

بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی در نوآوری تیمی با نقش میانجی اشتراک‌گذاری دانش (مورد مطالعه: شرکت‌های هلدینگ توکا فولاد اصفهان)

مریم صیادی^۱

سید محمدرضا میراحمدی^۲

چکیده

امروز سازمان‌ها برای بقا و تداوم حیاتشان به نوآوری و کار تیمی نیازمندند و یکی از پیش‌نیازهای نوآوری، توجه‌کردن به سرمایه اجتماعی و نیروی انسانی در سازمان است. از این رو پژوهش حاضر، تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی، یعنی سرمایه ساختاری، شناختی و ارتباطی را در نوآوری تیمی از راه به‌اشتراک‌گذاری دانش در شرکت «هلدینگ توکا فولاد» بررسی می‌کند. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - هم‌بستگی است و به شیوه پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه پرسنل شرکت هلدینگ توکا فولاد در شهر اصفهان به تعداد ۴۰۰ نفر است که نمونه‌های بررسی شده براساس جدول مورگان، ۱۹۶ نفر برآورد شد. این نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده در دسترس انتخاب شد. از این تعداد، ۱۹۲ نفر به پرسش‌نامه پاسخ کامل دادند. برای گردآوری داده‌ها در این تحقیق از پرسش‌نامه با طیف لیکرت استفاده شد که روایی آن به تأیید کارشناسان رسید و پایایی آن نیز براساس آلفای کرونباخ به میزان ۰/۷۶۹ تأیید شد. براساس نتایج به‌دست‌آمده با تحلیل داده‌ها به روش مدل‌سازی معادلات ساختاری، مشخص شد که ابعاد سرمایه اجتماعی، هم به‌صورت مستقیم و هم غیرمستقیم و با اشتراک‌گذاری دانش، در نوآوری تیمی کارکنان شرکت هلدینگ توکا فولاد تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

واژگان کلیدی: نوآوری تیمی، اشتراک‌گذاری دانش، سرمایه اجتماعی شناختی، سرمایه اجتماعی ساختاری، سرمایه اجتماعی ارتباطی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۳/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۵/۱۳

مقدمه

اجتماعی - درحکم عامل کلیدی و پیش‌آیند مؤثر در ارتقای سطح عملکرد، موفقیت و خلق مزیت رقابتی سازمان - جلب کرده است و به‌زعم ایشان «سرمایه اجتماعی زیربنای نوآوری است» (Martinez-Perez et al., 2016, p. 1485). سرمایه اجتماعی

در دنیای رقابتی کنونی، بقای شرکت‌ها مستلزم توجه ویژه به مقوله نوآوری است؛ به‌طوری‌که کوتاهی‌کردن در برنامه‌ریزی و اجرای نوآوری موجب کاهش یافتن رقابت‌پذیری خواهد شد. این واقعیت، علاقه صاحب‌نظران حوزه کسب‌وکار را به مفهوم سرمایه

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه، اصفهان (نویسنده مسئول)؛ Maryam.sayadi@yahoo.com

۲. استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه، اصفهان

پژوهش‌های کنونی نیز رابطه سرمایه اجتماعی و نوآوری بررسی شده است، اما کمتر پژوهشی به مطالعه این سه متغیر و نقش میانجی اشتراک‌گذاری دانش در رابطه بین این دو متغیر پرداخته است. بنابراین با توجه به خلاء مباحث نظری در این حوزه، این پرسش مطرح می‌شود که با توجه به نقش میانجی به اشتراک‌گذاری دانش، آیا سرمایه اجتماعی در نوآوری تیمی تأثیر دارد؟ به عبارت دیگر، آیا فرایند انتقال دانش به دست کارکنان در این اثرگذاری نقش میانجی را ایفا می‌کند؟ تا از این راه با استفاده از سرمایه اجتماعی و به اشتراک‌گذاری دانش در میان کارکنان باعث افزایش هرچه بیشتر نوآوری و پیشرفت و توسعه سازمان شود.

۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱-۱. سرمایه اجتماعی و ابعاد آن

سرمایه اجتماعی مجموعه روابط، شبکه‌ها و هنجارهایی نظیر اعتماد و هم‌یاری است که در سایه تحقق آن، امکان فعالیت جمعی و تعاون و همکاری میان افراد نیز فراهم می‌شود و بدین ترتیب در حکم عاملی مؤثر در تقویت حس احترام افراد به حقوق یکدیگر و مانع رفتارهای منفعت‌جویانه افراد به نفع خود و به ضرر اجتماعی که در آن زندگی می‌کنند می‌شود. براین اساس، سرمایه اجتماعی به منزله دارایی مهم برای حفظ و نگهداری سلامت جامعه و توانمندی جامعه مدنی پذیرفته شده است (حسن‌پور و نیاکان، ۱۳۸۶، ص ۴۵).

گوشال و ناهایت (1988) در دسته‌بندی‌ای کلی، سرمایه اجتماعی را به سه بُعد شناختی، ارتباطی و ساختاری تقسیم کردند. در ادامه به بررسی این ابعاد می‌پردازیم.

۱. بعد شناختی: این بعد دربردارنده میزان اشتراک کارکنان درون یک شبکه اجتماعی، در دیدگاه یا درکی مشترک است و به ماهیت ارتباطات میان افراد در سازمان‌ها می‌پردازد و شامل زبان و کدها و روایت‌های مشترک می‌شود (حسینی‌نثار و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۳۷). این بعد چندان قابلیت اندازه‌گیری ندارد و می‌توان آن را از ارزش‌های مشترک در میان اعضای گروه‌ها دانست؛ از جمله هنجارها، ارزش‌ها، نگرش، باورها، فرهنگ شهری و...؛

۲. بعد ارتباطی: این بعد شامل ماهیت روابط در سازمان‌هاست. به عبارت دیگر، درحالی‌که بعد ساختاری بر این امر متمرکز می‌شود که آیا کارکنان در هر سازمان با هم در ارتباط‌اند یا خیر، بعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این ارتباطات تمرکز می‌کند؛ مثلاً آیا این روابط با مسائلی چون اعتماد، صمیمیت، عشق و مانند آن‌ها مشخص می‌شود یا خیر؟ این بعد، اعتماد، هنجارها، تعهدات و هویت را دربر می‌گیرد (همان، ص ۳۶)؛

۳. بعد ساختاری: این بعد با تعدادی پرسش سنجیده می‌شود؛

شکلی از سرمایه است که دسترسی به اطلاعات و منابع حیاتی را، به منظور ارتقای عملکرد نوآورانه و استفاده مناسب از فرصت‌های محیطی، تسهیل می‌کند (Waster and Jeorg, 2013, p. 196).

