

نقش ابعاد سرمایه اجتماعی در عوامل مؤثر بر خلاقیت سازمانی با تأکید بر تعهد سازمانی

حسن رنگریز* میکائیل پشآبادی** مهدی عطائی***

چکیده

بقا و توسعه هر سازمانی منوط به بسترسازی مناسب برای ایجاد خلاقیت در کارکنان است. با این حال، کارکنان بعضی سازمان‌ها معتقدند سازمان توجه چندانی به ارتباطات درون‌سازمانی و به کارگیری خلاقیت و نوآوری سازمانی ندارد. از طریق سرمایه اجتماعی می‌توان تعهد و کارایی کارکنان را افزایش داد و آنان را به خلاقیت و نوآوری ترغیب کرد. هدف این پژوهش بررسی نقش ابعاد سرمایه اجتماعی در عوامل مؤثر بر خلاقیت سازمانی با تأکید بر تعهد سازمانی است. این پژوهش از نوع کاربردی بوده و به روش توصیفی - همبستگی اجرا شده است. جامعه آماری این پژوهش کارکنان برق منطقه‌ای غرب بوده و ابزار گردآوری داده، پرسشنامه بود که روایی آن از طریق روایی محتوا و محاسبه میانگین واریانس استخراج شده، و پایایی آن با محاسبه آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی بررسی شد. به منظور تحلیل داده‌های پرسشنامه روش مدل‌سازی معادلات ساختاری اجرا شد. نتایج نشان داد از میان ابعاد سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، شبکه‌ها و هنجارهای مشترک، همکاری متقابل، و همدلی، رابطه مثبت و معناداری با تعهد سازمانی دارند و تعهد سازمانی با دو عامل از عوامل مؤثر بر خلاقیت سازمانی (جو سازمانی و ساختار برای نوآوری) رابطه مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی: تعهد سازمانی، خلاقیت سازمانی، سرمایه اجتماعی.

تاریخ دریافت: ۱۱ تیر ۱۳۹۶ تاریخ پذیرش: ۲۷ مرداد ۱۳۹۶
* دانشیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران
** دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول):
mikaelpashabadi@yahoo.com
*** کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۱. مقدمه

علیرغم اهمیت خلاقیت و نوآوری کارکنان برای سازمان‌ها، بقا و توسعه هر سازمانی منوط به بسترسازی مناسب برای ایجاد خلاقیت در کارکنان است. با این حال، کارکنان بعضی سازمان‌ها معتقدند سازمان آن‌ها توجه چندانی به ارتباطات درون‌سازمانی، تسهیم دانش و به‌کارگیری خلاقیت و نوآوری سازمانی ندارد که مشکلاتی از جمله کاهش اعتماد و زوال سازمان در بلندمدت را به دنبال خواهد داشت. به عبارت دیگر، نبود اطلاعات کافی و بی‌توجهی به خلاقیت و نوآوری کارکنان عدم پیشرفت و توسعه‌نیافتگی سازمان را به دنبال خواهد داشت (موریس و میلیکان^۱، ۲۰۰۰). جیا^۲ و همکاران (۲۰۱۴)، و اگریفگیلو و متالو^۳ (۲۰۱۲) بیان کرده‌اند سازمان باید شرایطی را فراهم کند که کارکنان قادر به برقراری ارتباطات گسترده در محیط داخلی و خارجی سازمان باشند؛ در غیر این صورت افراد نمی‌توانند از ظرفیت‌های عظیم ذهن خود برای رسیدن به خلاقیت بهره‌برداری کنند. سواری^۴ و همکاران (۲۰۱۳) در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که یکی از عوامل تأثیرگذار بر خلاقیت، محیط اجتماعی است اما به دلیل بی‌توجهی به ایجاد ارتباطات اجتماعی مناسب در میان اعضای سازمان‌ها، افراد تمایلی به مشارکت در کارها و ابراز عقاید خلاقانه برای بهبود عملکرد سازمان ندارند. وقتی که در یک سازمان سکوت حکم‌فرما باشد و مدیران سازمان توجه کمتری به کارکنان داشته باشند و با آنان همکاری و مشارکت نکنند و به نظرها و نوآوری آنان اهمیت ندهند، کارکنان ترجیح می‌دهند درباره مسائل، مشکلات و فرصت‌هایی که برای پیشرفت سازمان وجود دارد، خود را درگیر نکرده و عقاید و نظرهای خود را در آن زمینه بیان نکنند. بنابراین، در چنین وضعیتی در سازمان، وقتی همکاری کارکنان با

1 Morrison & Milliken

2 Jia

3 Agrifoglio & Metallo

4 Savari

مدیران محدود باشد مدیران نیز چنین برداشتی خواهند داشت که مسئله خاصی درون سازمان وجود ندارد. امروزه محققان نشان داده‌اند نبود همکاری فکری بین افراد یک سازمان باعث عدم موفقیت سازمان در رسیدن به اهدافش خواهد شد و همکاری فکری کارکنان، وفاداری و تعهد آنان نسبت به سازمان را به دنبال خواهد داشت (واکولا و بورداس^۱، ۲۰۰۵). کوکه^۲ (۱۹۹۴) به این نتیجه رسید که افزایش همکاری فکری کارکنان، بهبود تصمیم‌گیری و در نتیجه‌گیری به‌کارگیری نظره‌های کارکنان، بهبود وضعیت سازمان را به دنبال خواهد داشت (مالیک ماکان^۳، ۲۰۱۵). از سوی دیگر، نیروی انسانی متعهد به اهداف و ارزش‌های سازمان، نه تنها عاملی برای برتری یک سازمان به سازمان دیگر است، بلکه مزیت رقابتی پایداری برای بسیاری از سازمان‌ها تلقی می‌شود. درک فرایند ایجاد تعهد موجب بروز خلاقیت و نوآوری در بین کارکنان و ماندگاری بیشتر در سازمان می‌شود (غلام‌پور و طریقی، ۱۳۹۴).

بنا بر عقیده پژوهشگران و مطالعاتی که در این حوزه انجام گرفته است، سرمایه اجتماعی و اجزای آن عاملی کلیدی در به‌کارگیری همکاری فکری کارکنان و بروز ایده‌های خلاقانه درون یک سازمان است (دوناگی^۴ و همکاران، ۲۰۱۱). بی‌توجهی به سرمایه اجتماعی در سازمان، کاهش تعهد و خلاقیت کارکنان را به دنبال خواهد داشت. سرمایه اجتماعی به عنوان یک ظرفیت اجتماعی باعث تسهیل هماهنگی و همکاری در سازمان‌ها می‌شود. در واقع، هر سازمانی برای دستیابی به اهداف خود علاوه بر افراد آگاه و با تجربه و امکانات مادی به عواملی مانند انسجام درون‌گروهی، همکاری و مشارکت با یکدیگر و جز آن نیاز دارد. سرمایه اجتماعی بر کیفیت خدمات سازمان نیز تأثیرگذار است. در واقع، به وسیله سرمایه اجتماعی، تعهد و کارایی کارکنان بالا رفته و

1 Vakola & Bourdas

2 Cooke

3 Malek Makan

4 Donaghey

خلاقیت نیز در اثر این همکاری در کارکنان بالاتر خواهد رفت و باعث دستیابی سازمان‌ها به مزیت رقابتی پایدار خواهد شد. جهان پیشرفته امروز، جهان ارتباطات است و فناوری پیشرفته، محصول ارتباطات پیشرفته و تبادل اطلاعات میان افراد است. بر این اساس، مدیران سازمان‌ها برای رسیدن به اثربخشی بیشتر باید شرایطی را فراهم کنند که کارکنان بتوانند ارتباطات گسترده‌ای را درون و بیرون سازمان برقرار کنند، در غیر این صورت کارکنان نمی‌توانند ظرفیت‌های عظیم ذهن خود را برای نیل به اهداف سازمان به کار گیرند (مؤذن جمشیدی و حق‌پرست کناری، ۱۳۹۴). بنابراین، در شرایط پیچیده امروز، سازمان‌هایی موفق خواهند شد که بتوانند برای رسیدن به اهداف سازمان، زمینه را برای همکاری کارکنان در داخل سازمان و به کارگیری خلاقیت آنان فراهم کنند. ضرورت و اهمیت به کارگیری همکاری فکری از این جهت مهم است که برخی محققان معتقدند سازمان‌هایی که در مسیر رسیدن به اهداف خود مشاوره فکری کارکنان را نادیده می‌گیرند در بلندمدت نابود و از صحنه محو خواهند شد (شوقی و همکاران، ۱۳۹۲). با وجود این، یکی از عوامل تأثیرگذار بر همکاری فکری کارکنان، محیط اجتماعی آنان است. اما در بسیاری سازمان به دلیل بی‌توجهی به ایجاد ارتباطات اجتماعی مناسب میان اعضای سازمان، افراد تمایلی به مشارکت در کارها و ابراز عقاید برای بهبود عملکرد سازمان ندارند. در نتیجه، کارکنان در چنین سازمان‌هایی احساس می‌کنند بی‌اهمیت‌اند و عقایدشان برای سازمان اهمیتی ندارد (سواری و همکاران، ۲۰۱۳).

