

## بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با عملکرد و مسئولیت پذیری شرکت با توجه به نقش میانجی تسهیم اطلاعات در شرکت های فعال مستقر در شهرک های صنعتی استان گلستان

سیده زهره رضائی کریمی<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول

### چکیده

هدف کلی این تحقیق بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی، تسهیم اطلاعات و عملکرد سازمانی در شرکت های فعال مستقر در شهرک های صنعتی استان گلستان است. روش تحقیق از نوع توصیفی و هدف آن کاربردی بوده و روش گردآوری داده ها میدانی و ابزار آن پرسشنامه است. در تحقیق حاضر جامعه آماری مورد بررسی شامل شرکت های فعال مستقر در شهرک های صنعتی استان گلستان با تعداد ۴۵۱ شرکت است که تعداد ۲۰۸ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب و پرسشنامه بین مدیران این شرکت ها با استفاده از روش نمونه برداری تصادفی طبقه ای توزیع گردید. در نهایت پرسشنامه ها جمع آوری و داده ها به وسیله نرم افزارهای SPSS ۲۰ و ۱b۱,۰۴v.pls مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. با تجزیه و تحلیل داده ها مشخص شد در سطح ۹۵٪ تعامل اجتماعی با اعتماد، دیدگاه مشترک، محتوای تسهیم اطلاعات و کیفیت تسهیم اطلاعات ارتباط معنی داری دارد. همچنین اعتماد با دیدگاه مشترک، محتوای تسهیم اطلاعات و کیفیت تسهیم اطلاعات ارتباط معنی داری دارد. ارتباط بین دیدگاه مشترک با محتوای تسهیم اطلاعات و کیفیت تسهیم اطلاعات تایید شد. و نهایتاً اینکه محتوای تسهیم اطلاعات و کیفیت تسهیم اطلاعات با عملکرد سازمانی و عملکرد مسئولیت پذیری ارتباط معنی داری دارند.

**واژه های کلیدی:** تعامل اجتماعی، اعتماد، دیدگاه مشترک، محتوا تسهیم اطلاعات، کیفیت تسهیم اطلاعات، عملکرد سازمانی و عملکرد مسئولیت پذیری

## ۱. مقدمه

امروزه سازمانها باید به فعالیت هایی دست بزنند که مورد قبول جامعه و منطبق با ارزش ها باشد. آن دسته از سازمانهایی که نتوانند خود را با این مهم تطبیق دهند، در عرصه عمل موفق نخواهند بود. به عبارت دیگر اگر سازمانها بخواهند جایگاه خود را در جامعه حفظ کنند باید به نحوی عمل کنند که باعث بقاء توسعه و موفقیتشان شود. بنابراین لازم است در عملکرد خود تجدید نظر کرده و تعهدات خود را نسبت به ارباب رجوع به درستی ایفا کنند. بدیهی است این میسر نخواهد شد مگر با عملکرد سازمانی بالا [۱]. وقوع رویدادهایی مانند گسترش رقابت، پیشرفت فن آوری اطلاعات، تغییر در ساختارهای سازمانی و تلاش همه جانبه واحدهای اقتصادی برای احراز رتبه برتر، ضرورت توجه به بهبود مستمر عملکرد سازمانی را اجتناب ناپذیر کرده است [۲].

بهبود مستمر عملکرد سازمانها در سایه توجه به سرمایه اجتماعی، نیروی عظیم هم افزایی ایجاد میکند که این نیروها می تواند پشتیبان برنامه رشد و توسعه و ایجاد فرصتهای تعالی سازمانی شود. دولتها، سازمانها و مؤسسات تلاش بسیاری را در این مورد اعمال میکنند [۱]. عملکرد سازمانی قوی نقش مهمی در رشد و توسعه اهداف دارد و در صورت ضعف عملکرد سازمانی، سازمان قادر به برآورده کردن خواسته ها، نیازها و انتظارات ذینفعان نخواهد بود؛ بنابراین به منظور بهبود عملکرد، سازمان باید به طور مداوم کارایی و اثربخشی خودش را بهبود ببخشد؛ که این امر مستلزم داشتن توانایی طراحی، پیاده سازی، مدیریت و توسعه فرایندهای سازمانی بر مبنای محصول خروجی سازمان و درآمد حاصل از آن است [۳]. ساده ترین تعبیر و تعریف برای عملکرد مجموعه فعالیت های معطوف به دست یابی برای اهداف سازمانی است [۴].

و مولفه های آن شامل عملکرد سازمانی و عملکرد مسئولیت پذیری است [۵]. سازمانها تا زمانی که برای بقا تلاش می کنند و خود را نیازمند حضور در عرصه ملی و جهانی می دانند، باید اصل بهبود مستمر را سرلوحه فعالیت خود قرار دهند. این اصل حاصل نمیشود، مگر اینکه زمینه دستیابی به ارتقاء سرمایه اجتماعی امکانپذیر باشد. بنابراین برای رشد و توسعه که پیشنیاز اساسی آن بهبود عملکرد سازمانها است، باید متغیرهای سرمایه اجتماعی شناخته شود و به بهترین نحو ممکن مورد بهره برداری قرار گیرد [۶].

