



مدیریت نوآوری

نشریه علمی - پژوهشی

مدیریت نوآوری

سال سوم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳

صفحه ۲۲-۱

بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه: با تأکید بر نقش میانجی انتقال دانش (مطالعه موردی شرکت‌های دانش بنیان ایرانی فعال در حوزه فناوری اطلاعات)

حامد دهقانان^{۱*}، عطاءاله هرندی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۴/۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۸/۱۱

چکیده

امروزه یکی از عوامل کلیدی بقاء سازمان‌های دانش بنیان ارتقاء پیوسته عملکرد نوآورانه سازمان می‌باشد. در این سازمان‌ها نوآوری در عملکرد، سبب حفظ مزیت رقابتی و رشد و توسعه سازمانی می‌گردد. از سوی دیگر، خلق عملکرد نوآورانه مستلزم برقراری ارتباطات اثر بخش و پایدار با کلیه ذی‌نفعان و محیط عمومی سازمان است. سرمایه اجتماعی، شکلی از سرمایه است که سبب تسهیل دسترسی به اطلاعات و منابع حیاتی به منظور ارتقاء عملکرد و استفاده مناسب از فرصت‌های محیطی می‌گردد. پژوهش حاضر به دنبال طراحی چارچوبی نظام مند در خصوص مفاهیم سرمایه اجتماعی، نقش میانجی‌گری انتقال دانش و عملکرد نوآورانه در ارتباط با هم و در شرکت‌های دانش بنیان ایرانی می‌باشد و از این طریق سعی دارد اقدام به گسترش مرزهای دانش موجود در این حوزه نماید. این تحقیق از نوع کاربردی با ماهیت پیمایشی است. داده‌های مورد نیاز برای این تحقیق توسط نمونه‌گیری تصادفی از شرکت‌های دانش بنیان فعال در زمینه فناوری اطلاعات در کشور ایران و به وسیله ابزار پرسشنامه جمع‌آوری شده است. همچنین از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار اسمارت پی.ا.ل.اس^۱ برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده گردیده است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی و انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه شرکت‌های دانش بنیان ایرانی موثرند. همچنین نقش میانجی‌گری انتقال دانش در اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه شرکت‌های دانش بنیان ایرانی نیز مورد تأیید قرار گرفت.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، انتقال دانش، عملکرد نوآورانه، فناوری اطلاعات، الگوسازی معادلات ساختاری

dehghanan@atu.ac.ir

*۱- استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران/ نویسنده مسوول مکاتبات

۲- دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۱- مقدمه

شرکت‌های دانش‌بنیان، سازمان‌هایی هستند که با بهره‌مندی از سرمایه‌دانشی، نوآوری و فرآیندهای خلاقانه عوامل بسیار ارزشمندی در اقتصاد دانش‌محور امروزی به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران محسوب می‌شوند. در این نوع شرکت‌ها، فرآیندهای کارآفرینی شامل نوآوری در طراحی و عرضه محصولات و خدمات و راهبردها می‌باشد که به واسطه آن می‌توان نیازها و تقاضاهای جدید و پنهان مشتریان را به بهترین شیوه شناسایی و تامین نمود. یکی از عوامل کلیدی بقاء سازمان‌های دانش‌بنیان، ارتقاء پیوسته عملکرد نوآورانه سازمان است. در این سازمان‌ها نوآوری در عملکرد سبب حفظ مزیت رقابتی و رشد و توسعه سازمانی می‌گردد.

در سال‌های اخیر شاهد رشد روز افزون شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور ایران بوده‌ایم. این شرکت‌ها با تأکید بر سرمایه‌دانشی و ارائه محصولات و خدمات نوآورانه متکی بر فناوری‌های برتر، نقش مهمی را در رشد و توسعه اقتصادی کشور ایفاء می‌نمایند.

تداوم فعالیت سازمان‌های دانشی در محیط کسب‌وکار، بر خلاقیت منابع انسانی و استفاده از فنون و روش‌های هوشمندانه و نوآورانه متکی است. از جمله عوامل کلیدی در فعالیتهای نوآورانه شرکت‌های دانش‌بنیان منابع انسانی، صلاحیت و شایستگی اعضا و مدیریت و انتقال دانش به درون سازمان است (Petrou & Daskalopoulou, 2013). از طرفی خلق عملکرد نوآورانه مستلزم برقراری ارتباطات اثر بخش می‌باشد. سرمایه اجتماعی، شکلی از سرمایه است که سبب تسهیل دسترسی به اطلاعات و منابع حیاتی به منظور ارتقاء عملکرد و استفاده مناسب از فرصت‌های محیطی می‌گردد (Waster & Jeorg, 2013). سازمانی با سرمایه اجتماعی نیرومند، قادر به دسترسی سریع با زمان‌بندی مناسب به مجموعه متنوعی از اطلاعات به منظور خلق عملکرد نوآورانه می‌باشد. این سرمایه نوعی دارائی ناملموس برای سازمان‌ها به شمار می‌آید و در این میان موفق‌ترین شرکت‌ها، آنهایی هستند که از این دارایی به نحو مطلوب و در سریع‌ترین زمان ممکن استفاده نمایند. سرمایه اجتماعی، از طریق مؤلفه‌هایی همچون اعتماد، مشارکت و همکاری در میان اعضا، سبب تسهیم دانش و ارتقاء یادگیری سازمانی می‌شود و از این طریق ارتقاء و بهبود عملکرد نوآورانه را برای سازمان به‌همراه خواهد داشت (Turkina, Thi, Thai, 2013). نقش مهمی که عملکرد نوآورانه در کسب مزیت رقابتی برای شرکت‌های دانش‌بنیان ایفا می‌کند از یک سو

و تأثیری که سرمایه اجتماعی می‌تواند بر ارتقاء این عملکرد داشته باشد از سوی دیگر سبب تقویت عملکردی و رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان در بازار می‌گردد. امروزه آنچه سبب موفقیت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان می‌گردد، برقراری ارتباطات پایدار با کلیه ذی‌نفعان و خلق مزیت رقابتی از طریق عملکرد نوآورانه سازمان است. سرمایه اجتماعی مفهومی زیربنایی در درک نوآوری، خلاقیت و پویایی سازمان به شمار می‌آید، زیرا از یک سو فرآیند نوآوری، خلاقیت و یادگیری گروهی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از سوی دیگر تحقق آنها را تسهیل می‌نماید.

با وجود محبوبیت مفهوم سرمایه اجتماعی در درون سازمان، تحقیقات اندکی در خصوص تاثیرگذاری آن بر عملکرد نوآورانه در شرکت‌های دانش‌بنیان انجام شده است و این موضوع، ضرورت پژوهش در این حوزه را دو چندان می‌نماید. با بررسی تحقیقات موجود آشکار می‌گردد که برخی از این پژوهش‌ها، به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در عملکرد سازمانی پرداخته و برخی اثرگذاری آن را در مفاهیم انتقال دانش بدون در نظر گرفتن تأثیری که این انتقال دانش بر عملکرد سازمانی بر جای می‌گذارد، بررسی نموده‌اند (Maurer, Bartsch, & Ebers, 2011). با توجه به خلاء مباحث نظری در این حوزه که از مرور و بررسی پژوهش‌ها استنباط می‌گردد، این پژوهش به دنبال یافتن پاسخی علمی برای مسائل اصلی زیر است:

۱. آیا سرمایه اجتماعی می‌تواند در ارتقاء عملکرد نوآورانه شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در زمینه فناوری اطلاعات ایرانی تأثیرگذار باشد؟

۲. آیا فرآیند انتقال دانش توسط همکاران می‌تواند در این اثرگذاری نقش میانجی‌گری ایفا کند؟
پژوهش حاضر به دنبال طراحی چارچوبی نظام‌مند در خصوص مفاهیم سرمایه اجتماعی، انتقال دانش و عملکرد نوآورانه در ارتباط با هم و در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی می‌باشد و از این طریق به گسترش مرزهای دانش موجود در این حوزه کمک می‌نماید. در این پژوهش، ابتدا ادبیات پژوهش مرتبط با این حوزه و یافته‌های اخیر مورد بررسی قرار گرفت و به دنبال آن با رویکرد قیاسی، چارچوب نظری و مدل پژوهش ارائه و فرضیات مرتبط با مدل تدوین شد. سپس پرسشنامه پژوهش تدوین و در نمونه آماری گرفته شده، توزیع گردید و یافته‌های آن استخراج شد. در ادامه فرضیه‌های پژوهش مورد بررسی قرار گرفت و در بخش بحث و نتیجه‌گیری متغیرهای مدل تبیین و مقایسه نتایج با پژوهش‌های پیشین صورت پذیرفت.