بنابراین، با توجه به اهمیت سرمایه اجتماعی و ارتباط آن با تعهد و خلاقیت سازمانی در این پژوهش سعی شده است این مسئله در سازمان برق منطقه‌ای غرب بررسی شود و با آگاهی از اهمیت هر یک از عوامل، محیطی در این سازمان ایجاد شود که نحوه ارتباط کارکنان با افراد بالادستی سازمان بهبود یابد و آنان بتوانند تفکر و نظرهای خود را در زمینه مسائل سازمانی انتقال دهند و با مشارکت دادن کارکنان در مسائل و مشکلات سازمانی، انگیزه و تعهد آنان را نسبت به سازمان افزایش دهند.

۲. مبانی نظری

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی در چند دهه اخیر موضوعی مهم در مطالعات توسعه، اقتصاد و جامعه‌شناسی در سطح جهان است که توانسته در مدت زمان کوتاهی جایگاه مناسبی در مباحث توسعه به دست آورند و سهم بسزایی در تبیین مسائل توسعه کسب کنند که اهمیت کاربرد این مفهوم در معادلات علوم انسانی را نشان می‌دهد (هرندی، ۱۳۹۳). سرمایه اجتماعی از همبستگی اجتماعی و وجود اعتماد متقابل بین کارکنان و مدیریت و در نهایت، یکپارچگی و انسجام در سازمان ایجاد می‌شود. مفهوم سرمایه اجتماعی دربرگیرنده مفاهیمی مانند اعتماد، همکاری و همیاری میان اعضای گروه یا جامعه است که نظام هدفمندی را شکل می‌دهد و آن‌ها را به سوی دستیابی به هدفی ارزشمند هدایت می‌کند (توکلی و همکاران، ۱۳۹۳). هر چند در تعریف‌های مرتبط با سرمایه اجتماعی با توجه به سطح تجزیه و تحلیل، تمایزهای واضحی وجود دارد، در این موضوع که سرمایه اجتماعی یک دارایی ارزشمند است که ارزش آن از دسترسی به منابعی که از طریق روابط اجتماعی ایجاد می‌شود، نشأت می‌گیرد، اتفاق نظر گسترده وجود دارد (مؤذن جمشیدی و حق‌پرست کنارسری، ۱۳۹۴).

از نظر فوکویاما^۱ (۱۹۹۹) سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه شده است و سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات را پایین می‌آورد. سرمایه اجتماعی عبارت است از موقعیت‌ها و روابطی که درون گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، برای افراد امکان دسترسی به فرصت‌ها، اطلاعات، منابع مادی و موقعیت مادی را افزایش می‌دهد (رمضان‌پور^۲ و همکاران، ۲۰۱۴). سرمایه اجتماعی از مجموعه‌ای از هنجارها و

1 Fukuyama

2 Ramezani pour

ارزش‌های موجود در سیستمی از جامعه فکری، علمی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی به وجود می‌آید. که این هنجارها و ارزش‌ها ویژگی‌هایی از قبیل روابط گرم، توسعه انسجام اجتماعی و همبستگی، توسعه مشارکت اجتماعی، اعتماد متقابل، توسعه جامع از هنجارهای مشترک، همکاری متقابل، همدلی، هویت جمعی، مشارکت داوطلبانه، روح جمعی، ارتباطات و احترام متقابل، منافع مشترک و به اشتراک گذاری دانش و اطلاعات دارد (حیدری و رستمی^۱، ۲۰۱۲).

به طور کلی، در چند دهه گذشته تعریف‌های بسیاری برای سرمایه اجتماعی بیان شده است که هر یک از آن‌ها به مؤلفه‌ها و ابعاد مختلفی از آن اشاره کرده‌اند (مؤذن جمشیدی و حق‌پرست کنارسری، ۱۳۹۴). برخی از آن‌ها به ابعاد کلی‌تر (ساختاری، شناختی و رابطه‌ای) و برخی به ابعاد جزئی‌تر (مشارکت، ارتباط متقابل، عضویت در گروه‌ها، شبکه‌ها و جز آن) اشاره کرده‌اند، اما در همه آن‌ها یک ویژگی مشترک وجود دارد، همه تعریف‌ها به هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی اشاره کرده‌اند که ارتباطات، همکاری و تبادل فکری و جز آن را میان کارکنان به دنبال دارد.

جدول ۱. مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

مؤلفه	تعریف
مشارکت	مشارکت مردمی به معنای تلاش جمعی در چارچوب سازمانی است که اعضا با ائتلاف درصدد دستیابی به اهداف خود هستند (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳، ص ۲۹۰).
اعتماد	اعتماد جزء بعد کیفیت سرمایه اجتماعی است. نظریه سرمایه اجتماعی، اعتماد را منشأ جامعه مدنی و زمینه‌ساز تعهد مدنی و دموکراسی می‌داند (پوتنام ^۲ ، ۱۹۹۵).
توانایی برقراری روابط اجتماعی	در واقع، این بعد جنبه غیررسمی سرمایه اجتماعی را می‌سنجد. مانند تعداد دوستان هر فرد، میزان معاشرت فرد با دوستان خود در محیط اداری و معاشرت با همکاران و دوستان اداری در محیط‌های خارج از اداره (الوانی و سیدنقوی، ۱۳۸۱)

1 Heidari & Rostami
2 Putnam

جدول ۱. مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

مؤلفه	تعریف
آگاهی	امروزه دانایی و اطلاعات سرمایه‌ای عظیم است که در تحولات اجتماعی نقش‌آفرین شده و روزبه‌روز ابعاد گسترده‌ای را چه به‌طور سطحی و چه به‌طور عمیق پیدا می‌کند تا جایی که یکی از عوامل دستیابی جوامع به سرمایه اجتماعی، کسب آگاهی است (نیازی و کارکنان نصرآبادی، ۱۳۸۸)
همکاری گروهی	در واقع، چشم‌پوشی افراد و سازمان از منافع و فعالیت‌های فردی خود در مقابل منافع و فعالیت جمعی است. توانایی در هماهنگی و همسازی با دیگران از ویژگی‌های موفقیت در سازمان است (نیکومرام و اصفهانی، ۱۳۸۷).
ارتباط متقابل	ارتباط متقابل عبارت است از فرایند مبادله کالا یا خدمات میان فرد یا گروه دیگری که قبلاً از خدمات آن‌ها استفاده کرده است. روابط متقابل از طریق هنجارها هدایت می‌شود، هنجارهای ارتباط متقابل بر حسب نوع شبکه متغیر است. هر چه روابط در شبکه کمتر قانونمند و تبادل بلندمدت‌تر باشد، ارتباط متقابل انعطاف‌ناپذیرتر خواهد بود (چاوش‌باشی، ۱۳۸۷).

در این پژوهش ابعاد ذیل برای سرمایه اجتماعی در نظر گرفته شده است:

مشارکت اجتماعی و همدلی: مشارکت، شرکت فعالانه انسان‌ها در حیات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است. مشارکت اجتماعی به آن دسته از فعالیت‌های ارادی دلالت دارد که از طریق اعضای یک جامعه در امور محله، شهر و روستا به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در شکل دادن حیات اجتماعی مشارکت دارند (امید بیدختی و نظری، ۱۳۸۸).