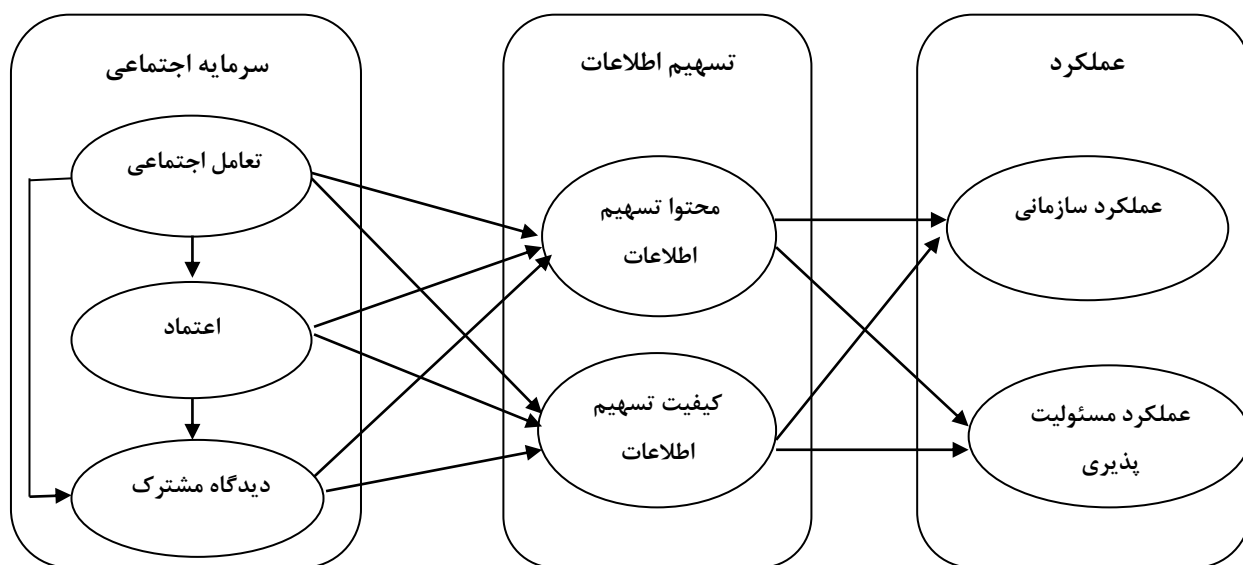
سرمایه اجتماعی مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش ها غیررسمی که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است، در آن سهیم هستند [۷]. سرمایه اجتماعی انباشت منابع بالفعل و بالقوه ای است که مربوط به داشتن شبکه ای نسبتاً پایدار از روابط کم و بیش نهادی شده از آشنایی و شناخت متقابل است [۸]. سه مولفه در نظر گرفته شده در این تحقیق برای سرمایه اجتماعی شامل اعتماد، تعامل اجتماعی و دیدگاه مشترک است [۵].

از طرفی، توسعه اطلاعات و پیشرفت سریع آن در دهه اخیر تحولی عظیم در تمام جنبه های زندگی و فعالیت های بشر ایجاد کرده و باعث حرکت به سمت اقتصاد دانش محور و منجر به تغییر پارادایم حاکم بر اقتصاد صنعتی شده است. لذا سازمان ها جهت بهبود و توسعه عملکرد خود با چالش های نوینی مواجه هستند که برون رفت از این چالش ها مستلزم توجه بیشتر به توسعه و تقویت مهارت ها و توانایی های درونی است که این کار از طریق مبانی دانش سازمانی و تسهیم اطلاعات صورت می گیرد که سازمان ها از آنها برای رسیدن به عملکرد بهتر در دنیای کسب و کار استفاده می کنند [۹]. تسهیم دانش را به عنوان عملی تعریف می کنند که طی آن کارکنان اطلاعات مرتبط را به سایر افراد در سازمان منتقل می کنند [۱۰]. در این تحقیق دو مولفه برای تسهیم اطلاعات در نظر گرفته شده که عبارتند از: مفهوم تسهیم اطلاعات و کیفیت تسهیم اطلاعات [۵].

