

تدوین مدل ساختاری نوآوری سازمانی بر اساس سرمایه اجتماعی در بین کارکنان وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران

مرتضی حیدری^۱، غلامرضا شعبانی بهار^{۲*}، نصرالله عرفانی^۳، مجید سلیمانی^۴

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد همدان، ۲- استاد گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی تهران،

۳- دانشیار گروه روانشناسی، دانشگاه پیام نور، ۴- استادیار گروه تربیت بدنی، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

دریافت: ۱۳۹۷/۰۴/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۶/۰۹

The Developing Structural Modeling of an Organizational Innovation Based on the Social Capital Among Youth and Sport Ministry Staffs of Islamic Republic of Iran

Morteza Heidari¹, GholamReza Shabanibahar^{2*}, Nasrolah Erfani³,
Majid Soleymani³

1- Ph. D. Candidate in Sport Management, Islamic Azad University of Hamedan University,

2- Professor in Sport Management, Tehran Allameh Tabataba'i, 3- Associate professor in Psychology, Payame Noor University, 4- Assistant Professor, Department of Physical Education, Malayer Branch, Islamic Azad University, Malayer, Iran

Received: (2018/07/02)

Accepted: (2018/08/31)

Abstract

Aim of this descriptive-correlation study was developing structural modeling organizational Innovation based on Social Capital among youth and sport ministry staffs of Islamic republic of Iran. The population of all employees of the Ministry of Sport and Youth (N =890), that That according to Krejcie & Morgan table 396 were selected by random sampling method. Measurements tool in such study to gathering data were Organizational Innovation Jimenez and et al questionnaire (2008) and Social Capital Nahapiet and Ghoshal questionnaire (1998). Content validity of both questionnaires confirmed by 15 Sport Managment professors and reliability through Cronbach's alpha test In an early example of 30 number for Organizational Innovation and Social Capital respectively equal to $\alpha = 0/928$ and $\alpha = 0/971$ were reported. All data were analyzed by Structural Equation Modeling via Software SPSS₂₃ and LISREL_{8.5}. Results of the present study indicated that structural model of Organizational Innovation based on Social Capital confirmed that all of the questions have a significant effect on the developing structural model ($P < 0/01$). Goodness of fit and Social Capital could lead to a significant effect on Organizational Innovation among youth and sport ministry staff ($P < 0/01$, $T = 11/19$, $\beta = 0/64$). It seams Social capital has a significant effect on Organizational Innovation activities in staffs youth and sport ministry. This may lead to create new ideas and genius activities in such ministry.

Keywords

Organizational Innovation, Social Capital, youth and sport ministry staffs

چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر توصیفی- همبستگی، تدوین مدل نوآوری سازمانی بر اساس سرمایه اجتماعی کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان بودند ($N = 890$)؛ که با توجه به جدول کرجسی و مورگان ۳۹۶ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری جمع‌آوری داده‌ها شامل دو پرسشنامه نوآوری سازمانی جیمنز و همکاران (۲۰۰۸) و سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) بود. روایی صوری پرسشنامه‌ها توسط ۱۵ تن از اساتید مدیریت ورزشی تایید گردید و پایایی آن‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ در یک نمونه اولیه ۳۰ نفره برای پرسشنامه نوآوری سازمانی و سرمایه اجتماعی به ترتیب $\alpha = 0/928$ و $\alpha = 0/971$ گزارش شد. داده‌ها با استفاده از روش مدل معادلات ساختاری از طریق نرم‌افزار SPSS₂₃ و LISREL_{8.5} تجزیه و تحلیل شدند. نتایج مدل ساختاری نوآوری سازمانی بر اساس سرمایه اجتماعی نشان داد که تمامی سوالات دارای اثر معناداری در مدل ارائه شده می‌باشند ($P < 0/01$). شاخص‌های برازش مدل ساختاری از برازندگی مناسبی برخوردار است. همچنین سرمایه اجتماعی توانسته اثر معناداری بر نوآوری سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان داشته باشد ($\beta = 0/64$, $t = 11/19$, $P < 0/01$). به نظر می‌رسد سرمایه اجتماعی بر فعالیت‌های نوآوری سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان تأثیر معناداری دارد. این امر می‌تواند صرف خلق ایده‌های جدید و فعالیت‌های نوآورانه در این وزارتخانه گردد.

واژه‌های کلیدی

نوآوری سازمانی، سرمایه اجتماعی، کارکنان وزارت ورزش و جوانان

مقدمه

نوآوری نقشی مهم در محیط بازرگانی امروزی دارد (۱). امروزه اکثر سازمان‌ها با یک محیط پویا مواجه هستند که به وسیله تغییرات تکنولوژیکی سریع، چرخه تولید کوتاه مدت و جهانی شدن مشخص می‌شوند و با مشکلاتی نظیر: فشار مالی، رقابت با سایر سازمان‌ها، جذب کارکنان مستعدتر، اعطای استقلال بیشتر به کارکنان روبرو هستند و برای غلبه بر این مشکلات نیاز دارند که خلاق و نوآور باشند تا بتوانند به بقای خود ادامه داده، رشد کنند و رقابت نمایند (۲). با وجود رقابت در تمامی صحنه‌های فنی و سازمانی، مدیران سعی دارند تا با شناخت و ایجاد جوی حاکی از درک مناسب به تولید نوآوری که طی آن امکان بروز خلاقیت و افزایش بهره‌وری را میسر می‌سازد، اهتمام ورزند. همه‌ی سازمان‌ها برای بقا، نیازمند اندیشه‌های نو و نظرات بدیع و تازه هستند. خلق ایده و فرآیندهای جدید، مسیری است که به واسطه آن، سازمان‌ها می‌توانند خود را با محیط متلاطم بیرونی منطبق کرده و به مزیتی رقابتی دست یابند. چالش اصلی سازمان‌ها، نوآوری است؛ که فرآیند تطبیق با بسیاری از تغییرات محیطی را تسهیل می‌کند. درواقع، نوآور بودن به سازمان در برخورد با محیط متلاطم خارجی کمک می‌کند که با پیچیدگی و تغییری که به سرعت در حال افزایش است، مقابله کند. در چنین شرایطی، شرکت‌هایی که ظرفیت نوآوری دارند، قادرند به چالش‌ها سریع‌تر پاسخ دهند، محصولات جدیدی را استخراج کنند و فرصت‌های بازار بهتری نسبت به شرکت‌های فاقد نوآوری به دست آورند. نوآوری یا ابداع، عملی و کاربردی ساختن افکار و اندیشه‌های نو و تازه ناشی از خلاقیت است. از نظر رایینز، نوآوری، فرآیند اخذ ایده خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمات و روش‌های جدید عملیات است (۳). امروزه سرمایه اجتماعی بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می‌شود. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند (۴). در ادبیات تعاریف مختلفی برای سرمایه اجتماعی ارائه شده است. چانگ^۱ و همکاران (۲۰۰۶) سرمایه اجتماعی را به عنوان یک شیوهی تقویت استانداردهای رفتاری در سازمان تلقی کرده‌اند (۵). بنابراین کمیت و کیفیت سرمایه اجتماعی، سازمان‌دهنده‌ای مطلوب در نوآوری سازمانی می‌باشد. امروزه نوآوری یکی از عوامل

