازمان‌ها به‌همراه دارد که از آن جمله می‌توان به بهبود کیفیت کار، در اختیار داشتن اطلاعات به روز شده، افزایش کارایی، بهبود اثربخشی، بهبود تصمیم‌گیری، افزایش توان

1 -Rooney, D. & G. Hearn
2 -Schein, E.H.
3 -Skyreme D. J.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

پاسخ‌گویی نسبت به نیازهای مشتریان، افزایش توان پاسخ به نیازهای سازمان های دیگر و امکان تغییر و تطبیق‌پذیری سریع اشاره نمود.

۲-۳- مطالعات مربوط به بررسی رابطه بین سرمایهٔ اجتماعی و مدیریت دانش

انتقال اطلاعات و دانش در سطح خرد و کلان بین افراد و سازمان‌ها، بستگی به افرادی دارد که این انتقال را آسان و سریع می‌کنند. 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 تعامل مبتنی بر اعتماد میان افراد در گسترش و کاربرد دانش، مورد تأکید قرار گرفته است. چنان چه سازمانی بتواند هر چه بیشتر تعامل 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 (بات[1]، ۲۰۰۱). بنابراین، ایجاد و گسترش فرهنگ و جوّی در سازمان که این نوع ارتباطات و تعامل را ترغیب کند، از ضرورت‌های مدیریت دانش است. بر این اساس، پژوهشگران بر آن شده اند تا ارتباط میان سرمایهٔ اجتماعی و ابعاد، فرایندها و فعالیت‌های گوناگون مدیریت دانش را در سازمان، آزمون و تبیین کنند. مطالعات تجربی ای که ارتباط میان سرمایهٔ اجتماعی و فعالیت‌های گوناگون مدیریت دانش را بررسی و مطالعه کرده باشند، از گستردگی چندانی برخوردار نیستند (لندری و همکاران[2]، ۲۰۰۲). از جمله مطالعات قابل توجه پژوهشگران در این حوزه که رابطهٔ میان سرمایهٔ اجتماعی و مدیریت دانش را جستجو کرده اند، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

آدلر و کان (۲۰۰۲) در پژوهش خود نشان دادند که میان سرمایهٔ اجتماعی و انتقال دانش، ارتباط معناداری وجود دارد. لندری و همکارانش (۲۰۰۲) به شواهد مناسبی مبنی بر ارتباط میان سرمایهٔ اجتماعی و مدیریت دانش دست یافته اند. با این حال، آنها در پژوهش خود، مدیریت دانش را به‌طور کلی و بدون تفکیک ابعاد گوناگون آن مدّنظر قرار داده اند. تیمون و استامف[3] (۲۰۰۳) در پژوهش خود نشان دادند که نقش سرمایهٔ اجتماعی در بهبود مدیریت دانش، منجر به کسب عملکرد بالاتر در

1 -Bhatt, G.D.
2 -Landry, R. & Amara, N. & Lamari, M.
3- Tymon, W.G. & S.A. Stumpf

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

سازمان می‌شود. داس و تنج[1] (۲۰۰۲) نشان داده اند وجود سرمایهٔ اجتماعی در سازمان، بر تسهیم و انتقال دانش در میان اعضای شبکه‌ها تأثیرگذار است. نوناکا[2] (۱۹۹۱) در مطالعهٔ خویش نقش رهبری سازمان، سیستم‌های فرهنگی، انعطاف ساختار سازمانی، عوامل فرهنگی، گروه‌های کاری و شیوهٔ هماهنگی میان آنها را در تشویق افراد به ابراز ایده‌ها و افکار بدیع و همچنین ایجاد و تسهیم دانش نشان داده است. گُر و گُر[3] (۱۹۹۹) در مطالعهٔ خود، فاصلهٔ 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 داده اند که ساختار سازمانی منعطف، وجود سیستم‌های اطلاعاتی اثربخش و نه صرفاً مبتنی بر فن‌آوری، طراحی سیستم پاداش‌دهی مناسب و در نهایت، جلب اعتماد افراد، از جمله عوامل اساسی در مدیریت دانش است. آنها تأکید کرده اند چنانچه فرهنگ سازمانی مبتنی بر اعتماد و ارتباطات اثربخش، این فرایند را مورد حمایت قرار ندهد، فن‌آوری نمی‌تواند نتیجهٔ مطلوب داشته باشد.

۳- مدل مفهومی و متدولوژی تحقیق

این تحقیق، از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها از مخاطبان، توصیفی و از نظر کشف روابط بین متغیرها با توجه به متغیرهای چندگانه، از نوع همبستگی و پیمایشی است. همچنین از دیدگاه زمانی هم تحقیقی تک مقطعی است. ابزار مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه است. سؤال‌ها (گویه‌ها)ی پرسشنامه: شامل دو قسمت است:

الف) سؤالات تخصصی:

- .سرمایه اجتماعی: بر اساس مدل ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) طراحی شد که مشتمل بر سه بعد (شناختی، رابطه ای و ساختاری) می‌باشد و سرمایه اجتماعی درون سازمان را می‌سنجد؛
- مدیریت دانش: بر اساس مدل نوناکا و تاکه اوچی[4] (۱۹۹۵) و دیکسون[5] (۲۰۰۰) طراحی شد که مشتمل بر دو بعد (خلق و تسهیم دانش) می‌باشد.