افزایش قابل توجه فعالیت های مسئولیت های اجتماعی اخیراً به پژوهش هایی در خصوص رابطه بین مسئولیت های اجتماعی و عملکرد سازمانی منجر شده است. تا به امروز این پژوهش ها یافته های متفاوتی از اثر مسئولیت های اجتماعی به دست داده است. نتایج متفاوت نشان دهنده دیدگاه های نظری متفاوتی در خصوص رابطه بین مسئولیت های اجتماعی و عملکرد سازمانی می باشند [۱۱]. در واقع مسئولیت اجتماعی سازمانها موضوع حساسیت برانگیز و رو به توجه در سال های اخیر بوده است. از آنجا که کسب و کار در محیط اجتماعی در حال رشد است، سازمانها باید رفاه اجتماعی که ممکن است توسط فرآیند کسب و کار کاهش یابد، حفظ کنند. با توجه به این، مسئولیت اجتماعی یکی از برنامه های استراتژیک انجام شده

توسط سازمان ها در رابطه با سود و مزایای پایدار اجتماعی و نهایتاً عملکرد سازمانی است. در واقع مسئولیت اجتماعی اقداماتی است که در آن سازمان ها دخالت خود در فعالیت های اجتماعی را در نظر می گیرند و همچنین اثرات مخرب کسب و کار بر جامعه و محیط طبیعی را کاهش می دهند [۱۲]. از طرفی دیگر هر شرکتی که می خواهد از توسعه پایدار عملکرد اطمینان یابد، به ناچار نباید از مزیت رقابتی چشم پوشی کند. در واقع محیط تجاری به صورت منبعی از تلاطم و تغییر، فشار را بر فعالیت های تجاری سازمان ها تحمیل می کند. این تغییرات و فشارهای نامشخص و غیر قابل پیش بینی، سازمان ها را مجبور به استفاده از روش های مناسبی می نماید که می تواند آن را به یک موقعیت تثبیت شده هدایت کرده و از آنان را مقاوم کرده و عملکرد آنان را بالا ببرد. یکی از این راه کارها تسهیم اطلاعات می باشد [۱۳]. بنابراین فرایندهای تسهیم اطلاعات به اجرا درآمده در سطح سازمانی می تواند نقش حیاتی در انتقال اطلاعات و به موجب آن، بهبود عملکرد سازمانی را ایفا کند [۱۴]. در همین راستا نتایج تحقیق یانگ در سال ۲۰۱۴ نشان داد که تسهیم اطلاعات منجر به بهبود عملکرد سازمانی می شود. همچنین یه و شیو در سال ۲۰۱۷ در تحقیق خود نشان دادند که هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی اثرات متفاوتی بر روی به اشتراک گذاری اطلاعات و عملکرد می گذارد. علاوه بر این، هر دو محتوا و کیفیت اطلاعات از اشتراک منجر به بهبود راندمان ساخت و عملکرد مسئولیت پذیری شرکت ها می شود. با توجه به مطالب بیان شده سوال اصلی تحقیق این است که آیا بین سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی تسهیم اطلاعات در شرکت های فعال مستقر در شهرک های صنعتی استان گلستان ارتباط معنی داری وجود دارد؟

لذا مدل مفهومی تحقیق حاضر در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱- مدل مفهومی

بنابراین بر اساس مطالب مطرح شده فرضیه های تحقیق حاضر به شرح زیر هستند:

- H1: بین تعامل اجتماعی و اعتماد ارتباط معنی داری وجود دارد
- H2: بین تعامل اجتماعی و دیدگاه مشترک ارتباط معنی داری وجود دارد.
- H3: بین اعتماد و دیدگاه مشترک ارتباط معنی داری وجود دارد
- H4: بین تعامل اجتماعی و محتوا تسهیم اطلاعات ارتباط معنی داری وجود دارد.
- H5: بین تعامل اجتماعی و کیفیت تسهیم اطلاعات ارتباط معنی داری وجود دارد.

- H6: بین اعتماد و محتوا تسهیم اطلاعات ارتباط معنی داری وجود دارد.  
 H7: بین اعتماد و کیفیت تسهیم اطلاعات ارتباط معنی داری وجود دارد.  
 H8: بین دیدگاه مشترک و محتوا تسهیم اطلاعات ارتباط معنی داری وجود دارد.  
 H9: بین دیدگاه مشترک و کیفیت تسهیم اطلاعات ارتباط معنی داری وجود دارد.  
 H10: بین محتوا تسهیم اطلاعات و عملکرد سازمانی ارتباط معنی داری وجود دارد.  
 H11: بین محتوا تسهیم اطلاعات و عملکرد مسئولیت پذیری ارتباط معنی داری وجود دارد.  
 H12: بین کیفیت تسهیم اطلاعات و عملکرد سازمانی ارتباط معنی داری وجود دارد.  
 H13: بین کیفیت تسهیم اطلاعات و عملکرد مسئولیت پذیری ارتباط معنی داری وجود دارد.