شبکه‌ها و هنجارهای مشترک: شبکه اجتماعی یکی از اشکال ضروری سرمایه اجتماعی در دنیای امروز است و هر چه این شبکه‌ها در جامعه متراکم‌تر باشد، احتمال همکاری شهروندان برای کسب منافع متقابل بیشتر است. هدف شبکه‌های اجتماعی کمک به بهبود و تسهیل روابط، همکاری و تعامل بین افراد سازمان‌ها و مؤسسات در

موضوعات گوناگون از قبیل تجارت، مباحث آموزشی و جز آن در راستای تغییر مثبت است (اهرویلیر و کین^۱، ۲۰۱۳).

اعتماد اجتماعی: اعتماد نوع خاصی از اطمینان است. شبکه اعتماد عبارت است از گروهی که براساس اعتماد متقابل به یکدیگر، از اطلاعات، هنجارها و ارزش‌های یکسانی در تبادلات بین خود استفاده می‌کنند و اطلاعات خود را به اشتراک می‌گذارند (مؤذن جمشیدی و حق‌پرست کنارسری، ۱۳۹۳).

انسجام و همبستگی جمعی: انسجام به معنای توافق جمعی میان افراد است که حاصل پذیرش و قبول ارزش‌ها، بایدها و نبایدهای مشترک آن جامعه است، یعنی افراد وحدت و یکپارچگی خود را حفظ کرده و در رسیدن به اهداف مشترک با یکدیگر تلاش و کوشش کنند (شهبازی و قربانی، ۱۳۸۹).

تعاون و همکاری متقابل: تعاون عبارت است از حضور ارادی و داوطلبانه افرادی که سازمانی را با نظارت دموکراتیک و به منظور تأمین کالا و خدمات مورد نیازشان ایجاد می‌کنند و مانع سودبردن کسی به زیان دیگری می‌شوند (مؤذن جمشیدی و حق‌پرست کنارسری، ۱۳۹۳).

هویت جمعی: مفهوم هویت یعنی شناخت با توجه به ارزش‌های خاص و شناساندن خود براساس آن ارزش‌ها به دیگران. هویت اجتماعی با به وجود آوردن نمادها و نشانه‌های مشترک و فعال کردن روابط میان افراد، موجب برانگیختگی اجتماعی در زمینه اهداف عمومی می‌شود (اشرف نظری، ۱۳۸۶).

تعهد سازمانی

تعهد سازمانی یک نگرش درباره وفاداری کارکنان به سازمان و فرایندی مستمر است که به واسطه مشارکت افراد در تصمیم‌های سازمانی، توجه افراد به سازمان و موفقیت و

رفاه سازمان را نشان می‌دهد. وفاداری و تعهدی که در کارکنان ایجاد می‌شود عاملی برای تضمین سلامت و بقای آن در محیط رقابتی و تحولی محسوب می‌شود. تعهد سازمانی به عنوان یکی از گسترده‌ترین پدیده‌های مطالعاتی در نگاشته‌های رفتار سازمانی و یکی از مفاهیم مرکزی در روان‌شناسی باقی مانده است. مفهوم تعهد در محیط کار، هنوز به عنوان یکی از چالش برانگیزترین مفاهیم پژوهشی در زمینه‌های مدیریت، رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی است (سومیا و پانچاناتام^۱، ۲۰۱۱). یکی از مدل‌های تعهد سازمانی، مدل سه مؤلفه‌ای آلن و می‌یر^۲ است. بر پایه دیدگاه آلن و می‌یر (۱۹۹۱) تعهد سازمانی دارای سه مؤلفه تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر است. تعهد عاطفی مهم‌ترین عنصر تعهد سازمانی است که وابستگی یا دلبستگی فرد به سازمان خواننده می‌شود. معمولاً کارکنانی که از تعهد احساسی برخوردارند، تمایل دارند تا در سازمان باقی بمانند. تعهد هنجاری نوعی تعهد و التزام است که کارکنان را به این احساس هدایت می‌کند که با سازمان بمانند و تعهد مستمر جزء سوم تعهد سازمانی است که در ارتباط با مزایا و هزینه‌هایی است که مربوط به ماندن در سازمان یا ترک کردن آن است. در واقع، این تعهد بیان‌کننده یک محاسبه است که از آن به عنوان تعهد عقلانی نیز یاد می‌کنند. معمولاً کارکنانی که دارای تعهد مستمر هستند تا زمانی درون سازمان باقی می‌مانند که ترک سازمان هزینه‌های گزافی برای آن‌ها داشته باشد (غلام‌پور و طریقی، ۱۳۹۴).

خلاقیت سازمانی

خلاقیت به معنای توانایی ترکیب نظرها با روشی منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین نظرهاست. از خلاقیت به عنوان تمایلی برای تولید و شناخت عقاید، گزینه‌ها یا امکاناتی که شاید در حل مسائل و ارتباط با دیگران مفید باشد، تعریف شده است. به عقیده

1 Sowmya & Panchanatham

2 Allen & Meyer

محققان، چیزی محصول خلاقیت محسوب می‌شود که نخست، تازه و نو باشد، دوم نیازی را برطرف یا مسئله‌ای را حل کند. خلاقیت با ویژگی‌های اساسی‌تر از فکرکردن، از جمله انعطاف‌پذیری، تحمل ابهام و مسائل پیش‌بینی‌ناپذیری و لذت‌بردن از چیزهایی که قبلاً ناشناخته بوده است، ارتباط دارد (فرانکین^۱، ۲۰۰۶، صص ۳۹۴-۳۹۶). خلاقیت به‌عنوان هوش خلاق، متنوع، متمایز و بسیار پویا در نظر گرفته شده است. به‌طور کلی، افراد خلاق قوه ابتکار، نوآوری و کارآفرینی دارند، اما اکثر افراد فکر می‌کنند دارای تفکر خلاق نیستند در صورتی که تشکیل گروه‌ها و مشارکت خلاق در محیط کاری و آموزشی یکی از راه‌هایی است که به پرورش خلاقیت افراد کمک می‌کند (مؤذن جمشیدی و حق‌پرست کناری، ۱۳۹۴). خلاقیت سازمانی تحت تأثیر عوامل گوناگونی است که در ادامه به برخی از آن‌ها که در این پژوهش در نظر گرفته شده است، اشاره می‌شود.

جو سازمانی: خلاقیت نیازمند فضای مناسبی است که ترکیب مطلوبی از عوامل مختلف را در شرایطی معین برای نیل به هدفی خاص به‌وجود می‌آورد. در بلندمدت موفق‌ترین شرکت‌ها آن‌هایی هستند که مدیران آن‌ها بر آموزش نیروی انسانی و بالا بردن مهارت کارکنان خود توجه ویژه داشته‌اند و انگیزه به‌تر کارکردن، حفظ کیفیت استاندارد و ایجاد فضا برای رشد خلاقیت‌های کارکنان سازمان را فراهم کنند (نشاط و همکاران، ۱۳۹۱).

ساختاری برای نوآوری: ساختارهای زنده و پویای سازمانی، بر خلاقیت و نوآوری اثر مثبت می‌گذارد. این ساختارها رسمیت و تمرکز کمتری دارند و با انعطاف‌پذیری بیشتر می‌توانند خود را با نیازهای محیطی سازگار کرده و زمینه را برای خلاقیت و نوآوری فراهم کنند. ساختار منعطف موجب می‌شود تبادل اطلاعات و ارتباط‌ها به‌راحتی انجام گیرد و افراد در فرایند تصمیم‌گیری مشارکت داشته باشند (جزنی و خلیلی شورینی، ۱۳۷۶).

صلاحیت منابع انسانی برای نوآوری؛ انسان‌های فرهیخته در یک سازمان باعث افزایش بهره‌وری آن سازمان می‌شوند. انسان‌های فرهیخته با آگاهی می‌توانند اندیشه خود را در قالب کالا و خدمات ارائه دهند. امروزه برتری سازمان‌ها به منابع انسانی فرهیخته و توسعه‌یافته وابسته است. انسان‌های توسعه‌یافته و بالنده می‌توانند برتری پایدار را برای سازمان ایجاد کنند (هالیان مطلق و حسن‌زاده، ۱۳۹۴).

