

## بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با متغیر میانجی یادگیری سازمانی (مطالعه موردی: شرکت پویان صنعت نهاد)

علی رضایی میرقائد<sup>۱</sup>، رویا امجدی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی دکترا مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبایی

<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد بازرگانی بین الملل دانشگاه آزاد تهران مرکز تهران

---

### چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با متغیر میانجی یادگیری سازمانی می باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش در زمره تحقیقات توصیفی - پیمایشی قرار میگیرد. جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه سرپرستان، مدیران و کارکنان شرکت پویا صنعت نهاد به تعداد ۲۷۰ نفر می باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است، که با توجه به جامعه ۲۷۰ نفری کارکنان حجم نمونه مورد نیاز پژوهش ۱۵۹ نفر می باشد. ابزار گردآوری در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد می باشد. روایی و پایایی این پرسشنامه تایید شده است. جهت تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از نرم افزار مدلسازی معادلات ساختاری اموس استفاده گردید. نتایج پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی تاثیر معنی دارد و همچنین یادگیری سازمانی میان تاثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی نقش میانجی ایفا می کند.

---

**واژه‌های کلیدی:** سرمایه اجتماعی، ابعاد سرمایه اجتماعی، نوآوری سازمانی، یادگیری سازمانی، شرکت پویان صنعت نهاد.

---

## ۱- مقدمه

با توجه به توسعه روز افزون جوامع و در پی آن ایجاد نیازهای جدید، توجه به نوآوری در سازمان‌ها به منظور پاسخگویی به نیازهای مشتریان باعث ایجاد بازارهای جدید می‌شود و رقابت میان سازمان‌ها را تشدید می‌کند، که این رقابت به نوبه خود منجر به رشد فزاینده تولیدات در زمینه‌های مختلف می‌شود (آتی<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۷). بر طبق گزارشات جهانی در سال ۲۰۱۴ کشورهای سوئیس، سوئد و سنگاپور نوآورترین کشورها هستند که با داشتن زیرساختهای تکنولوژیکی، سرمایه‌داران ریسک‌پذیر، پیوند مناسب بین صنعت و دانشگاه و با برنامه‌ریزی مستمر در راستای آموزش نیروی کار خود و تبدیل آن‌ها به دانشگران زمینه را برای نوآوری مهیا می‌کنند. کشورهای در حال توسعه که نوآوری در آن‌ها کمتر است مثل ایران که در رده ۹۰ قرار دارد باید مانند کشورهای توسعه یافته، زیرساخت‌های لازم را برای ارتقاء نوآوری در سازمان‌های خود که قلب نوآوری محسوب می‌شود فراهم کنند (اسواب<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵). از این رو باید برای بهبود فرایند یادگیری و به تبع آن بهبود نوآوری توجه به سرمایه اجتماعی که مجموع منابع بالفعل و بالقوه موجود در درون روابط میان افراد است ارتقا یابد. اگرچه برخورداری از مزیت رقابتی به ویژگی‌های سازمان و نیروی انسانی آن بستگی دارد، اما به یقین سرمایه اجتماعی نیز نقشی تعیین کننده در این مسیر دارد. به تعبیر دیگر مبنای سرمایه اجتماعی در ویژگی‌های جمعی و ساختاری یک جامعه نهفته است و هنجارهایی که شالوده سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهد در صورتی معنا پیدا می‌کنند که بیش از یک نفر در آن سهیم باشد (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۲۵). برای تقویت فرآیند نوآوری در سازمان‌ها ابتدا باید یادگیری را در خود تقویت کنند. در سال‌های اخیر اهمیت مطالعه و تحلیل یادگیری سازمانی افزایش یافته است و پژوهشگران مختلف از دیدگاه‌های متفاوتی به تحلیل آن پرداخته‌اند. یادگیری به عنوان منشأ کسب امتیاز در رقابت‌های تجاری تلقی می‌شود. پیتر دراگر اندیشمند برجسته مدیریت معتقد است که کلید موفقیت‌های سازمانی، یادگیری و کاربرد دانش است زیرا ارزش از طریق نوآوری و تولید ایجاد می‌شود و هر دو گرو بکارگیری دانش است. به بیان دیگر انسان مجهز به دانش، کلید تعیین کننده اثربخش در سازمان‌ها به حساب می‌آید (دفت، ۱۳۷۷: ۱۱۳).

## ۲- بیان مسئله

میزان سرمایه اجتماعی در هر گروه یا جامعه‌ای نشان دهنده میزان اعتماد افراد به یکدیگر است و وجود میزان قابل قبولی از سرمایه اجتماعی موجب تسهیل کنش‌های اجتماعی می‌شود. بطوریکه در مواقع بحرانی می‌توان از سرمایه اجتماعی به عنوان اصلی‌ترین منبع حل مشکلات و اصلاح فرایندها موجود سود برد. این سرمایه در مقایسه با سایر سرمایه‌ها، به علت اینکه باعث یکپارچگی و انسجام جمعی می‌شود از اهمیت بیشتری برخوردار است (میرسپاسی، ۱۳۸۳: ۱۵۰). از سوی دیگر با کاهش سرمایه اجتماعی شاهد تبعیض، نابرابری، عدم حس اعتماد عمومی، کاهش مشارکت اجتماعی، افزایش انحرافات و شکاف بین نسلی خواهیم شد. موردی که بر اهمیت و ضرورت سرمایه اجتماعی می‌افزاید، یادگیری سازمانی و عملکرد می‌باشد. جفری و رابرت ساتن معتقدند که یادگیری سازمانی و عملکرد با استفاده از شیوه‌های مدیریت دانش رسمی تحقق نمی‌پذیرد. بر اساس تحقیقی که در سال ۱۹۹۸ توسط مرکز توسعه نیروی کار انجام شد، ۷۰ درصد دانشی که در محیط کاری آموخته می‌شود توسط روابط غیررسمی منتقل می‌گردد که اهمیت سرمایه اجتماعی قوی را در یک سازمان نشان می‌دهد. یادگیری سازمانی از جمله راهکارهای مناسب برای بقای سازمان در شرایط متغیر است. در واقع یادگیری سازمانی به معنای یادگیری افراد در درون سازمان‌هاست. یادگیری مفهومی پویا است که به یادگیری فردی و یادگیری سازمانی تقسیم می‌شود. به دلیل نیاز سازمان‌ها به سازگاری با تغییرات محیطی، مفهوم یادگیری سازمانی به طور روزافزونی رایج شده، همان طور که یادگیری برای رشد افراد ضروری است، برای سازمان نیز اهمیت دارد. هرچند یادگیری سازمانی بیش از مجموع توان یادگیری است. در سازمانی با سطوح بالای یادگیری سازمانی، افراد پیوسته توانایی خود را برای خلق نتایجی که برای آنها واقعا مطلوب است افزایش می-

<sup>1</sup> Athey

<sup>2</sup> Schwab

دهند. یادگیری سازمانی موجب بروز الگوهای ذهنی جدید و به تبع آن ارتقای نوآوری در یک سازمان می‌شود (سنجه<sup>۳</sup>، ۱۹۹۹: ۲۲۲).

