

«مدیریت بهره‌وری»

سال هفتم - شماره ۲۷ - زمستان ۱۳۹۲

ص ص ۱۸۲ - ۱۶۵

تاریخ دریافت مقاله: ۹۲/۰۳/۰۶

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۲/۰۵/۳۰

## الگوی ساختاری روابط بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان

دکتر فریبا کریمی<sup>\*۱</sup>

سمیه احمدی دستجردی<sup>۲</sup>

دکتر سعید رجایی پور<sup>۳</sup>

### چکیده

پژوهش حاضر به بررسی «رابطه بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان» پرداخته است. روش پژوهش همبستگی علی است. جامعه مورد مطالعه، کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان به تعداد ۱۹۵ نفر می باشد که با استفاده از جدول نمونه گیری کرجسی و مورگان، تعداد ۱۳۰ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب گردید. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناهایت 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.

### واژه‌های کلیدی:

سرمایه اجتماعی، یادگیری سازمانی، نوآوری

<sup>۱</sup>- استادیار، گروه علوم تربیتی، واحد خوراسگان (اصفهان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان-ایران faribakarimi2005@yahoo.com

<sup>۲</sup>- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خوراسگان (اصفهان)، اصفهان-ایران

<sup>۳</sup>- استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه اصفهان، اصفهان-ایران

## مقدمه

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. می‌توان گفت سرمایه اجتماعی پدیده‌ای مدیریتی پذیر است به این معنا که می‌توان آن را براساس سیاستگذاری‌ها در حوزه‌های مشخص از سازمان بازسازی یا به فرایند شکل‌گیری آن کمک نمود (نصر اصفهانی، ۱۳۹۰). مفهوم سرمایه اجتماعی تنها در دهه ۱۹۸۰ به شدت مورد توجه قرار گرفت و توانست با گسترش نظری و تجربی، جایگاه تعریف شده‌ای در میان نظریه‌های جامعه‌شناسی به خود اختصاص دهد. این امر عمدتاً مرهون کلمن<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) و تحقیق او در زمینه مشارکت در امور مدرسه (در شهر شیکاگو) است. پس از آن بوردیو در فرانسه ابعاد دیگری از این مفهوم را روشن کرد و مطالعه پاتنام<sup>۲</sup> (۱۹۹۳) در زمینه رابطه سرمایه اجتماعی و نهادهای دموکراتیک در ایتالیا، خصوصاً از عوامل مؤثر در این گسترش می‌باشد (ویدمر، ۲۰۰۶، ۹۸۱). سرمایه اجتماعی دارای اشکال بسیاری از پیوندهای اجتماعی است که روابط میان افراد را متأثر از خود ساخته و به حصول اهداف شبکه کمک می‌کند (محمدی، ۲۰۱۱، ۲۶). سرمایه اجتماعی عاملی کلیدی در کمک به سازمان جهت پیشبرد جریان بین روابط و ارتقای فناوری، اطلاعات، دانش، منابع و مانند آن است (یو و همکاران، ۲۰۰۹، ۴). پاتنام، سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنها را تأمین خواهد کرد. از نظر وی اعتماد و ارتباط متقابلاً اعضا در شبکه، به عنوان منابعی هستند که در کنش‌های اعضای جامعه موجود است (پاتنام، ۲۰۰۰، ۵).

والکر و همکارانش<sup>۶</sup> (۱۹۹۷) سرمایه اجتماعی را به عنوان یک شیوه تقویت استانداردهای رفتاری در سازمان تلقی کرده‌اند. بنابراین کمیت و کیفیت سرمایه

---

1. Coleman

2. Putnam

3. Mohamed

4. Wu et al

5. Putnam

6. Walker et al

اجتماعی، سازمان دهنده ای مطلوب در نوآوری سازمانی می باشد (چانگ و همکاران<sup>۱</sup>)، (۲۰۰۶).