۲- مبانی نظری پژوهش

۲-۱- سرمایه اجتماعی

اصطلاح سرمایه اجتماعی برای اولین بار در سال ۱۹۱۶، از سوی هانی فان^۱، از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد. سپس جین جاکوب^۲ در اثر کلاسیک خود با عنوان مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی آنرا به کار برده است (Algezau & Filieri, 2010). در دهه ۱۹۷۰ گلن لوری^۳ اقتصاددان و همچنین ایوان لایت^۴ جامعه شناس، اصطلاح سرمایه اجتماعی را به منظور راهکاری برای حل مشکل توسعه اقتصادی درون شهری به کار بردند. لوری از تئوری سرمایه اجتماعی به منظور انتقاد از نظریات نئوکلاسیکها و ناعادلانه بودن توزیع درآمد استفاده کرد (Taylor, 2011). بوردیو^۵ اولین کسی بود که در حوزه سرمایه اجتماعی، پژوهشی نظام مند را طراحی و اجرا نمود و این مفهوم را به عنوان یک نظریه مطرح کرد. او در زمینه توسعه مفهوم سرمایه اجتماعی و مزایایی که از آن به عنوان یک منبع سرمایه حاصل می شود، تحقیقات بسیاری نموده است. جیمز کلن^۶، نیز برای اولین بار این مفهوم را در آمریکای شمالی وارد عرصه سیاسی نمود و تلاش های وی در آن زمان در اروپا توسط پوتنام پیگیری شده است. نظریه سرمایه اجتماعی عملاً با نظریه های بوردیو، کلن و پوتنام^۷ تکامل پیدا نموده است (Maurer, Bartsch, & Ebers, 2011). جین جاکوب سرمایه اجتماعی را در غالب شبکه های اجتماعی تعریف می کند که کارکردهایی در جامعه دارند و غیر قابل جایگزینی هستند. این کارکردها می تواند سبب توسعه اقتصادی در جوامع گردد (Algezau & Filieri, 2010). پیتر بوردیو سرمایه اجتماعی را مجموع منابع واقعی و مجازی که به فرد یا گروه تعلق دارد و از طریق تصاحب شبکه ای به نسبت پایدار از روابط آشنایی دو طرفه و شناخت اعمال می شود، تعریف می نماید. بوردیو معتقد است سرمایه اجتماعی از ارتباطات و مشارکت اعضاء سازمان با یکدیگر حاصل می گردد و می تواند به عنوان ابزاری به منظور رسیدن به سرمایه اقتصادی باشد (Chen & Lovvorn, 2011). از نظر برت سرمایه اجتماعی همان داشتن دوستان، همراهان و ارتباطات عمومی تر است که به فرد فرصتهایی می دهد تا از سرمایه مالی و انسانی خود استفاده کنند (Algezau & Filieri, 2010). ناهاپیت و گوشال^۸ جز نخستین افرادی هستند که سرمایه اجتماعی را از دیدگاه سازمانی تعریف نموده اند. از دیدگاه آنها، سرمایه اجتماعی جمع منابع بالفعل و بالقوه موجود ناشی از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد از سازمان با فرد

یا واحد اجتماعی دیگری از درون یا بیرون سازمان است. از نظر ایشان سرمایه اجتماعی یکی از دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش بسیار کمک کند و برای آنها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت رقابتی پایدار ایجاد نماید (Johnson, Schnatterly, & Hill, 2013).

۲-۱-۱- ابعاد سرمایه اجتماعی

با مطالعه پژوهش‌های پیشین مشاهده می‌گردد که ابعاد مختلفی در خصوص اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی مطرح گردیده است. اما با توجه به اینکه رویکرد اصلی پژوهشگران در این پژوهش، بررسی سرمایه اجتماعی در سازمان می‌باشد تنها به بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی در سازمان پرداخته می‌شود. همانگونه که مطرح گردید ناهمبستگی و گوشال اولین محققانی بودند که سرمایه اجتماعی در سازمان را مطرح نمودند. آنها جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در درون سازمان در سه طبقه اصلی جای می‌دهند: (۱) سرمایه شناختی، (۲) سرمایه رابطه‌ای و (۳) سرمایه ساختاری. در ادامه توضیح هر کدام از این ابعاد ارائه می‌شود.

۲-۱-۱-۱- سرمایه ساختاری

این بعد از سرمایه اجتماعی، به الگوی کلی تماس‌های بین افراد اشاره دارد و تلاش می‌کند تا ارتباطات کلی و الگوی دسترسی افراد به یکدیگر را بشناسد. به منظور معرفی این بعد، جنبه‌های بسیاری عنوان گردیده است، اما در این میان متداول‌ترین و مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارتند از:

- روابط شبکه‌ای: پیشنهاد اصلی نظریه سرمایه اجتماعی این است که روابط شبکه‌ای، امکان دسترسی به منابع از جمله منابع اطلاعاتی را فراهم می‌سازد. روابط شبکه‌ای با گروه‌ها، تیم‌ها، سازمان‌ها و نهادهای گوناگون منجر به ارتقاء دسترسی به اطلاعات و واکنش سریع در برابر تغییرات و تحولات درون و برون سازمانی می‌گردد (Totterman & Sten, 2005).

- وضعیت و موقعیت روابط شبکه‌ای: کیفیت و کمیت روابط افراد با یکدیگر در شبکه‌های ارتباطی از جنبه‌های مهم سرمایه اجتماعی است که سبب تبادل و انتقال دانش می‌گردد. تراکم، پیوند و سلسله مراتب همگی از طریق تأثیر بر میزان تماس و قابلیت دسترسی اعضای شبکه با یکدیگر سبب انعطاف‌پذیری و سهولت تبادل اطلاعات می‌شوند. میزان ارتباطاتی که افراد به منظور توسعه سهم دریافت اطلاعات در درون شبکه برقرار می‌کنند می‌تواند سبب افزایش و ارتقاء بعد ساختاری سرمایه اجتماعی گردد (Yang, Alejandro, & Boles, 2011). از طرفی نیز می‌بایست توجه نمود که

کیفیت این روابط نیز بسیار حائز اهمیت است. گاهی اوقات روابط و انتقال اطلاعات تنها به منظور انجام وظیفه و در حدی است که فرد از طرف گروه تنبیه نگردد. اما گاهی نیز دیدگاه دوستانه و گروهی بر روابط حاکم است و اصل اساسی پیروزی گروه می‌باشد. در چنین شرایطی است که سرمایه اجتماعی ارتقاء می‌یابد و سبب بهبود عملکرد گروهی می‌گردد (Clopton, 2011).