مؤثر بر موفقیت و بقای سازمان‌های دانش‌محور محسوب می‌شود. نوآوری، فرآیندی است که جهت ایجاد ارزش، طراحی و مدیریت می‌شود و به شکل خدمات، محصولات، فرآیندها، تکنولوژی‌ها و سیستم‌های کسب‌وکار جدید ظاهر می‌شود. در این میان شناسایی رفتارهای نوآورانه افراد از زمان تولید ایده تا عملی کردن آن از مباحث مهمی است که در فرآیند نوآوری و گسترش فضای نوآورانه سازمان مطرح می‌شود. نگاه چندبعدی به رفتارهای نوآورانه، نوآوری را در انواع فردی و سازمانی شکل داده است. نوآوری فردی، نوآوری است که آغاز آن با شناخت مسأله و شکل‌گیری ایده نو است، اما با پذیرش و حمایت سازمان عملی می‌شود (۶). از سوی دیگر، نوآوری فرایند گردآوری هر نوع ایده جدید و مفید برای حل مسأله می‌باشد که شامل شکل گرفتن ایده، پذیرش و اجرای ایده‌های جدید در فرایند، محصولات و خدمات است و از به‌کارگیری موفق ایده‌های تازه ناشی می‌شود، از این‌رو لازم است که دو شرط در این باره رعایت شود: تازگی و سودمندی. به‌طور کلی پیش‌شرط تازگی گوناگونی است؛ چون فرآیند نوآوری یک اختراع، یک اکتشاف عملی یا یک فن تولید یا مدیریتی جدید را به جامه عمل درمی‌آورد. پیش‌شرط سودمندی نیز از طریق کاربرد یا موفقیت تجاری آن برآورده می‌شود (۷).

نوآوری، یکی از مسیرهای رشد و عملکرد امید بخش سازمانی است و همچنین به آن به عنوان جزو ضروری حفظ رقابت و تضمین پتانسیل آینده سازمان اشاره می‌شود و به‌طور بالقوه باعث پاداش‌های بیشتر، فروش بیشتر، سودآوری و افزایش سهم بازار می‌شود. همچنین می‌تواند بازارهای فعلی را تخریب و جنبه‌های جدیدی را ایجاد نماید (۸).

کرمور^۲ (۲۰۰۱) و کلیکبرگ^۳ (۲۰۰۰) سرمایه اجتماعی را به عنوان جمع منابع بالفعل و بالقوه موجود در درون، قابل دسترس از طریق، و ناشی شده از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی تعریف می‌کنند. آن‌ها برای سرمایه اجتماعی، سه بعد ساختاری؛ ارتباطی و شناختی تعریف کردند (۹، ۱۰). ناهاپیت و گوشال^۴ (۱۹۹۸) سه بعد زیر را برای سرمایه اجتماعی در نظر گرفته‌اند: (۱) بعد ساختاری؛ این بعد الگوی کلی روابط را که در سازمان‌ها یافت می‌شود، در نظر دارد؛ یعنی میزان ارتباطی که افراد با یکدیگر در سازمان برقرار می‌کنند، دربر می‌گیرند و از طریق سطوح فراوان

2. Kermore
3. Klikberg
4. Nahapiet & Ghoshal

1. Chang

هر سازمانی درصدد دستیابی به آن می‌باشد (۱۴).
 حمیدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با تأکید بر نقش میانجی استراتژی‌های دوگانه مدیریت دانش انجام دادند. نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی و استراتژی‌های دوگانه مدیریت دانش و استراتژی‌های دوگانه مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معنادار می‌گذارد (۱۵). فریدفتحی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «طراحی مدل ارتباطی مدیریت استعداد، نوآوری و تسهیم دانش در وزارت ورزش و جوانان» بیان می‌کنند که مدیریت استعداد بر هر دو متغیر تسهیم دانش و نوآوری تأثیر مستقیم و معناداری دارد. همچنین مدیریت استعداد به واسطه تسهیم دانش بر نوآوری تأثیر معناداری را نشان داد. یافته‌های پژوهش بیانگر اهمیت نقش مدیریت استعداد بر نوآوری و تسهیم دانش است و مدیریت استعداد را می‌بایست در سیاست‌های مرتبط با وزارت ورزش و جوانان مورد توجه قرار داد. (۱۶). در همین راستا محمدی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «تدوین مدل ارتباطی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی در وزارت ورزش و جوانان» بیان کردند که ارتباط معناداری بین مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی کارکنان وجود دارد. درنهایت مشخص شد مدل ارتباطی مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی کارکنان وزارت ورزش و جوانان از برآزش مطلوبی برخوردار است (۱۷). در مطالعه‌ای دیگر عبدالملکی و نوری-زاده (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری کارکنان فدراسیون‌های ورزشی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که در کارکنان فدراسیون‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران، بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری‌شان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (۱۸). کیتی کانتچوتیوت^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان «نقش سرمایه اجتماعی بر ظرفیت جذب و نوآوری سازمانی» در بین ۱۱۹ مدیر اجرایی شرکت صادرکننده محصولات چرمی به این نتیجه دست یافت که ابعاد رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری در نوآوری و ظرفیت جذب دارد (۱۹). کمپس^۲ و مارکوس^۴ (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای تحت

اعتماد، هنجارهای مشترک، تعهدات، التزام‌های درک‌شده و احساس تعلق متقابل توصیف می‌شود. (۲) بعد ارتباطی: این بعد ماهیت روابط در یک سازمان را دربر می‌گیرد. به عبارت دیگر، درحالی‌که 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 ارتباطات متمرکز می‌گردد (۱۱). مهم‌ترین جنبه‌های این بعد عبارت‌اند از: اعتماد، هنجارها، تعهدات و انتظارات و هویت (لینا^۱ و همکاران). (۳) بعد شناختی: این بعد الگوی کلی روابطی را که در اجتماع یافت می‌شود، در نظر دارد. به عبارت دیگر، این بعد میزان ارتباطی که افراد با یکدیگر برقرار می‌کنند را در برمی‌گیرد و ابعاد آن شامل زبان، کدهای مشترک و روایت‌های مشترک می‌گردد (۱۲).

تحلیل وضعیت سرمایه اجتماعی در هر جامعه‌ای امری ضروری و حائز اهمیت است؛ زیرا سرمایه اجتماعی برای فهم این مطلب که چگونه عناصر اجتماعی می‌توانند عملکرد افراد را در زمینه دستیابی به اهداف متفاوت تقویت کنند، مفید است. همچنین سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهم‌تری از سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی در جوامع ایفا می‌نماید و در غیاب سرمایه اجتماعی سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند و بدون سرمایه اجتماعی پیمودن راه توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی دشوار است. از سوی دیگر گروهی از اندیشمندان معتقدند که ریشه بسیاری از نابسامانی‌ها و نابهنجاری‌ها در کمبود یا نبود سرمایه اجتماعی نهفته است. همچنین گروهی دیگر از اندیشمندان بر آن هستند که سرمایه اجتماعی از یک سو سبب بهبود زندگی افراد و از سوی دیگر سبب افزایش انباشت سرمایه انسانی، توسعه مالی، افزایش نوآوری و کارایی عملکرد دولت می‌گردد (۱۳).