ناهاییت و گوشال<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) جنبه های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می دهند، سرمایه شناختی، رابطه ای و ساختاری و از نظر آنها یکی از قابلیت های مهم سازمانی که می تواند به سازمان ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار نماید و برای آنها در مقایسه با سازمان های دیگر «مزیت سازمانی پایدار» ایجاد کند، سرمایه اجتماعی است (۲۴۳). علاوه بر آن سازمان ها با سطح بالای سرمایه اجتماعی، توانایی مدیریت دانش بهتری دارند. به این ترتیب سرمایه اجتماعی می تواند منجر به مدیریت دانش و یادگیری مؤثرتر گردد و در نهایت عملکرد سازمان افزایش یابد (نصر اصفهانی، ۱۳۹۰). از سال ۱۹۹۰، صاحب نظران، یادگیری سازمانی را به عنوان سازه ای پیچیده و چند بعدی قلمداد نمودند. اسلاتر و نارور بیان کرده اند که «یادگیری سازمانی سازه ای چند بعدی و پیچیده است که در سطوح شناختی مختلفی روی می دهد و فرآیندهای فرعی متعددی را در بر می گیرد» (توحیدی و ماندگاری<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲، ۴۵۲۳).

مفهوم قابلیت یادگیری سازمانی بر اهمیتی که تسهیل کننده ها بر یادگیری سازمانی دارند تأکید می نماید. این تسهیل کننده ها در ادبیات یادگیری سازمانی و سازمان یادگیرنده توسط پژوهشگران مختلف بیان شده اند (آلگرا و چیوا<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸). ایجاد قابلیت یادگیری سازمانی در سازمان به معنای دستیابی به بهبود است. این رویکرد، استراتژی های سازمان را به یک مدل تغییر برنامه ریزی شده مرتبط می نماید (گاه<sup>۵</sup>، ۲۰۰۳). چیوا و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۰۷) قابلیت یادگیری سازمانی را در پنج بعد مورد بررسی قرار می دهد، آزمایشگری، خطرپذیری، تعامل با محیط خارجی، گفتگو و تصمیم گیری مشارکتی. علاوه بر این یادگیری سازمانی از نظر کوپر<sup>۷</sup> (۲۰۰۰)، دمنپور<sup>۸</sup> (۱۹۹۱) و ورونا<sup>۹</sup> (۱۹۹۹) علاوه بر فراهم ساختن فرصت هایی بیشتر برای یادگیری و تسهیم ساختن افراد در دانش

1. Chang et al

2. Nahapit & Ghoshal

3. Tohidi & Mandegari

4. Alegre & Chiva

5. Goh

6. Chiva et al

7. Cooper

8. Damanpour

9. Verona

یکدیگر از طریق بسط‌دهی یادگیری در سراسر سازمان و نیز افزایش توانایی اجرای ایده‌ها، فرایندها یا محصولات تازه، می‌تواند قابلیت سازمان برای نوآوری را ارتقا دهد (طلوعی اشلاقی و معطوفی<sup>۱</sup>، ۱۱۵، ۲۰۱۱).

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 (کنترا<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷) و از بکارگیری موفق ایده‌های تازه ناشی می‌شود، از این رو لازم است که دو شرط در این باره رعایت شود: تازگی و سودمندی. به طور کلی پیش شرط تازگی گوناگون است چون فرایند نوآوری یک اختراع، یک اکتشاف عملی یا یک فن تولید یا مدیریتی جدید را به جامه عمل در می‌آورد. پیش شرط سودمندی نیز از طریق کاربرد یا موفقیت تجاری آن برآورده می‌شود (آلگرا و چیوا<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹، ۸). 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 (کراس<sup>۴</sup>، ۲۰۰۴) و به طور بالقوه باعث پاداش‌های بیشتر، فروش بیشتر، سودآوری و افزایش سهم بازار می‌شود. همچنین می‌تواند بازارهای فعلی را تخریب و جنبه‌های جدیدی را ایجاد نماید (صفرزاده و دیگران<sup>۵</sup>، ۱۳۹۱، ۸۰). امروزه اکثر سازمانها با یک محیط پویا مواجه هستند که بوسیله 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 (گوان و ما<sup>۵</sup>، ۲۰۰۳).

سرمایه اجتماعی باعث تسهیل تبادل منابع، ایجاد سرمایه ذهنی و افزایش نیروی یادگیری و نوآوری در تولید محصولات می‌گردد (چانگ و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶). بهره‌گیری مؤثر از سرمایه اجتماعی می‌تواند به درجات مناسبی از همکاری برسد که نه تنها یادگیری سازمانی را ارتقاء می‌دهد بلکه سازمانها را قادر می‌سازد که عملکرد نوآوری بهتری را به وسیله جمع‌آوری اتفاق نظر در یادگیری سازمان و تغییر نگرشهای یادگیری