اگرچه تحقیقات در زمینه نوآوری، یادگیری سازمانی و سرمایه اجتماعی بسیار گسترده است، با این حال ارتباط میان سرمایه اجتماعی و نوآوری با متغیر میانجی یادگیری سازمانی تاکنون مورد بررسی واقع نشده است. به این منظور در این تحقیق سعی شده برای مسئله تحقیق که "چه رابطه ای میان سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی از طریق ارتقای یادگیری سازمانی در شرکت پویان صنعت نهاد وجود دارد؟" با توجه به اهداف و فرضیه‌های پژوهش، پاسخ مناسب و مقتضی بیابد و مدل پیشنهادی و راهکارهای مرتبط را ارائه نماید.

### ۳- اهداف تحقیق

#### هدف اصلی

شناخت تاثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با در نظر گرفتن متغیر میانجی یادگیری سازمانی در شرکت «پویان صنعت نهاد».

#### اهداف فرعی

- ۱) شناخت تاثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی در شرکت «پویان صنعت نهاد»
- ۲) شناخت نقش تعدیل‌کنندگی یادگیری سازمانی بر ارتباط میان سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی در شرکت «پویان صنعت نهاد»

### ۴- فرضیات پژوهش

#### فرضیات اصلی

۱. سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی تاثیر معناداری دارد.
۲. یادگیری سازمانی بر تاثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد.

#### فرضیات فرعی

۱. یادگیری سازمانی بر تاثیر بعد ساختاری بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد.
۲. یادگیری سازمانی بر تاثیر بعد شناختی بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد.
۳. یادگیری سازمانی بر تاثیر بعد ارتباطی بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد.

<sup>3</sup> Senge

## ۵- روش شناسی پژوهش

چنانچه طبقه‌بندی تحقیقات بر حسب هدف را مدنظر قرار دهیم، تحقیق حاضر در زمره تحقیقات کاربردی قرار دارد، چنانچه طبقه‌بندی انواع تحقیقات بر اساس ماهیت و روش مدنظر قرار گیرد، روش تحقیق حاضر از لحاظ ماهیت در زمره تحقیقات توصیفی و غیرآزمایشی (میدانی و پیمایشی) قرار دارد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه سرپرستان، مدیران و کارکنان شرکت پویان صنعت نهاد به تعداد ۲۷۰ نفر می‌باشد. با استفاده از فرمول کوکران در این تحقیق حجم نمونه برابر است با ۱۵۹ نفر. روش نمونه‌گیری در این پژوهش به دلیل دسترسی به لیست کارکنان، تصادفی ساده با استفاده از جدول اعداد تصادفی می‌باشد. در این روش پژوهش در خصوص جمع‌آوری اطلاعات مربوط به تأیید یا رد فرضیه‌های پژوهش، به طور عمده از روش پیمایشی استفاده خواهد شد و جهت جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات تحقیق از روش کتابخانه‌ای نظیر کتب و مجلات علمی و... استفاده خواهد شد. در تحقیق حاضر پس از جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات لازم بوسیله پرسشنامه، همگی آن‌ها کدگذاری شده، ضمن طبقه‌بندی آن‌ها، آماره‌های توصیفی مربوط به داده‌ها محاسبه شده، و در نهایت بمنظور تأیید یا رد فرضیات طراحی شده در تحقیق به روش علمی، از آزمون‌های مناسب استفاده شد. برای تحلیل داده‌های عمومی و جمعیت-شناختی جمع‌آوری شده از آزمودنی (مانند سن، جنسیت، تحصیلات و...) عمدتاً از آمار توصیفی توسط نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌های تحقیق، و به منظور بررسی تأثیر هم‌زمان چند متغیر مستقل بر متغیر وابسته از نرم‌افزار مدلسازی معادلات ساختاری آموس استفاده شده است. در این تحقیق، علاوه بر استاندارد بودن ابزار جمع‌آوری داده‌ها، برای اطمینان بیشتر از روش روایی منطقی از نوع ظاهری (توسط اساتید راهنما، مشاور و سایر خبرگان در دسترس) استفاده شده است. در این تحقیق از روش همسانی درونی (ضریب آلفای کرونباخ) جهت سنجش پایایی ابزار پژوهش استفاده شده است.

## ۶- پیشینه تحقیق

- هرندی (۱۳۹۳) به دنبال طراحی چارچوبی توسعه‌یافته و نظام‌مند درخصوص مفاهیم سرمایه اجتماعی، نقش میانجی‌گری انتقال دانش و یادگیری سازمانی در ارتباط با هم و در شرکتهای دانش بنیان 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 دانش بنیان فعال در زمینه فناوری اطلاعات در کشور ایران و به وسیله ابزار پرسشنامه جمع‌آوری شده است. همچنین از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده گردیده است. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی و انتقال دانش بر یادگیری سازمانی شرکتهای دانش بنیان ایرانی مؤثراند. همچنین نقش میانجی‌گری انتقال دانش در اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر یادگیری سازمانی شرکتهای دانش بنیان ایرانی نیز مورد تأیید قرار گرفت.
- کریمی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی «رابطه بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان» پرداختند. روش پژوهش همبستگی علی است. جامعه مورد مطالعه، کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان به تعداد ۱۹۵ نفر می‌باشد که با استفاده از جدول نمونه‌گیری کرجسی و مورگان، تعداد ۱۳۰ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب گردید. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، قابلیت یادگیری سازمانی چیوا و همکاران (۲۰۰۷)، نوآوری دورابجی (۱۹۹۸) استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن با نوآوری و همچنین بین قابلیت یادگیری سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری، رابطه معنادار وجود دارد. نتایج مدل سازی معادله ساختاری نشان داد که سرمایه اجتماعی بر قابلیت یادگیری سازمانی اثر مستقیم و بر نوآوری اثر غیرمستقیم داشته است.