سرمایه اجتماعی زمینه‌ساز توسعه و عملکرد اقتصادی و همچنین جامعه مدنی می‌باشد. سرمایه اجتماعی تمایل افراد را برای همکاری با گروه‌ها افزایش می‌دهد و از این طریق شبکه‌های با نشاط از تجمع‌های داوطلبانه در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی ایجاد می‌کند که توسط آن، کارکنان امور خود را به بهترین شکل ممکن اداره می‌کنند. سرمایه اجتماعی رضایت را جانشین اجبار می‌کند و خودکنترلی را در رأس امور قرار می‌دهد و این یکی از اهداف مهمی است که

2. Kittikunchotiwut
 3. Camps
 4. Marques

1. Leana

آن به شیوه‌ی میدانی و با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری گردید. جامعه آماری شامل تمامی کارکنان وزارت ورزش و جوانان در سال ۱۳۹۶ به تعداد ۸۹۰ نفر (۵۶۹ مرد، ۳۲۱ زن) بودند. به‌منظور تخمین و انتخاب حجم نمونه آماری از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) تعداد ۲۵۰ نفر تعیین شد، به دلیل استفاده از روش مدل معادلات ساختاری^۳ (SEM) و به منظور برازندگی مدل حجم نمونه در پژوهش حاضر ۳۹۶ نفر به روش تصادفی ساده تعیین گردید. ابزار اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش، شامل پرسشنامه نوآوری سازمانی و پرسشنامه سرمایه اجتماعی بودند. پرسشنامه نوآوری سازمانی توسط جیمینز^۴ و همکاران (۲۰۰۸) ساخته شده و مشتمل بر ۱۷ سوال ۵ گزینه‌ای است. این پرسشنامه ابعاد نوآوری تولیدی (سؤالات ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶ و ۷)، نوآوری فرایندی (سؤالات ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲ و ۱۳) و نوآوری اداری (سؤالات ۱۴، ۱۵، ۱۶ و ۱۷) را می‌سنجد (۲۲).

پرسشنامه سرمایه اجتماعی توسط ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) ساخته شد که شامل ۲۸ سوال ۵ گزینه‌ای است و سه مؤلفه ساختاری (سؤالات ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲ و ۱۳) رابطه‌ای (سؤالات ۱۴، ۱۵، ۱۶ و ۱۷) و شناختی (سؤالات ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۴، ۲۵، ۲۶، ۲۷ و ۲۸) را می‌سنجد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. همچنین از نرم افزار SPSS²³ و LISREL^{8.5} جهت تاثیر عوامل مذکور استفاده شد. در این پژوهش پرسشنامه‌ها بین افراد نمونه ذکر شده یعنی ۳۹۶ نفر از کارکنان وزارت ورزش و جوانان پخش شد. تعداد ۳۹۶ عدد پرسشنامه تکثیر و به صورت حضوری تکمیل شد. پس از جمع‌آوری، کلیه پرسشنامه‌ها، کددهی و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها وارد رایانه شد. به منظور اطمینان از روایی پرسشنامه، با استفاده از روش روایی محتوایی، پرسشنامه در اختیار ۱۵ نفر از اساتید متخصص مدیریت ورزشی قرار گرفت و نظرات اصلاحی ایشان در طراحی نهایی پرسشنامه منظور گردید. با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ پایایی پرسشنامه‌ها طی انجام یک مطالعه راهنما که تعداد آن‌ها ۳۰ نفر بودند، مورد تأیید قرار گرفت که میزان آن‌ها برای هر کدام از پرسشنامه‌ها در جدول ۱ قابل مشاهده می‌باشد:

جدول ۱. پایایی پرسشنامه‌های نوآوری سازمانی و سرمایه اجتماعی

عنوان «سرمایه اجتماعی چگونه نوآوری را تسهیل می‌کند: نقش توانمندسازهای نوآوری» به این نتیجه دست یافتند که ابعاد سه‌گانه‌ی سرمایه اجتماعی انواع مختلف قابلیت‌های نوآوری را تحت تاثیر قرار می‌دهد (۲۰). لنا^۱ و پیل^۲ (۲۰۰۶) نشان دادند که سرمایه اجتماعی بر فعالیت نوآورانه تاثیر گذاشته و ابعاد سرمایه اجتماعی هر کدام تاثیرات مختلف و ناهمسانی روی فعالیت‌های نوآورانه می‌گذارند. در این بین، ابعاد مشارکت مدنی تاثیر بیشتری بر فعالیت نوآورانه داشت. اعتماد سازمانی نیز از طریق صرف زمان بیشتر بر روی فعالیت‌های نوآورانه، تسهیل‌کننده نوآوری است (۲۱).

لذا می‌توان نوآوری در ورزش را به مفهوم ایجاد فرصت‌های محیطی مناسب به همراه به‌کارگیری نیروی انسانی خلاق و شایسته برای اخذ ایده‌ها و نظرات افراد و سپس استفاده از این افکار در جهت طراحی سیاست‌ها و برنامه‌های مورد نیاز و نو، برای بهبود سطح سلامتی و رقابت ورزشی در بین افراد جامعه دانست. با این روند، هم زمینه‌های جدیدی در ورزش کشور ایجاد می‌شود و هم سود و فواید اقتصادی ناشی از اجرای آن به این بخش کمک بیشتری خواهد کرد. درنهایت با توجه به اهمیت سرمایه اجتماعی در نوآوری سازمانی کارکنان سازمان‌های ورزشی به ویژه وزارت ورزش و جوانان در اعتلای ورزش در هر یک از استان‌ها و لزوم سازگاری سازمان‌ها با دگرگونی‌های به وجود آمده و بهره‌گیری مطلوب از تغییرات حاصله به‌منظور بقای مؤثر، مسأله‌ای که باید مورد بررسی بیشتری قرار گیرد این است که سطح نوآوری سازمانی و سرمایه اجتماعی در این جامعه آماری به چه میزان است؟ چه ارتباطی با هم دارند؟ بر این اساس، محقق در نظر دارد تا با توجه به مبانی نظری پژوهش به دو سؤال ذیل پاسخ دهد:

۱) آیا مدل ساختاری نوآوری سازمانی می‌تواند اثر معناداری بر سرمایه اجتماعی کارکنان وزارت ورزش و جوانان داشته باشد؟

۲) آیا مدل ساختاری نوآوری سازمانی براساس سرمایه اجتماعی کارکنان وزارت ورزش و جوانان از برآزش مناسبی برخوردار است؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی بوده که داده‌های

(۱۶ نفر، ۴/۰٪) بود. همچنین بیشترین سابقه مدیریت افراد نمونه در دامنه کمتر از ۵ سال (۱۲۵ نفر، ۳۱/۶٪) قرار داشت و کمترین سابقه مدیریت در دامنه ۲۶-۳۰ سال (۷ نفر، ۱/۸٪) بود.