- سازمان مناسب: سرمایه اجتماعی ایجاد شده از جمله روابط، پیوندها، هنجارها و اعتماد در یک محیط خاص می‌تواند از یک محیط اجتماعی به محیط اجتماعی دیگر انتقال داده شود و بدین ترتیب بر الگوهای تبادل اجتماعی اثر گذار باشد. سازمان اجتماعی مناسب می‌تواند یک شبکه بالقوه دسترسی به افراد و منابع آنها را فراهم آورد و این خود یک عامل انگیزشی قوی در میان کارکنان ایجاد نماید (Totterman & Sten, 2005).

۲-۱-۱-۲- سرمایه ارتباطی

عنصر رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بیان‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد براساس سابقه تعامل هایشان با یکدیگر برقرار می‌کنند. مهم‌ترین جنبه‌های بعد ارتباطی عبارتند از:

- اعتماد: پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهند که در محیط‌های اجتماعی که سطح بالایی از اعتماد وجود دارد، افراد تمایل فراوانی به تبادل اجتماعی، ارتباطات بیشتر و تعامل همکارانه دارند که این امر به نوبه خود سبب تسهیل جریان اطلاعات در سازمان و اشتراک و تولید دانش می‌گردد. اعتماد، تأمین‌کننده ارتباطات و گفت‌وگو است و می‌تواند سبب کمک افراد به یکدیگر به‌خصوص در شرایط ابهام و عدم اطمینان گردد.

- هنجارها: ارزش‌های اصولی حاکم در میان اعضاء گروه در مرحله اول می‌تواند شکل‌دهنده اعتماد میان اعضاء گردد و در گام بعد سبب برقراری ارتباطاتی اثر بخش شود. هنجارها می‌توانند فعالیت‌های گروهی را هماهنگ کنند و از این طریق به اثربخشی گروه کمک نمایند.

- الزامات و انتظارات نقش: نشان‌دهنده یک تعهد یا وظیفه به منظور انجام فعالیتی در آینده می‌باشد. الزامات سبب ایجاد انتظارات در درون روابط شخصی و میان گروهی می‌گردد که می‌تواند بر دسترسی و انگیزش افراد و گروه‌ها به منظور تبادلات اثربخش و ارتقاء سرمایه اجتماعی مؤثر باشد.

- هویت: فرآیندی است که در آن، افراد احساس می‌کنند با فرد یا گروهی از افراد دیگر، عضو یک گروه واحد هستند. هویت و احساس یکی‌بودن سبب نگرانی در خصوص نتایج جمعی و عملکرد

گروهی می‌گردد که این خود سبب ارتقاء همکاری، تبادل دانش و اطلاعات و همیاری می‌شود (Wickramasinghe & Weliwitigoda, 2011).

۲-۱-۳- سرمایه‌شناختی

عنصر شناختی سرمایه اجتماعی، اشاره به منابعی دارد که فراهم‌کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سامانه‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است. سرمایه شناختی بازتابی از میزان تعهد و دفاع اعضای تیم از هدف و رسالت خود می‌باشد. مهم‌ترین جنبه‌های عنصر شناختی عبارتند از:

- اهداف مشترک: یکی از مهم‌ترین جنبه‌های سرمایه‌شناختی، اهداف مشترک میان اعضای تیم می‌باشد. اهداف مشترک احساس وحدت و یگانگی به کلیه اعضای گروه می‌بخشد و آنها را در جهت رسیدن به نتیجه مطلوب متحد می‌نماید. هر چه تعهد و وفاداری اعضای تیم به هدف‌های مشترک بیشتر باشد، ارتباطات، همکاری، انتقال دانش و همیاری آنان به منظور کسب هدف‌ها بیشتر و تیم از سرمایه اجتماعی بالاتری بهره‌مند می‌باشد (Yang, Alejandro, Boles, 2011).

- زبان و رمزهای مشترک: این جنبه بر مشارکت اجتماعی، ترکیب دانش، ارتباطات درون تیمی اثر گذار است. زبان دارای کارکردهای مهمی در روابط اجتماعی است، زیرا ابزاری است که افراد از طریق آن با یکدیگر بحث می‌کنند؛ ارتباط برقرار می‌کنند؛ اطلاعات را مبادله می‌نمایند و امور تجاری و سازمانی خود را به انجام می‌رسانند. زبان بر ادراک تاثیر گذار است و همچنین رموزها نیز چارچوب مرجعی را برای مشاهده و تفسیر ما از محیط فراهم می‌کنند. زبان مشترک قابلیت ترکیب اطلاعات و تسهیم آن میان اعضای را افزایش می‌دهد و سبب القاء احساس یگانگی و وحدت به افراد تیم می‌شود. همه عواملی که ذکر شد سبب ارتقاء سرمایه شناختی افراد تیم می‌گردد.

حکایات مشترک: علاوه بر زبان و رمزهای مشترک، پژوهشگران معتقدند که اسطوره‌ها، داستان‌ها و استعاره‌ها همگی ابزار قدرتمندی در اجتماع به منظور ایجاد، تبادل و نگهداری مجموعه‌های غنی معانی می‌باشند. حکایات می‌تواند منجر به تبادل تجربه‌های پنهان در بین متخصصان گردد و ظهور حکایات‌های مشترک در یک اجتماع سبب خلق و انتقال تفسیرهای جدیدی از رویدادها می‌شود و ترکیب اشکال مختلف دانش را که عموماً به صورت پنهان هستند، تسهیل می‌نماید و سرمایه اجتماعی اعضای را ارتقاء می‌دهد (Chen Lovvorn, 2011).

۲-۲- بررسی نقش سرمایه اجتماعی در انتقال دانش

انتقال اطلاعات و دانش در سطح خرد و کلان در میان افراد و سازمان‌ها، نیازمند تسهیل و تسریع می‌باشد. تمام عواملی که مشوق ارتباط بین فردی یا مانع آن باشند، بر مبادلات اطلاعاتی افراد تأثیر گذار خواهند بود. به همین دلیل است که اهمیت ارتباطات و تعامل مبتنی بر اعتماد میان افراد در گسترش و کاربرد دانش مورد تأکید قرار گرفته است. با برقراری ارتباطات و تعاملات مبتنی بر اعتماد میان افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها، اثر بخشی مبادلات اطلاعاتی و در نتیجه اثر بخشی مدیریت دانش ارتقاء می‌یابد. بنابراین گسترش فرهنگ و فضایی در سازمان که این نوع ارتباطات و تعاملات را ترغیب نماید، از الزامات مدیریت دانش است (Maurer, Bartsch, Ebers, 2011). مطالعات تجربی که ارتباطات میان سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش را بررسی کرده‌اند، از گستردگی زیادی برخوردار نیست. آدلر و کان^{۱۱} (۲۰۰۲)، در مطالعه خود نشان دادند که میان سرمایه اجتماعی و انتقال دانش ارتباط معناداری وجود دارد. داس و تنگ^{۱۱} (۲۰۰۲)، نشان داده‌اند که وجود سرمایه اجتماعی در سازمان، بر تسهیم و انتقال دانش در میان اعضا و شبکه‌ها تأثیر گذار است و منجر به بهبود عملکرد می‌گردد. چن و لوورن، در مقاله خود نقش سرمایه اجتماعی را در سرعت بخشیدن به انتقال دانش مورد بررسی قرار داده‌اند. آنها یکی از نکات اصلی و کلیدی انتقال دانش به‌خصوص در شرکت‌های چند ملیتی را توانایی فرهنگ سازمان در سرعت بخشیدن به انتقال دانش عنوان می‌کنند و بیان می‌دارند که فضای عدم اطمینان و ارتباطات نامناسب، اصلی‌ترین عامل کاهش سرعت انتقال دانش (به‌خصوص دانش نوین) است. در این پژوهش نقش جوامع اجتماعی درون سازمان و ارتباطات اثر بخش مبتنی بر اعتماد میان اعضا درون گروه به‌عنوان عاملی اثر بخش در تسریع فرآیند انتقال دانش به اثبات رسیده است (Chen & Lovvorn, 2011). مورر، در مقاله خود بیان می‌کند که سرمایه اجتماعی قوی از طریق انتقال دانش می‌تواند تأثیر بیشتری بر نوآوری سازمانی داشته باشد و سبب ارتقاء نوآوری در سازمان گردد. او همچنین یادآور می‌شود که ساختار منعطف، نظام‌های اطلاعاتی توانمند، نظام پاداش مناسب و جلب اعتماد افراد از جمله عوامل اساسی در مدیریت دانش است. اما در نهایت تأکید می‌کند که این عوامل باید تحت تأثیر فرهنگ سازمانی مبتنی بر اعتماد و ارتباطات اثربخش به حرکت درآیند تا به حداکثر اثربخشی خود برسند (Maurer, Bartsch, & Ebers, 2011).