- رجایی پور و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی با هدف «نقش سرمایه اجتماعی در گرایش به نوآوری سازمانی کارکنان شرکت سهامی بیمه معلم» به روش توصیفی، تحلیلی انجام دادند. جامعه آماری پژوهش ۴۰۰ نفر از کارکنان شرکت سهامی بیمه معلم بودند که تعداد ۱۱۷ نفر از آنها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش شامل پرسشنامه محقق ساخته سرمایه اجتماعی و پرسشنامه گرایش به نوآوری اسماعیل و همکاران (۲۰۰۲) بود که پایایی آنها از طریق ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰.۹۲ و ۰.۸۸ به دست آمد. جهت تحلیل داده‌ها از آزمون‌های همبستگی پیرسون، رگرسیون گام به گام و تی تک‌نمونه‌ای استفاده گردید. نتایج تی تک‌نمونه‌ای نشان داد که وضعیت سرمایه اجتماعی و گرایش به نوآوری کارکنان در سطح نسبتاً مطلوبی قرار دارد. نتایج آزمون همبستگی پیرسون حاکی از آن بود که بین سرمایه اجتماعی و تمامی مؤلفه‌های آن با گرایش به نوآوری کارکنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نیز حاکی از آن بود که از بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، چهار بعد همکاری، اعتماد، فهم متقابل و روابط به عنوان متغیرهای پیش‌بینی شرایط ورود به معادله نهایی رگرسیون برای توضیح تغییرات نوآوری سازمانی (متغیر مالک) را دارا بودند و مؤلفه‌های شبکه‌ها، ارزشها و تعهد، به دلیل نداشتن سهم معنی‌دار در پیش‌بینی گرایش به نوآوری کارکنان از معادله حذف گردیدند.
- وو<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۰۹) مطالعه‌ای را تحت عنوان "نقش سرمایه اجتماعی و یادگیری سازمانی در ارتقای عملکرد نوآوری" انجام دادند. نتایج آن در تحقیقی آزمایشی بصورت زیر بود: ۱. سرمایه اجتماعی داخلی و سرمایه اجتماعی خارجی به صورت معنادار و مثبت بر یادگیری سازمانی تأثیرگذار است. ۲. یادگیری سازمانی به صورت معنادار و مثبت بر عملکرد نوآوری تأثیرگذار است. ۳. یادگیری سازمانی میانجی کامل و مهمی از سرمایه اجتماعی داخلی/خارجی و عملکرد نوآوری است.
- لنا و پیل<sup>۵</sup> (۲۰۰۶) نشان دادند که سرمایه اجتماعی بر فعالیت نوآورانه تأثیر گذاشته و ابعاد سرمایه اجتماعی هرکدام تأثیرات مختلف و ناهمسانی روی فعالیتهای نوآورانه می‌گذارند. در بین این ابعاد مشارکت مدنی تأثیری مثبت‌تری بر فعالیت نوآورانه داشت. اعتماد سازمانی نیز از طریق صرف زمان بیشتر بر روی فعالیتهای نوآورانه، تسهیل‌کننده نوآوری است.

## ۷- مرور ادبیات تحقیق

### سرمایه اجتماعی

اصطلاح سرمایه اجتماعی برای اولین بار قبل از سال ۱۹۱۶، در مقاله‌ای توسط هانی فان از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد (الگوژای<sup>۶</sup>، ۲۰۱۰). در دهه ۱۹۷۰ گلن لوری اقتصاددان، اصطلاح سرمایه اجتماعی را به منظور راهکاری برای حل مشکل توسعه اقتصادی درون شهری به کار بردند. لوری از تئوری سرمایه اجتماعی به منظور انتقاد از نظریات نئوکلاسیک ها و ناعادلانه بودن توزیع درآمد استفاده کرد (تیلور<sup>۷</sup>، ۲۰۱۱). جین جاکوب سرمایه اجتماعی را در غالب شبکه‌های اجتماعی تعریف می‌کند که کارکردهایی در جامعه دارند و غیرقابل جایگزینی هستند. این کارکردها می‌تواند سبب توسعه اقتصادی در جوامع گردد (الگوژای و همکاران، ۲۰۱۰).

<sup>4</sup> Wu

<sup>5</sup> Leana & Pil

<sup>6</sup> Alguezaui

<sup>7</sup>Taylor

## ابعاد سرمایه اجتماعی

اندرو (۲۰۱۰) به این مطلب اشاره دارد که در مجموع سرمایه اجتماعی سازمانی متشکل از ابعاد ساختاری (ارتباطات میان افراد)، رابطه‌ای (اعتماد میان افراد)، و شناختی (اهداف و ارزشهای مشترک میان افراد)، در میان اعضای سازمان است. هرکدام از این ابعاد تأثیر قابل ملاحظه‌ای روی پیامدهای سازمانی از طریق تسهیل تبادلات انتشار دانش و عمل جمعی دارد. یافته‌های لنا و پیل (۲۰۰۶) تعداد اندک ولی رو به رشد از مطالعات به بررسی سرمایه اجتماعی سازمانی و عملکرد پرداخته‌اند که یافته‌های حاصل از این تحقیقات نشان می‌دهد که سطوح بالاتر سرمایه اجتماعی با پیامدهای سازمانی بهتر همبستگی دارد. لاکلی سرمایه اجتماعی را به دو بعد کیفیت و شبکه‌های ساختاری تقسیم کرده است که بعد کیفیت، روابط متقابل و اعتماد را در بر گرفته و اعتماد نیز خود به دو نوع نهادی و اجتماعی تقسیم می‌شود. سازه‌هایی که برای اندازه‌گیری این بعد در نظر گرفته شده است عبارتند از: اعتماد اجتماعی، مشارکت سیاسی، رهبری مدنی، بخشش و روحیه داوطلبی، مشارکت مذهبی، شبکه‌های اجتماعی غیر رسمی، تنوع در دوستی‌ها و عدالت در مشارکت مدنی. شبکه‌های ساختاری به انواع رسمی، غیر رسمی، فضایی و رابطه‌ای تقسیم شده و سازه‌های اندازه شبکه، تراکم، ناهمگنی، فشارهای شبکه‌ای، نزدیکی، بینابینی برای اندازه‌گیری این ابعاد در نظر گرفته می‌شود (لاک<sup>۸</sup>، ۲۰۰۵: ۱۳۰).

کلمن سه بعد زیر را برای سرمایه اجتماعی در نظر می‌گیرد: (۱) تعهدات، انتظارات، اعتماد متقابل (۲) کانال‌های ارتباطی (۳) هنجارها و ضمانت‌های اجرایی مؤثر (بولینو<sup>۹</sup> و همکاران، ۲۰۰۲)

ناهاییت و گوشال سه بعد زیر را برای سرمایه اجتماعی در نظر می‌گیرند:

### ۱- بعد ساختاری سرمایه اجتماعی

این بعد الگوی کلی روابطی را که در سازمان‌ها یافت می‌شود در نظر دارد. به عبارت دیگر این بعد میزان ارتباطی که افراد با یکدیگر در سازمان‌ها برقرار می‌کنند را در بر می‌گیرد (بولینو و همکاران، ۲۰۰۲، ۵۰۶). بعد ساختاری سرمایه اجتماعی شامل پیوندهای موجود در شبکه، شکل و ترکیب شبکه و تناسب سازمانی است (ناهاییت و گوشال<sup>۱۰</sup>، ۱۹۹۸: ۲۵).