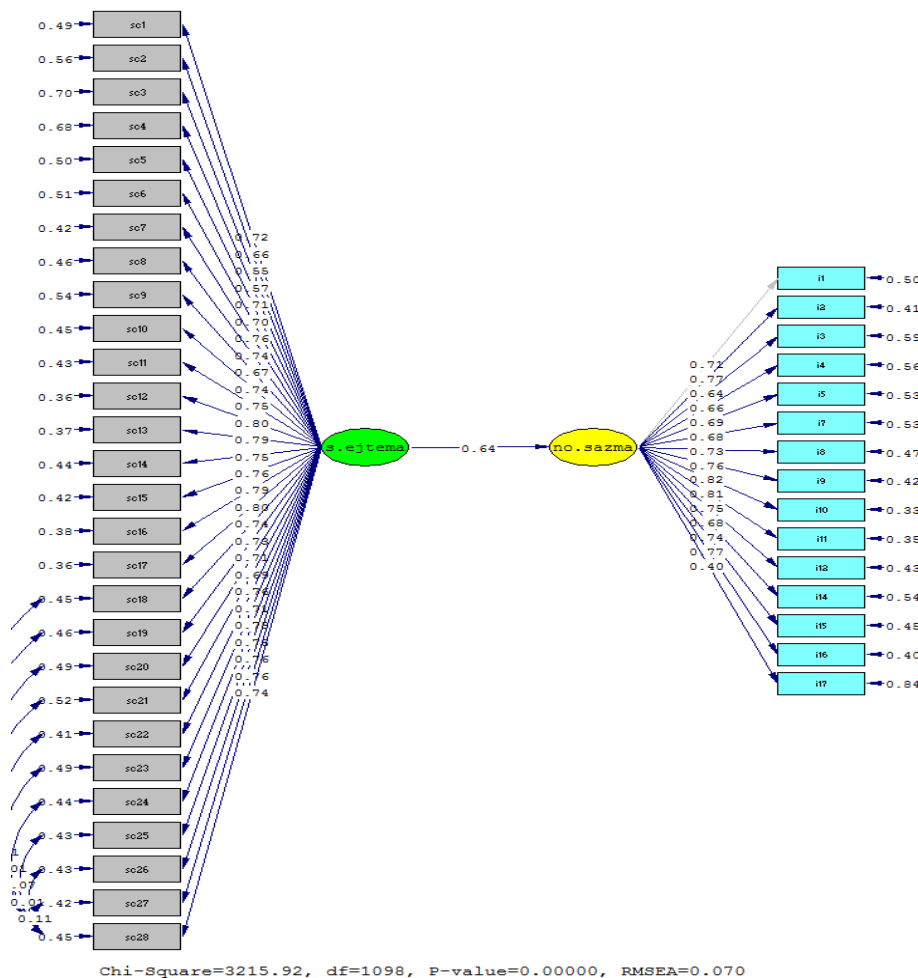
جدول ۲. اطلاعات توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد،

حداقل، حداکثر) متغیرهای پژوهش					
متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	کمترین	بیشترین
نوآوری سازمانی	۳۹۶	۴۹/۳۵	۱۱/۴۲	۱۹	۸۵
سرمایه اجتماعی	۳۹۶	۸۸/۰۸	۲۰/۸۵	۲۸	۱۴۰

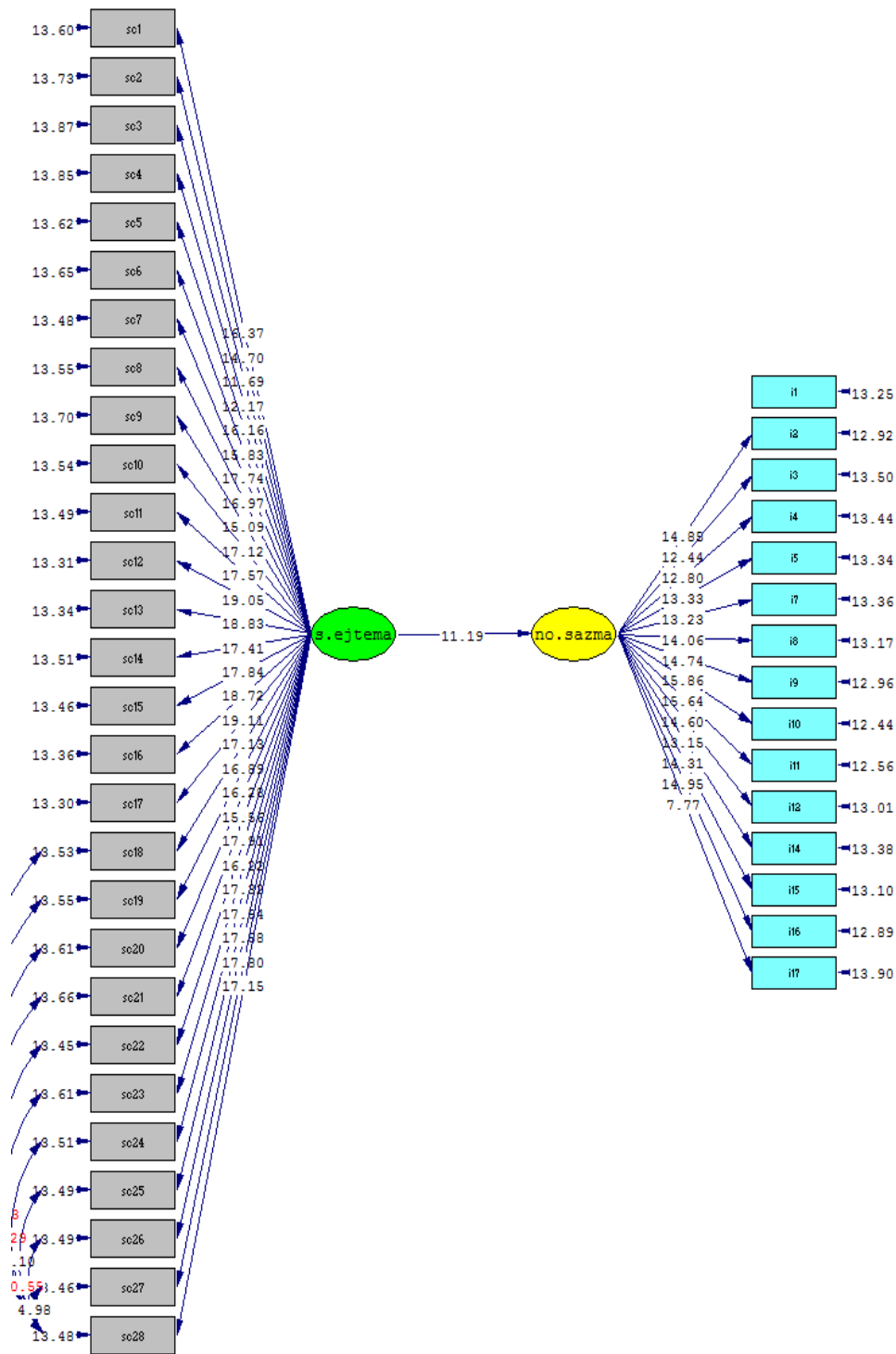
پرسشنامه	آلفای کرونباخ
نوآوری سازمانی	۰/۹۲۸
سرمایه اجتماعی	۰/۹۷۱

یافته‌های پژوهش

نتایج جمعیت شناختی بیانگر این است که ۳۰/۸ درصد مرد، ۶۹/۲ درصد زن بودند. از این تعداد ۸۸/۶ درصد متأهل و ۱۱/۴ درصد مجرد بودند. بیشترین میانگین سنی افراد نمونه در دامنه ۳۶-۴۵ سال (۲۱۵ نفر، ۵۴/۳٪) قرار داشت. بیشتر افراد دارای مدرک کارشناسی (۳۲/۳٪) بودند. بیشتر افراد دارای رشته غیر تربیت بدنی برابر با (۷۹/۸٪) و (۲۰/۲٪) افراد دارای رشته تربیت بدنی بودند. همچنین بیشترین سابقه خدمت افراد نمونه در دامنه ۱۱-۱۵ سال (۱۱۱ نفر، ۲۸/۰٪) قرار داشت و کمترین سابقه خدمت در دامنه کمتر از ۵ سال