نوآوری را باید در قلب مدیریت دانش جست‌وجو کرد؛ زیرا نوآوری در ادبیات مدیریت دانش برای شرکت‌ها - با هدف خلق ارزش و حفظ مزیت رقابتی در محیط پدیده و پویای امروز - عاملی حیاتی شمرده می‌شود. فرایند نوآوری به دانش، تخصص و تعهدات کارکنان - به منزله ورودی‌های کلیدی در فرایند خلق ارزش - گرایش بسیار شدیدی دارد. مدیریت دانش اغلب به منزله منبع و مرجع اصلی نوآوری در سازمان شناخته می‌شود. این درحالی است که شرکت‌ها با نوآوری بیشتر در پاسخ به تغییرات محیطی و همچنین گسترش قابلیت‌های جدید، که برای دستیابی به عملکرد بالاتر به آن‌ها کمک می‌کند، موفق‌تر خواهند بود (مهارتی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۹۳).

پژوهشگران جنبه‌های گوناگون سرمایه اجتماعی را به سه دسته تقسیم می‌کنند؛ سرمایه شناختی، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری. از نظر آن‌ها، یکی از قابلیت‌های مهم سازمانی که به سازمان‌های دیگر در تولید و تسهیم دانش کمک بسیار می‌کند و برای آن‌ها مزیت سازمانی پایدار خلق می‌کند، سرمایه اجتماعی است. افزون بر آن، سازمان‌ها با سطح بالای سرمایه اجتماعی، توانایی مدیریت دانش بهتری دارند. به این ترتیب، سرمایه اجتماعی ممکن است منجر به مدیریت دانش و یادگیری مؤثرتر شود و در نهایت عملکرد سازمان را افزایش دهد (نصر اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۱۰۹).

امروز دانش یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های رقابتی سازمان‌ها در عرصه اقتصاد جهانی به‌شمار می‌رود و کلیدی است برای کسب برتری رقابتی. یکی از عوامل کلیدی در مدیریت دانش، توانایی سازمان‌ها در انتقال و به اشتراک‌گذاری دانش است (نعیمی و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۷۱۴). اشتراک‌گذاری دانش باعث به اشتراک‌گذاشتن ایده‌ها می‌شود. ایده‌ها زمانی بیشترین تأثیر را به همراه دارند که به جای اینکه فقط در اختیار تعداد کمی قرار گیرند، به‌طور گسترده در همه‌جا استفاده شوند (Liao et al., 2004, p. 26).

با وجود محبوبیت مفهوم سرمایه اجتماعی در درون سازمان، تحقیقات اندکی درباره تأثیرگذاری آن در عملکرد نوآورانه در شرکت‌های هلدینگ انجام شده است و این موضوع، ضرورت پژوهش در این حوزه را دوچندان کرده است. با بررسی تحقیقات موجود آشکار می‌شود که برخی از این پژوهش‌ها، به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در عملکرد سازمانی پرداخته است و برخی اثرگذاری آن را بر مفاهیم انتقال دانش بدون در نظر گرفتن تأثیری که این انتقال دانش در عملکرد سازمانی برجای می‌گذارد، بررسی کرده‌اند (Maurer et al., 2011, p. 159)؛ در بیشتر

صاحب‌نظران و دانشمندان از جنبه‌های گوناگون به نوآوری نگریسته‌اند؛ از این رو ممکن است تعریف‌های گوناگون در این حوزه در ظاهر با یکدیگر متفاوت باشند، اما محور اصلی آن‌ها یکی است.

همه سازمان‌ها برای بقا نیازمند اندیشه‌های نو و نظریات بدیع‌اند و به این منظور از راه خلق ایده‌ها و فرایندهای جدید خود را با محیط منطبق می‌کنند و به مزیت رقابتی دست می‌یابند. جریان نوآوری در سازمان‌ها، راهبردی مناسب برای تطبیق سازمان با شرایط پیچیده محیط فعالیتش است (کیدوری و صادقی سمرجانی، ۱۳۹۶، ص ۴۶).

از نظر جاکوب و همکاران، نوآوری از انگیزاننده‌های اصلی برای رشد اقتصادی و تولید ارزش است؛ به‌ویژه با مطرح‌شدن اقتصاد دانش‌بنیان، نوآوری عامل اصلی موفقیت یا شکست سازمان‌ها در عرصه رقابت و منبع اصلی مزیت رقابتی تلقی می‌شود، به این سبب تعداد مطالعات در حوزه نوآوری هر ساله در حال افزایش است (Jacob et al., 2000). چالش اساسی که محققان نوآوری سازمانی با آن مواجه‌اند، ویژگی‌های سازمان نوآورانه است. به این علت که نمی‌توانند میان این ویژگی‌ها هماهنگی برقرار کنند. نوآوری سازمانی به منزله به‌کاربردن نظریه‌هایی است که برای شرکت‌ها جدیدند؛ این جدیدبودن ممکن است در محصولات، فرایندها و نظام‌های مدیریتی نمایان باشد یا ممکن است در فعالیت‌های بازاریابی دیده شود (حمیدی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۲۰۷).

۲. چارچوب نظری پژوهش

قاسمی طارم‌سری و کیاکجوری و همچنین حسن‌زاده و صادقی نیز در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند که میان سرمایه اجتماعی و به‌اشتراک‌گذاری دانش ارتباط معناداری وجود دارد (قاسمی طارم‌سری و کیاکجوری، ۱۳۹۶؛ حسن‌زاده و صادقی، ۱۳۹۴).

فرضیه‌های زیر برای سنجش تأثیر سرمایه اجتماعی در به‌اشتراک‌گذاری دانش در این پژوهش مطرح می‌شود:

۱. سرمایه اجتماعی شناختی در به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر معناداری دارد؛

۲. سرمایه اجتماعی ارتباطی در به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر معناداری دارد؛

۳. سرمایه اجتماعی ساختاری در به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر معناداری دارد.

چن و همکاران در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند که بین سرمایه اجتماعی داخلی و خارجی سازمان با نوآوری و رهبری تحول‌گرا ارتباط معناداری وجود دارد (Chen et al., 2016). همچنین رستگار و همکاران در پژوهش خود به بررسی تأثیر

ازجمله شبکه چگونه شکل می‌گیرد؟ شبکه چگونه امکان دسترسی به منابع را پیدا می‌کند؟ و شبکه چگونه می‌تواند برای اهداف جدید به‌آسانی خود را دوباره شکل دهد؟ (موسوی خامنه و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۲۳۹).