1- Das, T.K. & B.S. Teng
2- Nonaka, I.
3 -Gore, C. & E. Gore
4 -Nonaka, I., & Takeuchi, H.
5 -Dixon, N.M.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

برای طراحی این بخش از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (۱- کاملاً مخالفم تا ۵- کاملاً موافقم) استفاده گردیده است که یکی از رایج‌ترین مقیاس‌های اندازه‌گیری به‌شمار می‌رود.

ب) سؤالات عمومی: در سؤالات عمومی سعی شده است که اطلاعات کلی و جمعیت شناختی شامل جنسیت، سن، سابقه خدمت در سازمان، پست سازمانی و تحصیلات، در رابطه با پاسخ‌دهندگان جمع‌آوری شود.

روایی پرسشنامه‌های به کارگرفته شده در این پژوهش از طریق روش صوری بررسی شده است؛ بر این اساس پس از تهیه و تنظیم پرسشنامه‌های فوق، نمونه ای از آن جهت مطالعه و اظهارنظر به چهار تن از اساتید تقدیم گردید و نقطه نظرات و اصلاحات مورد نظر ایشان، در پرسشنامه‌های مربوطه اعمال شد. از طرف دیگر، جهت تعیین پایایی ابزار گردآوری داده‌ها، از روش آلفای کرونباخ به کمک نرم افزار SPSS استفاده شد. بنابراین، برای سنجش پایایی پرسشنامهٔ سرمایهٔ اجتماعی، ضریب آلفای کرونباخ ۰.۹۱۰ برآورد شد و همچنین ضریب آلفای کرونباخ برآورد شده برای پرسشنامهٔ مدیریت دانش، ۰.۹۳۲ می‌باشد و ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰.۹۵۶ برآورد شده که نشان‌دهندهٔ پایایی پرسشنامه است.

جامعه آماری تحقیق مشتمل بر ۷۹۵ نفر از کارکنان ستاد سازمان امور مالیاتی کشور می‌باشد، در نتیجه با استفاده از فرمول نمونه‌گیری از جامعه محدود، تعداد نمونه ۲۶۰ نفر بدست آمد اما برای افزایش تعمیم‌پذیری، ۳۰۰ پرسشنامه توزیع گردید. از این میان ۲۹۶ پرسشنامه جمع‌آوری شد و برای تحلیل، مناسب تشخیص داده شد.

پس از گردآوری داده‌های خام و استخراج آنها، برای تحلیل داده‌های بدست آمده از نمونه‌ها، هم از روش‌های آمار توصیفی و هم از روش‌های آمار استنباطی استفاده شده است. برای تحلیل جانبی از روش‌های آماری آزمون مقایسه میانگین دو جامعه آماری(T-test) و آزمون مقایسه میانگین چند جامعه (تحلیل متغیر یک سویه) استفاده گردید و نهایتاً جهت آزمون فرضیه‌ها، از مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. یکی از قویترین و مناسب‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل در تحقیقات علوم رفتاری و علوم اجتماعی تجزیه و تحلیل چند متغیره است. زیرا ماهیت این گونه موضوع‌ها، چند متغیره بوده و نمی‌توان آنها را با شیوهٔ دو متغیری (که هر بار تنها یک متغیر مستقل با یک متغیر وابسته در نظر گرفته می‌شود) حل نمود. تجزیه و تحلیل چند متغیره به یک سری روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاق می‌شود که

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

ویژگی اصلی آنها، تجزیه و تحلیل همزمان K متغیر مستقل و N متغیر وابسته است. تجزیه و تحلیل ساختارهای کوواریانس[1] یا مدل‌سازی علّی یا مدل معادلات ساختاری یکی از اصلی‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل ساختارهای داده‌های پیچیده است. بر اساس مطالعات نظری این تحقیق و هدف آن، مدل مفهومی تحقیق (نمودار شماره ۱) که نشان‌دهندهٔ رابطهٔ سرمایهٔ اجتماعی با ابعاد مدیریت دانش است، طراحی شد و بر اساس آن، فرضیه‌های تحقیق تدوین شد.

فرضیه اصلی:

سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش در سازمان امور مالیاتی تأثیر مستقیم دارد.

فرضیه های فرعی:

۱. سرمایه اجتماعی بر خلق دانش در سازمان امور مالیاتی تأثیر غیرمستقیم دارد.

۲. سرمایه اجتماعی بر تسهیم دانش در سازمان امور مالیاتی تأثیر غیرمستقیم دارد.

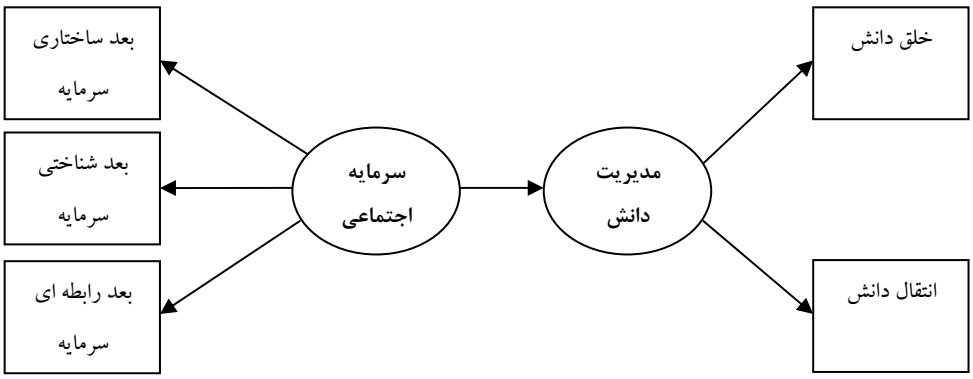
در مدل مفهومی تحقیق دو متغیر مکنون (بیضی) وجود دارد که عبارتند از: سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش. در این تحقیق سرمایه اجتماعی شامل ابعاد ساختاری، شناختی و رابطه ای به‌عنوان متغیر مستقل و مدیریت دانش با ابعاد خلق دانش و تسهیم دانش، به‌عنوان متغیر وابسته می‌باشد.