شکل ۱. مقادیر برآورد مدل ساختاری نوآوری سازمانی بر اساس سرمایه اجتماعی (estimate)



Chi-Square=3215.92, df=1098, P-value=0.00000, RMSEA=0.070

شکل ۲. مقادیر t مدل ساختاری نوآوری سازمانی براساس سرمایه اجتماعی (t-value)

جدول ۳. مقادیر ضرایب اثر، مقادیر ارزش t، مقدار واریانس تبیین شده و سطح معنی داری مدل اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی

ردیف	مدل اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی	بار عاملی (λ)	T-value	R ²
۱	کارکنان این سازمان به همدیگر اعتماد دارند.	۰/۷۲	۱۶/۳۷	۰/۵۱۸
۲	همکارانم در رفتار خود با من صادق و دستکار هستند.	۰/۶۶	۱۴/۷۰	۰/۴۳۵
۳	همکارانم اطلاعات مهم را با من در میان می‌گذارند.	۰/۵۵	۱۱/۶۹	۰/۳۰۲
۴	کارکنان همیشه یکدیگر را از امور مطلع می‌کنند.	۰/۵۷	۱۲/۱۷	۰/۳۳۴
۵	به طور کلی کارکنان این سازمان قابل اعتمادند.	۰/۷۱	۱۶/۱۶	۰/۵۰۴
۶	کارکنان این سازمان اطلاعات، ایده‌ها و دیگر منابع‌شان را برای انجام وظایف با یکدیگر ترکیب می‌کنند.	۰/۷۰	۱۵/۸۳	۰/۴۹
۷	کارکنان به احساسات همدیگر احترام می‌نهند.	۰/۷۶	۱۷/۷۴	۰/۵۷۷
۸	سازمان برای کارکردهای گروه‌ها و تیم‌های کاری ارزش زیادی قائل است.	۰/۷۴	۱۶/۹۷	۰/۵۴۷
۹	سازمان برای عضویت افراد در گروه‌ها فرصت‌های زیادی فراهم می‌کند.	۰/۶۷	۱۵/۰۹	۰/۴۴۸
۱۰	در سازمان ما تمایل زیادی به راه حل‌های همکارانه وجود دارد.	۰/۷۴	۱۷/۱۲	۰/۵۴۷
۱۱	کارکنان این سازمان معمولاً به همکاران خود کمک می‌کنند.	۰/۷۵	۱۷/۵۷	۰/۵۶۲
۱۲	روحیه گروهی و تیمی در میان کارکنان این سازمان وجود دارد.	۰/۸۰	۱۹/۰۵	۰/۶۴
۱۳	کارکنان این سازمان در امور مختلف مشارکت و همکاری می‌کنند.	۰/۷۹	۱۸/۸۳	۰/۶۳۴
۱۴	کارکنان سازمان با یکدیگر رابطه خوبی دارند.	۰/۷۵	۱۷/۴۱	۰/۵۶۲
۱۵	کارکنان سازمان معمولاً هنگام تصمیم‌گیری اطلاعات و نظرات خود را با یکدیگر مبادله می‌کنند.	۰/۷۶	۱۷/۸۴	۰/۵۷۷
۱۶	کارکنان سازمان اطلاعات را از روی میل و داوطلبانه با همدیگر تسهیم و تقسیم می‌کنند.	۰/۷۹	۱۸/۷۲	۰/۶۲۴
۱۷	کارکنان سازمان هنگام بروز مشکل به شیوه‌ای مفید و سالم با یکدیگر بحث و گفتگو می‌کنند.	۰/۸۰	۱۹/۱۱	۰/۶۴
۱۸	به طور کلی ارزش‌های کارکنان مشابهت و مطابقت زیادی با اهداف و ارزش‌های سازمان دارد.	۰/۷۴	۱۷/۱۳	۰/۵۴۷
۱۹	اهداف و ارزش‌های مشترکی در بین کارکنان این سازمان وجود دارد.	۰/۷۸	۱۶/۸۹	۰/۶۰۸
۲۰	اعتقاد کارکنان بر این است که نیت و اهداف کارکنان خیر و خوب است.	۰/۷۱	۱۶/۲۸	۰/۵۰۴
۲۱	کارکنان این سازمان تفاوت‌های همکاران خود را به آسانی می‌پذیرند.	۰/۶۹	۱۵/۵۶	۰/۴۷۶
۲۲	کارکنان سازمان احساسات یکدیگر را درک می‌کنند و به راحتی با همدیگر کنار می‌آیند.	۰/۷۶	۱۷/۹۱	۰/۵۷۷
۲۳	کارکنان به شیوه‌ای سالم و سازنده همدیگر را نقد می‌کنند.	۰/۷۱	۱۶/۳۲	۰/۵۰۴
۲۴	کارکنان سازمان به احساسات یکدیگر احترام می‌گذارند.	۰/۷۵	۱۷/۸۲	۰/۵۶۲
۲۵	کارکنان و سازمان نسبت به تحقق اهداف یکدیگر متعهد هستند.	۰/۷۸	۱۷/۸۴	۰/۶۰۸
۲۶	کارکنان خود را عضو یک خانواده مشترک تلقی می‌کنند.	۰/۷۶	۱۷/۶۸	۰/۵۷۷
۲۷	اصولاً کارکنان نسبت به ارزش‌های سازمان وفادار هستند.	۰/۷۶	۱۷/۸۰	۰/۵۷۷
۲۸	سازمان و مدیران آن نسبت به ارزش‌های کارکنان وفادار هستند.	۰/۷۴	۱۷/۱۵	۰/۵۴۷

***P < ۰/۰۱, n = ۳۹۶

که تمامی سوالات دارای اثر معناداری ($P < ۰/۰۱$) در این مدل می‌باشند.

نتایج جدول فوق ارزیابی مدل اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد

جدول ۴. مقادیر ضرایب اثر، مقادیر ارزش t، مقدار واریانس تبیین شده و سطح معنی داری مدل اندازه‌گیری نوآوری سازمانی