۱-۲. به‌اشتراک‌گذاری دانش

بقا و رونق سازمان‌ها وابسته به داشتن دانش رقابتی است. دانش (مهارت و تخصص) هنگامی که در شیوه‌های کاری روزانه سازمان‌ها استفاده شود، نقش مزیت رقابتی را ایفا می‌کند (Akram et al., 2017, p. 137). یکی از مهم‌ترین بحث‌های جامعه دانشی، مفهوم اشتراک دانش است. زمانی که افراد اطلاعات، فعالیت‌های مؤثر، دیدگاه‌ها، تجربیات، مزیت‌ها، درس‌های آموخته‌شده عملی یا غیرعملی خود را با سایر افراد به اشتراک می‌گذارند، بهره‌وری در بخش‌های گوناگون سازمان ارتقا می‌یابد (خلیلی‌پور و خنیفر، ۱۳۹۶، ص ۳۱).

تسهیم دانش یا به‌اشتراک‌گذاری دانش عبارت است از به‌اشتراک‌گذاشتن تجارب، دانش انجام‌دادن کار، تخصص و اطلاعات حوزه کاری با سایر کارکنان از راه تعاملات رسمی یا غیررسمی. طی دهه گذشته، محققان به این نتیجه رسیدند که دانش، به‌مثابه یکی از دارایی‌های ناملموس سازمان، در کسب مزیت رقابتی نقشی حیاتی ایفا می‌کند. اشتراک‌گذاری دانش باعث اشتراک ایده‌ها می‌شود. ایده‌ها زمانی بیشترین اثرگذاری را به همراه دارند و به‌جای اینکه صرفاً در اختیار تعداد کمی قرار گیرند، به‌شکل گسترده در همه‌جا استفاده می‌شوند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۱۲۸).

به‌اشتراک‌گذاری دانش در میان کارکنان به دو دسته ضمنی و صریح تقسیم می‌شود. دانش ضمنی به‌راحتی کدبندی یا بیان نمی‌شود؛ زیرا براساس تجربه، مانند مهارت یا دانش عملی است و در درون مغز افراد جای دارد؛ درحالی‌که دانش صریح به‌آسانی بیان می‌شود و از راه اسناد نوشتاری، ازجمله گزارش‌ها یا دست‌نوشته‌ها منتقل می‌شود. بنابراین دانش ضمنی از منظر اشتراک‌گذاری در میان کارکنان سخت‌تر است؛ زیرا به‌طور معناری به هزینه و زمان بیشتری نیاز دارد (ولی‌بحرینی و خیاط‌مقدم، ۱۳۹۴، ص ۳).

۱-۳. نوآوری تیمی

حدود یک قرن است که در نظریه‌های تکامل اقتصادی، نوآوری نیروی محرکه رشد و توسعه اقتصادی شناخته شده است. در سال‌های اخیر با ظهور اقتصاد دانش‌محور، نوآوری نقش حیاتی‌تری در تحول ساختارهای اقتصادی و اجتماعی پیدا کرده است؛ به‌نحوی که در بعضی از پژوهش‌ها از اقتصادهای پیشرفته امروزی به‌مثابه اقتصادهایی مبتنی بر نوآوری یاد می‌شود (خوراکیان و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۱۰۴).

تمایل به اشتراک‌گذاری دانش از راه رفتار به اشتراک‌گذاری دانش بر نوآوری تیمی اعضای هیئت علمی اثر ندارد. همچنین بین به اشتراک‌گذاری دانش و نوآوری تیمی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد رابطه معناداری وجود دارد (کیدوری و صادقی سمرجانی، ۱۳۹۶).

فرضیه زیر برای سنجش تأثیر به اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری تیمی در این پژوهش مطرح می‌شود:
به اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری تیمی تأثیر معناداری دارد.
با توجه به فرضیه‌های مطرح‌شده، مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ نشان داده می‌شود:

۳. روش پژوهش

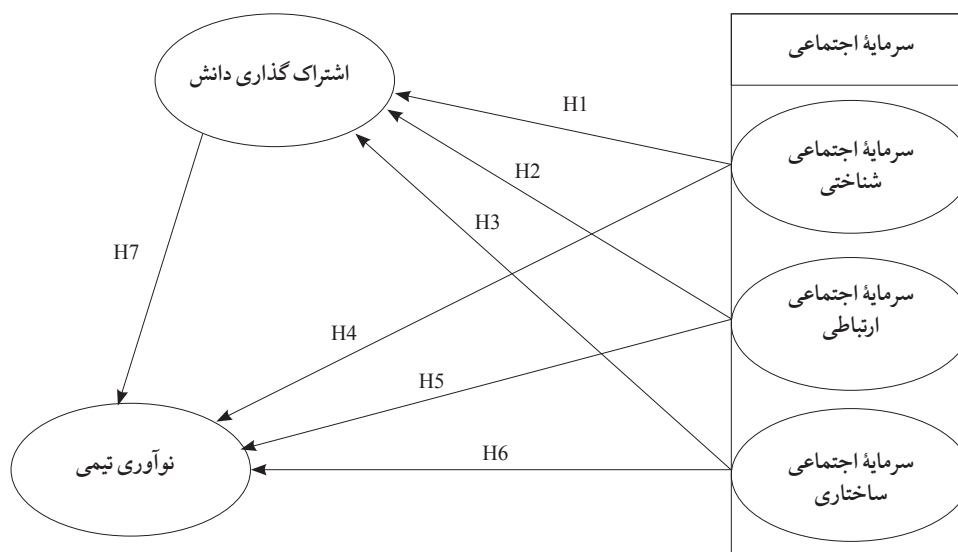
پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - هم‌بستگی است که به شیوه پیمایشی انجام شده است. از آن‌جاکه این پژوهش به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی در نوآوری تیمی با توجه به نقش میانجی به اشتراک‌گذاری دانش می‌پردازد، در قلمرو تحقیقات توصیفی قرار گرفته است و از آن‌جاکه بودن یا نبودن رابطه علی بین متغیرهای مستقل و وابسته را بررسی می‌کند، از نوع هم‌بستگی است.

همچنین با توجه به اینکه در این پژوهش از روش‌های مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی متون و نیز روش‌های میدانی نظیر پرسش‌نامه استفاده شده است و هدفش شناخت صفات، ترجیحات، ویژگی‌ها و رفتار افراد جامعه از راه مراجعه به آن‌هاست؛ بنابراین این تحقیق از نوع پیمایشی است. این پژوهش رابطه بین متغیرها را از راه تجزیه و تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری بررسی می‌کند.