1- Covariance Structures Analysis

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

متغیرهای آشکار تحقیق نیز همان ابعاد سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش می‌باشد که در نمودار شماره (۱) نشان داده شده است:

نمودار (۱)- مدل مفهومی تحقیق[۱]



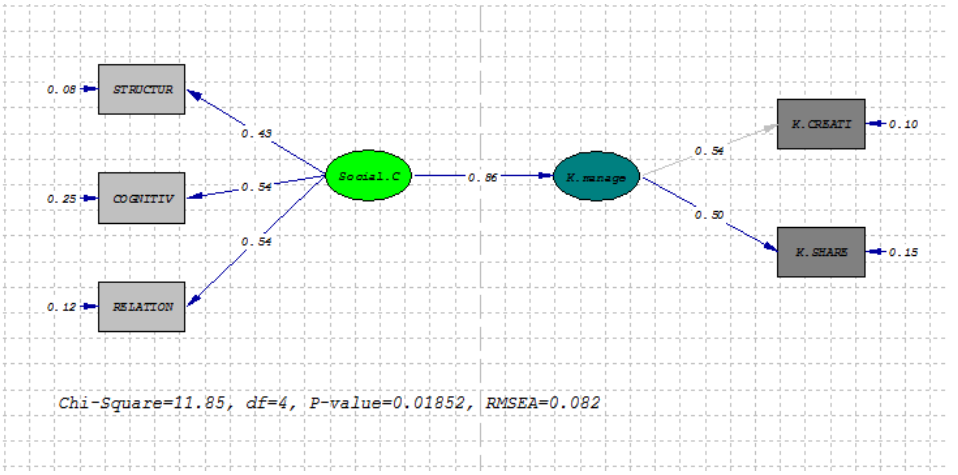
۴- یافته‌های تحقیق

یکی از یافته‌های تحقیقاتی که از طریق مدل معادلات ساختاری انجام می‌شود، برازش مدل مفهومی تحقیق است. برای این منظور از شاخص‌های برازندگی متفاوتی استفاده می‌شود، نمودار شماره (۲) و جدول شماره (۱) به ترتیب مدل را در حالت تخمین روابط بین متغیرها و اندازه شاخص‌های برازندگی نشان می‌دهد.

۱- در مدل لیزرل(Lisrel) جهت فلش‌های ابعاد سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش برعکس می‌باشد، اما در این نمودار به منظور فهم بهتر مدل و روابط متغییرها به این صورت نشان داده شده است.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

نمودار(۲)- مدل در حالت تخمین



همانطوری‌که ملاحظه می‌شود، شاخص‌های تناسب مدل، حکایت از مناسب بودن مدل اندازه‌گیری متغیرهای مربوطه دارند، زیرا نسبت کای دو بر درجه آزادی در آن برابر با ۲/۹۶ است که کمتر از مقدار مجاز (یعنی ۳) می‌باشد، همچنین مقدار ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب نیز مقدار نسبتاً مناسبی است و مقدار P_Value کوچکتر از حد مجاز (یعنی ۰.۰۵) می‌باشد.

سایر شاخص‌های برازش مدل را می‌توان در جدول شماره (۱) مشاهده کرد. ضمن اینکه در برخی موارد شاخص اعتبار سنجی متقابل[1] مورد انتظار نیز با مدل استاندارد مقایسه می‌گردد که نزدیکی به مدل استاندارد مناسب بودن مدل را نشان خواهد داد.

1 - ECVI

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

جدول (۱)- شاخصهای برازش

ردیف	شاخص‌ها	مقدار مجاز	اعداد بدست آمده	نتیجه
۱	نسبت کای دو به درجه آزادی	χ^2/df<۳	۲.۹۶	برازش مناسب
۲	مقدار پی[1]	۰.۰۵ <مقدار پی	۰.۰۱۸	برازش مناسب
۳	ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب[2]	۰.۰۸>ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب >۰.۰۵	۰.۰۸۲	برازش نسبتاً مناسب
۴	شاخص برازندگی[3]	بالاتر از ۰/۹	۰.۹۰	برازش مناسب
۵	شاخص برازندگی تعدیل یافته[4]	بالاتر از ۰/۹	۰.۸۹	برازش نسبتاً مناسب
۶	شاخص برازش مقایسه ای[5]	بالاتر از ۰/۹	۰.۹۲	برازش مناسب
۷	شاخص برازش نرم شده[6]	بالاتر از ۰/۹	۰.۹۲	برازش مناسب