ردیف	مدل اندازه‌گیری نوآوری سازمانی	بار عاملی (λ)	T-value	R ²
۱	در این سازمان همواره خدمات جدیدی به مراجعان و بازار عرضه می‌شود.	۰/۷۱	-	۰/۵۰۴
۲	این سازمان همواره در عرضه خدمات جدید پیش‌تاز است.	۰/۷۷	۱۴/۸۹	۰/۵۹۲
۳	در این سازمان کارکنان برای نوآوری شدن آموزش داده می‌شوند.	۰/۶۴	۱۲/۴۴	۰/۴۰۹
۴	در این سازمان منابع مالی جهت انجام پژوهش و پروژه‌های جدید در اختیار کارکنان قرار می‌گیرد.	۰/۶۶	۱۲/۸۰	۰/۴۳۵
۵	این سازمان در مقایسه با سایر سازمان‌ها، در عرضه تولیدات و خدمات جدید، مقام اول را دارد.	۰/۶۹	۱۳/۳۳	۰/۴۷۶
۷	در این سازمان همواره خدمات به اشکال جدیدی ارائه می‌شود.	۰/۶۸	۱۳/۳۳	۰/۴۶۲
۸	این سازمان همواره در فرایند ارائه خدمات تغییراتی را بوجود می‌آورد.	۰/۷۳	۱۴/۰۶	۰/۵۳۲
۹	این سازمان تکنولوژی جدید را زودتر از سایر سازمان‌های مشابه به کار می‌گیرد.	۰/۷۶	۱۴/۷۴	۰/۵۷۷
۱۰	این سازمان در ارائه خدمات روش‌های جدیدی را جستجو می‌کند.	۰/۸۲	۱۵/۸۶	۰/۶۷۲
۱۱	این سازمان همواره در ارائه روش‌ها و فرایندهای نوین خدماتی، پیش‌تاز است.	۰/۸۱	۱۵/۶۴	۰/۶۵۶
۱۲	این سازمان همواره با رویه‌ها و فرایندهای جدید سازمان‌های رقیب مقابله کرده و سعی می‌کند رویه‌ها و فرایندهای بهتری ارائه دهد.	۰/۷۵	۱۴/۶۰	۰/۵۶۲
۱۴	این سازمان همواره برای اداره بهتر سازمان، سیستم‌های نوین مدیریتی (مانند سیستم‌های جذب، استخدام و سیستم‌های جدید ارزیابی) را جستجو می‌کند.	۰/۶۸	۱۳/۱۵	۰/۴۶۲
۱۵	این سازمان همواره برای اداره بهتر سازمان از سیستم‌های نوین مدیریتی (مانند سیستم‌های جذب، استخدام و سیستم‌های جدید ارزیابی) استفاده می‌کند.	۰/۷۴	۱۴/۳۱	۰/۵۴۷
۱۶	این سازمان همواره در ارائه سیستم‌های نوین مدیریتی (مانند سیستم‌های جذب، استخدام و سیستم‌های جدید ارزیابی) پیش‌تاز است.	۰/۷۷	۱۴/۹۵	۰/۵۹۲
۱۷	این سازمان در معرفی و ارائه سیستم‌های نوین مدیریتی (مانند سیستم‌های جذب، استخدام و سیستم‌های جدید ارزیابی) محافظه‌کار است.	۰/۴۰	۷/۷۷	۰/۱۶۰

**P < ۰/۰۱, n = ۳۹۶

نتایج جدول فوق ارزیابی مدل اندازه‌گیری نوآوری سازمانی را نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که تمامی سوالات به جز سوال ۱۳ دارای اثر معناداری (P < ۰/۰۱) در این مدل می‌باشند.

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل تحلیل ساختاری نوآوری سازمانی براساس سرمایه اجتماعی

گروه‌بندی شاخص‌ها	نام شاخص	اختصار	برازش قابل قبول	مدل	نتیجه
برازش مقصد شاخص‌های	کای اسکور بهنجار شده به درجه آزادی	x ² /df	مقدار بین ۱ تا ۳	۲/۹۲	تأیید
	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	RMSEA < ۰/۱۰	۰/۰۷۰	تأیید
	شاخص برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	بالاتر از ۵۰ صدم	۰/۸۹	تأیید
برازش تطبیقی شاخص‌های	شاخص برازش هنجار نشده	NNFI	NNFI > ۰/۹۰	۰/۹۶	تأیید
	شاخص برازش هنجار شده	NFI	NFI > ۰/۹۰	۰/۹۵	تأیید
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	CFI > ۰/۹۰	۰/۹۶	تأیید
	شاخص برازش افزایشی	IFI	IFI > ۰/۹۰	۰/۹۶	تأیید

ساختاری از برازندگی مناسبی برخوردار است.

شاخص‌های برازش مدل ساختاری نوآوری سازمانی براساس سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که مدل

جدول ۶. اثر نوآوری سازمانی براساس سرمایه اجتماعی

عامل‌ها	مقدار برآورد	ضرایب اثر	مقدار t	سطح معنی داری	R ²
سرمایه اجتماعی ← نوآوری سازمانی	۰/۶۴	۰/۶۴	۱۱/۱۹	۰/۰۱	۰/۴۰۹

باشد ($\beta=0/64$, $t=11/19$, $P<0/01$)

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد که در مدل ساختاری بالا سرمایه اجتماعی توانسته اثر معناداری بر نوآوری سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان داشته

بحث و نتیجه‌گیری

برانگیزاننده است، که عمل جمعی را هدایت کرده و انسجام درونی و تعقیب مستمر اهداف مشترک را تضمین می‌نماید. در سطح گروهی سرمایه اجتماعی و به تبع آن روابط مثبت، از طریق تسهیل کنش جمعی و تبادل اطلاعات طوفان مغزی و هم‌افزایی گروهی را به دنبال دارد که این به نوبه خود ارائه راه‌حل‌های جدید و مبتکرانه و همچنین ارتقای سطح عملکرد سازمان را منجر می‌شود. در واقع سرمایه اجتماعی از طریق متعهد نمودن افراد و گروه‌ها به یادگیری، نوآوری را در سازمان تسهیل می‌نماید. این یافته با نتایج پژوهش‌های سوبرامانیام و یوند (۲۰۰۵) مبنی بر تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی در افزایش قابلیت و ظرفیت نوآوری در سازمان، کاسا (۲۰۰۸) مبنی بر این که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبتی بر روی فعالیت‌های نوآورانه دارد و لنا و پیل (۲۰۰۶) مبنی بر این که سرمایه اجتماعی با نوآوری ارتباط دارد؛ همسو است (۲۳، ۲۴).

با توجه به یافته‌های حاصل از مدل ساختاری، سرمایه اجتماعی ($\beta=0/64$, $t=11/19$, $P<0/01$)، توانسته اثر معناداری بر نوآوری سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان داشته باشد. نتایج پژوهش بیانگر آن است که این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های تسایی^۵ و گوشال^۶ (۱۹۹۸)، آرمبروستر^۷ (۲۰۰۸)، چن^۸ و همکاران (۲۰۰۸) مبنی بر این که بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی همچون تبادلات اجتماعی و اعتماد از طریق تعامل منابع بین واحد منجر به نوآوری می‌شود، کوتاماکي^۹ و همکاران (۲۰۰۴) مبنی بر این که اعتماد بین فردی و احترام متقابل می‌تواند ایده‌ها، تسهیم دانش و حل مسأله را تشویق و تقویت نماید، کاسا (۲۰۰۸) مبنی بر این که سرمایه اجتماعی و به‌ویژه مولفه‌ی اعتماد و بعد ساختاری آن همچون مشارکت بر فعالیت نوآورانه تأثیر می‌گذارد، ژنگ^{۱۰}