سرمایه اجتماعی خریدار/ فروشنده در عملکرد نوآوری، با به‌کارگیری توسعه دانش مشتری و تعهد به نوآوری، پرداختند و به این نتیجه رسیدند که بین ابعاد سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآوری رابطه معناداری وجود دارد (رستگار و همکاران، ۱۳۹۵).
کریمی و همکاران در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری» به این نتیجه دست یافتند که بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن با نوآوری و همچنین بین قابلیت سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری، رابطه معناداری وجود دارد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۲).

فرضیه‌های زیر برای سنجش تأثیر سرمایه اجتماعی در نوآوری تیمی مطرح می‌شود:

۱. سرمایه اجتماعی شناختی در نوآوری تیمی تأثیر معناداری دارد؛
 ۲. سرمایه اجتماعی ارتباطی در نوآوری تیمی تأثیر معناداری دارد؛
 ۳. سرمایه اجتماعی ساختاری در نوآوری تیمی تأثیر معناداری دارد.
- نتیجه مطالعات چن و همکاران با عنوان «به اشتراک‌گذاری دانش، سرمایه اجتماعی، و عملکرد مالی: دیدگاه استراتژی نوآوری در خوشه‌های فناوری» نشان داد که بین به اشتراک‌گذاری دانش و استراتژی‌های نوآوری و همچنین بین سرمایه اجتماعی و استراتژی‌های نوآوری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد (Chen et al., 2008). همچنین کیدوری و صادقی در پژوهش خود با عنوان «تأثیر اشتراک‌گذاری دانش بر نوآوری تیمی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد» به این نتیجه دست یافتند که نگرش به اشتراک‌گذاری دانش و انگیزه درونی از راه رفتار به اشتراک‌گذاری دانش بر نوآوری تیمی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد اثر غیرمستقیم دارد. اما



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

جدول ۱: سؤالات پشتیبانی‌کننده مربوط به هریک از متغیرها

ردیف	گویه‌ها	مؤلفه‌ها	شماره سؤالات
۱	سرمایه اجتماعی	شناختی	۱-۵
۲		ارتباطی	۶-۱۰
۳		ساختاری	۱۱-۱۵
۴	اشتراک‌گذاری دانش		۱۶-۲۰
۵	نوآوری تیم		۲۱-۲۷

۵. روایی و پایایی پرسش‌نامه

در این پژوهش برای روایی پرسش‌نامه‌ها از روایی ظاهری (صوری) و روایی محتوایی استفاده شده است. روایی محتوا در نظر می‌گیرد که آیا پرسش‌ها و گویه‌ها به اندازه کافی مفهوم را می‌سنجند و سؤالات آزمون به‌طور کامل حیطه مد نظر را دربر می‌گیرد؟ روایی ظاهری (صوری) بیانگر آن است که آیا متخصصان و خبرگان تأیید می‌کنند پرسش‌نامه‌ها ابهام ندارند و از نظر دستوری صحیح‌اند؟ به‌منظور سنجش روایی سازه با استفاده از روش تحلیل عاملی، قابلیت اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش در پرسشنامه بررسی شد. جدول ۲ نتایج حاصل از تحلیل عاملی با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS را براساس پرسشنامه پژوهش نشان می‌دهد. در جدول ۲ بارهای عاملی به همراه مقادیر آماره t نشان داده شده‌اند.

جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل مدیران ارشد، مدیران میانی و سرپرستان و کارشناسان شرکت‌های هلدینگ توکا فولاد در شهر اصفهان به تعداد ۴۰۲ نفر زن و مرد است. با توجه به جدول مورگان تعداد نمونه برای این حجم از جامعه، ۱۹۶ نفر در نظر گرفته شد که پس از پخش و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، مشخص شد تعداد ۱۹۲ نفر پرسش‌نامه‌ها را به‌صورت کامل پر کرده‌اند که همین تعداد به‌منزله نمونه پژوهش در نظر گرفته شدند.

۴. روش و ابزار گردآوری اطلاعات

برای جمع‌آوری اطلاعات تئوریک در ارتباط با موضوع پژوهش به روش کتابخانه‌ای عمل شد و برای گردآوری داده‌ها از کلیه پرسنل شرکت هلدینگ توکا در شهر اصفهان، به روش میدانی و با استفاده از پرسش‌نامه با طیف لیکرت اقدام شد.

جدول ۲: نتایج تحلیل عاملی

متغیر	شماره سؤال	بار عاملی	آماره t یا t -value	معناداری (p-value)	نتیجه
سرمایه اجتماعی شناختی	۱	۰/۸۴۲۵	۴۲۰۵/۳۹	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲	۰/۸۱۳	۲۵/۶۶۲۴	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۳	۰/۸۱۳	۲۷/۴۴۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۴	۰/۸۴۷۹	۴۵/۶۰۲	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۵	۰/۷۵۶۴	۲۴/۳۶۳۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
سرمایه اجتماعی ارتباطی	۶	۰/۷۷۳۶	۲۴/۴۸۱۲	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۷	۰/۷۷۴۸ ÷ ۳۳۳ ÷	۲۳/۹۹۲۱	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۸	۰/۷۵۶۸	۱۸/۰۶۷۲	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۹	۰/۶۶۴۱	۱۴/۰۰۱۹	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۰	۰/۷۴۶۱	۲۴/۸۷۵۷	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
سرمایه اجتماعی ساختاری	۱۱	۰/۷۶۹۴	۲۶/۹۸۲۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۲	۰/۷۸۱۹	۱۹/۳۵۶۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۳	۰/۷۲۰۵	۱۴/۵۵۰۱	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۴	۰/۷۷	۲۶/۰۲۰۳	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۵	۰/۶۶۳۹	۱۱/۹۳۹۵	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب

متغیر	شماره سؤال	بار عاملی	آماره t یا t-value	معناداری (p-value)	نتیجه
نوآوری تیمی	۱۶	۰/۷۱۳۸	۱۵/۳۴۸۷	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۷	۰/۸۰۳۳	۳۵/۹۳۳۴	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۸	۰/۸۳۶۸	۴۰/۴۳۸۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۹	۰/۷۳۸	۱۸/۳۶۷۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۰	۰/۸۰۷	۲۶/۵۴۸۴	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
به اشتراک‌گذاری دانش	۲۱	۸۰۴۶/۰	۲۹/۴۸۰۱	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۲	۰/۸۱۸۹	۳۹/۲۰۲۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۳	۰/۷۴۸۱	۲۲/۹۱۱۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۴	۰/۷۵۷	۲۲/۲۹۵۱	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۵	۰/۸۲۸۱	۴۳/۱۵۹۱	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۶	۰/۷۷۸۵	۲۵/۴۵۷۸	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۷	۰/۷۹۱۳	۲۷/۰۹۱۴	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب

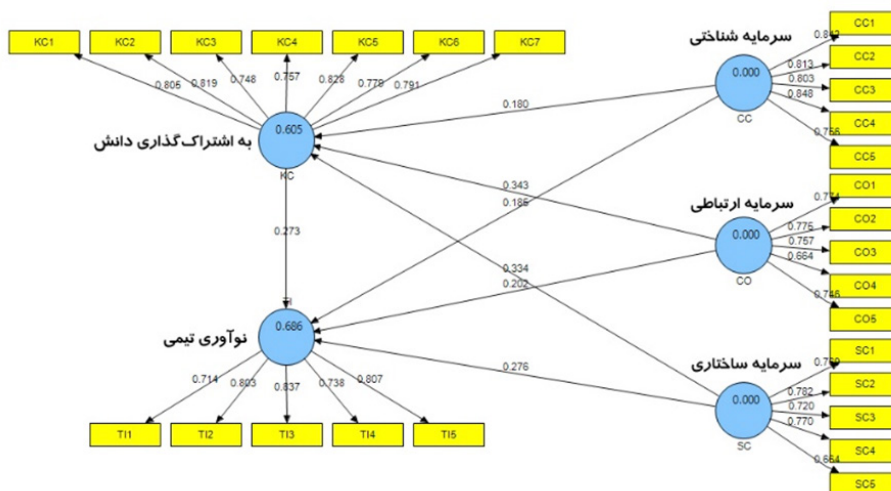
۶. تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش، فرضیه‌های پژوهش با استفاده از آزمون مدل‌سازی معادلات ساختاری بررسی شد. به منظور آزمون مدل پژوهش از روش حداقل مجذورات جزئی یا PLS و همچنین نرم‌افزار SmartPLS استفاده شد. شکل ۳ مدل پژوهش را همراه با متغیرهای مکنون و مشاهده‌شده موجود در آن در قالب مدل‌های اندازه‌گیری انعکاسی نشان می‌دهد. در این مدل متغیر نوآوری تیمی فقط در نقش متغیر وابسته، متغیرهای به اشتراک‌گذاری دانش در نقش متغیر مستقل - وابسته و متغیرهای سرمایه‌شناختی، سرمایه ارتباطی و سرمایه ساختاری فقط در نقش متغیر مستقل حضور دارند.

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد سؤالات پرسش‌نامه مناسب است؛ زیرا در تمامی گویه‌ها مقادیر t-value برای سطح اطمینان ۹۵ درصد بزرگ‌تر از مقدار ۱/۹۶ است و در نتیجه معناداری برای سطح اطمینان ۹۵ درصد برای تمامی سؤالات کمتر از ۰/۰۵ است؛ در نتیجه سؤالات برای سنجش متغیرهای پژوهش مناسب‌اند. به منظور پایایی سؤالات پرسش‌نامه، نخست ۳۰ پرسش‌نامه توزیع شد و براساس ضریب آلفای کرونباخ نتایج زیر به دست آمد و مشخص شد که پرسش‌نامه از اعتبار لازم برخوردار است. براساس اطلاعات جدول ۳، پایایی سؤالات و گویه‌ها در هر بعد و در کل پرسش‌نامه از مقدار ۰/۷ بزرگ‌تر بوده است؛ بنابراین پایایی پرسش‌نامه تأیید می‌شود. پایایی کل پرسش‌نامه نیز برابر ۰/۸۸ محاسبه شد.

جدول ۳: ضریب آلفای کرونباخ برای محاسبه پایایی هریک از سؤالات پرسش‌نامه

ردیف	گویه‌ها	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
۱	سرمایه اجتماعی	شناختی	۰/۸۷۱۷
۲		ارتباطی	۰/۷۹۷۳
۳		ساختاری	۰/۰۷۹۵۵
۴	اشتراک‌گذاری دانش		۰/۸۳۹۳
۵	نوآوری تیمی		۰/۸۹۹۴
	کل پرسش‌نامه		۰/۸۸



شکل ۲: ضرایب مسیر و مقادیر R2

۷. یافته‌های پژوهش

۷-۱. یافته‌های توصیفی

نتیجه تجزیه و تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش حاضر در جدول ۴ نشان داده شده است. در این جدول، علاوه بر تعداد سؤالات مطرح شده برای هر یک از متغیرهای پژوهش، آمار توصیفی شامل میانگین، انحراف استاندارد و واریانس مربوط به هر یک از متغیرها نیز بیان شده است.

در جدول ۴ میانگین متغیرها مقایسه شده است. متغیر سرمایه اجتماعی شناختی با مقدار ۳/۱۱ بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده است و کمترین میانگین با مقدار ۲/۷۶ مربوط به متغیر سرمایه اجتماعی ساختاری است.

۷-۲. یافته‌های مبتنی بر فرضیه‌های پژوهش

در این مرحله، با استفاده از ضرایب مسیر و سطح معناداری آن‌ها، فرضیه‌های پژوهش بررسی شده است. باید در نظر گرفت فرضیه در سطح معناداری ۰/۰۵ در صورتی تأیید می‌شود که ارزش تی خارج از بازه (۱/۹۶ - ، ۱/۹۶) باشد. نتایج آزمون فرضیه‌ها در جدول ۵ نشان داده شده است.

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که فرضیه اول تا سوم براساس

تأثیر مثبت و معنادار سه بعد سرمایه اجتماعی (شناختی، ارتباطی و ساختاری) در اشتراک‌گذاری دانش تعریف شده است. ضریب مسیر بین دو سازه برای فرضیه اول ۰/۱۸۰۵ و مقدار آماره تی ۲/۰۸۵ است. در مورد فرضیه دوم نیز ضریب مسیر ۰/۳۴۳ و مقدار آماره تی برابر با ۳/۸۵۲ است و همچنین در فرضیه سوم ضریب مسیر برابر با ۰/۳۳۳۵ و مقدار آماره تی ۴/۳۲۷ است. این مقادیر برای هر سه فرضیه از ۱/۹۶ بیشتر است و در نتیجه سه بعد سرمایه اجتماعی در اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارند؛ در نتیجه سه فرضیه اول تأیید می‌شود.

براساس فرضیه چهارم تا ششم، سه بعد سرمایه اجتماعی (شناختی، ارتباطی و ساختاری) تأثیر مثبتی در نوآوری تیمی دارد. همان‌طور که جدول ۵ نشان می‌دهد، ضریب مسیر برای فرضیه چهارم ۰/۱۸۵۴ و مقدار آماره تی برابر با ۲/۴۲۰ و در مورد فرضیه پنجم ضریب مسیر ۰/۲۰۱۹ و مقدار آماره تی برابر با ۲/۵۱۱۸ است. در فرضیه ششم نیز مقدار ضریب مسیر برابر با ۰/۲۷۵۹ و مقدار آماره تی برابر با ۴/۰۴۴ است. این مقادیر از مقدار ۱/۹۶ بالاتر است؛ بنابراین گفتنی است سه بعد سرمایه اجتماعی در نوآوری تیمی تأثیر مثبت و معناداری دارند.