1. Toloie Eshlaghy & Maatofi

2. Kenter

3. Alegre & Chiva

4. Krause

5. Guan & Ma

فرد به وجود آورند (یو و همکاران، ۲۰۰۹، ۱۷۷). سرمایه اجتماعی جایگاه مطلوبی را برای تبادل دانشی دقیق و سودمند در سازمان فراهم می کند. ارتباطات قوی در بردارنده پیوندهای هیجانی، صمیمانه و روابط اجتماعی متعدد می باشد. کلمن (۱۹۹۸) بیان کرده است که افراد باید برای اکتساب دانش از پیوندهای قوی در بطن شبکه های اجتماعی با سایر اعضای سازمان برخوردار باشند که این باعث انتقال اطلاعات در سطح بالا و ایجاد شرایط مساعد برای یادگیری خواهد شد (لی و لو<sup>۱</sup>، ۱۷۶۵، ۲۰۱۱). بنابراین یادگیری سازمانی در بردارنده اکتساب، انتشار و کاربرد دانش بوده، در نتیجه نوآوری را افزایش می دهد (فرناندز و همکاران، ۲۰۱۲، ۹). برخورداری از اطلاعات و مدیریت دانش، به موقعیتی استوار برای ادامه حیات در سازمان های پویا و نوآور تبدیل می شود و توان رقابت در بازارها و تجارت، منوط به کسب، توسعه و روزآمدی دانش کارکنان در سازمان است. تا حدی که دانش، جزئی اساسی از سرمایه تلقی می شود. از این رو مدیران سازمانها باید هر چه بیشتر از ابزاری به نام دانش برای رویارویی با مشکلات، حفظ موقعیت و ایجاد نوآوری جهت گسترش عرصه رقابتی، استفاده نمایند. این امر مستلزم این است که سازمانها با ارج نهادن به ارتباطات سازمانی و مدیریت دانش آن را در زمره برنامه های اولویت دار خود قرار دهند (صفرزاده و دیگران، ۱۳۹۱).

چانگ و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) پژوهشی را با عنوان «مطالعه سرمایه اجتماعی، یادگیری سازمانی، نوآوری، سرمایه فکری و عملکرد» انجام دادند. این پژوهش از طریق یک مطالعه تجربی نتایج زیر را به دست آورده است:

- ۱- سرمایه اجتماعی به شکل معنادار بر نوآوری سازمانی تأثیرگذار نبوده است اما یادگیری سازمانی را افزایش داده است.
- ۲- یادگیری سازمانی به شکل معناداری بر سطح نوآوری و خلاقیت اثر می گذارد.
- ۳- پویایی های گروهی به شکل معناداری موجب گسترش یادگیری سازمانی و نوآوری شده است.
- ۴- با افزایش نوآوری سازمانی، عملکرد سازمانی اصلاح می شود که نشان می دهد سازمان ها باید بر نوآوری پافشاری کنند.

<sup>1</sup>. Li & Luo

<sup>2</sup>. Fernandez et al

<sup>3</sup>. Chang et al

هانگ‌مینگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی با عملکرد سازمانی» در شرکت های چینی با استفاده از مدل معادلات ساختاری نشان دادند که یادگیری سازمانی رابطه معنادار و مثبتی با نوآوری فنی و اداری، و از طرفی نوآوری اداری رابطه مثبتی با عملکرد سازمانی داشته است در حالی که نوآوری فنی رابطه معناداری با عملکرد سازمانی نداشته ولی نوآوری فنی رابطه معنی داری با نوآوری اداری داشته و سرانجام اینکه یادگیری سازمانی از طریق نوآوری سازمانی رابطه معنادار و مثبتی با عملکرد سازمانی داشته است. آنگراو چیوا<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان «گرایش های کارآفرینی، قابلیت یادگیری سازمانی و عملکرد در صنعت کاشی های سرامیک» دریافت که:

- ۱- عملکرد نوآورانه به عنوان یک متغیر میانجی بین گرایش های کارآفرینی و عملکرد سازمانی ایفای نقش می کند.
- ۲- گرایشات کارآفرینی را می توان به عنوان یک عامل پیش آیند قابلیت یادگیری سازمانی در نظر گرفت.
- ۳- قابلیت یادگیری سازمانی نقش مهمی را در پیش بینی اثرات گرایش های کارآفرینی بر عملکرد نوآورانه ایفا می کند.

یو و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۹) مطالعه ای 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.