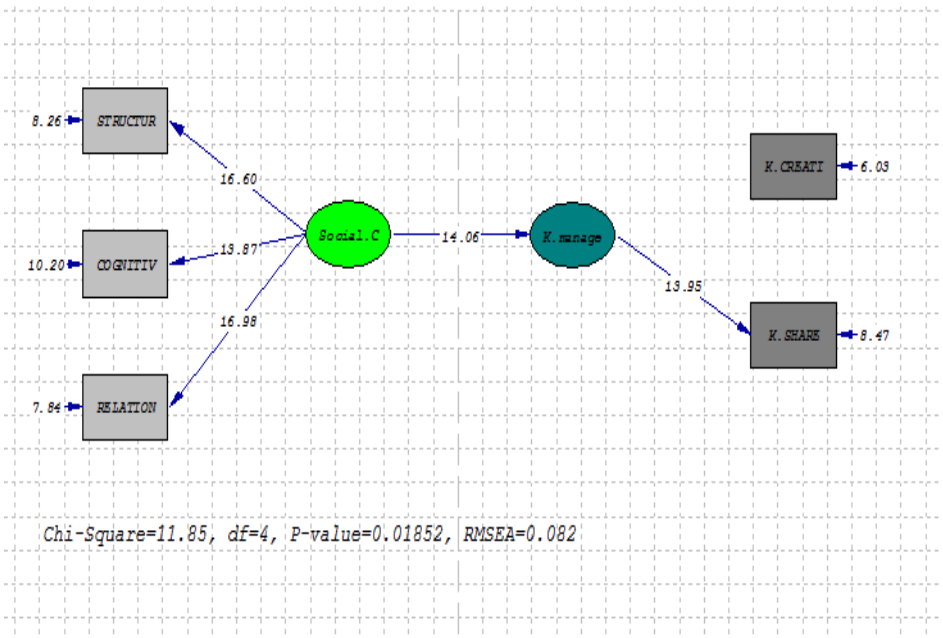
نکته مهمی که باید به آن توجه نمود این است که از ۷ شاخص مورد بررسی اکثر شاخص‌ها نشان از برازش مناسب مدل دارد. به‌طور کلی مطابق با شاخص‌های ارائه شده و مقایسه آن با مقدار مطلوب برای یک مدل برازش یافته، نشان از برازش مناسب مدل دارد. بنابراین در گام بعد، باید به بررسی معناداری بودن اعداد بدست آمده مدل پرداخته شود. در این رابطه باید گفت از آنجایی که در این

1- p-value
2- Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)
3- Goodness of Fit Index (GFI)
4- Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)
5- Comparative Fit Index (CFI)
6- Normed Fit Index (NFI)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

تحقیق سطح اطمینان برابر با ۰.۹۵ در نظر گرفته شده است، اعدادی معنا دار خواهند بود که بین ۱.۹۶ و ۱.۹۶ – نباشند. به این معنی که اگر عددی بین ۱.۹۶ و ۱.۹۶ – قرار گیرد بی‌معنا خواهد بود. مطابق نمودار شماره (۳)، معنی‌داری همه روابط پذیرفته می‌شود و لذا می‌توان به بررسی فرضیه‌های تحقیق پرداخت.

نمودار(۳)- نمودار معنی‌داری[1]



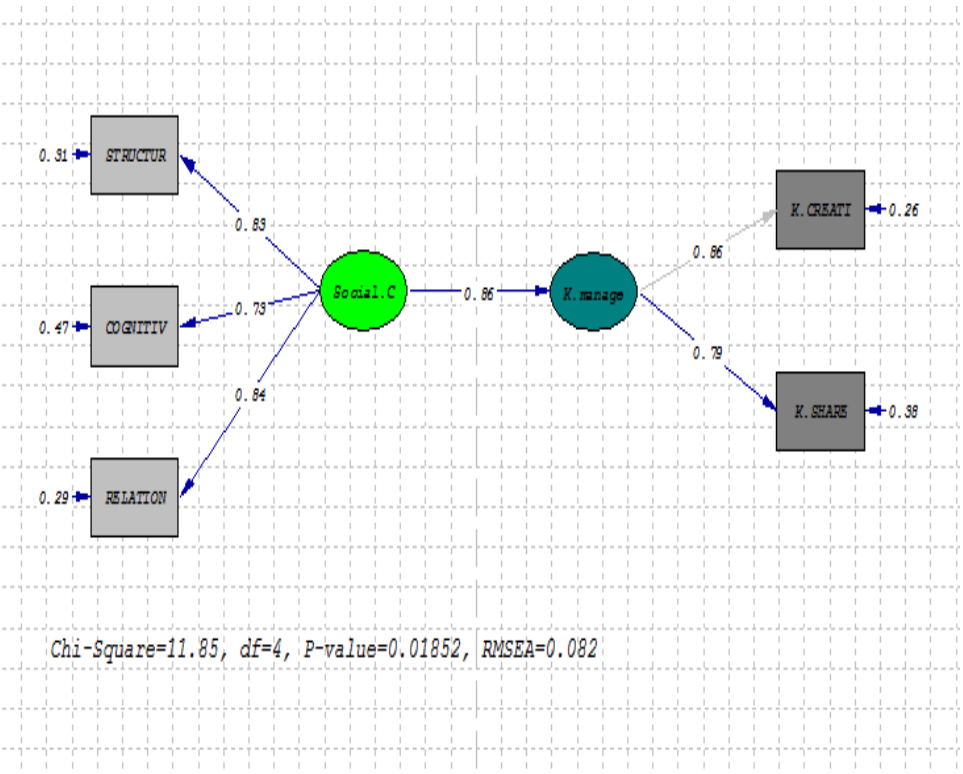
[1]- T-value

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

۵- فرضیه‌های تحقیق

با توجه به کلیهٔ مراحل طی شده به منظور ارائه مدل، مدل مفهومی اولیه تأیید می‌گردد. در این قسمت به بررسی فرضیه‌ها مطابق با داده‌های ارائه شده در نمودار شماره (۳) مربوط به معنی‌داری و نمودار شماره (۴) مربوط به مدل تخمین استاندارد پرداخته می‌شود:

نمودار(۴)- مدل در حالت استاندارد



الف - فرضیه اصلی

سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش سازمان امور مالیاتی تأثیر مستقیم دارد.