سرمایه اجتماعی و خلاقیت سازمانی

سرمایه اجتماعی که به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و مخاطره‌پذیری می‌شود، چیزی بیشتر از یک مجموعه سازمان اجتماعی و یا ارزش اجتماعی است و این سرمایه اغلب خروجی را از طریق افزایش بهره‌وری منابع دیگر از جمله سرمایه فیزیکی و انسانی ارتقا می‌دهد (چوو^۱، ۲۰۰۶). سرمایه اجتماعی مفهومی اساسی و بنیادی در درک خلاقیت، نوآوری و ایجاد رفتارهای کارآفرینانه و همچنین پویایی‌های سازمانی به شمار می‌رود، زیرا فرایند خلاقیت، نوآوری و یادگیری تیمی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و آن‌ها را تسهیل می‌کند (پیران و همکاران، ۱۳۹۱). به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی به یک وسیله پذیرفته‌شده برای اشتراک‌گذاری مسائل کاری و غیرکاری با دوستان و همکاران است. همکاران و دوستان از طریق شبکه‌های اجتماعی با همدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و از این طریق دانش و اطلاعات را با یکدیگر مبادله می‌کنند که این مسئله موجب بروز رفتارهای نوآورانه در آن‌ها خواهد شد. وقتی که افراد در یک جامعه‌ای زندگی می‌کنند که سرمایه اجتماعی در آن از سطح بالایی برخوردار باشد، تمایل زیادی به همکاری با یکدیگر دارند و مخاطره‌پذیرترند. بنابراین، سرمایه اجتماعی غنی می‌تواند عامل محرکی برای رسیدن به نوآوری قلمداد شود (دارابیگی و اجیل^۲، ۲۰۱۳).

1 Chou

2 Darabeigi & Ajil

پیشینه پژوهش

با جست‌وجو در پایگاه‌های علمی، پژوهشی با عنوان پژوهش حاضر یافت نشد. در جدول ۲ به برخی پژوهش‌هایی که در برگیرنده متغیرهای تحقیق حاضر هستند، اشاره شده است.

جدول ۲. خلاصه‌ای از مطالعات انجام گرفته

نویسنده / نویسندگان	سال	نتیجه
امهان ^۱ و همکاران	۲۰۱۶	بین سرمایه اجتماعی و عملکرد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی می‌گذارد.
فارسی ^۲ و همکاران	۲۰۱۳	سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی و کارآفرینی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری می‌گذارد و کارآفرینی سازمانی میان سرمایه اجتماعی و خلاقیت سازمانی نقش میانجی دارد.
نعمتی ^۳ و همکاران	۲۰۱۷	سرمایه اجتماعی بر تعهد کارکنان، رفتارهای شهروندی سازمانی و عملکرد شغلی تأثیر مثبت و معناداری می‌گذارد. همچنین، در این تحقیق تأثیر مثبت تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی بر عملکرد شغلی کارکنان تأیید شد.
هوو ^۴ و همکاران	۲۰۱۱	سبک ارتباطات عامل مثبتی در ایجاد خلاقیت است، اما سبک تغییر عاملی منفی در ایجاد خلاقیت است. ارتباطات در رابطه تعهد و خلاقیت نقش میانجی دارد و نقش تغییر در خلاقیت کارکنان به وسیله تعهد سازمانی تعدیل شده است.
قنبری و همکاران	۱۳۹۴	سرمایه اجتماعی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تعهد سازمانی و رفتارهای فراتر از رابطه مثبت و معنادار است.

1 Emhan

2 Farsi

3 Nemati

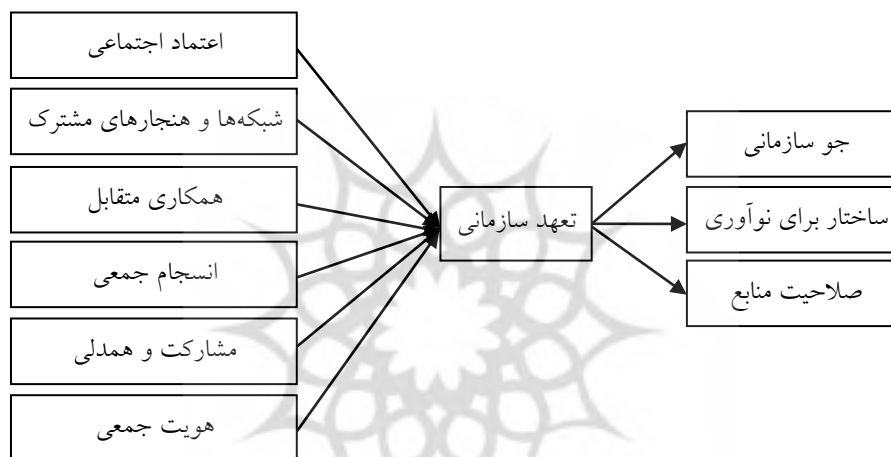
4 Hou

جدول ۲. خلاصه‌ای از مطالعات انجام گرفته

نویسنده / نویسندگان	سال	نتیجه
مؤذن جمشیدی و حق‌پرست کناری	۱۳۹۴	ابعاد سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی، شبکه و هنجارهای مشترک، تعاون و همکاری متقابل، انسجام و هم‌بستگی جمعی، همدلی و مشارکت و هویت جمعی) بر خلاقیت کارکنان تأثیر مثبت و معناداری می‌گذارد.
رجایی‌پور و همکاران	۱۳۹۱	بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (اعتماد، شبکه، همدلی و همکاری متقابل، روابط و ارزش‌ها) و گرایش به نوآوری و خلاقیت ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.
پیران و همکاران	۱۳۹۱	سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان تأثیر مثبت و معناداری می‌گذارد.
کاظمی‌نرین	۱۳۹۱	نتایج نشان داده که بعد اعتماد اجتماعی بر میزان خلاقیت کارکنان مؤثر است. بعد انسجام اجتماعی بر میزان خلاقیت کارکنان مؤثر نیست و مشارکت سرمایه اجتماعی بر میزان خلاقیت کارکنان تأثیری ندارد.
ابراهیمی	۱۳۹۴	بعد ساختاری و بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر تعهد کارکنان در نیروی انسانی می‌گذارند، اما بعد شناختی سرمایه اجتماعی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان در نیروی انسانی نمی‌گذارند.
حاجلو و همکاران	۱۳۹۱	تحلیل داده‌ها نشان داد بین تعهد سازمانی و خلاقیت سازمانی و انگیزه پیشرفت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همبستگی بین استرس شغلی با تعهد سازمانی، خلاقیت سازمانی و انگیزش پیشرفت منفی و معنادار است.
عرفان و بنیسی	۱۳۹۳	بین ابعاد تعهد سازمانی (تعهد عاطفی، تعهد هنجاری، تعهد مستمر) و خلاقیت کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، وضعیت تعهد عاطفی، هنجاری، مستمر و خلاقیت کارکنان بالاتر از حد متوسط است.

مدل مفهومی پژوهش

بر مبنای نتایج تحقیقات انجام گرفته، مدل مفهومی پژوهش و فرضیه‌ها توسعه داده شد. در مدل مفهومی ابعاد سرمایه اجتماعی به عنوان متغیر مستقل از مطالعه شیری و همکاران (۱۳۹۱) و عوامل اثرگذار بر خلاقیت سازمانی به عنوان متغیر وابسته از مطالعه بیگی (۱۳۸۹) و تعهد سازمانی به عنوان متغیر میانجی از مطالعه آلن و میر (۱۹۹۱) گرفته شد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر است:

- اعتماد اجتماعی بر تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
- شبکه‌ها و هنجارهای مشترک بر تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
- همکاری متقابل بر تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
- انسجام جمعی بر تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
- مشارکت و همدلی بر تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
- هویت جمعی بر تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
- تعهد سازمانی بر جو سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.

- تعهد سازمانی بر ساختار برای نوآوری تأثیر مثبت و معنادار دارد.
- تعهد سازمانی بر صلاحیت منابع انسانی برای نوآوری تأثیر مثبت و معنادار دارد.