1. Hongming et al

2. Alegre & Chiva

3. Wu et al

لیائو و یو<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) در پژوهش خود با عنوان «رابطه مدیریت دانش و یادگیری سازمانی با نوآوری سازمانی» در شرکت های مالی تایوان، با استفاده از مدل معادلات ساختاری نشان دادند که یادگیری سازمانی نقش میانجی را در بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی ایفا می کند و بدین ترتیب مدیریت دانش به عنوان یک درون داد مهم و یادگیری سازمانی به عنوان یک فرآیند کلیدی و سرانجام نوآوری سازمانی به عنوان یک برون داد مهم در این سازمان ها محسوب می شود.

آموزش و پرورش از جمله سازمانهایی است که به عنوان یک محیط آموزشی و فرهنگی فعالیت می کند و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان یکی از زیرمجموعه های این سازمان محسوب می شود. مهمترین وظیفه سازمانهای آموزشی در شرایط کنونی تلاش برای ایجاد بستری مناسب جهت خلق، انتقال و توسعه دانش در سازمانهای آموزشی می باشد. انتقال اطلاعات و دانش در سازمان بستگی به افرادی دارد که این انتقال را تسریع و تسهیل می کنند. یکی از قابلیت ها و عوامل مهم سازمانی که می تواند به سازمان های آموزشی در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار و برای آنها در مقایسه با سازمانهای دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند، سرمایه اجتماعی است. به همین دلیل توجه به سرمایه اجتماعی و اهمیت ارتباطات و تعاملات مبتنی بر اعتماد میان افراد در گسترش دانش و یادگیری سازمانی مورد تاکید قرار گرفته است و پیشرفت و توسعه و بهبود عملکرد کارکنان بدون وجود سرمایه اجتماعی و انتقال دانش میان آنها امکان پذیر نمی باشد. چنانچه کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان بتواند زمینه ایجاد تعاملات اثربخشی را در میان کارکنان خویش افزایش دهد بیشتر می تواند نسبت به اثربخشی مبادلات اطلاعاتی میان افراد خود و در نتیجه افزایش ایده های خلاق و نوآوری در سازمان اطمینان حاصل کند.

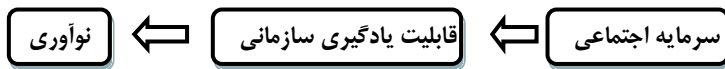
هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان بوده است. لذا با توجه به هدف پژوهش سؤالات زیر مطرح می گردد:

۱- آیا بین سرمایه اجتماعی (شناختی، ساختاری، ارتباطی) و نوآوری کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان رابطه وجود دارد؟

<sup>1</sup>. Liao & Wu

- ۲- آیا بین قابلیت یادگیری سازمانی (آزمایشگری، خطر پذیری، تعامل با محیط خارجی، گفتگو، تصمیم‌گیری مشارکتی) و نوآوری کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان رابطه وجود دارد؟
- ۳- روابط علی بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان چگونه است؟

با توجه به سؤالات پژوهش مدل مفهومی پژوهش در شکل (۱) نشان داده شده است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

## ابزار و روش

با در نظر گرفتن هدف پژوهش، که بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان بود، روش پژوهش همبستگی علی است. جامعه مورد مطالعه را کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان به تعداد ۱۹۵ نفر تشکیل داده‌اند که با استفاده از جدول نمونه‌گیری کرجسی و مورگان (۱۹۷۰)، تعداد ۱۳۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای از بین آن‌ها انتخاب گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه ۱۷ سؤالی سرمایه اجتماعی سازمانی که توسط ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) در مقیاس هفت درجه‌ای لیکرت ساخته شده است. این پرسشنامه سه مؤلفه سرمایه اجتماعی (شناختی، ساختاری و رابطه‌ای) را مورد سنجش قرار می‌دهد. پایایی به دست آمده توسط ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) بر اساس آلفای کرونباخ ۰/۷۹ می‌باشد. برای سنجش قابلیت یادگیری سازمانی از پرسشنامه قابلیت یادگیری سازمانی چیوا و همکاران (۲۰۰۷) با ۱۴ سؤال و مقیاس ۷ درجه‌ای لیکرت (کاملاً موافق تا کاملاً مخالف) استفاده شد. این پرسشنامه مؤلفه‌های آزمایشگری، خطر پذیری، تعامل با محیط خارجی، گفتگو و تصمیم‌گیری مشارکتی را مورد سنجش قرار می‌دهد. میزان پایایی این پرسشنامه با



استفاده از ضریب آلفای کرونباخ  $0/94$  محاسبه شد. برای سنجش نوآوری از پرسشنامه نوآوری دورابجی (۱۹۹۸) استفاده شد. میزان پایایی این پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ  $0/93$  محاسبه شد. روایی صوری و محتوایی هر سه پرسشنامه توسط صاحب‌نظران رشته مدیریت تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس و مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از نرم افزارهای SPSS نسخه ۱۸ و لیزرل ۸٫۵ استفاده گردیده است.