اولاً مطابق با داده‌های نمودار در حالت معناداری، اعداد بدست آمده نشان از معنادار بودن تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش دارد (چرا که بین ۱.۹۶ و ۱.۹۶- قرار ندارند). ثانیاً، نمودار در حالت استاندارد نیز نشان‌دهنده این مطلب است که سرمایه اجتماعی ۸۶ درصد تغییرات در مدیریت دانش را

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

تبیین کرده و فرضیه تحقیق یعنی، تأثیر مستقیم سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش تأیید می‌شود و چهارده (۱۴) درصد باقیمانده نیز مربوط به عواملی غیر از سرمایه اجتماعی است که در این تحقیق مورد بررسی قرار نگرفته اند.

ب - فرضیه های فرعی

با توجه به خروجی نرم‌افزار لیزرل[1]، اثرات سرمایه اجتماعی بر دو متغیر خلق و تسهیم دانش در جدول شماره (۲) نشان داده شده است. اعدادی که زیر آنها خط کشیده شده است، اعداد معنی‌داری می‌باشند (بدلیل بالاتر بودن از ۱.۹۶ ، می‌توان گفت روابط معنی‌دار است) و اعداد داخل پارانتز نشان‌دهنده میزان خطا می‌باشد (خطا بسیار کم و مناسب است).

جدول (۲)- تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلق و تسهیم دانش

		Social.C	

K.SHARE	**0.43**	**K.CREATI**	**0.47**
	(0.03)		**(0.03)**
	12.52		**14.06**

فرضیه فرعی ۱: سرمایه اجتماعی بر خلق دانش سازمان امور مالیاتی تأثیر غیرمستقیم دارد.

نظر به اینکه عدد بدست آمده برای عدد معنی‌داری در تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلق دانش بزرگتر از مقدار ۱/۹۶ است پس می‌توان گفت فرضیه فرعی (۱) مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین می‌توان گفت، سرمایه اجتماعی چهل و هفت(۴۷) درصد تغییرات در خلق دانش را تبیین کرده است و پنجاه و سه (۵۳) درصد باقیمانده نیز مربوط به عواملی غیر از سرمایه اجتماعی است که در این تحقیق مورد بررسی قرار نگرفته اند.

فرضیه فرعی ۲: سرمایه اجتماعی بر تسهیم دانش سازمان امور مالیاتی تأثیر غیرمستقیم دارد.

نظر به اینکه عدد بدست آمده برای عدد معنی‌داری در تأثیر سرمایه اجتماعی بر تسهیم دانش بزرگتر از مقدار ۱/۹۶ است پس می‌توان گفت فرضیه فرعی (۲) نیز تأیید می‌شود. همچنین می‌توان گفت، سرمایه اجتماعی چهل و سه (۴۳) درصد تغییرات در تسهیم دانش را تبیین کرده است و پنجاه و

1 - Lisrel

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

هفت (۵۷) درصد باقیمانده نیز مربوط به عواملی غیر از سرمایه اجتماعی است که در این تحقیق مورد بررسی قرار نگرفته اند.

۵-۱- تحلیل جانبی

برای بررسی تفاوت دیدگاه‌های دو گروه زن و مرد و تفاوت دیدگاه‌های گروه‌های سنی متفاوت در سازمان امور مالیاتی کشور در رابطه با متغیرهای سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش، به ترتیب از آزمون مقایسه میانگین دو جامعه و مقایسه میانگین چند جامعه[1] استفاده شده است.

با توجه به نتایج بدست آمده از نرم افزار spss تفاوت معنی‌داری بین دو گروه زن و مرد و گروه‌های سنی دیده نمی‌شود. نتایج در جدول‌های شماره (۳) و (۴) نشان داده شده است. ستون‌های مربوط به F و T و عدد معنی‌داری به وضوح نشانگر عدم تفاوت است.

جدول (۳)- مقایسه میانگین چند جامعه(برای گروه‌های سنی)

متغیرهای مورد بررسی		مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذور	F	عدد معنی داری
سرمایه اجتماعی	بین گروه	.۴۱۴	۳	.۱۳۸	.۴۵۲	.۷۱۶
	درون گروه	۸۷.۴۳۱	۲۸۶	.۳۰۶		
	Total	۸۷.۸۴۶	۲۸۹			
مدیریت دانش	بین گروه	۱.۰۰۲	۳	.۳۳۴	.۹۹۹	.۳۹۳
	درون گروه	۹۵.۵۵۳	۲۸۶	.۳۳۴		
	Total	۹۶.۵۵۵	۲۸۹			

1 -ANOVA

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

جدول (۴)- آزمون مقایسه میانگین دو جامعه(برای دو گروه زن و مرد)

t-test for Equality of Means								
متغیرهای مورد بررسی		t	درجه آزادی	عدد معنی داری	Mean Difference	Std. Error Difference	سطح اطمینان ۹۵ درصد	
							حد پایین	حد بالا
سرمایه اجتماعی	فرض برابری	۱.۰۵۷	۲۸۶	۲۹۱.	۰۷۳۰۶.	۰۶۹۱۱.	-.۰۶۲۹۶	۲۰۹۰۸.
	فرض عدم برابری	۱.۰۴۵	۱۸۴.۱۸۹	۲۹۸.	۰۷۳۰۶.	۰۶۹۹۴.	-.۰۶۴۹۲	۲۱۱۰۴.
مدیریت دانش	فرض برابری	-.۱۸۸	۲۸۶	۸۵۱.	-.۰۱۳۶۷	۰۷۲۵۵.	-.۱۵۶۴۷	۱۲۹۱۲.
	فرض عدم برابری	-.۱۹۴	۲۰۴.۰۴۴	۸۴۷.	-.۰۱۳۶۷	۰۷۰۶۶.	-.۱۵۲۹۹	۱۲۵۶۴.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