۲-۳- بررسی نقش سرمایه اجتماعی در عملکرد نوآورانه سازمان

پترو و همکارانش، به نقش سرمایه اجتماعی در انسجام گروهی و تأثیری که بر نوآوری گروهی می‌گذارد اشاره می‌کنند. آنان بیان می‌کنند که سرمایه اجتماعی در میان اعضاء گروه سبب شکل‌گیری شخصیتی گروه می‌گردد و انسجام و یکپارچگی را در میان اعضا ارتقا می‌دهد که خود سبب افزایش میزان کمک به یکدیگر و رفتارهای شهروندی سازمانی در میان اعضا می‌گردد. گروهی با سرمایه اجتماعی بالا، داده‌ها و اطلاعات را در میان خود سریع‌تر به جریان در می‌آورد و گردش دانش و تجربیات اعضا در نتیجه ارتباطات مستمر و پایدار مبتنی بر اعتماد سبب ارتقاء نوآوری گروهی و به دنبال آن نوآوری سازمانی می‌گردد (Petrou & Daskalopoulou, 2013). آهوجا (۲۰۰۰) منافع سرمایه اجتماعی در واحدهای تحقیق و توسعه را بر می‌شمارد و بیان می‌کند که سرمایه اجتماعی در این واحدها انسجام واحد را ارتقا می‌بخشد و نوآوری را تقویت می‌کند. نویسندگان خاطر نشان می‌کنند که سرمایه اجتماعی در این واحدها می‌تواند بصورت تعهد رسمی یا غیر رسمی میان اعضا برقرار گردد و سبب ارتقاء انسجام اعضا در پروژه‌های خود شود. او همچنان در تحقیق خود، رابطه تعهد غیر رسمی با بروز نوآوری را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد و اثبات نمود که تعهد نانوشته و غیررسمی اعضا نیز می‌تواند خالق سرمایه اجتماعی در واحد گردد و به سبب آن نوآوری گروه ارتقا یابد. با توجه به نقش روز افزون نوآوری و گسترش سازمان‌های دانش‌بنیان که مزیت رقابتی آنان مبتنی بر نوآوری و خلق محصولات و خدمات جدید است و همچنین با توجه به تأثیر شگرفی که سرمایه اجتماعی بر ارتقاء نوآوری گروهی و سازمانی دارد، ضرورت کسب و ارتقاء سرمایه اجتماعی در سازمان‌های مبتنی بر دانش امری ضروری و حائز اهمیت است (Alguezai & Filieri, 2010).

۲-۴- شرکت‌های دانش بنیان

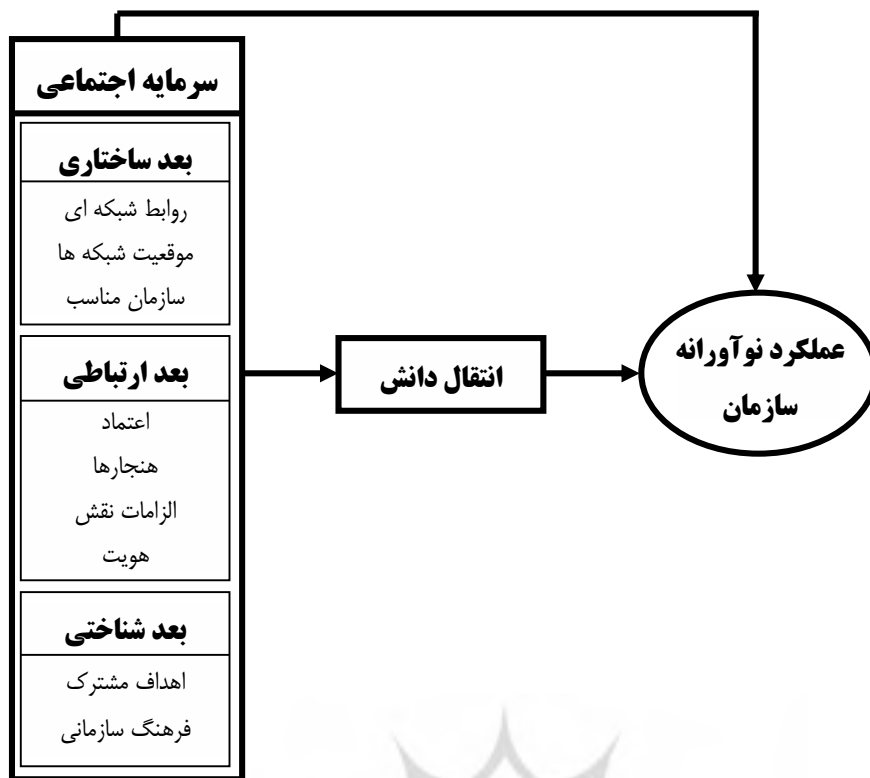
شرکت‌ها و مؤسسه‌های دانش‌بنیان، شرکت‌ها، مؤسسه‌های خصوصی یا تعاونی‌هایی هستند که به منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان تشکیل شده‌اند. به منظور کمک به تجاری‌سازی و نوآوری و حمایت از اختراعات و شکوفاسازی و کاربردی نمودن دانش فنی توسط شرکت‌های

دانش‌بنیان، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری پس از بررسی و داوری طرح‌های دانش‌بنیانی که در حوزه‌های مختلف علم و فناوری ارائه می‌شوند، تسهیلاتی را به صورت کمک یا قرض‌الحسنه برای طرح‌های منتخب و برگزیده اختصاص می‌دهد و به حمایت معنوی این نوع از کسب‌وکارها می‌پردازد. یکی از عوامل بسیار مؤثر در بقای شرکت‌های دانش‌بنیان کسب مزیت رقابتی از طریق ارائه محصولات و خدمات نوآورانه می‌باشد که در این مسیر حمایت دولت می‌تواند عاملی تأثیرگذار تلقی گردد (آیین‌نامه شرکت‌های دانش‌بنیان، ۱۳۹۱).