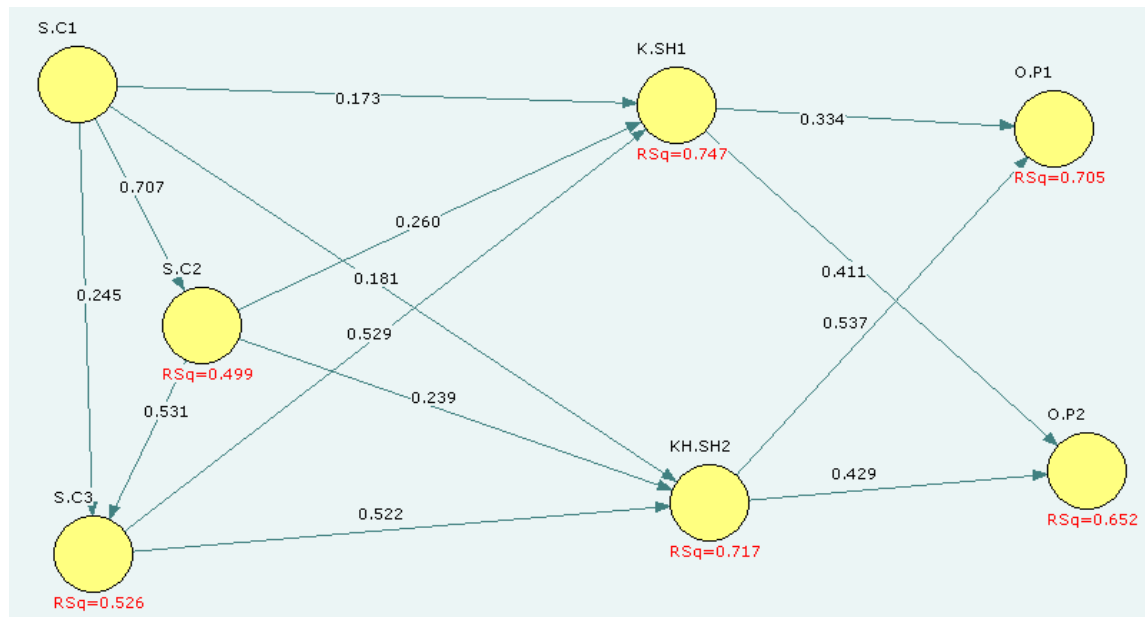
## ۲. جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها

در تحقیق حاضر جامعه آماری مورد بررسی شرکت های فعال مستقر در شهرک های صنعتی استان گلستان با تعداد ۴۵۱ شرکت است. تعداد ۲۰۸ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب و پرسشنامه بین مدیران این شرکت ها با استفاده از روش نمونه برداری تصادفی طبقه ای توزیع گردید. در این تحقیق برای سنجش تمامی متغیرها از ابزار پرسش نامه استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۲۸ سوال دارای روایی و پایایی تایید شده است. برای تجزیه و تحلیل استنباطی داده ها از روش تجزیه و تحلیل مدلسازی معادلات ساختاری و از نرم افزار v.pls1.04b1 استفاده گردید.

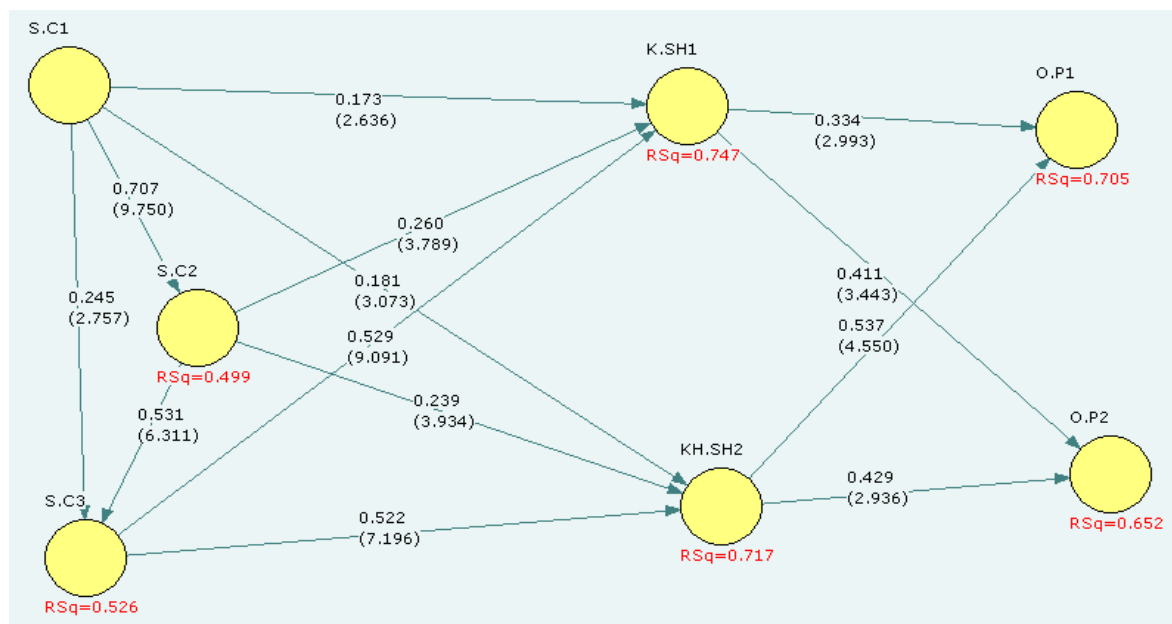
۳۰/۷ درصد از شرکتها کمتر از ۱۰ سال، ۴۴/۸ درصد از شرکتها بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۲۴/۵ درصد از شرکتها بیشتر از ۲۰ سال سابقه فعالیت دارند. همچنین ۶۰/۱ درصد از شرکتها کمتر از ۵۰ نفر، ۳۴/۱ درصد از شرکتها بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر و ۵/۸ درصد از شرکتها بیشتر از ۱۰۰ نفر پرسنل دارند.