۶- بحث و نتیجه‌گیری

لسر[1] (۲۰۰۰) اعتقاد دارد دست کم دو انگیزهٔ مقدماتی در محیط کسب و کار امروز وجود دارد که افراد، سازمان‌ها، و حکومت‌ها را ملزم می‌کند که به آثار سرمایهٔ اجتماعی و تأثیر آن بر رشد اقتصادی و موفقیت سازمانی توجه کنند: ۱- اهمیت سازمان بر مبنای دانش؛ ۲- رشد اقتصاد شبکه ای شده.

تغییرات سریع در محیط رقابتی و نیازهای مشتریان، توجه به فرآیند دانش‌آفرینی را به یکی از ضروریات سازمان‌های تجاری تبدیل نموده است، لیکن این به آن معنا نیست که سازمان‌های دولتی و غیرتجاری از توجه به این مسئله بی‌نیاز هستند. توجه و تأکید بر خلق و تسهیم دانش در سازمان‌های دولتی می‌تواند این سازمان‌ها را در انجام وظایف خود و نیز پاسخ‌گویی هرچه بهتر به خواسته‌های ذینفعان و نیازهای عمومی یاری دهد.

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، سرمایهٔ اجتماعی است (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸). از سوی دیگر، به اعتقاد کگیوت و زندر[2](۱۹۹۶)؛ سازمان، یک گروه اجتماعی است که مشخصهٔ آن سرعت و کارایی در ایجاد و انتقال دانش می‌باشد.

این یک دیدگاه نسبتاً جدید و مهم دربارهٔ تئوری سازمان است که در حال حاضر از سوی چندین صاحب‌نظر دیگر نیز ارائه شده است. سرمایهٔ اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیاری کند (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸). پاتریشیا ام. جونز[3] (۲۰۰۱) در پژوهشی بیان می‌دارد شبکه‌های اجتماعی نیز منبعی برای اشتراک مدیریت دانش یعنی ایجاد، تبادل و انتقال دانش تشکیل می‌دهند. مک ال روی[4] و دیگران (۲۰۰۶) مطرح کردند که نظریه مدیریت دانش نقش مهمی را در توسعه سرمایه اجتماعی در سطوح مختلف ایفاء می‌نماید. دموری و دیگران (۱۳۸۸) نشان داده اند که رابطهٔ مثبت و معناداری بین مدیریت دانش و سرمایهٔ اجتماعی (به میزان ۶۶/۸ درصد) وجود دارد. در تحقیق دیگری گلوریا پارا رکونا و همکاران[5]

1- Lesser, E. L.
2- Kogut, B. & U. Znder
3- Patricia M. Jones
4- Mark W. Mc Elroy, Rene´ J. Jorna and Jo van Engelen
5- Gloria Parra-Requena, Francesc Xavier Molina-Morales, Pedro Manuel García-Villaverde

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

(۲۰۱۰) به این نتیجه رسیدند که بعد شناختی سرمایه اجتماعی به میزان ۵۵/۸ درصد در کسب دانش تأثیر دارد. زارعی متین و همکاران[1] (۲۰۱۰) تأثیر همه جنبه‌های سرمایه اجتماعی (ساختاری، ارتباطی و شناختی) را بر اشتراک‌گذاری دانش تأیید کرده اند. یافته‌های تحقیق نشان‌دهنده تطابق این پژوهش با نظرات این صاحب‌نظران است. مطابق با یافته‌ها، می‌توان موارد ذیل را مورد بحث قرار داده و نتیجه‌گیری کرد:

۱. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش سازمان امور مالیاتی تأثیر مستقیم دارد؛ به طوری که سرمایهٔ اجتماعی تأثیر بسزایی در توسعهٔ مدیریت دانش در سازمان امور مالیاتی دارد. بنابراین، به مسئولان و دست اندرکاران نهاد مذکور توصیه می‌شود بستر مناسب به منظور شکوفایی سرمایهٔ اجتماعی را فراهم کنند تا زمینهٔ ارتقای دانش در سطح سازمان امور مالیاتی فراهم شود.

۲. همچنین یافته‌های دیگر این پژوهش دلالت بر آن دارد که سرمایهٔ اجتماعی با بعدهای دو گانه مدیریت دانش، تأثیر غیرمستقیم دارد. به عبارت دیگر بهبود سرمایهٔ اجتماعی در سازمان امور مالیاتی، موجب ارتقای مدیریت در شاخص‌های خلق و تسهیم دانش می‌شود.

۳. سایر نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری بین دو گروه زن و مرد و گروه‌های سنی دیده نشد.

با توجه به اینکه سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش سازمان امور مالیاتی تأثیر مستقیم دارد می‌توان انتظار داشت که بهبود سطح سرمایهٔ اجتماعی، موجب ارتقای مدیریت دانش در این نوع سازمان‌ها شود. البته توسعهٔ سرمایهٔ اجتماعی نیز مستلزم درک هزینه‌ها و منافع نسبی ناشی از آن است، که توجه به آنها برای مدیرانی که علاقه‌مند به توسعهٔ سرمایهٔ اجتماعی هستند، ضروری است.