## یافته‌ها

سوال اول: آیا بین سرمایه اجتماعی (شناختی، ارتباطی، ساختاری) با نوآوری کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان رابطه وجود دارد؟ نتایج مرتبط با سوال اول در جدول (۱) نشان داده شده است.

جدول ۱: ضریب همبستگی بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه های آن با نوآوری

| متغیر ملاک     |              | نوآوری             |              |
|----------------|--------------|--------------------|--------------|
| شاخص آماری     |              |                    |              |
| متغیر پیش بین  | ضریب همبستگی | مجذور ضریب همبستگی | سطح معناداری |
| شناختی         | $0/465^{**}$ | $0/216$            | $0/001$      |
| ارتباطی        | $0/375^{**}$ | $0/141$            | $0/001$      |
| ساختاری        | $0/503^{**}$ | $0/253$            | $0/001$      |
| سرمایه اجتماعی | $0/528^{**}$ | $0/289$            | $0/001$      |

نتایج جدول (۱) نشان می‌دهد، نوآوری به ترتیب با بعد شناختی ( $r=0/465$ )، ارتباطی ( $r=0/375$ ) و ساختاری ( $r=0/503$ ) دارای رابطه معنادار است. بر اساس ضریب همبستگی  $0/53/8$  واریانس نمرات سرمایه اجتماعی و نوآوری مشترک می‌باشد. لذا فرضیه اول مبنی بر این که بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن با نوآوری رابطه وجود دارد تأیید می‌گردد.

سؤال دوم: آیا بین قابلیت یادگیری سازمانی (آزمایشگری، خطرپذیری، تعامل با محیط خارجی، گفتگو، تصمیم‌گیری مشارکتی) با نوآوری کارکنان کانون پرورش فکری

کودکان و نوجوانان استان اصفهان رابطه وجود دارد؟ نتایج مرتبط با سوال دوم در جدول (۲) نشان داده شده است.

جدول ۲: ضریب همبستگی بین میزان قابلیت یادگیری سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری

| متغیر ملاک                  |              | نوآوری             |              |
|-----------------------------|--------------|--------------------|--------------|
| شاخص آماری<br>متغیر پیش بین | ضریب همبستگی | مجذور ضریب همبستگی | سطح معناداری |
| آزمایشگری                   | ۰/۶۸۸**      | ۰/۴۷۳              | ۰/۰۰۱        |
| خطرپذیری                    | ۰/۵۱۴**      | ۰/۲۶۴              | ۰/۰۰۱        |
| تعامل با محیط خارجی         | ۰/۵۶۸**      | ۰/۳۲۳              | ۰/۰۰۱        |
| گفتگو                       | ۰/۶۵۴**      | ۰/۴۲۸              | ۰/۰۰۱        |
| تصمیم‌گیری مشارکتی          | ۰/۶۳۱**      | ۰/۳۹۸              | ۰/۰۰۱        |
| قابلیت یادگیری سازمانی      | ۰/۷۷۳**      | ۰/۵۹۸              | ۰/۰۰۱        |

$p < 0/01$

نتایج جدول (۲) نشان می‌دهد، نوآوری به ترتیب با آزمایشگری ( $r=0/688$ )، خطرپذیری ( $r=0/514$ )، تعامل با محیط خارجی ( $r=0/568$ )، گفتگو ( $r=0/654$ )، تصمیم‌گیری مشارکتی ( $r=0/631$ ) دارای رابطه معنادار است. براساس ضریب همبستگی ۷۷٪/۳ واریانس نمرات قابلیت یادگیری سازمانی و نوآوری مشترک می‌باشد. لذا فرضیه دوم مبنی بر این که بین قابلیت یادگیری سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری رابطه وجود دارد، تأیید می‌گردد.