توصیف متغیرها نشان می دهد که سرمایه اجتماعی، تسهیم اطلاعات و عملکرد، دارای میانگین ۳/۵ می باشند و می توان گفت که نمره آنها کمی بیش از حد متوسط مورد انتظار طیف است. بنابراین نیاز است که کارکنان برای کار کردن با یکدیگر، به منظور دستیابی به اهداف مشترک در گروه ها و سازمان ها بیشتر توانا بوده و در انتقال اطلاعات مرتبط با سایر افراد بیشتر تلاش نمایند؛ همچنین باید بیشتر به عملکرد سازمان توجه داشته و وضعیت آن را بهتر نمود.

در ادامه شکل های ۲ و ۳ شامل آزمون های مدل تحقیق در حالت استاندارد و معناداری نتایج فرضیات را نشان میدهند. در این مدل ها S.C1 تعامل اجتماعی، S.C2 اعتماد، S.C3 دیدگاه مشترک، K.SH1 محتوا تسهیم اطلاعات، KH.SH2 کیفیت تسهیم اطلاعات، O.P1 عملکرد سازمانی و O.P2 عملکرد مسئولیت پذیری است.



شکل ۲- آزمون مدل تحقیق (در حالت استاندارد)



شکل ۳- آزمون مدل تحقیق (حالت اعداد معنی داری)

با توجه به این که، میزان آماره  $t$  بین تعامل اجتماعی و اعتماد در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی داری برابر با ۹/۷۵ می باشد و از آن جا که این مقدار در خارج بازه  $[-۱/۹۶ \text{ و } ۱/۹۶]$  قرار دارد بنابراین در سطح ۹۵٪ فرضیه ۱ تایید می -

شود. در نتیجه بین دو بُعد تعامل اجتماعی و اعتماد ارتباط معنی داری وجود داشته و شدت ارتباط برابر با ۰/۷۰۷ است. بنابراین هرچقدر مدیران شرکت های تولیدی روابط اجتماعی نزدیکی با تامین کننده اصلی داشته باشند، اعتماد بالا می رود. با توجه به این که، میزان آماره ی  $t$  بین تعامل اجتماعی و دیدگاه مشترک در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی - داری برابر با ۲/۷۵۷ می باشد و از آن جا که این مقدار در خارج از بازه ی  $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$  قرار دارد بنابراین فرضیه ۲ تایید می شود و شدت ارتباط بین این دو بُعد سرمایه اجتماعی برابر با ۰/۲۴۵ است.

با توجه به این که، میزان آماره ی  $t$  بین اعتماد و دیدگاه مشترک در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی داری برابر با ۶/۳۱۱ می باشد و از آن جا که این مقدار در خارج از بازه ی  $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$  قرار دارد فرضیه ۳ تایید می شود و می توان گفت که حمایت تامین کنندگان منجر به بهبود بُعد دیدگاه مشترک می شود.

با توجه به این که، میزان آماره ی  $t$  بین تعامل اجتماعی و محتوا تسهیم اطلاعات در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی داری برابر با ۲/۶۳۶ می باشد و از آن جا که این مقدار در خارج از بازه ی  $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$  قرار دارد فرضیه ۴ تایید می شود. شدت این رابطه برابر ۰/۱۷۳ است. لذا مشاهده می شود که روابط اجتماعی نزدیکی با تامین کننده اصلی منجر به بالا رفتن محتوا تسهیم اطلاعات می شود.

با توجه به این که، میزان آماره ی  $t$  بین تعامل اجتماعی و کیفیت تسهیم اطلاعات در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی داری برابر با ۳/۰۷۳ می باشد و از آن جا که این مقدار در داخل بازه ی  $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$  قرار دارد فرضیه ۵ تایید می شود و شدت ارتباط برابر با ۰/۱۸۱ است. در نتیجه بهبود تعامل اجتماعی با تامین کنندگان منجر به بهبود کیفیت تسهیم اطلاعات می شود.