۳- مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

در این بخش مدلی مفهومی و محقق‌ساخته، به منظور بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با تأکید بر نقش میانجی‌گری انتقال دانش در شکل (۱) ارائه شده است. رویکرد پژوهشگران در ارائه این مدل قیاسی می‌باشد و با بررسی ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش‌ها در این حوزه، مدلی نوآورانه ارائه شده است. با بررسی مطالعات پترو و همکاران، این نتیجه به دست می‌آید که سرمایه اجتماعی از طریق ارتقاء انسجام و همکاری گروهی و شخصیت بخشیدن به گروه سبب ارتقاء رفتارهای شهروندی سازمانی و همدلی میان اعضا می‌گردد و از این رهگذر بر ارتقاء عملکرد نوآورانه اعضا تیم تأثیر می‌گذارد. همچنین آهوجا (۲۰۰۰)، نیز در مطالعه خود تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه را اثبات کرده است و بیان می‌دارد که سرمایه اجتماعی سبب بهبود ارتباطات مبتنی بر اعتماد در میان اعضا سازمان‌هایی با ساختار منعطف که در محیط‌های پویا فعالیت می‌کنند همانند شرکت‌های دانش‌بنیان می‌گردد که این امر به نوبه خود میزان تماس‌ها و نقاط اشتراک افراد را ارتقا می‌بخشد و متغیری تأثیرگذار بر بهبود عملکرد نوآورانه و رقابتی در این سازمان‌ها می‌گردد. از طرفی دیگر مورر، نقش مدیریت دانش و انتقال دانش را بر رابطه سرمایه اجتماعی با عملکرد نوآورانه موثر می‌داند و معتقد است با تقویت سرمایه اجتماعی و بهبود ارتباطات درون‌سازمانی میزان تماس کارکنان و انتقال تجربیات در میان ایشان افزایش می‌یابد.

با توجه به بررسی ادبیات موضوع و نقشی که سرمایه اجتماعی و انتقال دانش هر یک به تنهایی می‌توانند بر عملکرد نوآورانه داشته باشند و تأثیراتی که سرمایه اجتماعی بر انتقال دانش ایفا می‌کند، محققان، سه متغیر سرمایه اجتماعی، انتقال دانش و عملکرد نوآورانه را به منظور مدل‌سازی نظری انتخاب نمودند. همچنین با توجه به نقشی که سرمایه اجتماعی در انتقال دانش و عملکرد نوآورانه دارد از یک طرف



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

و تأثیری که انتقال دانش می‌تواند در رابطه میان سرمایه اجتماعی با عملکرد نوآورانه ایفا نماید، مدل محقق ساخته و نوآورانه این پژوهش تدوین شد.

لازم به ذکر است که مدل با بررسی ادبیات و همچنین مبانی نظری ناهایت و گوشال در مورد سرمایه اجتماعی در سازمان، شکل گرفت. این چارچوب دارای سه متغیر سرمایه اجتماعی (متغیر مستقل)، انتقال دانش (متغیر میانجی) و عملکرد نوآورانه سازمان (متغیر وابسته) می‌باشد.

فرضیه‌های پژوهش به این شرح می‌باشند:

- ۱- سرمایه اجتماعی بر انتقال دانش در سازمان مؤثر است.
- ۲- سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه سازمان مؤثر است.
- ۳- انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه سازمان مؤثر است.
- ۴- سرمایه اجتماعی از طریق انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه سازمان مؤثر است.

۴- روش پژوهش

مطالعه حاضر از نوع پژوهش‌های کاربردی با ماهیت پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش، شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در حوزه فناوری اطلاعات کشور ایران در نظر گرفته شده است. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده و به منظور تعیین حجم نمونه با توجه به حجم جامعه که اطلاعات آن از وبگاه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری استخراج گردیده، از جدول مورگان استفاده شده است. با استفاده از این جدول، حجم نمونه ۳۳۱ نفر به دست آمد. اطلاعات مورد نیاز از طریق توزیع پرسشنامه الکترونیکی جمع‌آوری گردیده است. پرسشنامه پژوهش حاضر بر اساس تلفیقی از پرسشنامه به‌کار رفته در بخش‌های انتقال دانش و عملکرد نوآورانه پژوهش مورر (۲۰۱۱) و پرسشنامه به‌کار رفته در بخش سرمایه اجتماعی پژوهش توتهمن (۲۰۰۵) و پس از بومی‌سازی با استفاده از نظرات کارشناسان این حوزه (توسط روش دلفی)، در غالب مقیاس ۵ رتبه‌ای لیکرت به صورت الکترونیکی تهیه و تدوین شده است. به منظور ارتقاء کیفیت داده‌های به دست آمده و پوشش نقاط ضعف پرسشنامه‌های الکترونیکی، تعداد ۴۰۰ پرسشنامه به صورت الکترونیکی و از طریق ایمیل ارسال گردید که ۳۲۹ عدد پرسشنامه صحیح تکمیل شده، دریافت گردید و اطلاعات آن در تجزیه و تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. به منظور سنجش روایی پرسشنامه، دو نوع روایی محتوا و روایی همگرا در نظر گرفته شد. اعتبار محتوای پرسشنامه با اتکا به نظر متخصصان و کارشناسان تأیید شد و اصلاحات لازم به عمل آمد. اعتبار همگرا به این اصل بر می‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند. بدین منظور باید میانگین واریانس‌های خروجی از ۰/۵ بیشتر باشد. ضرایب میانگین واریانس‌های خروجی نشان می‌دهند که چه درصدی از واریانس متغیر مدل، به وسیله یک مؤلفه مجزا تشریح شده است. نتایج خروجی از پی‌ال‌اس نشان می‌دهد که تمامی متغیرها دارای میانگین واریانس‌های خروجی بالاتر از ۰/۵ می‌باشند. در نتیجه مؤلفه‌ها، می‌توانند به اندازه کافی واریانس متغیرهای مدل پژوهش را تشریح نمایند و بنابراین ابزار اندازه‌گیری از روایی مناسبی برخوردار است. جهت محاسبه ضریب پایایی پرسشنامه و اطمینان از هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای پرسشنامه، نشان‌دهنده پایا بودن پرسشنامه پژوهش حاضر می‌باشد (جدول (۱)).

در این پژوهش از مدل‌یابی معادلات ساختاری^{۱۲} و روش حداقل مربعات جزئی^{۱۳} جهت آزمون فرضیه‌ها

جدول (۱): خروجی آزمون تی برای مولفه آمادگی سازمانی

متغیرها	Cronbach's Alpha	AVE
سرمایه اجتماعی	۰/۷۶۰۲	۰/۶۷۶۶
انتقال دانش	۰/۷۸۴۰	۰/۶۶۶۲
عملکرد نوآورانه	۰/۸۷۲۲	۰/۵۴۳۳

و برازندگی مدل استفاده شد. در پژوهش‌هایی که هدف، آزمون مدل خاصی از رابطه بین متغیرهاست از تحلیل مدل معادلات ساختاری استفاده می‌شود. مدلیابی معادلات ساختاری یک روش بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چند متغیری و به بیان دقیق‌تر، بسط مدل خطی عمومی^{۱۴} است که به محقق امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به گونه‌ای همزمان مورد آزمون قرار دهد. این مدل یک رویکرد جامع برای آزمون فرضیه‌ها درباره روابط متغیرهای مشاهده شده و مکنون است. در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس و روش دو مرحله‌ای حداقل مربعات جزئی پیشنهاد شده توسط هالاند^{۱۵} (۱۹۹۹) برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. در گام اول از تحلیل عاملی تأییدی و در گام دوم از تحلیل مسیر برای تحلیل روابط بین سازه‌ها بهره می‌برد. مدلیابی به کمک روش حداقل مربعات جزئی در حوزه‌های متنوع از جمله منابع انسانی کاربرد دارد (Wen, 2010). پی.ال.اس و لیزرل دو نمونه اصلی از نگرش‌های معادلات ساختاری جهت بررسی روابط متغیرهای مکنون هستند (Liljander, Polsa, van R, 2009). پی.ال.اس نگرشی مبتنی بر واریانس است که در مقایسه با روش‌های مشابه معادلات ساختاری همچون لیزرل و آموس، نیاز به شرط‌های کمتری دارد. به‌طور مثال، برخلاف لیزرل، مدلیابی مسیر پی.ال.اس برای کاربردهای واقعی مناسب‌تر است. به‌ویژه هنگامی که مدل‌ها پیچیده‌تر هستند نگرش پی.ال.اس مطلوب‌تر خواهد بود. البته مزیت اصلی آن در این است که این نوع مدلیابی نسبت به لیزرل، به تعداد کمتری از نمونه نیاز دارد. پی.ال.اس همزمان دو مدل را بررسی می‌کند: (۱) مدل بیرونی که ارتباط متغیرهای آشکار با متغیرهای پنهان را بررسی می‌کند، و (۲) مدل درونی که ارتباط متغیرهای آشکار با متغیرهای آشکار دیگر را اندازه‌گیری می‌کند. از طریق پی.ال.اس می‌توان ضرایب رگرسیون استاندارد