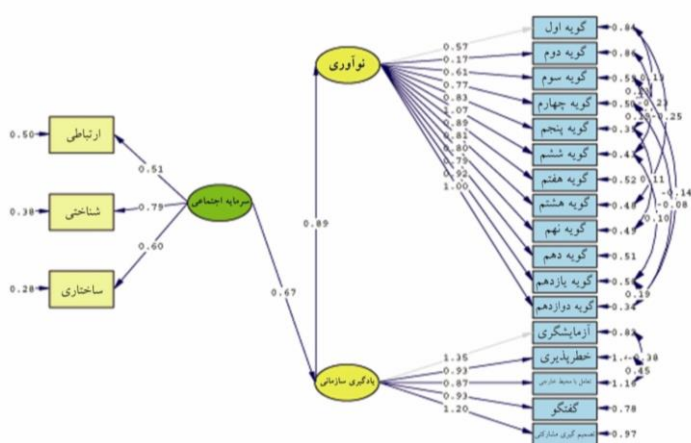
سؤال سوم: روابط علی بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان اصفهان چگونه است؟

جدول (۳) مسیرهای مطرح شده برای مدل نهایی و بازنگری شده پژوهش

| R <sup>2</sup> | SE   | $\beta$ | B    | مسیرهای مطرح برای مدل نهایی      |
|----------------|------|---------|------|----------------------------------|
| ۰/۴۳           | ۰/۶۰ | ۰/۶۷    | ۰/۶۷ | سرمایه اجتماعی ← یادگیری سازمانی |
| ۰/۸۰           | ۰/۲۲ | ۰/۸۹    | ۰/۸۹ | یادگیری سازمانی ← نوآوری         |

$p \leq 0/01$

نتایج جدول (۳) نشان می‌دهد، سرمایه اجتماعی ۴۳ درصد از واریانس قابلیت یادگیری سازمانی و قابلیت یادگیری سازمانی ۸۰ درصد از واریانس نوآوری را تبیین نموده‌اند. الگوی نهایی مربوط به روابط علی بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی و نوآوری در شکل (۲) ارائه شده است. براساس نتایج به دست آمده از شکل (۲) سرمایه اجتماعی بر قابلیت یادگیری سازمانی اثر مستقیم و بر نوآوری اثر غیرمستقیم داشته است. در واقع قابلیت یادگیری سازمانی میانجی بین سرمایه اجتماعی و نوآوری بوده است.



Chi-Square=2.18.81 . df=155 . P-value=0.27056 . RMSEA=0.060

شکل ۲: مدل نهایی روابط بین متغیرهای پژوهش

جدول ۴- بررسی شاخص‌های برازش مدل

| IFI  | RMR  | CFI  | GFI  | RMSEA | $\chi^2/df$ |
|------|------|------|------|-------|-------------|
| ۰/۹۹ | ۰/۰۷ | ۰/۹۹ | ۰/۹۴ | ۰/۰۶۰ | ۱/۴۱۷       |

بر اساس نتایج جدول (۴) مدل از برازش خوبی برخوردار است بدین معنی که شاخص  $\chi^2/df$  (مجذور کای) بیانگر ارزش عددی برابر ۱/۴۱۷ می‌باشد. شاخص RMSEA (شاخص ریشه واریانس خطای تقریب) که مقدار آن همان آزمون انحراف هر درجه آزادی است، در مدل حاضر برابر با ۰/۰۶۰ می‌باشد. شاخص بعدی، شاخص مطلق GFI (شاخص نیکویی برازندگی) است که در مدل حاضر این شاخص ۰/۹۴ است و از برازش خوبی برخوردار می‌باشد. شاخص نسبی CFI (شاخص برازندگی تطبیقی) برابر با ۰/۹۹ است و شاخص RMR که هر چه به صفر نزدیک تر باشد، مدل از برازش بهتری برخوردار است (هومن، ۱۳۸۷). در مدل حاضر این شاخص ۰/۰۷ می‌باشد و از برازش خوبی برخوردار است. شاخص IFI (شاخص برازندگی فزاینده) برابر با ۰/۹۹ می‌باشد.