جدول ۴: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	شماره سؤال	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس
سرمایه اجتماعی شناختی	۱-۵	۳/۱۱	۰/۸۸	۰/۷۸
سرمایه اجتماعی ارتباطی	۶-۱۰	۲/۸۹	۰/۸۳	۰/۶۹
سرمایه اجتماعی ساختاری	۱۱-۱۵	۲/۷۶	۰/۷۷	۰/۶۰
نوآوری تیمی	۱۶-۲۰	۲/۹۶	۰/۸۹	۰/۷۹
به اشتراک‌گذاری دانش	۲۱-۲۷	۲/۷۶	۰/۸۹	۰/۸۰

جدول ۵: آزمون فرضیه‌ها

ردیف	فرضیه	ضریب مسیر	خطای استاندارد .S.E	آماره t-value	نتیجه
۱	سرمایه اجتماعی شناختی در به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۱۸۰۵	۰/۰۸۶۶	۲/۰۸۵	تأیید
۲	سرمایه اجتماعی ارتباطی در به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۳۴۳	۰/۰۸۹	۳/۸۵۲۴	تأیید
۳	سرمایه اجتماعی ساختاری در به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۳۳۳۵	۰/۰۷۷۱	۳/۳۲۷۱	تأیید
۴	سرمایه اجتماعی شناختی در نوآوری تیمی تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۱۸۵۴	۰/۰۷۶۶	۲/۴۲۰۳	تأیید
۵	سرمایه اجتماعی ارتباطی در نوآوری تیمی تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۲۰۱۹	۰/۰۸۰۴	۲/۵۱۱۸	تأیید
۶	سرمایه اجتماعی ساختاری در نوآوری تیمی تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۲۷۵۹	۰/۰۶۸۲	۴/۰۴۴۳	تأیید
۷	به‌اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری تیمی تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۲۷۳	۰/۰۸۱۷	۳/۳۴۰۸	تأیید

آموزش‌های تخصصی گروهی و برنامه‌های تفریحی، سعی شود این حس در کارکنان برانگیخته شود که خود را عضو یک خانواده در سازمان بدانند؛

۲. با تهیه سند چشم‌انداز، اهداف و ارزش‌ها و همچنین دید سازمانی مشترک بین کارکنان تقویت شود.

۳. با فراهم‌کردن امکان تعامل بین بخشی، نظیر تشکیل تیم‌های بین بخشی، تجربیات، خاطره‌ها و حکایات مشترک میان کارکنان ترویج شود و در نتیجه در میان افراد و بخش‌های مختلف سازمان، روابطی مبتنی بر اعتماد برقرار شود.

نتایج حاصل از فرضیه‌های چهارم تا ششم پژوهش نشان می‌دهد که بین ابعاد سرمایه اجتماعی، ارتباطی و نوآوری تیمی، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

این نتیجه با مطالعات چن و همکاران و همچنین مطالعات رستگار و همکاران در یک راستاست. چن و همکاران در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که ابعاد سرمایه اجتماعی داخلی و خارجی، واسطه میان رابطه نوآوری و رهبری تحول‌گراست و رستگار و همکاران نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که هنجارهای مشترک و اعتماد، به کمک عامل میانجی توسعه دانش مشتری، در عملکرد نوآوری مؤثر است. براساس نتایج به‌دست‌آمده، می‌توان نتیجه گرفت که عملکرد نوآوری تحت تأثیر مثبت تعاملات اجتماعی و هنجارهای مشترک قرار می‌گیرد (رستگار و همکاران، ۱۳۹۵؛ Chen et.al, 2016). این نتیجه

براساس فرضیه هفتم به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبتی در نوآوری تیمی دارد. براساس یافته‌ها، ضریب مسیر بین دو سازه برابر با ۰/۲۷۳ و مقدار آماره تی نیز برابر با ۳/۳۴۰۸ و از مقدار ۱/۹۶ بالاتر است؛ در نتیجه به‌اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری تیمی تأثیر مثبت و معناداری دارد و این فرضیه نیز تأیید می‌شود.

نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از فرضیه‌های اول تا سوم پژوهش نشان داد که بین ابعاد سرمایه اجتماعی و اشتراک‌گذاری دانش، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. این نتیجه با مطالعات قاسمی طارمسری و کیاکجوری و همچنین مطالعات حسن‌زاده و صادقی سازگار است. قاسمی طارمسری و کیاکجوری در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و تسهیم دانش، رابطه معناداری وجود دارد (قاسمی طارمسری و کیاکجوری، ۱۳۹۶؛ حسن‌زاده و صادقی، ۱۳۹۴).

حسن‌زاده و صادقی نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که از سه بعد در نظر گرفته شده برای سرمایه اجتماعی، بعد شناختی بیشترین نقش را در بهبود تسهیم دانش دارد. این نتایج نشان می‌دهد که فراهم‌کردن محیط‌ها و ساختارهای انگیزشی چندگانه، مانند اعتماد، چشم‌انداز مشترک و تعاملات اجتماعی نقش مهمی در رشد تسهیم دانش در سازمان‌ها ایفا می‌کنند (همان).

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده پیشنهاد می‌شود:

۱. با تقویت حس یکپارچگی از راه برگزاری جلسات هم‌اندیشی،

۲. برگزاری بازدیدهای داخلی و خارجی، امکان به اشتراک‌گذاری دانش را نه فقط در میان کارکنان شرکت، بلکه در میان کارکنان شرکت‌های گوناگون فراهم می‌کند و زمینه مناسبی برای بروز خلاقیت و نوآوری فراهم می‌کند؛

۳. مدیریت سازمان با فراهم کردن زیرساخت‌های مناسب، مثل توسعه فناوری اطلاعات برای دسترسی به اسناد رسمی و دانش مدون در تمامی سطوح سازمان، بر لزوم به اشتراک‌گذاری دانش تأکید می‌کند؛

۴. دقت در گزینش و استخدام افرادی که از مهارت‌های فنی، گروهی و تیمی بهره‌مند و به تسهیم دانش علاقه‌مندند و همچنین قدردانی و پاداش‌دهی به کار تیمی، افزون بر تقویت سرمایه اجتماعی، نوآوری گروهی و به اشتراک‌گذاری دانش را نیز بهبود می‌بخشد.