با توجه به این که، میزان آماره ی  $t$  بین دو بُعد اعتماد و تسهیم اطلاعات در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی - داری برابر با ۳/۷۸۹ می باشد و از آن جا که این مقدار در خارج از بازه ی  $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$  قرار دارد فرضیه ۶ تایید می شود. شدت این رابطه برابر ۰/۲۶ است. لذا مشاهده می شود که بالا رفتن اعتماد منجر به بالا رفتن تسهیم اطلاعات خواهد شد.

با توجه به این که، میزان آماره ی  $t$  بین دو بُعد اعتماد و کیفیت تسهیم اطلاعات در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی داری برابر با ۳/۹۳۴ می باشد و از آن جا که این مقدار در خارج از بازه ی  $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$  قرار دارد فرضیه ۷ تایید می شود. شدت این رابطه برابر ۰/۲۳۹ است. در نتیجه هرچقدر درک تامین کنندگان بالا رود، کیفیت تسهیم اطلاعات بالا خواهد رفت.

با توجه به این که، میزان آماره ی  $t$  بین دیدگاه مشترک و محتوا تسهیم اطلاعات در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی داری برابر با ۹/۰۹۱ می باشد و از آن جا که این مقدار در خارج از بازه ی  $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$  قرار دارد در نتیجه فرضیه ۸ تایید می شود. شدت ارتباط در بین این دو بُعد برابر با ۰/۵۲۹ است. بنابراین هرچقدر اشتراک اهداف بین تامین کنندگان و شرکت ها بیشتر باشد، و محتوا تسهیم اطلاعات بالا خواهد رفت.

با توجه به این که، میزان آماره ی  $t$  بین دیدگاه مشترک و کیفیت تسهیم اطلاعات در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی داری برابر با ۷/۱۹۶ می باشد و از آن جا که این مقدار در خارج از بازه ی  $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$  قرار دارد بنابراین فرضیه ۹ تایید می شود و شدت ارتباط بین این دو بُعد برابر با ۰/۵۲۲ است. در نتیجه هرچه دیدگاه مشترک بین تامین کنندگان و شرکت ها بالا رود، کیفیت تسهیم اطلاعات بالا خواهد رفت.

با توجه به این که، میزان آماره ی  $t$  بین محتوا تسهیم اطلاعات و عملکرد سازمانی در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی داری برابر با ۲/۹۹۳ می باشد و از آن جا که این مقدار در خارج از بازه ی  $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$  قرار دارد در نتیجه فرضیه ۱۰ در ۹۵٪ سطح اطمینان تایید می شود. شدت ارتباط در بین این دو بُعد برابر با ۰/۳۳۴ است. بنابراین هرچقدر شرکت ها اطلاعات قابل پیشبینی را با تامین کننده اصلی به اشتراک بگذارند، عملکرد سازمانی بالا خواهد رفت.

با توجه به این که، میزان آماره ی  $t$  بین دو بُعد محتوا تسهیم اطلاعات و عملکرد مسئولیت پذیری در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی داری برابر با ۳/۴۴۳ می باشد و از آن جا که این مقدار در خارج از بازه ی  $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$  قرار دارد

فرضیه ۱۱ تایید می شود. شدت این ارتباط برابر  $0/411$  است. در نتیجه هرچقدر تامین کنندگان، اطلاعات برنامه ریزی تولید را با شرکت ها بیشتر به اشتراک بگذارند، عملکرد مسئولیت پذیری بالا خواهد رفت.

با توجه به این که، میزان آماره ی  $t$  بین کیفیت تسهیم اطلاعات و عملکرد سازمانی در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی داری برابر با  $4/55$  می باشد و از آن جا که این مقدار در خارج از بازه ی  $[-1/96 \& 1/96]$  قرار دارد بنابراین فرضیه ۱۲ تایید می شود و شدت ارتباط بین این دو بُعد برابر با  $0/537$  است. در نتیجه هرچه تسهیم اطلاعات بین شرکت ها و تامین کنندگان به موقع باشد، عملکرد سازمانی بالا خواهد رفت.

با توجه به این که، میزان آماره ی  $t$  بین کیفیت تسهیم اطلاعات و عملکرد مسئولیت پذیری در مدل ساختاری تحقیق در حالت اعداد معنی داری برابر با  $2/936$  می باشد و از آن جا که این مقدار در خارج از بازه ی  $[-1/96 \& 1/96]$  قرار دارد در نتیجه فرضیه ۱۳ در  $95\%$  سطح اطمینان تایید می شود. شدت ارتباط در بین این دو بُعد برابر با  $0/429$  است. بنابراین هرچه دقت تسهیم اطلاعات بین شرکت ها و تامین کنندگان بالا رود، عملکرد مسئولیت پذیری بالا خواهد رفت.