### ۲- بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی

این بعد ماهیت روابط در یک سازمان را در بر می‌گیرد. به عبارت دیگر در حالی که بعد ساختاری بر این امر متمرکز می‌گردد که آیا کارکنان در یک سازمان با هم در ارتباط هستند یا خیر، بعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این روابط متمرکز می‌شود (بطور مثال آیا این روابط به وسیله اعتماد، صمیمیت، عشق و مانند آن مشخص می‌شود یا خیر) (بولینو و همکاران، ۲۰۰۲، ۵۰۶). این بعد شامل اعتماد، هنجارها<sup>۱۱</sup>، تعهدات<sup>۱۲</sup> و هویت<sup>۱۳</sup> است (یانگ<sup>۱۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۱).

<sup>8</sup> Lock

<sup>9</sup> Bolino

<sup>10</sup> Nahapiet & Ghoshal

<sup>11</sup> Norms

<sup>12</sup> Obligations

<sup>13</sup> Identification

<sup>14</sup> Yang

### ۳- بعد شناختی

این بعد دربرگیرنده میزان اشتراکات کارکنان درون یک شبکه اجتماعی در یک دیدگاه یا درک مشترک میان آنهاست و مانند بعد ارتباطاتی به ماهیت ارتباطات میان افراد در یک سازمان می‌پردازد (بولینو و همکاران، ۲۰۰۲، ۵۰۶) و شامل موارد زیر می‌گردد: زبان و کدهای مشترک و روایت‌های مشترک (جانسون<sup>۱۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۳).

#### • ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه بورديو

ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه بورديو به صورت زیر می‌باشد:

اندازه گروه یا شبکه

حجم سرمایه ای که هر کدام از اعضا در شبکه دارای آن هستند.

#### • ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه کلمن

کلمن نیز سه بعد زیر را برای سرمایه اجتماعی در نظر می‌گیرد:

تعهدات، انتظارات و اعتماد متقابل

کانال‌های ارتباطی

هنجارها و ضمانت‌های اجرایی موثر (بولینو و همکاران، ۲۰۰۲، ۵۰۶).

### سرمایه اجتماعی در حوزه سازمان و مدیریت

در حوزه سازمان و مدیریت، توجه صاحب نظران به نیازها و مسائل اجتماعی، زمینه مساعدی برای گسترش زمینه سرمایه اجتماعی ایجاد کرده است. ویلانوا و جوسا (۲۰۰۳)، سرمایه اجتماعی را به منزله پدیده‌ای مدیریتی تلقی کرده و برای آن ویژگی‌های گوناگونی تعیین کرده‌اند که دربرگیرنده اعتماد (هنجارها)، ارزش‌ها و رفتارهای مشترک، ارتباطات، همکاری، تعهد متقابل، شناخت متقابل و شبکه‌ها است (ویلانوا و جوسا<sup>۱۶</sup>، ۲۰۰۳).

### نقش سرمایه انسانی افراد در سرمایه اجتماعی سازمان

در زمینه تاثیر سرمایه انسانی بر سرمایه اجتماعی، تاکنون در ایران تحقیقی انجام نگرفته است اما می‌توان به چند تحقیق که در خارج از کشور انجام شده است و تا حدودی مرتبط با این موضوع هستند، اشاره کرد. زیپای<sup>۱۷</sup> در پژوهشی که در سال ۲۰۰۱ انجام داده است، تاثیر سرمایه اجتماعی سازمان بر اصلاح سرمایه انسانی را مورد بررسی قرار داده است؛ نتایج تحقیق او نشان از آن است که هرچقدر سرمایه اجتماعی سازمان و شبکه‌های ارتباطی درون گروهی بیشتر شود، افراد بیشتر سعی خواهند کرد که تحصیلات و تجربه خود را بالاتر ببرند (زیپای، ۲۰۰۱ : ۹۹-۱۱۹) کلمن (نیز ۱۹۹۵) معتقد است که سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی در ارتباط با یکدیگرند. در همین راستا فریدمن و کراکهارت (۱۹۹۷) اذعان می‌کنند که این دو با موفقیت سازمان رابطه مثبت و معناداری دارند. لیندرز و گابای در تحقیقی که در سال ۱۹۹۷ انجام دادند به این نتیجه رسیدند که میان سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؛ به این معنا که

<sup>15</sup>Johnson

<sup>16</sup> Vilanova & Josa

<sup>17</sup> Zippay

میزان اطلاعات و دانش افراد به جایگاهی که آنان در شبکه اجتماعی به دست می‌آورند، مرتبط می‌شود و کسانی که سرمایه انسانی بالاتری دارند، به دلیل داشتن تخصص بیشتر، مورد احترام سایر افراد قرار می‌گیرند و دیگران برای مشاوره و کمک به آن‌ها مراجعه کرده و این امر خود موجب می‌شود تا این افراد، تاثیرگذاری بیشتری بر سایرین داشته باشند به این ترتیب سرمایه انسانی باعث ایجاد سرمایه اجتماعی بیشتری برای افراد می‌شود. همچنین فلورین و همکارانش (۲۰۰۳) براساس پژوهشی که در سال ۲۰۰۳ انجام دادند، اذعان می‌کند که تعامل میان سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی، اثر مثبتی بر عملکرد مالی سازمانها دارد و به طور کلی افرادی که از سرمایه اجتماعی بالایی بهره‌مند هستند، در مقایسه با سایر افراد، جایگاه‌های بهتری را در سازمان کسب می‌نمایند، بطوریکه جایگاهشان به آنان اجازه می‌دهد تا به افراد گوناگون و همچنین اطلاعات لازم دسترسی داشته باشند. این امر آنان را قادر به حل مشکلات و کسب اعتماد همکاران می‌سازد و برای آنان فرصت بیشتری برای مساعدت به سازمان و کسب موفقیت بیشتر در کار راهه شغلی فراهم می‌کند. (لین<sup>۱۸</sup> و همکاران، ۲۰۰۵)