از سوی دیگر، با توجه به نقش سرمایهٔ اجتماعی در ارتقای مدیریت دانش در سازمان‌ها، به مسئولان و مدیران سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود ساز و کارهایی را به‌منظور بهبود و ارتقای سرمایهٔ اجتماعی ایجاد کنند تا زمینهٔ توسعه مدیریت دانش فراهم شود. از جملهٔ این اقدامات می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

1- Hassan Zarei Matin, Seyed Mahdi Alvani, Gholam Reza Jandaghi, Yusuf Pashazadeh

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

- توسعهٔ روابط شبکه ای در سازمان‌ها و استفادهٔ مناسب از کانال‌های اطلاعاتی؛ به‌طوری که امکان دسترسی به دانش سازمانی فراهم شود؛
- تلاش به منظور ایجاد فرهنگ حمایتی از طریق طراحی سامانه‌های تشویقی و انگیزشی برای تقویت خلّاقیت و نوآوری، یادگیری و توسعهٔ منابع انسانی؛
- فراهم کردن زمینهٔ ایجاد، انتقال و کاربرد اطلاعات در سازمان‌ها؛
- استقرار ساختار سازمانی مناسب در سازمان‌ها جهت دسترسی اعضای سازمان به منابع اطلاعاتی؛
- طراحی چارچوب شایستگی های پرسنل سازمان (از جمله دانش و توانایی ها و تجربه های آنها) و برنامه ریزی توسعهٔ نیروی انسانی مبتنی بر نظام شایستگی؛
- ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد در میان افراد و بخش‌های مختلف سازمان؛
- فرهنگ سازی جهت ارتقای فعالیت‌ها و کارهای تیمی در سطوح مختلف سازمان؛
- ایجاد و بهبود تعهد پرسنل سازمان جهت انجام وظایف محوله؛
- شناسایی متخصصان آکادمیک، افراد دارای تخصص‌های فنی و غیره در امور مختلف.

به‌طور کلی این پژوهش نشان می‌دهد که گسترش سرمایهٔ اجتماعی در سازمان امور مالیاتی کشور بر توسعهٔ ابعاد مدیریت دانش، نقش بسزایی دارد. وجود سرمایهٔ اجتماعی در سازمان و تعامل اثربخش بین افراد سازمان، موجب آسان شدن خلق و تسهیم دانش در سازمان می‌شود.

با توجه به تأیید فرضیه اصلی و فرضیه‌های فرعی این پژوهش، سازمان امور مالیاتی جهت مدیریت کارآمد و اثربخش دانش سازمانی خویش باید برای ارتقای سطح سرمایهٔ اجتماعی و ابعاد آن (سرمایه های شناختی، رابطه ای و ساختاری) تلاشی دو چندان بنماید. سرمایه‌گذاری سازمان‌ها در جهت توسعهٔ این سرمایه، از طریق آموزش ارتباطات اثربخش، بهبود فرایند ارتباطات و تعامل میان کارکنان و مدیران در داخل و خارج سازمان، ایجاد فرهنگ و جوّی آکنده از همکاری، اعتماد متقابل و کار تیمی، همگی موجب ارتقای میزان سرمایهٔ اجتماعی در سازمان می‌شود و این سازمان را به سمت سازمانی نوآور، خلّاق و یادگیرنده سوق می‌دهد.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

فهرست منابع

۱. دموری، داریوش، منصوری، حسین، طاهری دمنه، محسن (۱۳۸۸)، بررسی رابطه مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی در دانشگاه آزاد (از دیدگاه اعضای هیأت علمی دانشگاه یزد)، فصلنامهٔ مدیریت در دانشگاه اسلامی، سال ۱۳، شماره ۱، ۶۴-۴۴.

۲. سنگه، پیتر (۱۳۸۲)، "پنجمین فرمان مترجمان "، حافظ کمال هدایت – محمد روشن (چاپ چهارم)، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.

۳. فراهانی، رضا و راشین ای لکا (۱۳۸۴)، مدیریت دانش در شرکتهای توزیع نیروی برق؛ دهمین کنفرانس شبکه‌های توزیع نیروی برق – مطالعات اجتماعی، اقتصادی و مدیریتی، تهران، بی‌نا.

۴. قلیچ لی، ب و مشبکی، ا. (۱۳۸۶)، مزیت رقابتی :تبیین نقش سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی، مدرس علوم انسانی، شماره ۵۲، صفحات ۲۶۰-۲۳۳.

۵. کلمن، جیمز (۱۳۷۷)، بنیادهای نظریه اجتماعی، صبوری، چاپ اول، تهران: نشر نی.

۶. مختاری، لیلا (۱۳۸۶). نقش فرهنگ سازمانی در تسهیل اجرای فرآیند مدیریت دانش در گروه خودروسازی سایپا. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی.

۷. نیکچه فراهانی، حمید، و نظری، غلامرضا (۱۳۸۷)، نقش سرمایه اجتماعی در بهره‌وری نیروی کار، ماهنامه تدبیر، سال نوزدهم، شماره۲۰۲، صفحات ۴۸-۴۳.

8. Adler, P.S. & S. Kwon (2002), Social Capital: Prospects for a New Concept, Academy of Management Review, Vol. 27, No. 1, p. 17-40.