### ۳. نتیجه گیری

همان طور که در بخش قبل مشخص شد تمامی فرضیه های این مطالعه تایید شده است. بنابراین به جهت افزایش تعامل اجتماعی پیشنهاد می شود شرکت ها با تامین کنندگان اصلی روابط نزدیک تری داشته باشند؛ ارتباط شرکت با تامین کنندگان تداوم داشته باشد. همچنین استفاده از مدیریت روابط تامین کننده و تعامل اجتماعی بالا با تامین کنندگان می تواند به رشد مشارکت و تسهیم اطلاعات در سازمان منجر شود در حالی که مدیریت غلط آن افزایش هزینه و کاهش ابداعات را همراه دارد، بنابراین پیشنهاد می شود فرهنگ همکاری باید در طول زنجیره تامین ترویج شود. علاوه بر این مدیران شرکت ها به جهت تقویت بُعد تعامل اجتماعی می توانند ارتباط با تعداد کمتر تامین کنندگان به منظور ارتباط بلند مدت و براساس روابط صمیمانه و دوستانه بین شرکت و تامین کننده را در دستور کار استراتژی خود قرار دهند.

همین طور به جهت افزایش اعتماد می توان بیان کرد که ایجاد و توسعه اعتماد، در مرحله اول، نیازمند ایجاد یک فرهنگ بر مبنای ارزش های مشترک در بین شرکت ها و تامین کنندگان است که به آن معتقد باشند. اعتماد دو طرفه در محیطی می تواند توسعه پیدا کند که در آن ارزش های مشترک، صداقت و انسجام، پایه و اساس اعتماد در بین شرکت ها و تامین کنندگان قلمداد شوند. بنابراین پیشنهاد می شود که فرهنگ سازمان با ارزشهای سازمان در تعامل و همراستا باشد تا اعتماد بهبود پیدا کند. باید روابط اعضای شرکت با تامین کنندگان عادلانه باشد. وجود جو عدالت بین شرکت ها با تامین کنندگان منجر به آن می شود که تامین کنندگان حتی در زمان تغییر شرایط از شرکت ها حمایت نمایند. در واقع احساس بالای طرفین از میزان عدالت، یکی از نیروهای مهم انگیزشی است که به ارتقای روابط صادقانه و در نهایت اعتماد کمک می کند.

به جهت افزایش دیدگاه مشترک پیشنهاد می شود شرکت ها با تامین کنندگان اعتقادات و اهداف مشابه را به اشتراک بگذارند؛ پیشنهاد می شود کمیته ای متخصص و مجرب به منظور به اشتراک گذاری اعتقادات، ارزش ها و اهداف تعیین و تشکیل گردد و این کمیته با ذخیره نمودن، طبقه بندی و در دسترس قرار دادن کلیه اطلاعات و ایجاد بانک مستندات در خصوص تجربیات بدست آمده در زمینه ارتقا سرمایه اجتماعی فعالیت نماید؛ تکنولوژی هایی مانند سیستم های مدیریت، بانک های اطلاعاتی مرتبط، سیستم های مدیریت مدارک، اینترنت، اینترانت، موتورهای کاوش، ابزارهای جریان کار، سیستم های پشتیبان اجرا، سیستم های پشتیبان تصمیم گیری، داده کاوی، ذخیره داده ها، پست الکترونیک، کنفرانس تصویری، تابلوی اعلانات، گروه های خبری و تابلوهای بحث می توانند نقشی اساسی در تسهیل به اشتراک گذاری ارزش ها و اعتقادات تامین کنندگان و شرکت ها شود.

همچنین به جهت افزایش محتوا تسهیم اطلاعات پیشنهاد می شود که شرکت ها اطلاعات برنامه ریزی تولید را با تامین کنندگان به اشتراک بگذارند؛ سازمان با گسترش شیوه های به اشتراک گذاری اطلاعات و اجرای برنامه های آموزشی متنوع، می تواند میزان تسهیم دانش را افزایش دهد؛ پیاده سازی و اجرای سیستم مدیریت فرایندهای تجاری دوران، که از این طریق امکان تعریف، اجرا، مدیریت، مانیتورینگ و نظارت بر فرایندهای کاری و اشتراک گذاری اطلاعات برنامه ریزی تولید و اطلاعات ظرفیت تولید فراهم می نماید.