## نوآوری

نوآوری فرآیند پیچیده تبدیل ایده‌های خلاقانه به محصولات و خدمات نو می‌باشد که می‌تواند در قالب گسترش تکنولوژی موجود، بازآفرینی مجدد این تکنولوژی به منظور رسیدن به اهداف جدید و یا آفرینش تکنولوژی جدید در راستای برطرف کردن نیازهای جامعه باشد (توشمن و ارلی<sup>۱۹</sup>، ۱۹۹۷). به عبارت دیگر نوآوری خلق یک محصول، دانش یا خدمات جدید با استفاده از علم یا دانش تکنولوژیکی جدید یا موجود است که درجه‌ای از تازگی را فراهم می‌کند (گالاناکیس<sup>۲۰</sup>، ۲۰۰۶). لو و چن (۲۰۱۰) نوآوری سازمانی را مشتمل بر تغییرات در ساختار و فرآیندهای یک سازمان در راستای به کارگیری مفاهیم جدید مدیریتی، کاری و عملیاتی مانند بکارگیری کارگروه‌های تخصصی در تولید، مدیریت زنجیره تأمین یا سیستم‌های مدیریت کیفیت در نظر گرفته‌اند. آرمبروستر (۲۰۰۸) در مطالعه خود نشان داد اهمیت نوآوری سازمانی برای رقابت‌پذیری به وسیله مطالعات متعددی که به تحلیل تأثیر نوآوری سازمانی بر عملکرد بنگاه انجام گرفته، تایید شده است. امروزه سازمانها باید برای پاسخگویی به تقاضا و سبک زندگی متغیر مشتریان و همچنین به منظور بهره برداری از فرصتهای ایجاد شده توسط فناوری و تغییرات بازار، نوآور باشند (رولی<sup>۲۱</sup>، ۲۰۱۱).

نوآوری بصورت ایجاد و نخستین برنامه کاربردی موفق از فرایند یا کالایی جدید؛ ایجاد ایده‌ای جدید است (مک آدام، آرم استرانگ، ۱۹۹۸: ۱۴۷-۱۳۹).

نوآوری به عنوان خلق و بکارگیری موفقیت‌آمیز برآیند محصول یا فرایند جدید، خلق ایده‌های جدید (مک آدام<sup>۲۲</sup>، ۱۹۹۸).

## یادگیری

از یادگیری سازمانی به عنوان شرط لازم برای موفقیت محصول جدید یاد می‌شود (لوینتال و مارچ<sup>۲۳</sup>، ۱۹۹۳؛ لی و آتوهنه‌گیمما<sup>۲۴</sup>، ۲۰۰۱). یادگیری سازمانی توسط بسیاری از دانشمندان، به فرآیندی اطلاق شده است نه تنها در شرکت‌های بزرگ و عظیم،

<sup>18</sup> Lin

<sup>19</sup> Tushman & O'Reilly

<sup>20</sup> Galanakis

<sup>21</sup> Rowley

<sup>22</sup> McAdam

<sup>23</sup> Levinthal and March

<sup>24</sup> Li and Atuahene-Gima



بلکه در شرکت‌های متوسط و کوچک، توسط کمک به خلق محیط نوآوری بهینه و متعاقباً ارتقای عملکرد بالا و مزیت رقابتی پایدار، به فرصت‌های بازار به صورت با شتاب پاسخ می‌دهد (وارگاس<sup>۲۵</sup>، ۲۰۱۵).

### یادگیری سازمانی

یادگیری سازمانی از یادگیری فردی متمایز است. یادگیری فردی، فرایندی شناختی است که باعث تغییر در عادات، مهارت‌ها و فعالیت‌های فرد می‌شود. اما به گفته "لیپشیتز و پوپر"، یادگیری سازمانی در هنجارها، نظریه‌ها، روش‌ها، رویه‌ها، باورها و فرهنگ سازمانی تغییر ایجاد می‌کند. (راشمان<sup>۲۶</sup> و همکاران، ۲۰۰۹) البته بعضی محققان معتقدند که یادگیری فردی ممکن است به یادگیری گروهی و سازمانی منجر نشود و سازمان‌ها نمی‌توانند یاد بگیرند. "کیم" معتقد است که تنها سازمان‌های اثربخش هستند که می‌تواند یادگیری فردی را به یادگیری سازمانی تبدیل کنند (رامالینگام<sup>۲۷</sup>، ۲۰۰۸).

نتایج یادگیری سازمانی برای سازمان را می‌توان به دو دسته درونی و بیرونی تقسیم کرد. نتایج درونی، شامل تغییرات سازمانی مثبت (دلانو<sup>۲۸</sup>، ۲۰۰۷)، بهره‌وری، بهبود عملکرد و رضایت افراد می‌شود. نتایج بیرونی، شامل افزایش مسئولیت، نوآوری و تطبیق با محیط و اطمینان و تغییرات مثبت بیشتر است. (راشمان و همکاران، ۲۰۰۹)

### نقش سرمایه اجتماعی در یادگیری سازمانی

یادگیری سازمانی از طریق به اشتراک گذاشتن بصیرت‌ها، دانش، تجربه و الگوهای ذهنی اعضاء سازمان حاصل می‌شود. یادگیری سازمانی بر پایه دانش و تجربه‌ای که در حافظه سازمان وجود دارد بنا می‌شود و به ساز و کارهایی مانند سیاستها، راهبردها و الگوهایی بر روی ذخیره دانش متکی است. در حقیقت افراد و گروهها عواملی هستند که از طریق آنها یادگیری سازمانی محقق می‌شود. آرجریس<sup>۲۹</sup> (۱۹۹۹) نیز یادگیری سازمانی را در گرو به اشتراک گذاشتن دانش، باورها و مفروضات در میان افراد تیمها می‌داند. مقیاس‌های استفاده شده در این یادگیری تلاش می‌کنند تا ادراک افراد در خصوص ذخیره دانش، فرهنگ، چشم انداز و راهبردها و نظامهای سازمانی را مورد ارزیابی قرار دهند. پترو<sup>۳۰</sup> و همکارانش (۲۰۱۳) به نقش سرمایه اجتماعی در انسجام گروهی و تأثیری که بر یادگیری سازمانی می‌گذارد اشاره می‌کنند. آنان بیان می‌کنند که سرمایه اجتماعی در میان اعضای گروه سبب شکل‌گیری شخصیتی گروه می‌گردد و انسجام و یکپارچگی را در میان اعضاء ارتقاء می‌دهد که سبب ارتقاء کمک به یکدیگر و رفتارهای شهروندی سازمانی در میان اعضا می‌گردد. گروهی با سرمایه اجتماعی بالا داده‌ها و اطلاعات را در میان خود سریعتر به جریان در می‌آورد و گردش دانش و تجربیات اعضاء 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 (پترو و همکاران، ۲۰۱۳). آهوچا (۲۰۰۰)، در تحقیقی منافع سرمایه اجتماعی در واحدهای تحقیق و توسعه را بر می‌شمارد و بیان می‌کند که سرمایه اجتماعی در این واحدها انسجام واحد را ارتقاء بخشیده، یادگیری سازمانی و نوآوری را تقویت می‌کند. نویسنده خاطرنشان می‌کند سرمایه اجتماعی در این واحدها می‌تواند به صورت تعهد رسمی یا غیررسمی میان اعضاء برقرار گردد و سبب ارتقاء انسجام اعضاء در پروژه‌های خود گردد. با توجه به نقش روز افزون یادگیری سازمانی و گسترش سازمانهای دانش-بنیان که مزیت رقابتی آنان مبتنی بر یادگیری مستمر، نوآوری و خلق محصولات و خدمات جدید می‌باشد و همچنین با توجه