9. Aspin, Liam (2004), Social Capital and Productivity, Teaching and Learning Research Program, pp. 1-34.

10. Barron.T (2000), The Merging Of E-learning & Knowledge Management Published by American Society Of Training & Development, Alexandria,VA.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

11. Bergeron, Bryan(2003), Essentials of knowledge management. Published by John Wiley & Sons, Inc.

12. 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.

13. Boisot, M (1995), Information Space: A Framework for Learning in Organizations, Institutions and Culture, London, Routledge.

14. 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.

15. Bourdieu, P. (1985), “The form of capital”, In J.G. Richardson(Ed), Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, New York: Greenwood, 241-258.

16. Burt, R.S (1992), Structural Holes: The Social Structure of Competition, Cambridge, M.A: Harvard University Press.

17. 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.

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

19. Cohen, D. & L. Prusak (2001), In Good Company-how Social Capital Makes Organizations Work, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

20. Coleman, J.S (1990), Foundations of Social Theory, Cambridge, M.A: Harvard University Press.

21. Das, T.K. & B.S. Teng (2002), Alliance Constellations: a Social Exchange Perspective Academy of Management Review, No. 27, p. 445-456.

22. Dixon, N.M. (2000) Common Knowledge: How Companies Thrive by Sharing What They Know, Harvard Business Press, Boston, MA.

23. 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.

24. Gartner Group (1998), Research Note, R. Desisto & K. Harris: Powerful Marketing and Sales Solutions with KM.

25. Gore, C. & E. Gore (1999,. Knowledge Management: the Way Forward, Total Quality Management, Vol. 10, No. 4-5, p. 554-60.

26. Gurteen, D. (February, 1999), “Creating A Knowledge Sharing Culture”, Knowledge Management Magazine, Vol. 2, No.5.

27. 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.

28. Jones, P. M., (2001), Collaborative Knowledge Management, Social Networks, and Organizational Learning, Proceedings of HCI International 2001: Ninth International Conference on Human-Computer Interactio.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

29. Kalseth, Karl (1999). Knowledge Management from a Business Strategy Perspective, FID Review, vol. 1, o. 1, p. 36.

30. Kogut, B. & U. Znder (1996), What do Firms do? Coordination, Identity and learning, Organization cience, vol. 7, P. 502-518.

31. 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.

32. Landry, R. & Amara, N. & Lamari, M (2002), Does social capital determine innovation? To what extent, Technological Forecasting & Social Change, No. 69, p.681–701.

33. Leitner, K.H. & C. Warden (2003), Managing and Reporting knowledgebased Resources.

34. Lesser, E. L. (2000), "Leveraging social capital in organizations". In Lesser, E. L. (Ed.) Knowledge and social capital: foundations and applications. Butterworth, Heinemann.

35. Lewicki, R.J. & B.B. Bunk (1996), Developing and Maintaining Trust in Work Relationships, In R.M. ramer & T.M. Tyler (Eds.), Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research: Thousand Oaks, C.A: Sage .p. 114-139.

36. McElroy, M.W., Jorna, R.J., Engelen, J. (2006), Rethinking social capital theory: a knowledge management perspective, Journal of Knowledge Management, Vol. 10 No. 5, pp. 124-136.

37. Misztal, B (1996), Trust in Modern Societies, Cambridge, England, Polity Press.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

38. Nahapiet, J. & S. Ghoshal (1998), Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage, Academy of Management Review, vol.23, No.2, p.242-266.

39. Nonaka, I (1991), The Knowledge Creating Company, Harvard Business Review, Vol. 34, No. 6, p. 96-104.

40. Nonaka, I., & Takeuchi, H.(1995), The knowledge creating company. New York: Oxford University Press.

41. 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.

42. Orr, J (1990), Sharing knowledge, Celebrating Identity: Community Memory in a Service Culture.

43. Putnam R.D. (1995), Bowling Alone: America's Declining Social Capital, Journal of Democracy, Vol. 6.

44. Requena, G.P., Morales, F.X., Villaverde, P.M. (2010), "The Mediating Effect of Cognitive Social Capital on Knowledge Acquisition in Clustered Firms' Growth and Change", Vol. 41 No. 1, pp. 59–84.

45. Riege, A. (2005), Three-Dozen Knowledge Sharing Barriers Managers Must Consider, Journal of Knowledge Management, vol. 1, No. 3, p. 18-35.

46. Rooney, D. & G. Hearn (2002), The Future Role of Government in Knowledge-Based Economy, Foresight, Vol. 4, No. 6, P. 23-33.

47. Schein, E.H. (1998), Organizational Psychology, Prentice Hall: Englewood Cliffs, N.J.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]

48. Shaw, Nancy C. (2001), Knowledge Management Basics (Foundation for Malcolm Baldridge Award), George Mason University, School of Management.

49. Skyreme D.J. (1998), Developing a Knowledge Strategy, in Strategy Watcher, Technology Support for Knowledge Management, Mid American Journal of Business, P. 14-20.

50. Sturbuck, W.H (1995), Learning by knowledge Intensive Firms, Journal of Management Studies, Vol. 29, p. 713-740.

51. Tymon, W.G. & S.A. Stumpf (2003), Social Capital in the Success of Knowledge Workers, Career Development Turner International, p. 12-20.

52. Zarei Matin, H., et al (2010), Designing and Clarifying Knowledge Sharing Model in Administrative Agencies to Improve the Performance, European Journal of Economics, Finance And Administrative Sciences, Issue 22, pp.101-111.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2025-12-09]