را برای مسیرها، ضرایب تعیین را برای متغیرهای درونی و اندازه شاخصها را برای مدل مفهومی به دست آورد (Haenlein & Kaplan, 2004). این روش به عنوان روشی قدرتمند در شرایطی که تعداد نمونه‌ها و گویه‌های اندازه‌گیری کم است و توزیع متغیرها نامعین می‌باشد، مطرح می‌شود. از این‌رو، این روش جایگزین مناسبی برای روش‌های تشریح کواریانس همچون لیزرل و آموس می‌باشد (Zhang, 2009).

۵- تجزیه و تحلیل یافته‌ها

۵-۱- سیمای آزمودنی‌ها

نتایج حاصل از بررسی وضعیت جمعیت شناختی نمونه مورد بررسی در جدول (۲) آمده است.

جدول (۲): یافته‌های جمعیت شناختی

درصد	فراوانی	ویژگی جمعیت شناختی	
۷۵/۳۷	۲۴۸	مرد	جنسیت
۲۴/۶۳	۸۱	زن	
۱۶/۴۱	۵۴	۲۵-۲۰	سن
۵۶/۵۳	۱۸۶	۳۰-۲۵	
۱۶/۱۰	۵۳	۴۰-۳۰	
۸/۲	۲۷	۵۰-۴۰	
۲/۷	۹	بالتر از ۵۰	
۶/۰۷	۲۰	زیر لیسانس	سطح تحصیلات
۵۴/۱۰۳	۱۷۸	لیسانس	
۲۹/۱۷	۹۶	فوق لیسانس	
۱۰/۶۳	۳۵	دکتری	وضعیت تأهل
۲۵/۲۲	۸۳	مجرد	
۶۴/۱۳	۲۱۱	متأهل	
۱۰/۶۳	۳۵	سایر	

۵-۲- شاخص‌های برازندگی مدل

با آن که انواع گوناگون آزمون‌ها که به‌طور کلی شاخص‌های برازندگی^{۱۶} نامیده می‌شوند، پیوسته در حال مقایسه، توسعه و تکامل هستند، اما هنوز در مورد حتی یک آزمون بهینه توافق همگانی وجود ندارد. در میان این معیارها، معیاری کلی برای روش حداقل مربعات جزئی با نام جی-ا^{۱۷} وجود دارد که نسبت به سایر معیارها مناسب‌تر است و در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. شاخص‌های این معیار بازه‌ای از صفر تا یک را در بر دارند و به چهار شاخص مطلق، نسبی، مدل درونی و مدل بیرونی تقسیم می‌شوند (Zhang, 2009). شاخص‌های مطلق و نسبی، شاخص‌های توصیفی و کیفی هستند؛ بدین معنا که استنباطی مبتنی بر قضاوت در مورد معناداری آماری از ارزش‌های آنها وجود ندارد. مطالعات نشان می‌دهند که ارزش شاخص نیکویی برازش بیشتر از آنکه به مدل بیرونی بستگی داشته باشد به مدل درونی وابسته است. همانطور که در جدول (۳) ملاحظه می‌شود، مقادیر شاخص‌های مدل، نمایانگر برازندگی خوب مدل است و مدل پژوهش حاضر مورد تأیید قرار می‌گیرد. مطالعات نشان می‌دهند که ارزش شاخص نیکویی برازش بیشتر از آنچه که به مدل بیرونی بستگی داشته باشد به مدل درونی بستگی دارد.

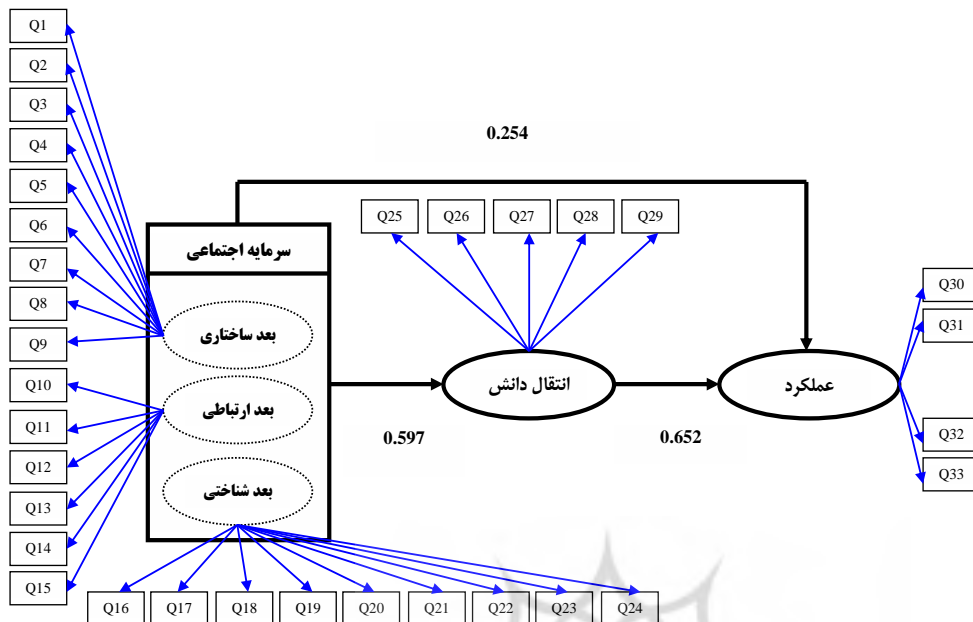
جدول (۳): شاخص‌های برازندگی مدل

مقدار	شاخص‌های برازندگی مدل
۰/۶۵۱	مطلق
۰/۸۴۳	نسبی
۰/۹۵۵	مدل بیرونی
۰/۸۷۲	مدل درونی

۵-۳- تحلیل مسیر

تحلیل مسیر، گسترش روش‌های رگرسیون و در حقیقت، کاربرد رگرسیون چند متغیری در ارتباط با تدوین بارز مدل‌های علی است. هدف از تحلیل مسیر، به‌دست آوردن برآوردهای کمی از روابط علی بین مجموعه‌ای از سازه‌هاست. استنباط‌ها به واقع به مسیرهایی بستگی دارد که طرح مطالعه مشخص

کرده است. در تحلیل مسیر روابط بین متغیرها در یک جهت جریان می‌یابند و به عنوان مسیرهای متمایز در نظر گرفته می‌شوند. نتیجه این آزمون در شکل (۲) نشان داده شده است.