<sup>25</sup> Vargas

<sup>26</sup> Rashman

<sup>27</sup> Ramalingam

<sup>28</sup> DellaNeve

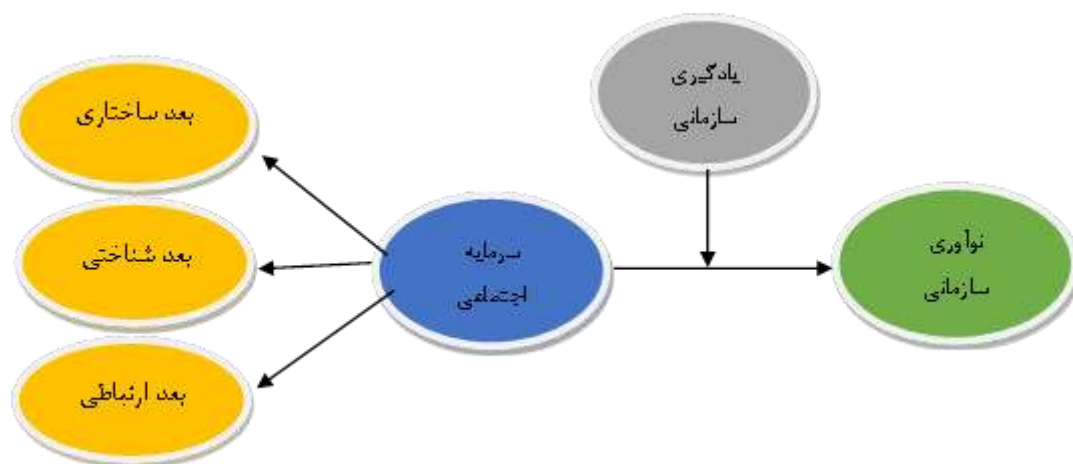
<sup>29</sup> Argyris

<sup>30</sup> Petrou

به تأثیر شگرفی که سرمایه اجتماعی بر ارتقاء نوآوری گروهی و سازمانی دارد، ضرورت کسب و ارتقاء سرمایه اجتماعی در سازمانهای مبتنی بر دانش امری ضروری و حائز اهمیت است (الگوزانی و همکاران، ۲۰۱۰).

#### ۸- مدل مفهومی پژوهش

پس از مرور مستند بر مقالات و رساله‌های معتبر بین‌المللی و بعضاً داخلی، در رابطه با پیشینه تحقیق حاضر، مدل مفهومی زیر مورد استفاده قرار گرفت.



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

#### ۹- یافته‌ها

از مجموع پاسخگویان به سوالات پرسشنامه‌ها ۱،۶۴٪ مرد و ۹،۳۵٪ زن، ۹،۷۹٪ متأهل، ۱،۲۰٪ مجرد، ۱۲،۶٪ بین سن ۲۰ تا ۳۰ سال، ۴۰،۹٪ ۳۰ تا ۴۰ سال، ۴۲،۱٪ ۴۰ تا ۵۰ سال و ۴،۴٪ ۵۰ سال و بالاتر سن داشتند. ۹،۴٪ دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۷،۵٪ دارای مدرک تحصیلی فوق دیپلم، ۴۹،۷٪ لیسانس و ۲۸،۳٪ فوق لیسانس و ۰،۵٪ دارای مدرک دکترا بودند. در مورد سابقه کاری ۵٪ دارای سابقه زیر ۵ سال، ۲۱،۴٪ ۵-۱۰ سال، ۱۶،۴٪ ۱۰-۱۵ سال، ۲۱،۴٪ ۱۵-۲۰ سال و ۲۸،۳٪ ۲۰-۲۵ سال و ۷،۵٪ بالای ۲۵ سال، سابقه کار می‌باشند.

#### نتیجه‌گیری بر اساس فرضیات تحقیق

#### فرضیات اصلی

فرضیه اصلی اول: سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی تأثیر معناداری دارد.

جدول (۱): ضریب مسیر و عدد معنی داری فرضیه اصلی اول

نتیجه آزمون	نسبت بحرانی	ضریب مسیر	فرضیه
تأیید فرضیه	۵،۶۹۳	۰،۶۸	سرمایه اجتماعی -> نوآوری سازمانی

با توجه به مقدار نسبت بحرانی که بالاتر از ۱.۹۶ است، می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد، سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی تاثیر معناداری دارد. بنابراین در این زمینه پیشنهاد می‌گردد تا به سرمایه اجتماعی و تقویت آن در سازمان خود در کنار سایر متغیرهای بهبود سازمانی توجه ویژه‌ای داشته باشند تا از طریق تبلیغ و توسعه فاکتورهای سرمایه اجتماعی و ایجاد فرهنگ مشارکت مبتنی بر اعتماد بتوانند از مزایای این سرمایه ناملموس سازمانی بهره‌مند گردند. اعضای سازمان در هنگام انجام دادن کارها با یکدیگر صادق و درستکار باشند. مدیران باید در ابتدای هر سال بروشورهایی در خصوص چشم انداز و ماموریت سازمان تهیه کنند و در اختیار یکایک کارکنان سازمان قرار دهند. فراهم سازی جو و فرهنگ فعالیتهای گروهی و تشویق اعضای سازمان به فعالیتهای گروهی توسط مدیران سازمان صورت گیرد. ایجاد احساس مسئولیت‌پذیری در برابر تحقق چشم انداز سازمان در بین اعضای سازمان انجام شود. اعضای سازمان اطلاعات، دانش و دیگر منابعشان را برای انجام وظایف با یکدیگر ترکیب کنند. حس صمیمیت میان اعضای سازمان با یکدیگر، مدیران و دیگر مسئولین سازمان ایجاد و تقویت گردد. مهارت پذیرش متقابل میان اعضای سازمان با یکدیگر و مدیران سازمان ایجاد و تقویت شود. لایه غیرضروری بوروکراسی که سرکوب‌کننده نوآوری و خلاقیت در بین کارکنان سازمان است، کمرنگ شود و منابع و زمانی که صرف کنترل و نظارت بر رفتار افراد سازمان می‌شود، صرف خلق نظرهای جدید و فعالیتهای نوآورانه شود.