با جمع‌بندی نتایج، مشاهده می‌شود که سرمایه انسانی هم به شکل مستقیم و هم غیرمستقیم و از راه نقش میانجی به اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری تیمی تأثیرگذار بوده است. یکی از نکاتی که این پژوهش را از دیگر پژوهش‌ها در این حوزه متمایز می‌کند، توجه به این روابط دوگانه است. پژوهش‌های پیشین بیشتر به بررسی رابطه مستقیم بین سرمایه انسانی و نوآوری تیمی پرداخته‌اند، درحالی که نمی‌توان از نقش متغیرهای میانجی در رابطه بین این دو متغیر چشم‌پوشی کرد. توجه به سرمایه انسانی در سازمان، زمینه را برای بروز تغییرات در بسیاری از متغیرهای سازمانی مانند فرهنگ، ساختار، دانش و یادگیری فراهم می‌کند و این موضوع ممکن است در نوآوری در سازمان نیز تأثیرگذار باشد. پژوهش حاضر با تمرکز بر متغیر به اشتراک‌گذاری دانش، نشان داد که این متغیر می‌تواند از سرمایه انسانی تأثیر پذیرد و در نوآوری تیمی تأثیرگذار باشد و در نتیجه، نقش سرمایه اجتماعی در بروز نوآوری تیمی را تقویت کند. از این رو، پیشنهاد می‌شود سایر پژوهشگران علاقه‌مند، متغیرهای دیگری را که می‌توانند در این حوزه به منزله متغیر میانجی عمل کنند شناسایی و اثر هر یک از آن‌ها را بر رابطه بین سرمایه انسانی و نوآوری تیمی بررسی کنند.

منابع

حسن‌زاده، محمدصادق و صادقی، سارا (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی در تمایل به تسهیم دانش (مورد مطالعه: کارکنان شرکت‌های صنایع دارویی استان گیلان)». مجله مدیریت سرمایه اجتماعی، سال دوم، دوره ۲، شماره ۳، ص ۳۴۷-۳۶۵.

حسینی‌نثار، مجید، شب‌افروزان، صغری و شفیعی، سیده‌محمد (۱۳۹۵). «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی استان گیلان». مجله مدیریت فرهنگی، سال یازدهم، دوره ۱۰، شماره ۳۲، ص ۳۳-۴۷.

همچنین با مطالعات کریمی و همکاران سازگار است. آن‌ها در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری»، به این نتیجه دست یافتند که بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن با نوآوری و همچنین بین قابلیت سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری رابطه معناداری وجود دارد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۲).

با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهاد می‌شود:

۱. به منظور ترویج نوآوری و به ویژه نوآوری تیمی، جلسات طوفان مغزی میان کارکنان برگزار شود تا از این راه، کارکنان ساعتی را برای تفکر و بیان راه‌های خلاق صرف کنند؛

۲. فراهم کردن محیطی امن برای کارکنان، دادن استقلال کاری به کارکنان و مشارکت دادن آن‌ها در تصمیم‌های سازمانی زمینه را برای بروز نوآوری تقویت می‌کند؛

۳. استفاده سازمان از نوآوری‌ها و فناوری‌های پیشرفته، هم زمینه را برای ارتقای کیفیت و کاهش هزینه‌ها مهیا می‌کند و هم به بروز خلاقیت و نوآوری در سازمان منجر می‌شود.

۴. پیشنهاد می‌شود سازمان برای ارتقای سطح نوآوری، بستری برای ارتباط افراد فراهم کند و به شناختی جمعی از اهداف و فعالیت‌های سازمان برسد تا از این راه یادگیری کارکنان را افزایش دهد.

در نهایت نتایج حاصل از فرضیه هفتم پژوهش نشان می‌دهد که بین به اشتراک‌گذاری دانش و نوآوری تیمی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. این نتیجه با مطالعات کیدوری و صادقی در یک راستا قرار می‌گیرد. آن‌ها در پژوهش خود با هدف بررسی تأثیر به اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری تیمی، به این نتیجه دست یافتند که به اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مستقیمی در نوآوری تیمی دارد. این نتیجه بدین معنی است که کارکنان با به اشتراک‌گذاری دانش بین خود، باعث افزایش آگاهی گروهی در سازمان می‌شوند و این آگاهی گروهی، ممکن است بستر مناسبی را برای بروز خلاقیت و نوآوری مهیا کند (کیدوری و صادقی، ۱۳۹۶). همچنین به اشتراک‌گذاری دانش در بین کارکنانی که تخصص‌های متفاوتی دارند، امکان بروز خلاقیت در افراد را افزایش می‌دهد؛ چراکه یکی از بسترهای بروز خلاقیت، اندیشیدن به روشی متفاوت است. این خلاقیت می‌تواند پیشدرآمدی بر خلق نوآوری‌های انفرادی و گروهی در سازمان باشد.

با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهاد می‌شود:

۱. اطلاع‌رسانی صحیح و انتشار اخبار خوب و بد شرکت، ملاقات مستمر کارکنان با مدیران سطوح مختلف و مشارکت کارکنان در امور مربوط به خود در افزایش امکان به اشتراک‌گذاری دانش و نوآوری تیمی موثر است؛