نوآوری سازمانی از دیدگاه محققان زیادی به عنوان یک پدیده اجتماعی در نظر گرفته شده است که در شبکه‌های روابط اجتماعی شکل می‌گیرد. به بیان دیگر در حال حاضر سرمایه اجتماعی به عنوان یک مشخصه‌ی اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری و تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیر می‌شود. هدف از انجام این پژوهش، تدوین مدل نوآوری سازمانی بر اساس سرمایه اجتماعی در بین کارکنان وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران بود. بدین منظور ۳۹۶ نفر از کارکنان وزارت ورزش و جوانان مورد بررسی قرار گرفتند. براساس نتایج حاصله از مدل ساختاری، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مقادیر ضرایب اثر، مقادیر ارزش t ، مقدار واریانس تبیین شده مدل ساختاری سرمایه اجتماعی بر اساس نوآوری سازمانی دارای اثر معناداری ($P<0/01$) در مدل می‌باشند. همچنین مدل ساختاری از برازندگی مناسبی برخوردار است. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش سوبرامانیام^۱ و یوند^۲ (۲۰۰۵)، کاسا^۳ (۲۰۰۸)، یو^۴ و همکاران (۲۰۰۹) و چانگ و همکاران (۲۰۰۶) همخوانی دارد (۲۳، ۲۵، ۲۴، ۲۵). یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد سرمایه اجتماعی اثر مثبت و معناداری در گرایش به نوآوری سازمانی در بین کارکنان وزارت ورزش و جوانان دارد. به عبارت دیگر، با افزایش سرمایه اجتماعی سازمانی، گرایش به نوآوری سازمانی در بین کارکنان وزارت ورزش و جوانان افزایش می‌یابد. نوآوری نیازمند تلاش دسته جمعی کلیه‌ی افراد و واحدهای درون سازمان است، و سرمایه اجتماعی نیز از طریق تسهیل کنش جمعی، منجر به خلق نوآوری در سازمان می‌شود. دلیل این امر آن است که افراد و گروه‌ها به علت شناخت، آگاهی، روابط و سطح مشارکت بالا، برای به کارگیری موفقیت‌آمیز ایده‌های جدید برانگیخته می‌شوند. سرمایه اجتماعی در چنین سازمان‌هایی، مکانیسمی مشوق و

5. Tsai
6. Ghoshal
7. Armbruster
8. Chen
9. Kohtamaki
10. Zheng

1. Subramaniam
2. Youndt
3. Kaasa
4. Wu

(۲۰۰۸) مبنی بر اینکه عناصر بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، من جمله اندازه شبکه و عناصر بعد رابطه‌ای - اعتماد و هنجارهای شناختی و عناصر بعد شناختی رابطه مثبتی با نوآوری دارند و با پژوهش شریف^۱ و همکاران (۲۰۰۶) مبنی بر این که چشم‌انداز مشترک به عنوان یکی از عناصر بعد شناختی و نوآوری رابطه‌ای دوجانبه با همدیگر دارند؛ همسو است (۲۶، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۰، ۳۱).

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مقادیر ضرایب اثر، مقادیر ارزش t ، مقدار واریانس تبیین شده مدل ساختاری سرمایه اجتماعی براساس نوآوری سازمانی دارای اثر معناداری ($P < 0.01$) در مدل می‌باشند. همچنین مدل ساختاری از برازندگی مناسبی برخوردار است. این یافته‌ها با نتایج یو و همکاران (۲۰۰۹) و چانگ و همکاران (۲۰۰۶) همخوانی دارد (۵، ۲۵). این نتایج نشان می‌دهد که تعاملات و پویایی‌های گروهی به شکل معنادار موجب گسترش یادگیری سازمانی و نوآوری می‌شود. علاوه بر این‌ها ماحصل یادگیری سازمانی به شکل معناداری بر سطح نوآوری و خلاقیت تأثیرگذار است. در واقع این نتایج بیانگر این است که ارتباط سرمایه اجتماعی با نوآوری به صورت غیرمستقیم و از طریق یادگیری سازمانی انجام می‌شود و یادگیری سازمانی به عنوان یک مؤلفه میانجی بین سرمایه اجتماعی و نوآوری می‌باشد؛ یعنی سرمایه اجتماعی از طریق یادگیری سازمانی منجر به نوآوری می‌شود. بنابراین در حال حاضر سرمایه اجتماعی به عنوان یک مشخصه اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری و تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیر می‌شود. به بیان دیگر شبکه‌ها و روابط ایجاد شده در آن‌ها یا همان سرمایه اجتماعی، با خلق فرصت‌ها و موقعیت‌های رقابتی و ریسک‌پذیر، موجب بروز و شکل‌گیری عملکرد نوآورانه در سازمان و همچنین افراد می‌شود. در واقع می‌توان گفت که سازمانی که دارای سرمایه اجتماعی خوبی باشد، می‌تواند با تأثیری که بر روی تبادل اطلاعات و انتقال دانش ضمنی و صریح دارد، موجب شکوفایی ایده‌های جدید در افراد شود، و این ایده‌های جدید باعث خلاقیت در افراد گردد و در نهایت این خلاقیت موجب نوآوری در سازمان خواهد شد. پس سازمانی که سرمایه اجتماعی خوبی دارد می‌تواند به صورت بالقوه سازمانی نوآور باشد.

با توجه به نتایج پژوهش می‌توان بیان کرد که وزارت ورزش و جوانان در حال حاضر نیازمند بهبود سطح سرمایه

اجتماعی است با توجه به مدل این پژوهش جهت ترویج سرمایه اجتماعی ابتدا نیاز است که از طریق شفاف‌سازی اهداف و فرایندها، قانون مداری، توجه به کارکنان و ذینفعان، افزایش کیفیت روابط بین همکاران و مدیران در فضای کاری، تذکر به افراد خاطی، شایسته سالاری، روش های قانونی اطلاع رسانی و جلوگیری از شایعه پراکنی اقدامات لازم به عمل آید زیرا این موارد همگی منجر به بهبود سطح سرمایه اجتماعی در سازمان خواهد شد، همچنین شکل گیری کمیته- های تخصصی و انجمن‌های تخصصی در داخل وزارت ورزش و جوانان باعث افزایش سطح مشارکت افراد در سازمان می- گردد زیرا با توجه به وضعیت مناسب نوآوری سازمانی در این سازمان زمینه لازم جهت افزایش سطح سرمایه اجتماعی موجود می‌باشد. از طرف دیگر ابتکار و نوآوری در وزارت ورزش و جوانان امری است که لزوم آن دائماً در سازمان احساس می‌شود. به دلیل وجود رابطه مثبت و مستقیم میان مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر نوآوری، باید نوآوری در سازمان نهادینه شود و جز کار و فرهنگ وزارت ورزش و جوانان گردد. ایجاد هسته‌های پژوهشی و نوآوری در وزارتخانه می‌تواند کار ابتکار و نوآوری را تسهیل و تسریع کند. پیشنهاد می‌شود، وزارت ورزش و جوانان با به کارگیری روش طوفان مغزی و گروه اسمی، روش حل مسأله و همچنین الگو برداری از طبیعت شرایط را برای ایجاد نوآوری در سازمان فراهم کند.

همچنین می‌توان بیان کرد که سرمایه اجتماعی حداقل به دو گونه بر فعالیت‌های نوآوری سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان تأثیر می‌گذارد: اول این که، نوآوری مستلزم همگرایی دانش‌های متنوعی است که به اعضای مختلف سازمان تعلق دارند، که سرمایه اجتماعی این همگرایی را فراهم می‌کند. دوم این که، سرمایه اجتماعی از طریق افزایش و ترغیب همکاری و هماهنگی بین افراد و واحدهای مختلف سازمان، نوآوری سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان را تسهیل می‌نماید. در واقع، از مزایای مستقیم سرمایه اجتماعی دسترسی به اطلاعات و نوآوری است. ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی به‌ویژه بعد رابطه‌ای آن ابزاری کمکی هستند که می‌توانند جانشین مکانیسم‌های رسمی کنترل در سازمان شوند و اعضای سازمان را به همکاری، مشارکت و تبادل اطلاعات و ایده‌ها با همدیگر ترغیب کنند، که این به نوبه خود نوآوری و تحقق بهتر و سریع‌تر اهداف در سازمان را تسهیل می‌نماید. در نهایت روابط مثبت و سطح بالای اعتماد، سبب می‌شود که کارکنان و واحدهای مختلف سازمان اطلاعات و دانش خود را بدون هیچ شک و تردیدی در اختیار همدیگر قرار دهند که این خود ابتکار کارکنان را افزایش داده و عملکرد سازمان را

برداشته می‌شود و همچنین زمان و منابعی که صرف کنترل و نظارت بر رفتار افراد در سازمان می‌شود، می‌تواند صرف خلق ایده‌های جدید و فعالیت‌های نوآورانه در وزارت ورزش و جوانان گردد.