۳. روش پژوهش

این پژوهش از نظر ماهیت داده‌ها از نوع پژوهش‌های کمی و با توجه به هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل همه کارکنان برق منطقه‌ای غرب در کرمانشاه به تعداد ۹۰ نفر است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود که ۸۰ پرسشنامه بین کارکنان به شیوه تصادفی ساده توزیع و جمع‌آوری شد و پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص، تحلیل‌های آماری براساس جدول مورگان با ۷۵ پرسشنامه انجام گرفت. پرسشنامه یادشده از سه بخش تشکیل شده است: بخش اول، پرسشنامه ابعاد سرمایه اجتماعی شیری و همکاران (۱۳۹۱)، بخش دوم، پرسشنامه استاندارد تعهد سازمانی آلن و میر (۱۹۹۱) است، و بخش سوم، پرسشنامه‌ای برای سنجش ابعاد خلاقیت سازمانی، که از پایان‌نامه بیگی (۱۳۸۹) اخذ شده است. برای سنجش روایی پرسشنامه روایی محتوا و شاخص AVE^۱ به کار گرفته شد. برای سنجش پایایی پرسش‌ها ضرایب آلفای کرونباخ و و CR^۲ محاسبه و بررسی شد. آلفای کرونباخ بیش از ۰/۷ توسط کرونباخ (۱۹۵۱) به عنوان حد استاندارد در نظر گرفته شد. همچنین، باگوزی و یی^۳ (۱۹۸۸) مقدار بالای ۰/۶ را برای CR و فورنل و لارکر^۴ (۱۹۸۱) مقدار استاندارد ۰/۵ را برای AVE قابل قبول نشان دادند (آذر و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۱۶۳). جدول ۳ نشان می‌دهد که همه متغیرهای تحقیق پایایی و روایی مناسبی دارند.

1 Average Variance Extracted

2 Composite Reliability

3 Bagozzi & Yi

4 Fornell & Larcker

جدول ۳. شاخص‌های بررسی پایایی و روایی سازه‌های متغیرهای پژوهش

متغیر	آلفای کرونباخ	AVE	CR	متغیر	آلفای کرونباخ	AVE	CR
اعتماد اجتماعی	۰/۸۷۰	۰/۷۲۰	۰/۹۱۱	هویت جمعی	۰/۷۷۴	۰/۶۸۸	۰/۸۶۹
شبکه‌ها و هنجارهای مشترک	۰/۸۱۷	۰/۷۳۳	۰/۸۹۱	تعهد سازمانی	۰/۹۰۱	۰/۶۸۱	۰/۹۱۷
همکاری متقابل	۰/۸۲۹	۰/۶۶۷	۰/۸۸۸	جو سازمانی	۰/۸۹۳	۰/۷۵۷	۰/۹۲۶
انسجام جمعی	۰/۸۵۰	۰/۶۲۷	۰/۸۹۳	ساختار برای نوآوری	۰/۷۹۲	۰/۸۲۸	۰/۹۰۵
مشارکت و همدلی	۰/۷۶۶	۰/۵۷۵	۰/۷۱۱	صلاحیت منابع انسانی	۰/۷۳۳	۰/۷۸۴	۰/۸۷۹

۴. یافته‌ها

توزیع جمعیت‌شناختی پاسخگویان در قالب متغیرهای سن، جنسیت، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات و سابقه کار در جدول ۴ بیان شده است.

جدول ۴. وضعیت جمعیت‌شناختی پاسخگویان

جنسیت	-	فراوانی	درصد	سن	-	فراوانی	درصد	تأهل	-	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۵۳	۷۰/۶	سن	زیر ۲۵ سال	۱۱	۱۴/۶۵	تأهل	مجرد	۱۶	۲۱/۴
	زن	۲۲	۲۹/۴		۲۵-۳۵ سال	۱۷	۲۲/۶۶		متاهل	۵۹	۷۸/۶
تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۲	۲/۵۷		۳۶-۴۵ سال	۲۳	۳۰/۶۷	سابقه کار	کاردانی و کارشناسی	۵۷	۷۶/۱
	کارشناسی	۱۶	۲۱/۳۳	سابقه کار	بالای ۴۵ سال	۲۴	۳۲/۰۲		ارشد و دکتری	۱۶	۲۱/۳۳
	ارشد و دکتری	۱۶	۲۱/۳۳		کمتر از ۵	۱۱	۱۴/۶۴				
					۵-۱۰	۳۳	۴۴/۰۳				
					۱۰ به بالا	۳۱	۴۱/۳۳				

برای بررسی روابط میان متغیرها و آزمون فرضیه‌ها مدل‌سازی معادلات ساختاری یا تحلیل چند متغیری با به‌کارگیری نرم‌افزار SmartPLS اجرا شد.

برای بررسی مدل اندازه‌گیری، ابتدا بار عاملی گویه‌ها استخراج شد. مقدار قابل قبول بار عاملی برابر با $0/3$ ، و مقدار مناسب برابر بیشتر از $0/5$ است (منصوری، ۱۳۸۸، ص ۳۰۴). جدای از مقدار بار عاملی، معنادار بودن آن نیز اهمیت دارد. در این پژوهش بار عاملی بیش از $0/5$ مد نظر بوده که باید در سطح اطمینان ۹۵ درصد با مقدار آماره‌تی مناسب (قدر مطلق بیش از $1/96$) معنادار باشد. با توجه به جدول ۵ بارهای عاملی در محدوده قابل قبول و معنادارند.

جدول ۵. بار عاملی بین متغیرهای مکنون و مشاهده‌شده و معناداری آن‌ها

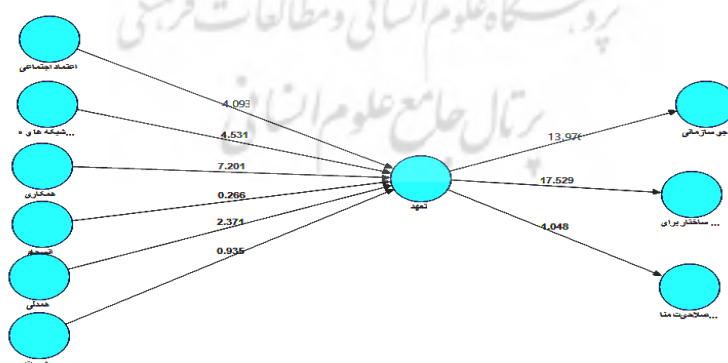
متغیر	بار عاملی	آماره تی	متغیر	بار عاملی	آماره تی
اعتماد اجتماعی	$0/877$	$24/732$	هویت جمعی	$0/790$	$9/574$
	$0/850$	$34/363$		$0/845$	$16/484$
	$0/829$	$27/164$		$0/854$	$30/222$
شبکه‌ها و هنجارهای مشترک	$0/837$	$24/732$	تعهد سازمانی	$0/708$	$10/836$
	$0/829$	$18/717$		$0/682$	$9/770$
	$0/873$	$27/041$		$0/691$	$14/289$
	$0/866$	$27/164$		$0/689$	$10/763$
همکاری متقابل	$0/871$	$28/374$	تعهد سازمانی	$0/662$	$12/784$
	$0/756$	$30/431$		$0/604$	$8/516$
	$0/784$	$23/551$		$0/703$	$8/015$
	$0/676$	$6/330$		$0/674$	$10/679$
انسجام جمعی	$0/767$	$19/831$	تعهد سازمانی	$0/709$	$9/326$
	$0/805$	$18/055$		$0/728$	$8/816$
	$0/680$	$6/934$		$0/703$	$11/520$