- حمیدی‌زاده، علی، شهیدزاده، فریبا و موحدی‌فر، عرفان (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: اداره کل مخابرات شهرستان قم)». *مجله مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره ۱، شماره ۲، ص ۲۰۳-۲۲۳.
- خوراکیان، علیرضا، کدخدای، نگار و ملازاده یزدانی، بهاره (۱۳۹۵). «بررسی نقش سرمایه فکری بر رفتار نوآورانه با تأکید بر نقش میانجی‌گری اشتراک دانش (مورد مطالعه: پژوهشکده هوا خورشید)». *مدیریت نوآوری*، سال ششم، دوره ۶، شماره ۱، ص ۱۰۱-۱۳۴.
- خلیلی‌پور، حاتم و خنیفر، حسین (۱۳۹۶). «بررسی ساختاری تأثیر عدالت رویه‌ای و اشتیاق شغلی در اشتراک‌گذاری دانش و رفتار کاری نوآورانه». *فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی*، سال دوم، دوره ۶، شماره ۴، ص ۲۷-۵۱.
- رستگار، عباسعلی، دهقانی سلطانی، مهدی و فارسی‌زاده، حسین (۱۳۹۵). «تأثیر سرمایه اجتماعی خریدار/فروشنده بر عملکرد نوآوری با به‌کارگیری توسعه دانش مشتری و تعهد به نوآوری». *فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی*، سال پنجم، شماره ۹، ص ۶۳-۸۲.
- قاسمی طارمسری، مسعود و کیاکجوری، کریم (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر به‌اشتراک‌گذاری دانش (مورد مطالعه: فرهنگیان شهرستان رودبار)». *کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی*، کازرون، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون.
- قربانی، محمود، نیشابوری، وحیدرضا و عرفانیان خانزاده، حمید (۱۳۹۵). «بررسی نقش میانجی قابلیت یادگیری سازمانی در رابطه بین تسهیم دانش و قابلیت نوآوری سازمانی». *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، سال نهم، شماره ۳۴، ص ۱۲۵-۱۵۴.
- کریمی، فریبا، احمدی دستجردی، سمیه و رجایی‌پور، سعید (۱۳۹۲). «الگوی ساختاری روابط بین سرمایه اجتماعی قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان». *مدیریت بهره‌وری*، سال چهارم، شماره ۲۷، ص ۱۶۵-۱۸۲.
- کیدوری، امیرحسین و صادقی سمرجانی، امیر (۱۳۹۶). «تأثیر اشتراک‌گذاری دانش بر نوآوری تیمی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد». *نشریه نوآوری و ارزش آفرینی*، سال پنجم، شماره ۱۰، ص ۴۵-۵۶.
- مهارتی، یعقوب، کاظمی، مصطفی و حسنی توابع، عبدالله (۱۳۹۳). «بررسی نقش واسط مدیریت دانش بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی (مورد مطالعه شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرک‌های صنعتی شهرستان مشهد)». *پژوهش‌نامه مدیریت تحول*، سال ششم، شماره ۱۲، ص ۹۱-۱۱۲.
- موسوی خامنه، مرضیه، کمالی، افسانه و عزیزی، ساره (۱۳۹۶). «تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر عملکرد سازمانی کارکنان (مورد مطالعه: کارکنان سازمان مخابرات شهر تهران)». *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، سال دهم، شماره ۲ و ۳، ص ۲۳۲-۲۶۰.
- نصر اصفهانی، علی، انصاری، محمداسماعیل، شانی بزکی، علی و آقا‌حسینی، حسین (۱۳۹۰). «بررسی سرمایه اجتماعی سازمانی در سازمان‌های خدماتی استان اصفهان با رویکرد آموزه‌های مدیریت در آثار سعدی». *جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)*، دوره ۲۲، شماره ۱ پیاپی ۴۱، ص ۱۰۷-۱۳۴.
- نعمتی، لیلا، نوشین‌فرد، فاطمه، باب الحوانجی، فهیمه و ابازری، زهرا (۱۳۹۱). «عوامل فردی مؤثر بر اشتراک دانش میان اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی». *مدیریت اطلاعات سلامت*، دوره ۱۰، شماره ۵، ص ۷۱۴-۷۲۵.
- حسن‌پور، اکبر و نیاکان، نازیلا (۱۳۸۶). «سرمایه اجتماعی و جنسیت در محیط کار». *نشریه تدبیر*، سال ۱۸، شماره ۱۸۳، مردادماه، ص ۴۲.
- ولی‌بحرینی، حسین و خیاط مقدم، سعید (۱۳۹۴). «شناسایی عوامل مؤثر بر نوآوری مبتنی بر دانش با روش دلفی». *سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت - اقتصاد و حسابداری*، استانبول، ۱۳۹۴/۰۴/۲۵.
- Akram, T., Lei, S., Haider, M. J., Hussain, S. T. and Puig, L. C. M. (2017). "The effect of organizational justice on knowledge sharing: An empirical evidence from the Chinese telecommunication sector". *Journal of Innovation & Knowledge*, 2(3), pp. 134-145.
- Chen, M. H., Chang, Y. C. and Hung, S. C. (2008). "Social capital and creativity in R&D project teams". *R&D Management*, 38(1), pp. 21-34.
- Chen, L., Zheng, W., Yang, B. and Bai, S. (2016). "Transformational leadership, social capital and organizational innovation". *Leadership & Organization Development Journal*, 37(7), pp. 843-859.
- Jacob, M., Hellstrom, T., Adler, N. and Norrgren, F. (2000). "From sponsorship to partnership in academy-industry relation". *R&D Management*, 30(3), pp. 255-262.
- Liao, S., Chang, J., Cheng, S. and Kuo, C. (2004). "Employee relationship and knowledge sharing: a case study of a Taiwanese finance and securities firm". *Knowledge Management Research and Practice*, 2, 24-34
- Martinez-Perez, Á., García-Villaverde, P. M., García-Villaverde, P. M., Elche, D. and Elche, D. (2016). "The mediating effect of ambidextrous knowledge strategy between social capital and innovation of cultural tourism clusters firms". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(7), pp. 1484-1507.
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998). *Social capital, intellectual capital and the organizational advantage*. *Academy of management review*. 23 (2), 242-266.
- Waster, D and Jeorg, P. R. (2013). "Information

processing and strategic decision-making in small and medium-sized enterprises: The role of human and social capital in attaining decision effectiveness”. *International Small Business Journal*, 31(2), pp. 192-216.

Maurer, I., Bartsch, V. and Ebers, M. (2011). “The Value of Intra-Organizational Social Capital: How it Fosters Knowledge Transfer, Innovation Performance, and Growth”. *Organization Studies Journal*, 32(2),pp. 157-185

Investigating the Impact of Social Capital on Team Innovation with the Mediating Role of Knowledge Sharing (Case Study: Isfahan Tuka Steel Co.)

Maryam Sayadi¹

Seyyed Mohammad Reza Mir Ahmadi²

Abstract:

Today's organizations need innovation and teamwork for survival and one of the pre-requisites for innovation is the attention to social capital and human resources in the organization. Therefore, the present study investigates the impact of structural, cognitive and communication social capital on team innovation through knowledge sharing, in Tuka Steel holding company. This research belongs to descriptive-correlational researches and conducted by survey method. The statistical population of the study consisted of 400 employees of Tuka Steel holding company in Isfahan. The sample was 196 people based on Morgan's table. This sample was selected through simple random sampling method. 192 respondents completed the questionnaire. Validity of questionnaire was confirmed by experts and its reliability was confirmed by Cronbach's alpha of 0.769. Based on the results obtained by analyzing the data by structural equation modeling, it was determined that the dimensions of social capital, both indirectly and indirectly, through knowledge sharing, had a positive and significant impact on the innovation of the employees.

Keyword: Team Innovation, Knowledge Sharing, Cognitive Social Capital, Structural Social Capital, Communicative Social Capital

1. MSc. Student, Mobarakeh Azad University, Isfahan, Iran; Maryam.sayadi@yahoo.com

2. Assistant Professor, Mobarakeh Azad University, Isfahan, Iran