### بحث و نتیجه گیری

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن (ساختاری، شناختی، ارتباطی) با نوآوری رابطه معنادار وجود دارد. این یافته‌ها با بخشی از یافته‌های پژوهش یو و همکاران (۲۰۰۹) و چانگ و همکاران (۲۰۰۶) از نظر ارتباط غیرمستقیم سرمایه اجتماعی و نوآوری همسو می‌باشد. این نتایج بیانگر این است که پیوندهای شبکه‌ای که حاکی از ارتباطات گسترده بین اعضای سازمان است، بیشترین تأثیر را در همیاری اعضای سازمان در زمینه نوآوری دارد. کانون پرورش فکری می‌تواند با تجدید نظر در نظام ساختار سلسله مراتبی و گسترش نظام شبکه‌ای به منظور تسریع روند تبادل و تعامل افراد با مسؤولیت‌ها و تخصص‌های متفاوت در راستای تحقق اهداف یادگیری سازمانی، تغییر و تحول در ساختار اداری بوروکراتیک فعلی سازمان و ایجاد ساختاری دانش مدار به جای آن، وضعیت فعلی و خلاقیت و نوآوری کارکنان را بهبود ببخشند. بررسی نتایج فرضیه دوم پژوهش نشان داد که بین قابلیت یادگیری سازمانی و مؤلفه‌های آن (آزمایشگری، خطرپذیری، تعامل با محیط خارجی، گفتگو، تصمیم‌گیری مشارکتی) با نوآوری رابطه وجود دارد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش لیائو و یو (۲۰۱۰)، هانگمینگ و همکاران (۲۰۰۷) و چانگ و همکاران

(۲۰۰۶) از نظر ارتباط بین یادگیری سازمانی و نوآوری و در پژوهش آلگرا و چپوا (۲۰۰۹) از نظر ارتباط قابلیت یادگیری سازمانی و نوآوری همسو می باشد. این نتایج نشان می دهد که قابلیت یادگیری سازمانی رابطه معناداری با نوآوری دارد و بر اهمیت یادگیری برای عملکرد نوآوری تأکید می کنند. سازمانها می توانند از طریق یادگیری سازمانی و توجه به ایده ها و پیشنهادهای جدید کارکنان و ارتباط برقرار کردن با محیط بیرونی و استفاده از ویژگی های محیطی جهت یادگیری نوآوری را افزایش دهند. علاوه بر اینها توجه و اهمیت دهی به ایده های جدید از طریق تشویق و امتیازدهی به ایده های نو در انجام فعالیتها و فراهم کردن امکان ارتباط کارکنان با یکدیگر و برگزاری نشست هایی مبنی بر ارائه روشهای نو در اجرای فعالیتها زمینه ای را برای کسب دانش و یادگیری کارکنان فراهم کرده و سازمانها به صورت مستمر می توانند با سازمانهای همجوار در گفتگو باشند تا بتوانند از دانش و اطلاعات یکدیگر استفاده کرده و در نهایت همه این اقدامات منجر به نوآوری و ارائه ایده های نو توسط کارکنان شود. بنابراین کارکنان کانون وقتی موفق هستند که زودتر و سریع تر از رقبایان یاد بگیرند و این یادگیری را در فرآیندهای کاری خود به کار ببرند. نتایج مدل روابط علی نشان داد که سرمایه اجتماعی بر قابلیت یادگیری سازمانی اثر مستقیم دارد و بر نوآوری اثر غیرمستقیم داشته است. این یافته ها با نتایج یو و همکاران (۲۰۰۹) و چانگ و همکاران (۲۰۰۶) هماهنگی دارد. این نتایج نشان می دهد که تعاملات و پویایی های گروهی به شکل معنادار موجب گسترش یادگیری سازمانی و نوآوری می شود. علاوه بر اینها محصل یادگیری سازمانی به شکل معنادار 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 می شود و یادگیری سازمانی به عنوان یک مؤلفه میانجی بین سرمایه اجتماعی و نوآوری می باشد یعنی سرمایه اجتماعی از طریق یادگیری سازمانی منجر به نوآوری می شود.

کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان می تواند جهت افزایش نوآوری کارکنان ابتدا از طریق ایجاد زمینه برای ارتباط بیشتر افراد با یکدیگر چه در قالب گروههای رسمی و غیررسمی از منابع دانشی یکدیگر استفاده کرده و به نوعی به یک شناخت جمعی از اهداف و فعالیتهای سازمان برسند تا از این طریق بتوانند یادگیری کارکنان سازمان را از این طریق افزایش دهند. بنابراین پیشنهاد می شود مدیران کانون پرورش

---

فکری از طریق برگزاری کلاسهای آموزشی به صورت ارتباط متقابل و تبادل افکار کارکنان، استفاده از نظرات کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمان و تفویض اختیار به رده‌های پایین سازمان، ایجاد زمینه جهت گفتگوی کارکنان با مراکز همجوار و در سطحی بالاتر با کل مراکز استان اصفهان، پرهیز از لجاجت و زیر آب زنی و غیبت و جلوگیری از شایعات در سازمان زمینه را جهت ارائه ایده‌های نو و تازه جهت پیشبرد و رشد کیفیت فعالیتهای کانون فراهم آورند.