**فرضیه اصلی دوم:** یادگیری سازمانی بر تاثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد.

#### جدول (۲): ضریب مسیر و عدد معنی داری فرضیه اصلی دوم

فرضیه	ضریب مسیر	نتیجه آزمون
سرمایه اجتماعی - یادگیری سازمانی - نوآوری سازمانی	۰.۸۸۳	تأیید فرضیه

با توجه به تغییر ضریب مسیر از ۰.۶۸ به ۰.۸۸۳ می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد، یادگیری سازمانی بر تاثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد. سازمان از طریق سیستم پاداش مناسب، مدیریت مشارکتی توجه به افراد خلاق و کارکنان دانشی، ایجاد جو حامی نوآوری و خلاقیت، یادگیری از شکستها و موفقیتها با پیاده سازی ساز و کارهایی مانند ایجاد اتاق فکر، ایجاد مرکز پذیرش و بررسی پیشنهادها به یادگیری و تسهیم دانش پردازند و از این طریق فرآیندهای جدید و محصولات جدید را در سازمان پایه‌ریزی کنند. ایجاد ارتباطات داخلی در حوزه‌های ارتباطات میان فردی، ارتباطات بین واحدهای سازمانی و ایجاد ارتباطات مبتنی بر صداقت و اعتماد متقابل بین مدیران و کارکنان را طرح ریزی و برنامه‌ریزی کنند. فرهنگ سازی برای مباحثه و گفتگو و ایجاد ساز و کاری برای تسریع و ترویج فرآیند یادگیری در سازمان از ایده‌های نو و اثربخش کارکنان در شرکت و تبدیل آنها به دانش کاربردی و مورد استفاده برای آنان حمایت گردد.

#### فرضیات فرعی

**فرضیه فرعی اول:** یادگیری سازمانی بر تاثیر سرمایه ساختاری بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد.

**جدول (۳): ضریب مسیر و عدد معنی داری فرضیه فرعی اول**

نتیجه آزمون	ضریب مسیر	فرضیه
تأیید فرضیه	۰.۳۰۰	سرمایه ساختاری-یادگیری سازمانی < نوآوری سازمانی

با توجه به تغییر ضریب مسیر از ۰.۲۸ به ۰.۳۰۰ می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد، یادگیری سازمانی بر تاثیر سرمایه ساختاری بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد. پیشنهاد می‌شود مدیران و موسسان این شرکتها توجه زیادی به ایجاد شبکه سازی و ارتباطات در درون و خارج از شرکت داشته باشند. این امر منجر به دستیابی به اطلاعات زیادی از راه‌های غیررسمی و شناسایی فرصتهای جدید در مورد محصولات و تکنولوژی‌های جدید می‌شود. ایجاد و توسعه همکاری در سازمان از طریق انجام دادن کارها به صورت گروهی و تیمی ممکن می‌شود.

**فرضیه فرعی دوم:** یادگیری سازمانی بر تاثیر سرمایه شناختی بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد.

**جدول (۴): ضریب مسیر و عدد معنی داری فرضیه فرعی دوم**

نتیجه آزمون	ضریب مسیر	فرضیه
تأیید فرضیه	۰.۵۶۳	سرمایه شناختی-یادگیری سازمانی < نوآوری سازمانی

با توجه به تغییر ضریب مسیر از ۰.۶۳ به ۰.۵۶۳ می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد، یادگیری سازمانی بر تاثیر سرمایه شناختی بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد. پیشنهاد می‌شود مدیران و موسسان به جای استفاده از رویه‌ها و خط مشی‌های دست و پاگیر به نهادینه کردن ارزشها در شرکت بپردازند. زیرا این کار منجر می‌شود کارکنان به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و اطلاعات، مهارت‌ها و تخصصهایشان را با هم در میان بگذارند

**فرضیه فرعی سوم:** یادگیری سازمانی بر تاثیر سرمایه ارتباطی بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد.

**جدول (۵): ضریب مسیر و عدد معنی داری فرضیه فرعی سوم**

نتیجه آزمون	ضریب مسیر	فرضیه
تأیید فرضیه	۰.۵۷۶	سرمایه ارتباطی-یادگیری سازمانی < نوآوری سازمانی

با توجه به تغییر ضریب مسیر از ۰.۳۵ به ۰.۵۷۶ می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد، یادگیری سازمانی بر تاثیر سرمایه ارتباطی بر نوآوری سازمانی نقش میانجی دارد. پیشنهاد می‌شود مدیران و موسسان این شرکتها با ایجاد جوی صمیمانه، صادقانه و همراه با اعتماد در شرکت انجام فعالیتها به صورت گروهی را تشویق نمایند. یکی از راه‌های تقویت

ارتباطات در سازمان استفاده از تیمهای کاری است. سازمان می‌تواند با تعیین پاداشهایی بر مبنای عملکرد تیمی سبب شود که کارکنان به کار کردن با همدیگر ترغیب شوند.

#### ۱۰- بحث و نتیجه گیری

در راستای مقایسه نتایج پژوهش حاضر با پیشینه پژوهش، نتایج بدست آمده تحقیق هرندی و همکاران (۱۳۹۳) حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی و انتقال دانش بر یادگیری سازمانی شرکتهای دانش بنیان ایرانی مؤثراند. در تحقیق حاضر نیز مسیر سرمایه اجتماعی بر یادگیری معنی‌دار شده است، از این رو نتایج این دو پژوهش همسو هستند. نتایج مدل سازی معادله ساختاری تحقیق کریمی و همکاران (۱۳۹۲) نشان داد که سرمایه اجتماعی بر قابلیت یادگیری سازمانی اثر مستقیم و بر نوآوری اثر غیرمستقیم داشته است، که مطابق نتایج پژوهش حاضر می‌باشد. نتایج آزمون همبستگی پیرسون تحقیق رجایی پور و همکاران (۱۳۹۱) حاکی از آن بود که بین سرمایه اجتماعی و تمامی مؤلفه‌های آن با گرایش به نوآوری کارکنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد که با نتیجه فرضیه اصلی پژوهش حاضر هم‌خوانی دارد. نتایج تحقیق وو و همکاران (۲۰۰۹) بصورت زیر بود: ۱. سرمایه اجتماعی داخلی و سرمایه اجتماعی خارجی به صورت معنادار و مثبت بر یادگیری سازمانی تأثیرگذار است. ۲. یادگیری سازمانی به صورت معنادار و مثبت بر عملکرد نوآوری تأثیرگذار است. ۳. یادگیری سازمانی میانجی کامل و مهمی از سرمایه اجتماعی داخلی/خارجی و عملکرد نوآوری است که مطابق نتایج پژوهش حاضر است. لنا و پیل (۲۰۰۶) نشان دادند که سرمایه اجتماعی بر فعالیت نوآورانه تأثیر گذاشته و ابعاد سرمایه اجتماعی هر کدام تأثیرات مختلف و ناهمسانی روی فعالیتهای نوآورانه می‌گذارند که با نتایج پژوهش حاضر همسو است.