شکل (۲): تحلیل مسیر

۵-۴- بررسی فرضیه‌های پژوهش

نتایج مربوط به بررسی فرضیه‌های اول تا سوم در جدول (۴) و نتیجه بررسی فرضیه چهارم در جدول (۵) درج شده است. در فرضیه اول ضریب مسیر ۰/۵۹۷ است و با توجه به سطح خطای استاندارد که برابر ۰/۰۰۰ شده است و کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد می‌توان اعلام نمود که با احتمال ۹۵٪ سرمایه اجتماعی بر انتقال دانش مؤثر است و فرضیه اول مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین مسیر مستقیم تأثیر سرمایه اجتماعی و انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه به ترتیب با ضریب مسیرهای ۰/۲۵۴ و ۰/۶۵۲ در سطح خطای استاندارد معنادار بوده و با احتمال ۹۵٪ می‌توان بیان نمود که سرمایه اجتماعی و انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه سازمان مؤثر می‌باشند.

در فرضیه چهارم نقش میانجی‌گری انتقال دانش در تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه سازمان

جدول (۴): بررسی فرضیه‌های اول، دوم و سوم

مسیر مستقیم	ضریب مسیر	آماره آزمون	سطح خطا استاندارد	نتیجه
سرمایه اجتماعی	انتقال دانش	۰/۵۹۷	۶/۲۵۱	تأیید فرضیه
سرمایه اجتماعی	عملکرد نوآورانه	۰/۲۵۴	۴/۹۵۰	تأیید فرضیه
انتقال دانش	عملکرد نوآورانه	۰/۶۵۲	۵/۱۱۱	تأیید فرضیه

جدول (۵): بررسی فرضیه چهارم

مسیر غیر مستقیم	از طریق	ضریب مسیر	نتیجه
سرمایه اجتماعی	عملکرد نوآورانه	انتقال دانش	تأیید فرضیه

مورد بررسی قرار گرفته است که برابر است با حاصل ضرب اثر مستقیم سرمایه اجتماعی بر انتقال دانش در اثر انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه سازمان:

$$۰/۵۹۷ \times ۰/۶۵۲ = ۰/۳۸۹$$

با توجه به نتایج به دست آمده مشاهده می‌شود که تأثیر سرمایه اجتماعی به وسیله متغیر میانجی انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه سازمان بیشتر از تأثیر مستقیم سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه سازمان می‌باشد و بدین صورت نقش میانجی‌گری انتقال دانش و فرضیه چهارم نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

۶- جمع‌بندی

همانگونه که مشاهده گردید، برای پرکردن شکاف وجود پژوهش‌های اندک در زمینه تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه سازمان و عوامل مؤثر بر این اثرگذاری، این مقاله مدل توسعه یافته‌ای طراحی کرد و مورد آزمون قرار داد. یافته‌های تجربی کاملاً مدل نظری پژوهش حاضر را تأیید می‌کنند و علاوه بر تأیید اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر انتقال دانش و عملکرد نوآورانه سازمان، نقش میانجی‌گری انتقال دانش در تأثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه سازمان را نیز مورد تأیید قرار می‌دهند. در ادامه نتایج بدست آمده ضمن مقایسه با نتایج سایر پژوهش‌ها، مورد بحث و واکاوی قرار می‌گیرد. یافته‌های حاصل از فرضیه اول تأثیر سرمایه اجتماعی کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی فعال در حوزه

فناوری اطلاعات را بر انتقال دانش مورد تأیید قرار می‌دهد. وجود سرمایه اجتماعی قوی میان کارکنان سبب تسهیل ارتباطات مبتنی بر اعتماد در میان اعضا می‌شود که این امر به نوبه خود سبب انتقال دانش و تجربه‌های اعضا تیم به یکدیگر و تسهیل فرآیند دانش ضمنی به دانش آشکار می‌گردد. نتایج حاصل از این بخش هم‌راستا با مطالعات چن و لوورن (۲۰۱۳)، اندرسن و هانستد (۲۰۱۳)، وی و همکاران (۲۰۱۱)، آدلر و کان (۲۰۰۲) و داس و تنگ (۲۰۰۲) است ((Wei, Zheng, Zhang, 2011) (Alguezau & Filieri, 2010) (Martinez, Jand, & Ruiz-Palomino, 2012) (Andersen & Hanstad, 2013)). هنگامی که سرمایه اجتماعی در ابعاد ساختاری، ارتباطی و شناختی در میان کارکنان یک سازمان افزایش می‌یابد، به نوعی باعث بهبود روابط درون شبکه‌ای، برقراری روابط مبتنی بر اعتمادی میان اعضا، برقراری هنجارهای مشترک کاری، بیان شفاف الزامات نقش، داشتن اهداف مشترک همسو و برقراری جو و فرهنگ مبتنی بر ارتباطات می‌شود و ارتباطات مبتنی بر اعتماد، دوستی و همدلی در میان کارکنان یک سازمان ارتقا می‌یابد. با تقویت سرمایه اجتماعی و بهبود ارتباطات درون سازمانی میزان تماس کارکنان و انتقال تجربیات و دانش در میان ایشان افزایش می‌یابد. انتقال دانش در چنین محیطی به نسبت محیط‌هایی که کارکنان دارای اهداف غیر همسو و عدم اعتماد و بدبینی نسبت به یکدیگر می‌باشند، با کیفیت و سرعت بالاتری صورت می‌پذیرد. نتایج حاصل از این فرضیه نیز مبنای نظری مورد نظر را به اثبات می‌رساند.

فرضیه دوم این پژوهش، پاسخ‌گوی یکی از پرسش‌های اصلی این پژوهش است و تأثیر سرمایه اجتماعی کارکنان را بر بروز عملکرد نوآورانه در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی فعال در حوزه فناوری اطلاعات به اثبات می‌رساند. همانگونه که مطرح گردید نوآوری در عملکرد و ارائه محصولات و خدمات جدید از ارکان بقای شرکت‌های دانش‌بنیان محسوب می‌گردد. بنابراین بسیار مهم است که عواملی کلیدی که منجر به ارتقاء فعالیت‌های نوآورانه در این گونه سازمان‌ها می‌گردند، شناسایی شوند. پترو و همکاران (۲۰۱۳)، معتقدند که سرمایه اجتماعی از طریق ارتقاء انسجام و همکاری گروهی و شخصیت بخشیدن به گروه سبب ارتقاء رفتارهای شهروندی سازمانی و همدلی میان اعضا می‌شود و از این رهگذر بر ارتقاء عملکرد نوآورانه اعضا تیم مؤثر می‌باشد. آهوجا (۲۰۰۰)، نیز در مطالعه خود تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه را به اثبات رسانده بود که یافته حاصل از این بخش با این پژوهش‌ها هم‌سو است. در حقیقت سرمایه اجتماعی سبب بهبود ارتباطات مبتنی بر اعتماد در میان اعضا سازمان‌هایی با ساختار منعطف که در محیط‌های پویا - همانند

شرکت‌های دانش‌بنیان - فعالیت می‌کنند می‌گردد. این امر به نوبه خود میزان تماس‌ها و نقاط مشترک افراد را ارتقا می‌بخشد و به متغیری تأثیر گذار بر بهبود عملکرد نوآوران و رقابتی در این سازمان‌ها تبدیل می‌گردد. سازمانی که از سرمایه اجتماعی قدرتمند برخوردار است، اعضای آن دارای اهداف مشترک، هویت و هنجارهای مشخص، فرهنگ قوی سازمانی هستند و الزامات نقش، به‌خوبی برای ایشان آشکار می‌باشد. مشخص است که این مؤلفه‌ها نیز سبب بهبود عملکرد سازمانی و ارتقاء نوآوری و خلق مزیت رقابتی می‌گردند. یافته‌های این بخش نیز از فرضیه‌های نظری و مطالعات قبلی حمایت می‌نماید.