جدول ۵. بار عاملی بین متغیرهای مکنون و مشاهده‌شده و معناداری آنها

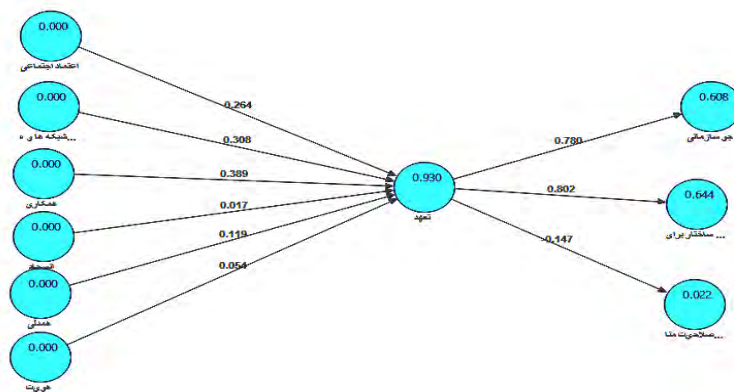
متغیر	بار عاملی	آماره تی	متغیر	بار عاملی	آماره تی
مشارکت و همدلی	۰/۸۳۸	۲۱/۱۲۴	جو سازمانی	۰/۸۵۸	۲۳/۶۶۸
	۰/۸۲۰	۲۱/۳۷۱		۰/۸۵۷	۲۲/۱۴۹
	۰/۹۲۴	۳۹/۱۰۹		۰/۸۷۶	۲۹/۸۰۵
	۰/۸۳۹	۴۲/۳۵۹		۰/۸۹۰	۳۳/۲۰۸
صلاحیت منابع انسانی	۰/۹۲۶	۴/۱۲۳	ساختار برای نوآوری	۰/۹۱۶	۴۶/۱۸۹
	۰/۸۴۴	۳/۱۱۹		۰/۹۰۴	۳۴/۱۵۶

پس از اینکه اطمینان حاصل شد بین مشاهدات و متغیرهای مکنون مربوطه همبستگی و رابطه معقولی برقرار است، فرضیه‌های تحقیق در قالب مدل ساختاری آزمون می‌شود. از آنجا که ماهیت تحقیق حاضر چندمتغیری است، روش‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) به کار گرفته می‌شود تا روابط بین متغیرهای مدل به صورت همزمان بررسی و آزمون شود. در ادامه نتایج آزمون فرضیه‌ها بیان شده است.

برای آزمون فرضیه تحقیق مدل‌های ساختاری به شکل‌های ۲ و ۳ ترسیم شد.



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری



شکل ۳. مدل ساختاری پژوهش در حالت ضرایب استاندارد

با توجه به نتایج، ضریب مسیر اعتماد اجتماعی و تعهد سازمانی برابر با ۰/۲۶۴ و آماره تی برابر ۴/۰۹۳ و بزرگتر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ به دست آمد. بنابراین، می توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین اعتماد اجتماعی و تعهد سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. از این رو، فرضیه اول تأیید می شود. همچنین، نتایج بررسی مدل ساختاری نشان داد ضریب مسیر رابطه شبکه ها و هنجارهای مشترک و تعهد سازمانی برابر با ۰/۳۰۸ و آماره تی برابر ۴/۵۳۱ و بزرگتر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ به دست آمد. بنابراین، می توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین شبکه ها و هنجارهای مشترک و تعهد سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. از این رو، فرضیه دوم تأیید می شود.

در نهایت، با توجه به اینکه ضریب مسیر رابطه همکاری متقابل و تعهد سازمانی برابر با ۰/۳۸۹ و آماره تی برابر ۷/۲۰۱ و بزرگتر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ به دست آمد، می توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین همکاری متقابل و تعهد سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. از این رو، فرضیه سوم تأیید می شود.

همچنین، ضرایب بین انسجام اجتماعی و هویت جمعی با تعهد سازمانی و ضریب بین تعهد سازمانی و صلاحیت منابع انسانی معنادار شناخته نشد. بنابراین، فرضیه های چهارم، ششم و نهم تحقیق رد شد.

طبق نتایج جدول ۶، رابطه مشارکت و همدلی و تعهد سازمانی با ضریب $0/819$ معنادار است. بنابراین، فرضیه پنجم تحقیق تأیید می‌شود. همچنین، رابطه تعهد سازمانی با جو سازمانی و رابطه تعهد سازمانی و وجود ساختار برای نوآوری معنادار است. بنابراین، فرضیه‌های هفتم و هشتم تحقیق تأیید شد.

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه	ضریب مسیر β	آماره تی	نتیجه
اعتماد اجتماعی $\leftarrow$ تعهد سازمانی	$0/264$	$4/093$	تأیید فرضیه
شبکه‌ها و هنجارهای مشترک $\leftarrow$ تعهد سازمانی	$0/308$	$4/531$	تأیید فرضیه
همکاری متقابل $\leftarrow$ تعهد سازمانی	$0/289$	$7/201$	تأیید فرضیه
انسجام جمعی $\leftarrow$ تعهد سازمانی	$0/017$	$0/266$	رد فرضیه
مشارکت و همدلی $\leftarrow$ تعهد سازمانی	$0/819$	$2/374$	تأیید فرضیه
هویت جمعی $\leftarrow$ تعهد سازمانی	$0/054$	$0/936$	رد فرضیه
تعهد سازمانی $\leftarrow$ جو سازمانی	$0/780$	$13/976$	تأیید فرضیه
تعهد سازمانی $\leftarrow$ وجود ساختار برای نوآوری	$0/802$	$17/529$	تأیید فرضیه
تعهد سازمانی $\leftarrow$ صلاحیت منابع انسانی محیطی	$0/147$	$1/048$	رد فرضیه

۵. بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی نقش ابعاد سرمایه اجتماعی بر عوامل مؤثر خلاقیت سازمانی با تأکید بر نقش تعهد سازمانی بوده است. نتایج نشان داد اعتماد اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی دارد این بدان معنا است که با بهبود و تقویت اعتماد اجتماعی تعهد کارکنان نسبت به سازمان افزایش می‌یابد. نتایج این بخش با مطالعه نعمتی و همکاران (۲۰۱۷)، امهان و همکاران (۲۰۱۶)، و ابراهیمی (۱۳۹۴) همسو است. اعتماد اجتماعی مهم‌ترین رکن سرمایه اجتماعی است و باعث شکل‌گیری ارتباطات

میان افراد می‌شود. بنابراین، هرچه میان کارکنان اعتماد بیشتر باشد، تعهد آن‌ها نسبت به سازمان افزایش می‌یابد. نتایج آزمون فرضیه دوم نشان داد شبکه‌ها و هنجارهای مشترک تأثیر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی می‌گذارد که با بهبود شبکه‌های درون‌سازمانی، تعهد آنان نسبت به سازمان افزایش می‌یابد که این نتیجه با مطالعه نعمتی و همکاران (۲۰۱۷)، و ابراهیمی (۱۳۹۴) همسو است. بنابراین، می‌توانیم با ایجاد شبکه درون‌سازمان دسترسی افراد به همه اطلاعات و تصمیم‌گیری‌ها آنان را در امور سازمان مشارکت دهیم و باعث تعهد آن‌ها به سازمان شود. نتایج آزمون فرضیه سوم نشان داد تأثیر بین همکاری متقابل و تعهد سازمانی مثبت و معنادار است. نتایج این بخش با مطالعه نعمتی و همکاران (۲۰۱۷) و امهان و همکاران (۲۰۱۶)، و ابراهیمی (۱۳۹۴) همسو است. ایجاد همکاری میان افراد درون یک سازمان سبب به وجود آمدن فضایی صمیمانه درون سازمان می‌شود که افراد با این فضای صمیمانه که توسط سازمان برای آن‌ها ایجاد شده احساس آرامش و راحتی بیشتری می‌کنند و نسبت به آن متعهدتر می‌شوند. نتایج فرضیه چهارم نشان داد انسجام جمعی رابطه مثبت و معناداری با تعهد سازمانی ندارد که با مطالعه نعمتی و همکاران (۲۰۱۷)، امهان و همکاران (۲۰۱۶)، و ابراهیمی (۱۳۹۴) همسو نیست. هنگامی که انسجام و همبستگی درون سازمان بیشتر باشد، کارکنان نسبت به مسائل کاری جدیت و تلاش بیشتری برای حل آن نشان خواهند داد که نتایج نشان‌دهنده عدم انسجام در این سازمان است، بنابراین، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی از طریق مصاحبه با مدیران و کارکنان بررسی شود. همچنین، نتایج نشان داد همدلی بر تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد که نشان‌دهنده نقش مهم همدلی در افزایش تعهد سازمانی است که با مطالعه نعمتی و همکاران (۲۰۱۷) و امهان و همکاران (۲۰۱۶)، و ابراهیمی (۱۳۹۴) همراستا است. مدیران می‌توانند با مشارکت کارکنان یا تفویض اختیار، احساس مسئولیت را در کارکنان افزایش دهند و باعث افزایش تعهد آن‌ها شوند. مشارکت و همدلی اعضای سازمان باعث شکل‌گیری شبکه‌ای منسجم درون سازمان می‌شود که می‌تواند حل