در نهایت به جهت افزایش کیفیت تسهیم اطلاعات پیشنهاد می شود تسهیم اطلاعات با تامین کنندگان به موقع انجام گیرد؛ تسهیم اطلاعات با تامین کنندگان به صورت صحیح و با دقت انجام گیرد؛ ایجاد یک چرخه کاری مناسب که در آن بتوان از اتلاف وقت جلوگیری کرد. در این چرخه دو اصل سرعت و دقت در انجام کار و توالی تسهیم اطلاعات مهم هستند. مدیران شرکت ها برای آن که بتوانند تامین کنندگان خود را راضی نگه دارند باید چنین چرخه ای را ایجاد کنند و از کارکنانی استفاده نمایند که مفهوم زمان را به خوبی درک می کنند تا بدین صورت بتوانند اطلاعات دقیق و به موقع بین تامین کنندگان و شرکت ها به اشتراک بگذارند؛ و مدیران باید به خواسته های تامین کنندگان در اسرع وقت یا حداقل در یک فاصله زمانی منطقی پاسخ دهند و از آنان در مورد روش دلخواه جهت پاسخگویی به نیازهایشان نظرخواهی کنند تا تمایل تامین کنندگان برای تسهیم اطلاعات کامل و کافی بیشتر شود.

از آنجاییکه هر مطالعه ای دارای محدودیت هایی است محقق پیشنهاداتی در این راستا ارائه می نماید. این تحقیق به صورت مقطعی انجام شده است. به محققین آتی پیشنهاد می گردد که این تحقیق را به صورت طولی و در بازه های زمانی متفاوت انجام دهند. به محققین آتی پیشنهاد می شود که از متغیرهای جمعیت شناختی که می تواند بصورت غیرمستقیم دخالت داشته باشد به عنوان متغیر مداخله گر استفاده شود. تنها عملکرد به عنوان متغیر تاثیر پذیر مورد بررسی قرار گرفته است. به محققین آینده پیشنهاد می شود سایر متغیرها از قبیل اثربخشی سازمانی مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد.

## منابع و مراجع

۱. حسین پور، د. و آذر، م. (۱۳۹۰)، "بررسی رابطه بین سرمایه فکری و اجتماعی با عملکرد سازمانی از نظر مدیران و کارکنان"، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، دوره ۴، شماره ۷، صص ۱۹-۲۹.
۲. **Yauch, A. (2013), "Measuring agility as a performance outcome", Journal of Manufacturing Technology Management, Vol. 22, No. 3, pp. 384 – 404.**
۳. رحیمی، ش. (۱۳۹۳)، "عملکرد سازمانی بانک های خصوصی"، ماهنامه بانک و اقتصاد، دوره ۷، شماره ۱۲۰، صص ۶۶-۶۹.
4. **Bontis, N. (2015), " Assessing Knowledge Assets: A Review Of The Models Used To Measure Intellectual Capital", international journal of capital , Vol. 1, No. 2, pp. 5-16.**
5. **Ye, L. & Sheu, Ch. (2017), "Social capital, information sharing and performance", International Journal of Operations & Production Management, Vol. 34 , No.11, pp. 1440 – 1462.**
۶. احمدی، س. ع. ا. و فیض آبادی، ح. (۱۳۹۲)، "بررسی ارتقاء سرمایه اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمان (نمونه ی موردی: سازمانهای ستادی شهرداری تهران)"، مدیریت دولتی، دوره ۳، شماره ۶، صص ۳۵-۵۴.
۷. **Leana, C. & Pil, F. (2013), "Social Capital and Organizational Performance: Evidence from Urban Public Schools", Organization Science, Vol. 17, No. 3, pp. 353–366.**
۸. **Isa, R. & Ameer, R. (2017), "Hedge fund performance and managerial social capital", The Journal of Risk Finance, Vol. 8, No. 3, pp. 246-259.**
۹. **Marimuthu, N. et al., (2015), "Human capital development and its impact on firm performance: Evidence from developmental economics", the journal of international social research, Vol. 2, No. 8, pp. 265-272**



۱۰. نعمتی، م. ع. و جمشیدی، ل. (۱۳۹۲)، "بررسی رابطه و تأثیر فرآیند تسهیم دانش و تجربه بر توسعه سرمایه اجتماعی در میان اعضای واحدهای فناور مرکز رشد دانشگاه شهید بهشتی"، مدیریت دانش، دوره ۱۲، شماره ۲۳، صص ۱۶-۱.

۱۱. Panigyrakis, G. (2015), "Market Orientation & Performance: An Emperial Investigation In The Retail Industry In Greece", Journal Of Retailing & Customer Service, Vol. 14, No. 4, pp.134-149.
۱۲. Ulmann, A. (2013), "Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of US firms", Academy of Management Review, Vol. 10, No. 4, pp. 540-557.
۱۳. Sin, L. (2014), "An Analysis Of The Relationship Between Market Orientation & Business Performance In The Hotel Industry", Hospitality Management, Vol. 24, No. 12, pp. 555-557.
۱۴. Hitt, M. et al., (2013), "Direct and moderating effects of human capital on strategy and performance in professional service firms: a resource-based perspective", Academy of Management Journal, Vol. 44, No. 1, pp. 13-28.