در فرضیه سوم نقش انتقال دانش بر عملکرد نوآوران در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی فعال در حوزه فناوری اطلاعات مشخص می‌گردد. سازمان‌های دانش‌بنیان تنها از طریق انتقال دانش روز به درون واحدهای تحقیق و توسعه خود و فرآیند یادگیری سازمانی است که می‌توانند تولید محصولات و خدمات نوآوران و بقای خود را تضمین نمایند. به دلیل ماهیت وجودی شرکت‌های دانش‌بنیان، نوآوری در محصول، اصلی‌ترین عامل در حفظ بقا و ارتقاء مزیت رقابتی آنها به‌شمار می‌رود که یادگیری سازمانی و انتقال دانش و تبدیل دانش ضمنی افراد به دانش آشکار تأثیر قابل ملاحظه‌ای در آن ایفا می‌نماید.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که سرمایه اجتماعی کارکنان دارای تأثیر غیر مستقیم بر عملکرد نوآوران سازمان نیز می‌باشد. نتایج حاصل از تحلیل فرضیه چهارم نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در شرایطی که منابع اطلاعاتی از طریق فرآیند انتقال دانش سبب نوآوری در عملکرد سازمانی گردند، دارای ارزش بالقوه فراوانی است. در این فرضیه نقش میانجی‌گری انتقال دانش در تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآوران سازمان مورد تأیید قرار گرفت. همچنین در این پژوهش اثبات شد که انتقال دانش متغیری ضروری برای کارکنان سازمان به‌منظور استفاده از مزیت‌های سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآوران سازمان می‌باشد. سرمایه اجتماعی قوی در درون تیم، منجر به تسهیل فرآیند انتقال دانش می‌گردد و این امر به نوبه خود سبب ارتقاء عملکرد نوآوران سازمان می‌شود. نتایج حاصل از فرضیه چهارم در راستای مطالعات مورر (۲۰۱۱) است.

۷- پیشنهادات کاربردی

همانگونه که مشاهده گردید، سرمایه اجتماعی قوی تأثیرات شگرفی بر عملکرد شرکت‌های

دانش‌بنیان ایرانی دارد و می‌تواند کمک بزرگی در راستای تقویت بنیادی این سازمان‌ها محسوب گردد. با توجه به نتایج این پژوهش، به مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی پیشنهاد می‌گردد:

۱. با وضع اصول و ارزش‌های بنیادی در میان گروه‌های کاری خود، سبب ساخت شخصیت و هویت در میان کارکنان و سبب ارتقاء سرمایه اجتماعی در درون سازمان شوند.
۲. با ترویج روح اعتماد در کارکنان خود، به تبلیغ فرهنگ انتقال دانش در میان کارکنان سازمان پرداخته و سیاست‌های تشویقی بدین منظور در سازمان وضع نمایند.
۳. از آنجایی که سرمایه اجتماعی، حاصل روابط هر روزه میان کارکنان است و این روابط اعتماد، درک متقابل، ارزش‌های مشترک و ارزش‌های رفتاری را در منبعی به نام سرمایه اجتماعی ذخیره می‌کند؛ به منظور خلق و ارتقاء سرمایه اجتماعی باید فرهنگی را بر سازمان حاکم کنند که مشوق و آموزنده این عوامل باشد تا از این رهگذر زمینه‌ساز گسترش عملکرد نوآوری و خلاقیت در درون سازمان گردد.
۴. به منظور ارتقاء سرمایه اجتماعی، انتقال دانش و عملکرد نوآورانه موثر، تلاش کنند تا روحیه تمایل به سازمان، همسویی با تغییرات سازمانی، روابط پایدار میان کارکنان و گروه‌های کاری در سازمان و توسعه تماس‌ها با یکدیگر ایجاد شود.
۵. به تبلیغ قابلیت اعتماد، احساس‌های ارتباطی و ارتباطات قوی، تشویق خلاقیت، انتقال دانش، تبدیل دانش ضمنی به دانش آشکار و یادگیری سازمانی پایدار در میان کارکنان بپردازند.

References

- Alguezaui, S., & Filieri, R. (2010). Investigating the role of social capital in innovation: sparse versus dense network. *Journal of Knowledge Management*, 14(6), 891-909.
- Andersen, S., & Hanstad, D. (2013). Knowledge development and transfer in a mindful project-organization. *International Journal of Managing Projects in Business*, 6(2), 236-250.
- Chen, J., & Lovvorn, A. (2011). The speed of knowledge transfer within multinational enterprises: the role of social capital. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 46-62.
- Clopton, A. (2011). Social capital and team performance. *Team Performance Management*, 17(7/8), 369-381.

۹- منابع

- Haenlein, M., & Kaplan, A. M. (2004). A Beginner's Guide to Partial Least Squares Analysis. *Understanding statistics*, 3(4), 283–297.
- Johnson, S., Schnatterly, K., & Hill, A. (2013). Board Composition Beyond Independence: Social Capital, Human Capital, and Demographics. *Journal of Management*, 39(1), 232-262.
- Liljander, V., Polsa, P., & van R, A. (2009). Modelling consumer responses to an apparel store brand: Store image as a risk reducer. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(3), 281–290.
- Martinez, R., Jand, F., & Ruiz-Palomino, P. (2012). Knowledge acquisition's ediation of social capital-firm innovation. *Journal of Knowledge Management*, 16(1), 61-76.
- Maurer, I., Bartsch, V., & Ebers, M. (2011). The Value of Intra-organizational Social Capital: How it Fosters Knowledge Transfer, Innovation Performance, and Growth. *Organization Studies*, 32(2), 157-185.
- Petrou, A., & Daskalopoulou, I. (2013). Social capital and innovation in the services sector. *European Journal of Innovation Management*, 16(1), 50-69.
- Taylor, M. (2011). Building Social Capital Through Rhetoric and Public Relations. *Management Communication Quarterly*, 25(3), 436-454.
- Totterman, H., & Sten, J. (2005). Start-ups : Business Incubation and Social Capital. *International Small Business Journal*, 23(5), 487-511.
- Turkina, E., Thi, M., & Thai, T. (2013). Social capital, networks, trust and immigrant entrepreneurship: a cross-country analysis. *Journal of Enterprising Communities*, 7(2), 108-124.
- Wen, W. (2010). Linking Bayesian networks and PLS path modeling for causal analysis. *Expert Systems with Applications*, 37, 134–139.
- Waster, D., & 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), 192-216.
- Wei, J., Zheng, W., & Zhang, M. (2011). Social capital and knowledge transfer: A multi-level analysis. *human relations*, 64(11), 1401-1423.
- Wickramasinghe, V., & Weliwitigoda, P. (2011). Benefits gained from dimensions of social capital: a study of software developers in Sri Lanka. *Information Technology & People*, 24(4), 393-413.
- Yang, J., Alejandro, T., & Boles, J. (2011). The role of social capital and knowledge transfer in selling center performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 26(3), 152-161.
- Zhang, Y. (2009). A Study of Corporate Reputation's Influence on Customer Loyalty Based on PLS-SEM Model. *International Business Research*, 2(3), 28-35.

-
1. Smart PLS
 2. Hanifan
 3. Jacobs
 4. Loury
 5. Lighte
 6. Bourdieu
 7. Coleman
 8. Putnam
 9. Nahapiet & Ghoshal
 10. Adler & Kwon
 11. Das & teng
 12. Structural Equation Model (SEM)
 13. Partial Least Squares (PLS) path modeling
 14. General Linear Model (GLM)
 15. Hulland, J.
 16. Fit Index
 17. Gof