مسائل سازمان را تسهیل کند. هویت اجتماعی به‌عنوان آخرین بعد سرمایه اجتماعی با تعهد سازمانی رابطه مثبت و معناداری ندارد که با نتایج مطالعه نعمتی و همکاران (۲۰۱۷)، امهان و همکاران (۲۰۱۶) و ابراهیمی (۱۳۹۴) همراستا نیست که نشان می‌دهد در این سازمان به بعد هویت اجتماعی که عامل مهمی در متعهدکردن کارکنان به سازمان است توجه چندانی نشده است و نیازمند بررسی بیشتر و مصاحبه با مدیران که علل کم‌توجهی نسبت به این مسئله شناسایی شود. نتایج آزمون فرضیه هفتم نشان داد تعهد سازمانی بر جو سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد که با مطالعه هو و همکاران (۲۰۱۱)، و عرفان و بنیسی (۱۳۹۳) همسو است. بنابراین، با افزایش تعهد سازمانی در کارکنان جو سازمانی مثبتی در سازمان ایجاد می‌شود که این مسئله می‌تواند باعث همکاری کارکنان و تلاش آن‌ها برای حل خلاقانه مسائل سازمانی شود. نتایج همچنین نشان داد تعهد سازمانی بر ساختار مناسب برای نوآوری تأثیر مثبت و معنادار دارد. که با مطالعه هو و همکاران (۲۰۱۱) و عرفان و بنیسی (۱۳۹۳) همسو است. بنابراین، اگر در سازمان تعهد در کارکنان افزایش یابد باعث شکل‌گیری ساختاری می‌شود که باعث ترغیب کارکنان به نوآوری و حل خلاقانه مسائل می‌شود. آخرین فرضیه این پژوهش حاکی از این است که تعهد سازمانی بر صلاحیت منابع انسانی برای نوآوری تأثیر مثبت و معناداری ندارد. که با مطالعه هو و همکاران (۲۰۱۱)، و عرفان و بنیسی (۱۳۹۳) همسو نیست. بنابراین، این نتیجه حاکی از این است که با صرف افزایش تعهد در کارکنان نمی‌توان کارکنان را به خلاقیت و نوآوری ترغیب کرد. بنابراین، سازمان باید با برنامه‌ریزی و برگزاری دوره‌های آموزشی کارکنان را برای بروز خلاقیت و نوآوری آماده کنند. کوچک‌بودن دامنه این پژوهش که این مدل را فقط در این سازمان خاص بررسی کرده است و نتایج آن فقط مختص این سازمان بوده می‌تواند از محدودیت‌های این پژوهش باشد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی این مدل را در سازمان‌های دیگر و در سازمان‌هایی که وسعت بیشتری دارند، بررسی کنند که نتایج آن قابلیت تعمیم بیشتری داشته باشد.

- در نهایت، برای ارتقای سرمایه اجتماعی، تعهد سازمانی و خلاقیت سازمانی پیشنهادهایی به شرح زیر بیان می‌شود:
- مدیران این سازمان برای افزایش بهره‌وری و افزایش رضایت و انگیزه کارکنان به موضوع سرمایه اجتماعی توجه بیشتری کنند و با به‌وجود آوردن زمینه‌های خلاقیت و نوآوری، استعدادهای کارکنان را در این زمینه شکوفا کنند.
 - در رابطه با سرمایه اجتماعی مدیران این سازمان دوره‌های آموزشی و تفریحی کوتاه‌مدت را برای کارکنان برگزار کنند که از این طریق بتوانند ارتباطات، همبستگی و انسجام میان آن‌ها را افزایش دهند.
 - در رابطه با تعهد کارکنان به مدیران پیشنهاد می‌شود با نیازسنجی کارکنان از نیازها و خواسته‌ها کارکنان آگاه شوند و با رفع آن‌ها، کارکنان را به سازمان متعهدتر کنند.
 - به مدیران پیشنهاد می‌شود برای ایجاد زمینه خلاقیت در کارکنان، تفویض اختیار بیشتری انجام گیرد و کارکنان را در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت دهند.

منابع

۱. ابراهیمی، اکبر (۱۳۹۴) «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان معاونت نیروی انسانی نازجا)». فصل‌نامه علوم و فنون نظامی، سال ۱۱، شماره ۳۴، صص ۱۱۷-۱۳۲.
۲. ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳). توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران. تهران: نشر نی.
۳. اشرف نظری، علی (۱۳۸۶). «همبستگی و وحدت یابی جمعی: تأملی بر ابعاد فردی و جمعی هویت». مجله علمی تخصصی تاریخ پژوهان/انجمن تاریخ پژوهان ایران، سال ۳، شماره ۱۲، صص ۱۲۲-۱۵۰.
۴. امین بیدختی، علی اکبر و نظری، ماشاالله (۱۳۸۸). «ارائه یک مدل نظری با استفاده از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی برای ایجاد سازمان دانش‌محور». همایش ملی سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی سمنان.
۵. آذر، عادل، غلامزاده، رسول و قنواتی، مهدی (۱۳۹۱). مدل‌سازی مسیری-ساختاری در مدیریت. تهران: نگاه دانش.
۶. الوانی، سید مهدی و سید نقوی، میرعلی (۱۳۸۱). «سرمایه اجتماعی؛ مفاهیم و نظریه‌ها». فصل‌نامه مطالعات مدیریت، شماره‌های ۳۳ و ۳۴، صص ۳-۲۶.
۷. بیگی، محمدحسن (۱۳۸۹)، بررسی نقش مدیریت دانش در خلاقیت سازمانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه پیام نور مرکز تهران.
۸. پیران، محمد، شوقی، بهزاد، آقاجانی، طهمورث، رضازاده، آرش و نجم‌آبادی،

عامر (۱۳۹۱). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان در صنایع ریخته‌گری». فصل‌نامه ابتکار و خلاقیت در علوم/انسانی، سال ۲، شماره ۱، صص ۱۶۳-۱۸۲.

۹. توکلی، عزیزپور لندی، عبدالصمد، رضایی، الهام، میرزایی. (۲۰۱۵). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه فکری (مورد مطالعه: اداره کل امور مالیاتی استان قم)». مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۲۸۷-۲۶۵.

۱۰. جزنی، نسرین و خلیلی شورینی، سهراب (۱۳۷۶). «مدیریت خلاق در عصر تحولات پر شتاب». سال ۸، شماره ۷۵، صص ۲۰-۱۲.

۱۱. چاوش‌باشی، فرزانه (۱۳۸۷). «سرمایه اجتماعی در مقایسه با سایر سرمایه‌ها». پژوهش‌نامه مدیریت و سرمایه اجتماعی، شماره، صص ۸۷-۱۲۶.

۱۲. حاجلو، نادر، صبحی قراملکی، ناصر و امامی، فاطمه (۱۳۹۱). «بررسی رابطه بین خلاقیت سازمانی، استرس شغلی و انگیزش پیشرفت با تعهد سازمانی پرستاران». مطالعات روان‌شناختی، دوره ۸، شماره ۳، صص ۸۹-۱۰۶.

۱۳. رجایی‌پور، سعید، چوپایی، حیدر، زارع خلیلی، مجتبی، غلام‌زاده، حجت و کاظم‌پور، مریم (۱۳۹۲). «نقش سرمایه اجتماعی در گرایش به نوآوری کارکنان در شرکت سهامی بیمه معلم». فصل‌نامه مدیریت و توسعه، دوره ۲۶، شماره ۱، صص ۱۶۱-۱۸۹.

۱۴. شوقی، بهزاد، آقاجانی، طهمورث و مرتضوی، سید مصطفی (۱۳۹۲). «اثر میانجی فرهنگ سازمانی بر رابطه بین سبک رهبری مدیران و خلاقیت کارکنان». فصل‌نامه مدیریت بهره‌وری، سال ۷، شماره ۲۶، صص ۹۳-۱۲۶.