#### ۱۱- پیشنهادات

به محققین برای انجام تحقیقات آتی پیشنهاد می‌شود موارد زیر را در نظر گرفته و در راستای دستیابی به نتایجی مفید قدم بردارند:

- ۱- بررسی تاثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی تسهیم دانش
- ۲- بررسی تاثیر سایر عوامل موثر بر نوآوری سازمانی
- ۳- بررسی موضوع پژوهش حاضر در جوامع آماری دیگر

#### منابع

- ۱- فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹)، پایان نظم. ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: انتشارات جامعه ایرانیان
- ۲- دفت، ال. ریچارد (۱۳۷۷)، تنوری و طراحی سازمان، جلد دوم. (ترجمه علی پارسیان و محمد اعرابی). چاپ اول. تهران: دفتر تحقیق‌های فرهنگی.
- ۳- رجایی پور و همکاران، چوپانی، حیدر (۱۳۹۱)، نقش سرمایه اجتماعی در گرایش به نوآوری کارکنان در شرکت سهامی بیمه معلم، فرآیند توسعه، دوره ۲۶، شماره ۱
- ۴- کریمی، فریبا؛ احمدی، سمیه (۱۳۹۲)، رابطه بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان، «مدیریت بهره‌وری» سال هفتم، شماره ۲۷
- ۵- میرسپاسی، ناصر. (۱۳۸۳). مدیریت استراتژیک منابع انسانی و روابط کار. چاپ بیست و سوم. تهران: انتشارات میر.
- ۶- هرندی، عطاهاله (۱۳۹۳)، تبیین نقش سرمایه اجتماعی و انتقال دانش در یادگیری سازمانی شرکتهای دانش بنیان، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری/ سال اول/ شماره ۴/ بهار ۱۳۹۳.

- 7- 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
- 8- Athey,G. Glossop,C. Harrison,B. Nathan,M. Webber,C.( 2007), *Innovation and the city*, NESTA
- 9- Argyris, C.; & Schon, D., (1978). “Organizational Learning: A Theory Of Action Perspective”, Reading, Mass: Addison Wesley.
- 10- Bolino, Mark C.; Turnley, William H., & Bloodgood, James M. (2002). “Citizenship Behavior And The Creation Of Social Capital In Organizations”. *Academy Of Management Review*, 27(4), Pp.505-522.
- 11- Coleman, James. 1988. “Social Capital in the Creation of Human Capital”, *American Journal of Sociology* 94 (Supplement): P. 95-120
- 12- Dellaneve, J.R.(2007). *The Relationship between organizational Learning and organizational Change: Analyzing Adult Learning and organizational Learning Factors*. Published PHD Thesis, University of Pepperdine, Malibu
- 13- Galanakis, K. (2006), "Innovation process, Make sense using systems Thinking", published in <http://www.elsevier.com/Location/technovation>
- 14- 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
- 15- Levinthal, D.A.; March, J.G., (1993). “The Myopia Of Learning”, *Strategic Management Journal*, 14 (Winter), 95–112.
- 16- Li, H.; Atuahene-Gima, K., (2001). “Product Innovation Strategy And Performance Of New Technology Ventures In China”, *Academy Of Management Journal*, 44 (6), 1123–1134.
- 17- Leana, C. R. & Pil, F. K. (2006). Social capital and organizational performance: evidence from urban public schools, *Organization Science*, 17(3), 353-366
- 18- Li, z. & F. Luo (2011), Research on the relationship among social capital, organizational learning and knowledge transfer performance. *Journal of Software*, Vol. 6, No.9,pp .1763-177
- 19- Lin S. , Huang Y. ; (2005) “The role of social capital in the relationship between human capital & career mobility”; *Journal of Intellectual Capital*; Vol. 6, No. 2, 2005
- 20- Lock L. ; *Knowledge management tool and techniques* ; Elsevier Butterworth Heinemann , 2005.
- 21- McAdam, R., Armstrong, G., & Kelly, B. (1998). “Investigation of the relationship between total quality and innovation: A research study involving small organizations”. *European Journal of Innovation Management*, 1(3), 139–14
- 22- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998), Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage, *Academy of Management Review*, Volume 23, pages 242-266
- 23- Petrou, Anastasia., Daskalopoulou, Irene. (2013). Social capital and innovation in the – .services sector. *European Journal of Innovation Management*, 16(1), 50-69
- 24- Ramalingman,B. (2008). *organizational Learning for Aid, and Learning Aid organizations* . 4-6, at: [www.capacity.org/issue33](http://www.capacity.org/issue33).
- 25- Rashman, L., Withers, E.,& Hartley, J.(2009). *organizational Learning and Knowledge in Public Service organizations: A Systematic Review of the Leterature*. *International Jornal of Management Reviews*, 11, 463-494
- 26- Rowley, J.,Baragheh, A., Sambrook, S.(2011), "Towards an Innovation Type Mapping Tool", *Management Decision*, Vol.49,No.1, 2011

- 27- Schwab, k. (2015), Global Competitiveness Report, World Economic Forum.
- 28- Senge, P.M. (1990), The Fifth Discipline: The Art and Practice of The Learning Organization Random House, London.
- 29- Taylor, Maureen. (2011). Building Social Capital Through Rhetoric and Public
- 30- Tushman, M., O'Reilly A.(2002), , Winning through Innovation: A Practical Guide to Leading Organizational Change and Renewal. Boston, Mass: Harvard Business School Press
- 31- Vargas, M.I.R., (2015). “Determinant Factors For Small Business To Achieve Innovation, High Performance And Competitiveness: Organizational Learning And Leadership Style”, Social And Behavioral Sciences. 169, 43 – 52.
- 32- Vilanova, E.P., Josa, R.T (2003) social capital as a managerial phenomenon
- 33- Wu, C.M, C.R. Ay. & B.Y.H. Lien (2009), The role of social capital and organizational learning in promoting innovation performance, Int,J, Information Systems and Change Management, Vol.4,No.2
- 34- 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
- 35- Zippay A ; “The role of social capital in reclaiming human capital: A longitudinal study of occupational mobility among displaced steelworkers”; Journal of Sociology and Social Welfare, Vol. xxviii, No.4, 2001.