## References

Alegre, J. & R. Chiva (2009), Entrepreneurial orientation, organizational learning capability and performance in the ceramic tiles industry, published by: Instituto Valenciano de Investigaciones Economicas, S.A, 3-29. Available from: <http://www.ivie.es>

Alegre, J. & R. Chiva (2008), Assessing the impact of organizational learning capability on product innovation performance, *Technovation*, Vol. 28, No.6, pp .315-326

Chang, S.C, C.Y. Chiang, C.Y. Chu. & Y.B. Wang (2006), The study of social capital, organizational learning, innovativeness, intellectual capital, and performance, *The Journal of Human Resource and Adult learning*, Vol. 2, No.2, pp. 63-71

Chive, R, J. Algera. & R. Lapiedra (2007), Measuring organizational learning capability among the workforce, *International Journal of Manpower*, Vol.2, No.3/4, pp. 224-242

Fernández-Mesa, A, J. Alegre-Vidal, R. Chiva-Gómez. & A. Gutiérrez-Gracia (2012), design Management capability: Its mediating role between Olc and innovation Performance in SMES, Paper to be presented at the DRUID Academy, University of Cambridge /The Moeller Centre

Goh, Swee C.(2003), Improving organizational learning capability: lessons from two case studies. *The learning organization*, Vol.10, No. 4 ,pp. 216 – 227

Guan,J. & N. Ma (2003), Innovation capability and export performance of Chinese firms, *Technovation*, Vol.23, No.9, pp.737-747

Hooman, H. (2008). *Structural Equation Modeling with Lisrel Software*, Second Edition, Tehran: Samt Publication, (In Persian).

Hongming, X, L. Chngyong. & C. Chunhui (2007), Relationships among market orientation, Learning orientation, organizational innovation and organizational performance, an empirical study in the Pearl River Delta region of chin, *Higher Education*. Press and Spiringer verlang. *Front. Bus. Res. China*, Vol.1, No.2, pp.222-253

Kenter, R. M. (2007), the change Masters: Innovation for productivity in the American carpratoon, *Historical Reasearch Reference inEntrepreneurship*, university of Illinoi

Krause, D.E. (2004), Influence-based leadership as a determinant of the inclination to innovation and of innovation-related behaviors, an empirical investigation, *The leadership Quarterly*, Vol.15, No.1, pp.79-102

---

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

Liao, S.H. & C.C. Wu (2010), system perspective of Knowledge management, organizational learning and organizational innovation. *Expert systems with Applications*, Vol. 37, No.2, pp.1096-1103

Mohamed, S. E. A. (2011), The Impact of social capital on customer Relationship Management Performance in the Egyptian financial sector, the University of Hull. Doctoral Thesis

Nahapiet, J. & S. Ghosal (1998), Social capital, intellectual capital and the organizational advantage, *The Academy of Management Review*, Vol.23, No. 2, pp.242 -266

Nasr Esfahani, A. (2011). Investigating the Social Capital of Organizational Services in Isfahan Province (Ensuring the Management Teachings of Sadi). *Applied Sociology*, 41, 107-134, (In Persian).

Putnum, R.D. (2000), *bowling alone, the collapse and revival of American community*, New York, Simon & Schuster

Safarzadeh, H., & Tadayyon, M. (2012). The Effect of KM Strategies on Organizational Innovation and Performance in Health Centers. *Journal of Research*, 34, 76-86, (In Persian).

Tohidi, H. & M. Mandegari (2012), assessing the impact of organizational learning capability on firm innovation, *African Journal of Business Management*, Vol. 6, No. 12, pp.4522-4535

Toloie Eshlaghy, A. & A. Maatofi (2011), Learning orientation, innovation and performance, evidence from small sized business firms in Iran, *European Journal of social science*, Vol.19, No.1, pp. 114-122

Widmer, W. (2006), Whoave my members? Bridging and building social capital in family configuration, *Journal of social and personal Relationship*, Vol.23, pp. 979 – 994

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, pp.171-186.