۱۵. شهبازی، مظفرالدین و قربانی، فاطمه (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر گرایش دانشجویان دانشگاه تبریز به عضویت در تعاونی‌های اشتغالزا». *تعاون، سال ۲۱، شماره ۴، صص ۱-۲۷*.
۱۶. شیر، نعمت‌الله، میرک‌زاده، علی‌اصغر، ادریس، الله‌ویسی، محمد و کرمی دارابخانی، رؤیا (۱۳۹۱). «نقش سرمایه اجتماعی در یادگیری کارکنان سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان». *مجله اقتصاد و توسعه کشاورزی، دوره ۴۳، شماره ۳، صص ۴۴۷-۴۵۹*.
۱۷. عرفان، آروز و بنیسی، وحید (۱۳۹۳). «تعیین رابطه بین تعهد سازمانی و ابعاد خلاقیت کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی». *نخستین کنفرانس ملی آینده‌پژوهی، مدیریت و توسعه، تهران*.
۱۸. غلام‌پور، محمد و طریقی، رسول (۱۳۹۴). «بررسی نقش تعهد سازمانی بر رفتارهای شهروندی کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان کشور». *مجله مدیریت ورزشی، دوره ۷، شماره ۴، صص ۵۷۵-۵۸۸*.
۱۹. قنبری، سیروس، سلطان‌زاده، وحید و بهشتی‌راد، رقیه (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتارهای فرانقشی و تعهد سازمانی: آزمون نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی». *فصل‌نامه جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، سال ۲، شماره ۶، صص ۹-۳۸*.
۲۰. کاظمی‌نرین، مریم (۱۳۹۱). *بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با افزایش خلاقیت در کارکنان سازمان‌های دولتی و خصوصی استان آذربایجان شرقی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور، دانشکده حسابداری و مدیریت، دانشگاه پیام نور تهران.

۲۱. مؤذن جمشیدی، میرهادی و حق پرست کنارسری، نرجس (۱۳۹۳). «سنجش میزان تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان در لوازم خانگی و الکتریکی ایران». *مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره ۲، شماره ۱، صص ۷۴-۴۹.
۲۲. مؤذن جمشیدی، میرهادی. حق پرست کنارسری، نرجس (۱۳۹۴). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و خلاقیت کارکنان در بهبود عملکرد سازمان‌ها». *کنفرانس بین‌المللی اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی*.
۲۳. نشاط، نرگس، جمالی مهمونی، حمیدرضا و حسن‌زاده، دیزجی (۱۳۹۱). «تأثیر جو سازمانی بر خلاقیت کارکنان: سازمان اسناد و کتابخانه ملی». *پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی*، سال ۲، شماره ۱، صص ۱۲۳-۱۳۶.
۲۴. نیازی، محسن و کارکنان نصرآبادی، محمد (۱۳۸۸). «توانمندسازی براساس راهبرد سرمایه اجتماعی». *ماهنامه تدبیر*، شماره ۲۰۳، صص ۲۶-۲۱.
۲۵. نیکومرام، هاشم و اصفهانی، مینا (۱۳۸۷). «سرمایه اجتماعی و بازتولید آن در قلمرو مدیریت اسلامی». *نشریه پژوهش‌نامه*، شماره ۲۹، صص ۲۵-۴۷.
۲۶. هالیان مطلق، فاطمه و حسن‌زاده، محمد (۱۳۹۴). «نقش مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی در بهره‌وری منابع انسانی مجتمع گازی پارس جنوبی». *مطالعات دانش‌شناسی*، سال ۱، شماره ۴، صص ۵۱-۶۶.
۲۷. هرنندی، عطااله (۱۳۹۳). «تبیین نقش سرمایه اجتماعی و انتقال دانش در یادگیری سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان». *فصل‌نامه مدیریت توسعه فناوری*، سال ۱، شماره ۴، صص ۱۶۱-۱۸۲.

28. Agrifoglio, R., & Metallo, C. (2011). Virtual environment and collaborative work: the role of relationship quality in facilitating individual creativity. In *Information Technology and Innovation Trends in Organizations* (pp. 389-397). Physica-Verlag HD.

29. Ahrweiler, P., & Keane, M. T. (2013). "Innovation networks". *Mind & Society*, Vol. 12, No. 1, pp. 73-90.
30. Chou, Y. K. (2006). "Three simple models of social capital and economic growth". *The Journal of Socio-Economics*, Vol. 35, No. 5, pp. 889-912.
31. Darabeigi, M., & Ajili, Z. G. H. (2013). "Relationship between Social Capital and Teachers' Creativity Considering the Mediator Role of knowledge Management Case Study: High School Teachers of Saveh County". *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, Vol. 3, No. 8, pp. 665-674.
32. Donaghey, J., Cullinane, N., Dundon, T., & Wilkinson, A. (2011). "Reconceptualising employee silence: problems and prognosis". *Work, Employment and Society*, Vol. 25, No. 1, pp. 51-67.
33. Emhan, A., Tongur, A., & Turkoglu, I. (2016). "An Analysis of the Social Capital, Organizational Commitment and Performance in the Public Sector of Southeastern Turkey". *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, Vol. 12, No. 47, pp. 49-62.
34. Farsi, J. Y., Rezazadeh, A., & Najmabadi, A. D. (2013). "Social capital and organizational innovation: The mediating effect of entrepreneurial orientation". *Journal of Community Positive Practices*, Vol. 13, No. 2, pp. 22-40.
35. Franken, R. E. (2006). *Human Motivation*. 6th ed., Thomson Wadsworth.
36. Heidari, H., & Rostami, F. (2012). "Survey of relationship between social capital and organization entrepreneurship (Case study: Agricultural organization of Sonqhur County)". *Annals of Biological Research*, Vol. 3, No. 7, pp. 3192- 3199.
37. Hou, Y., Gao, G., Wang, F., Li, T., & Yu, Z. (2011). "Organizational commitment and creativity: the influence of thinking styles". *Annals of Economics & Finance*, Vol. 12, No. 2, pp. 431- 433.
38. Jia, L., Shaw, J. D., Tsui, A. S., & Park, T. Y. (2014). A social-structural perspective on employee-organization relationships and team creativity. *Academy of Management Journal*, Vol. 57, No. 3, pp. 869-891.

39. Makan, L. M., Delavari, S., Sayadi, M., & Keivanshekouh, A. (2015). "The effects of social capital and organizational commitment on the staff's intellectual contribution in the central building of Shiraz University of Medical Sciences". *Journal of Health Management and Informatics*, Vol. 2, No. 2, pp. 47-51.
40. Morrison, E. W., & Milliken, F. J. (2000). "Organizational silence: A barrier to change and development in a pluralistic world". *Academy of Management Review*, Vol. 25, No. 4, pp. 706-725.
41. Nemati, M. A., Akbarzadeh Safooei, M., Zangiyan, S., & Baqersad Ranani, M. (2017). The role of social capital, commitment, and organizational citizenship behavior in improving job performance (Case Study: Khoy Municipality). *Journal of Urban Economics and Management*, Vol. 5, No. 17, pp. 115-132.
42. Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, Vol. 6, No. 1, pp. 65-78.
43. Ramezanpour, S., Amirian, S., & Shirazy, A. N. M. (2014). Investigation of the Relationship between entrepreneurial opportunity recognition and entrepreneurial capitals. *International Journal of Asian Social Science*, Vol. 4, No. 5, pp. 598-613.
44. Savari, M., Eslami, M., & Monavarifard, F. (2013). "The impact of social capital on agricultural employees' job satisfaction, City of Divandarreh". *Journal of Applied and Basic Sciences*, Vol. 4, No. 2, pp. 291-295.
45. Sowmya, K. R., & Panchanatham, N. (2011). "Factors influencing organizational commitment of banking sector employees". *Journal of Economics and Behavioral Studies*, Vol. 2, No. 1, pp. 19-25.
46. Vakola, M., & Bouradas, D. (2005). "Antecedents and consequences of organizational silence: an empirical investigation". *Employee Relations*, Vol. 27, No. 5, pp. 441-458.