بهبود می‌بخشد. به عبارت دیگر، با حضور جنبه‌های کیفی مثل اعتماد، ارزش‌ها و اهداف مشترک، همکاری و مشارکت، انتظارات و الزامات روشن و غیره در بین افراد و گروه‌های مختلف سازمان لایه‌های غیرضروری بوروکراسی، که سرکوب کننده‌ی نوآوری و خلاقیت در بین کارکنان سازمان است؛

منابع

1. Alshamri, A.A., Rasli, A., Alnajem, M. & Arshad, A.Sh.. An exploratory study on the relationship between organizational innovation and performance of non-profit organizations in Saudi Arabia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2014; 129, 250-256.
2. Guan, J., & Ma, N. Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation*, 2003; 23(9), 737-747.
3. Moradi M, Pakideh K, Abdollahiyan F. The Effect of Error Management Cluster on Organizational Innovation. *Journal of Research in Organizational Culture Management*, 2014; 2 (11): 87-114. [Persian].
4. Karimi, F, Ahmadi Dastjerdi, S. Rajai Pour, S. Structural Model of Relationships Between Social Capital and Organizational Learning Capabilities with Employee Innovation. *Journal of Productivity Management (Beyond Management)*, 2014; 7 (27): 153-169. [Persian].
5. Chang, S.C, C.Y. Chiang, C.Y. Chu. & Y.B. Wang, The study of social capital, organizational learning, innovativeness, intellectual capital, and performance. *The Journal of Human Resource and Adult learning*, 2006; 2 (2):63-71.
6. Scott, S. G., & Bruce, R. A. Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of management journal*, 1994; 37(3): 580-607.
7. Dehghan Najm, M. Knowledge management and its role in organizational innovation. *Journal of Automotive and related industries*, 2010; 12 (2). [Persian].
8. Safarzadeh H, Tadaion A, Hor mommadi M. The Effect of Knowledge Management Strategies on Organizational Innovation and Performance (A Case Study of North Fars Health Centers). *Journal of Research*, 2013, 1 (4): 76-86. [Persian].
9. Kermore, R. Just thinking about human networks, social capital and innovation, Cap Gemini. New York, NY. 2001: 1-5.
10. Klikberg, B.. Capital Social y cultura Claves olvidadas Del desarrollo. Instituto Interamericano para el desarrollo social, 2000, 137: 156-167.
11. Nahapiet J, Ghoshal S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Acad Manage Rev*, 1998: 23(2): 242-66.
12. Leana, C. R. & Pil, F. K. Social capital and organizational performance: evidence from urban public schools, *Organization Science*, 2006; 17(3): 353-366.
13. Ghelich Lay B, Hajjari Z, Rahman pour L. The role of social capital in the creation of intellectual capital of the organization. *Journal of Management Knowledge*, 2010; 6 (75): 125-147. [Persian].
14. Dakhli, M. & DeClercq, D. Human capital, social capital, and innovation: A multi-country study. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2009; 16(2): 107-128.
15. Hamidizadeh A, Kochak Zadeh Z, Haj Karimi F. Investigating the Impact of Social Capital on Organizational Innovation with Emphasis on the Mediating Role of Dual KM Strategies. *Journal of Social Capital Management*, 2018; 3 (2): 75-94. [Persian].

16. Farid Fathi, M. Rozbehani, M. Farahmand, F. Kazem, B. (2017). Designing Relationship Model of talent management , Innovation and Knowledge sharing in Yoths and Sport Ministry. *Organizational Behavior Management in Sport Studies* Vol. 4, No.14, Summer 2017, Pp: 113-123 [Persian].
17. Mohamadi, F. Kalateh, M. Farahani, A. Ghasemi, H (2017). To Design Relationship Model of Knowledge Management and Organizational Entrepreneurship with the Mediation of Social Capital in Ministry of Sport and Youth. 3. 2017; 4 (15) :39-53 . [Persian].
18. Abdolmaleki, H, Nourizadeh, A. Investigating the role of social capital in creating intellectual capital among sports federation staff. *Journal of Sport Management and Motor Behavior*, 2015; 10 (20): 123-130. [Persian].
19. Kittikunchotiwt, P. The Role of Social Capital on Absorptive Capacity and Organizational Innovation, *Proceedings of the Second European Academic Research Conference on Global Business, Economics, Finance and Banking (EAR15Swiss Conference)*, 2015; ISBN: 978-1-63415-477-2 Zurich-Switzerland, Paper ID: Z547.
20. Camps, S. & Marques, P. Exploring how social capital facilitates innovation: The role of innovation enablers. *Technological Forecasting and Social Change*, 2014; 88(3): 325-348.
21. Leana, C. R. & Pil, F. K. Social capital and organizational performance: evidence from urban public schools, *Organization Science*, 2006; 17(3): 353-366.
22. Jimenez- Jimenez. D et al. Fostering innovation: the role of market orientation organizational learning, *European journal of innovation management*, 2008; 11(3): 389-412.
23. Subramaniam, M. & Youndt, M. The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities, *Academy of Management Journal*, 2005; 48(3): 450-463.
24. Kaasa, A. Effects of different dimensions of social capital on innovative activity: Evidence from europe at the regional level, Ph.D, dissertation, university of Tartu, 2008; ISSN 1406-5967 ISBN 978-9949-11-560-0.
25. Wu, C.M, C.R. Ay. & B.Y.H. Lien. The role of social capital and organizational learning in promoting innovation performance, *Int,J, Information Systems and Change Management*, 2009; 4 (2):171-186.
26. Tsai, W. & Ghoshal, S. Social capital and value creation: the role of intra firm networks, *Academy of Management Journal*, 1998; 41(3): 464-476.
27. Armbruster, H. Organizational innovation: the challenge of measuring non-technical innovation in large-scale surveys, *Technovation*, 2008; 28(7): 644-657.
28. Chen, M.; Chang, Y. & Hung, S. Social capital and creativity in R&D project team, *R&D Management*, 2008; 38(1): 21-34.
29. Kohtamaki, M.; Kekale, T. & Vitala, R. Trust and innovation: from spin-off idea to stock exchange. *Creativity and Innovation Management*, 2004; 13(2): 75- 88.
30. Zheng, W. A social capital perspective of innovation from individuals to nations: where is empirical literature directing us? *International Journal of Management Reviews*, 2008; 10(4): 1-39.
31. Sherif, K.; Hoffman, J. & Thomas, B. Can technology build organizational social capital? the case of a global IT consulting firm, *Information & Management*, 2006; 43(1): 795-804.